

ŽÁDOST

O FINANČNÍ PROSTŘEDKY Z FONDU ZÁBRANY ŠKOD NA PROJEKTY NEBO PROGRAMY NA ROK 2015

NA ~~PROJEKT~~/PROGRAM*: CELOSTÁTNÍ A MÍSTNÍ KAMPAŇ PRO ZLEPŠENÍ PODMÍNEK VIDITELNOSTI VŠECH ÚČASTNÍKŮ SILNIČNÍHO PROVOZU (SNÍŽENÍ RIZIKA VZNIKU DOPRAVNÍCH NEHOD SPOJENÉHO S PROBLEMATIKOU VIDITELNOSTI)

1. Identifikační údaje projektu

1.1. Název projektu, případně i programu, v rámci kterého je žádost předkládána

*Pracovní název projektu: **Vidíme se?***

(ponecháme na vítězné mediální agentuře, aby navrhla úderný název)

Projekt je předkládán v souladu s Národní strategií BESIP 2020 (dále pouze „NSBPS 2020“) snížit mortalitu a těžká zranění z dopravních nehod do roku 2020 na průměrnou úroveň v EU28 a v souladu s programy Komise podle Programu č. 1, okruh č. 3, písmeno k) a l).

Projekt zároveň míří na dílčí cíle NSBSP 2020 a to na chodce, děti, stárnoucí populaci, cyklisty.

1.2. Anotace projektu

Projekt se zaměřuje na nejzranitelnější účastníky silničního provozu, viz výše a s tím velmi problematickou oblast chůze a jízdy za snížené, ale i nesnížené viditelnosti. Primárně se projekt věnuje realizaci kampaně na bezpečný pohyb po pozemních komunikacích za snížených viditelnostních podmínek společně s pořízením a distribucí materiálu, který zajišťuje snazší a včasnou reakci řidičů, hlavně motorových vozidel, aby se riziko srážky snížilo na minimum. Problematika viditelnosti je samozřejmě mnohem širší, proto projekt počítá s komunikací se všemi účastníky silničního provozu o vzájemné toleranci napříč všemi skupinami účastníků provozu.

1.3. Datum zahájení a ukončení projektu

1. 1. 2015 – 31. 12. 2016

1.4. Hlavní realizátor projektu (osoba odpovědná za realizaci projektu)



2. Předmět řešení projektu

2.1. Hlavní záměr projektu

Hlavní záměr projektu je snížit vysoký počet obětí a těžce zraněných při dopravních nehodách, ke kterým dochází za snížené viditelnosti.

2.2. Popis výchozího stavu a zdůvodnění účelu projektu z hlediska zábrany škod vznikajících provozem vozidla

2.2.1. Základní poznatky

Z pohledu dopravních nehod a jejich následků rozlišujeme zhoršenou viditelnost na:

- a. ve dne zhoršená (svítání, soumrak),*
- b. ve dne zhoršená vlivem povětrnostních podmínek (déšť, mlha),*
- c. v noci s veřejným osvětlením zhoršená vlivem povětrnostních podmínek,*
- d. v noci bez veřejného osvětlení zhoršená vlivem povětrnostních podmínek*

V období let 1993 – 2013, tj. za posledních 20 let, došlo vlivem zhoršené viditelnosti k celkem 527 562 dopravním nehodám, tj. 15,4% ze všech dopravních nehod. Nejvíce, tj. 55%, se stalo ve dne, kdy byla zhoršená viditelnost vlivem povětrnostních podmínek (déšť, mlha).

V období let 1993 -2013, tedy za stejné období jako v minulém případě, bylo při zhoršené viditelnosti usmrceno celkem 4455 osob, tj. 18,8% ze všech usmrcených. Z toho plyne, že každá 5. osoba byla usmrcena při zhoršené viditelnosti. Nejvíce, tj. 38% bylo usmrceno ve dne, kdy byla zhoršená viditelnost vlivem povětrnostních podmínek (déšť, mlha).

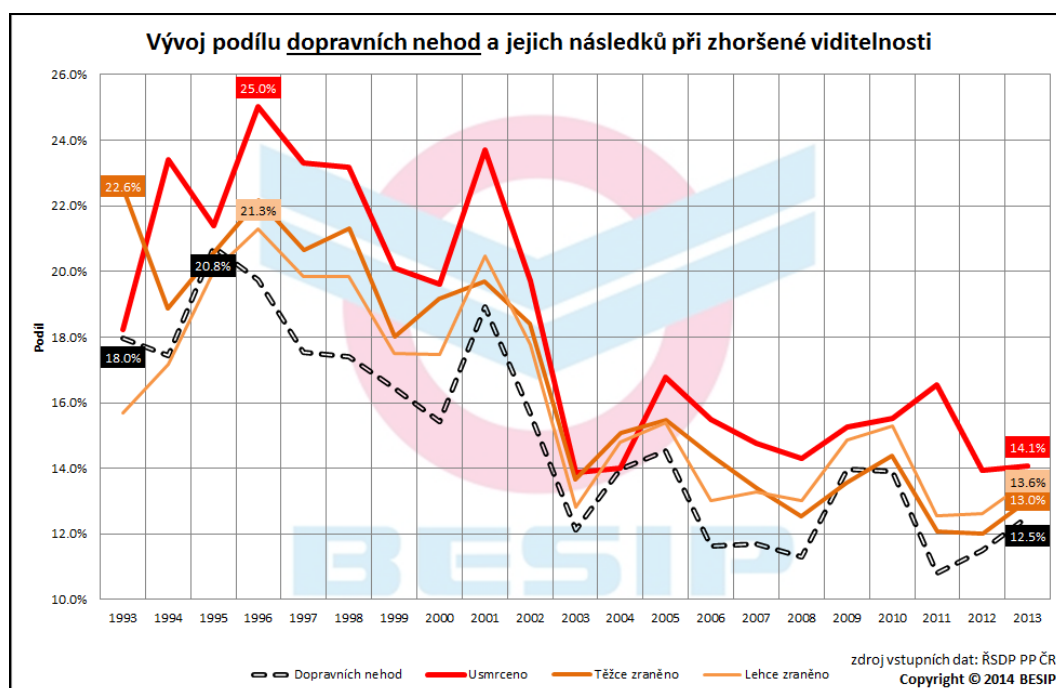
Při porovnání závažnosti dopravních nehod při zhoršené viditelnosti lze konstatovat, že vyjma roku 2004 byla vždy vyšší závažnost při zhoršené viditelnosti. V roce 2011 byla závažnost nehod při zhoršené viditelnosti o 63% vyšší než při nezhoršené, čímž si rok 2011 vysloužil nálepkou „nejhorší výsledek“.

V roce 2013 činila závažnost dopravních nehod při zhoršené viditelnosti 7,8 usmrcených osob na 1000 dopravních nehod. Dlouhodobě je pak nejvyšší závažnost dopravních nehod při zhoršené viditelnosti v noci bez veřejného osvětlení vlivem povětrnostních podmínek. V roce 2013 je takto evidováno 12 usmrcených osob na 1000 dopravních nehod. Nejvíce bylo evidováno 30 obětí v roce 2011.

V roce 2013 došlo k výraznému snížení počtu všech obětí. Zlepšení se projevilo v rámci celé Evropy, nicméně letošní rok je ve všech členských státech EU28 ve vztahu k roku 2013 horší (očekává se nárůst cca o 1%). V České republice další pokles počtu obětí dopravních nehod (dále jen „DN“) za špatné viditelnosti bez zásadní legislativní úpravy a souběžně bez velké informační kampaně, která povede ke změně chování obyvatel, nelze očekávat.

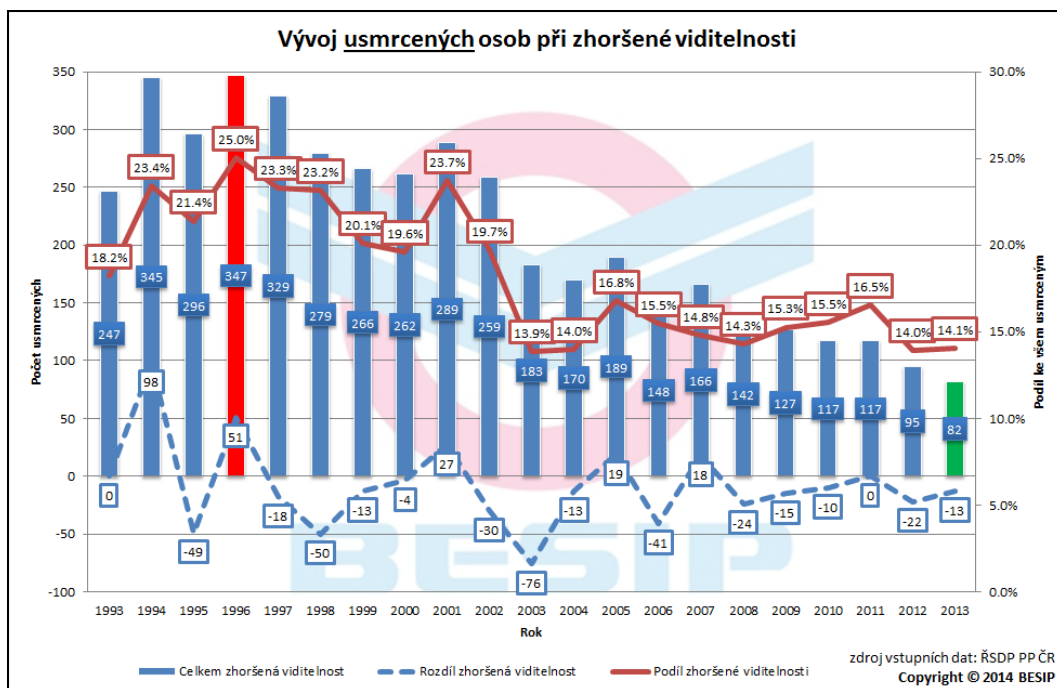
2.2.2. Další statistické údaje

Na grafu č. 1 je názorně vidět vývoj podílu DN a jejich následků při zhoršené viditelnosti.



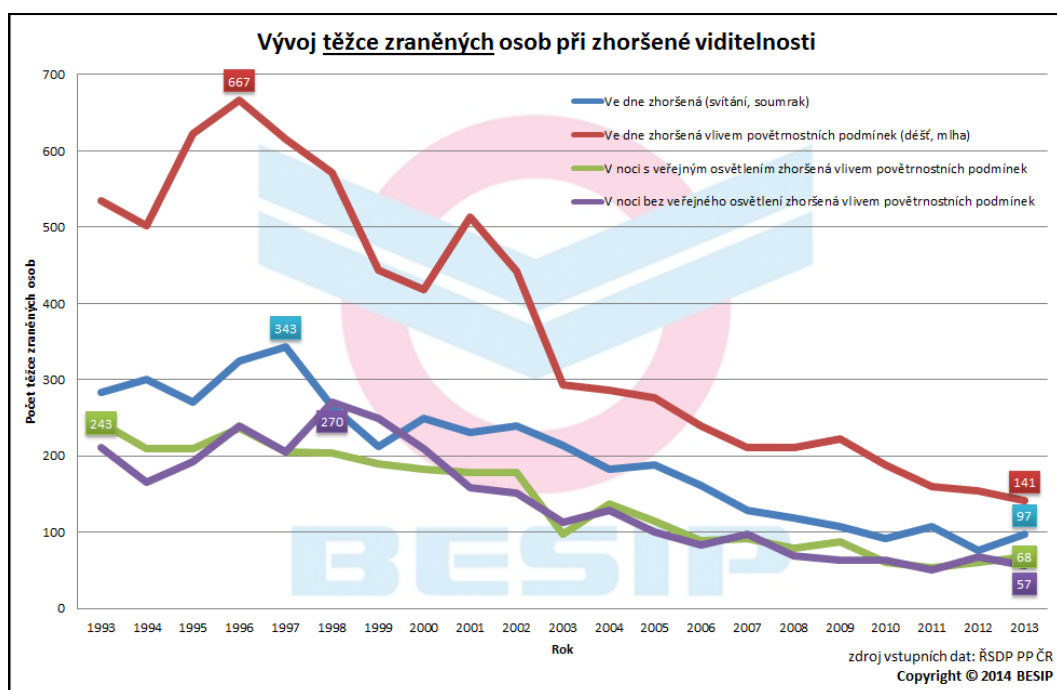
Graf č. 1, Vývoj podílu DN a jejich následků při zhoršené viditelnosti

Graf č. 2, který představuje vývoj usmrcených osob při zhoršené viditelnosti, vykazuje v posledních letech klesající trend v absolutním počtu usmrcených, avšak při relativním srovnání vůči všem usmrceným při DN tento stav **stagnuje**.



Graf č. 2, Vývoj usmrcených osob při zhoršené viditelnosti

Usmrcené osoby však nejsou jediným přímým ukazatelem pro potřebu realizace projektů na zlepšení podmínek viditelnosti. Dalším záměrem projektu je také snížit vysoký počet těžce zraněných osob v souvislosti s viditelností. V období let 1993 – 2013 bylo při zhoršené viditelnosti těžce zraněno celkem 17838 osob, tj. 17,5% ze všech těžce zraněných. Téměř každá 6. osoba byla při DN za zhoršené viditelnosti těžce zraněna. Graf č. 3 popisuje průběh vývoje DN za snížené viditelnosti právě ve vztahu k těžce zraněným.



Graf č. 3, Vývoj těžce zraněných osob při zhoršené viditelnosti

2.2.3. Chodci

Protože se tento projekt soustředí především na odstranění rizik vedoucích ke srážce vozidel s chodci, předkládáme přehlednou statistiku srážek s chodci při jednotlivých stavech viditelnosti v tabulce č. 1.

Počet nehod s účastí chodce

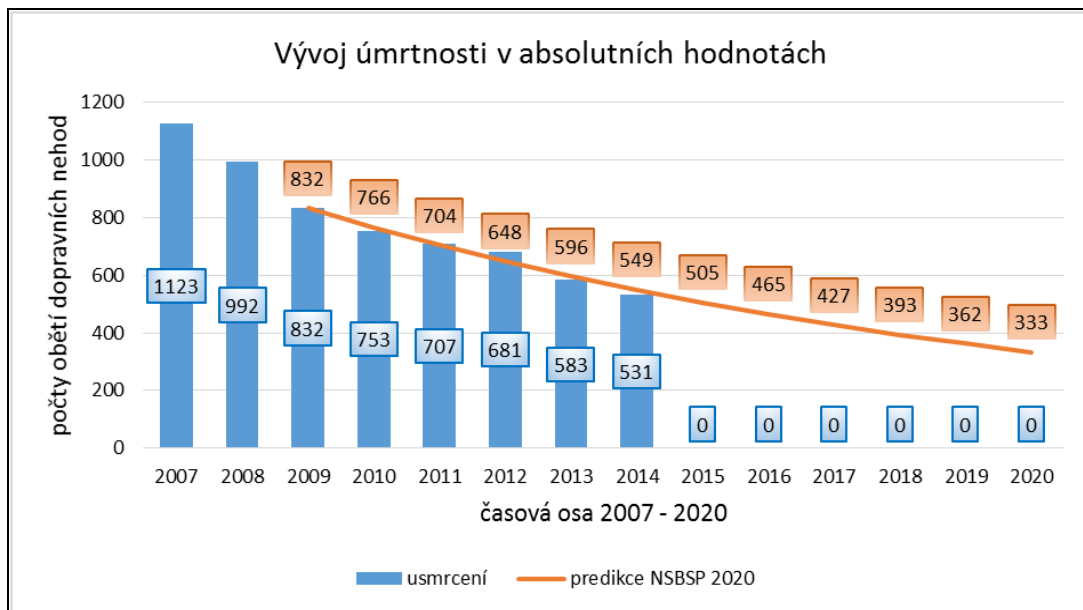
Stav viditelnosti	2010	2011	2012	2013	2014*
ve dne, viditelnost nezhoršená vlivem povětr. podm.	2297	2296	2392	2279	1407
ve dne, zhoršená viditelnost (svítání, soumrak)	108	136	119	115	42
ve dne, zhoršená viditelnost vlivem povětr. podm.	226	132	171	180	79
v noci, s veř. osvětlením, nezhoršená povětr. podm.	579	654	699	643	302
v noci, s veř. osvětlením, zhoršená povětr. podm.	175	122	160	167	47
v noci, bez veř. osvětlení, nezhoršená povětr. podm.	217	226	210	204	97
v noci, bez veř. osvětlení, zhoršená povětr. podm.	68	29	43	36	16
Součet	3670	3595	3794	3624	1990
nehody s chodcem v noci - relativně k celkovému součtu	28,3%	28,7%	29,3%	29,0%	23,2%
nehody za snížené viditelnosti (den i noc) - relativně k celkovému součtu	37,4%	36,1%	37,0%	37,1%	29,3%
nehody za tmy (bez osvět.) - relativně k celkovému součtu	7,8%	7,1%	6,7%	6,6%	5,7%

*) data za 1. - 7. měsíc roku 2014

Tabulka č. 1, Nehody s chodci

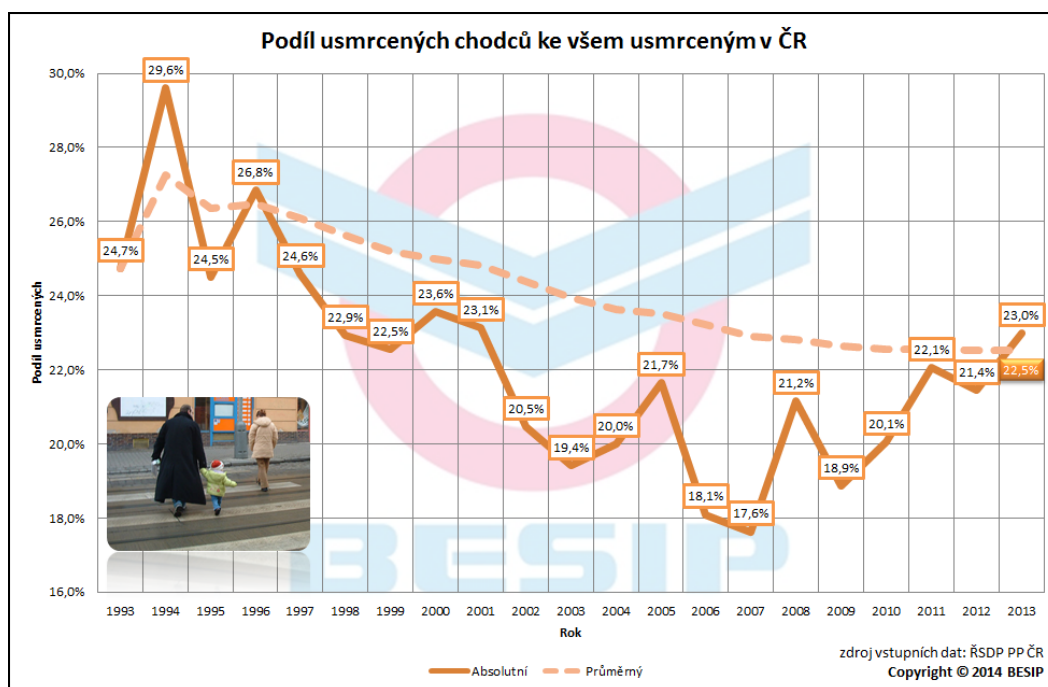
Chodci jsou jedinou skupinou účastníků silničního provozu, v níž v noci zemře více obětí než za dne.

V celkovém pohledu na vývoj úmrtnosti všech účastníků silničního provozu při DN od roku 2007 do roku 2014 (od ledna do konce října 2014) viz graf č. 5, lze zaznamenat pozitivní trend snižování celkového počtu všech obětí DN.



Graf č. 5, Vývoj úmrtnosti v absolutních hodnotách od roku 2007 s predikcí do roku 2020

Avšak graf č. 6 ukazuje, že relativní srovnání usmrcených chodců vůči celkovému počtu obětí DN roste a trend snižování této statistiky, jak již bylo zmíněno, stagnuje.



Graf č. 6, Podíl usmrcených chodců ke všem usmrceným v ČR

Realizací projektu – bezpečnostněinformační kampaní, lze dosáhnout snížení rizika vzniku dopravní nehody vozidel s nejzranitelnějšími účastníky silničního provozu..

2.3. Cíle řešení projektu (*stručné vyjádření cílů projektu – čeho bude projektem dosaženo, způsob nebo postup dosažení cílů, kvantifikace měřitelných cílů a způsob jejich sledování, nebudou-li sledované ukazatele stanoveny poskytovatelem prostředků z fondu v rámci vyhlášeného programu*)

2.3.1. Globální cíl

Snížit počet obětí a těžce zraněných při dopravních nehodách vozidel s chodci za zhoršených viditelnostních podmínek alespoň o 50% oproti současnému stavu do roku 2020 tak, jak k tomu došlo ve státech EU (příkladem by mohlo být Estonsko, Slovensko apod.), kde došlo k zavedení povinného nošení reflexních doplňků oblečení za určitých podmínek a zároveň k dramatickému poklesu nehod v souvislosti s viditelností v horizontu 5-10 let. Věříme, že cíl by mohl být i ambicióznější vzhledem ke skutečnosti, že Ministerstvo dopravy zapracovalo do novely zákona č. 361/2000 Sb. i povinnost nosit za určitých podmínek reflexní doplňky.

2.3.2. Text odstavce zmíněné novely zní:

„Pohybuje-li se chodec za snížené viditelnosti po krajnici nebo po okraji vozovky v místě, kde není veřejné osvětlení, nebo kde je veřejné osvětlení vypnuté, je povinen mít na sobě reflexní prvky umístěné tak, aby byly viditelné pro ostatní účastníky provozu na pozemních komunikacích“. Podle prvních informací by účinnost této novely mohla být ke konci roku 2015.

Věříme, že samotný prostředek zákona neznamena ještě automatické snížení obětí, ale je potřeba tuto povinnost šířit mezi širokou veřejnost. Pokud by neproběhla souběžně s touto legislativní změnou žádná kampaň vysvětlující změny v zákoně, dopadla by tato skutečnost stejně jako dodnes nejasné pravidlo ZIPu. Na druhou stranu, pokud by nedošlo k přijetí novely zákona v navrhované podobě, bude podobná kampaň žádoucí mnohonásobně více.

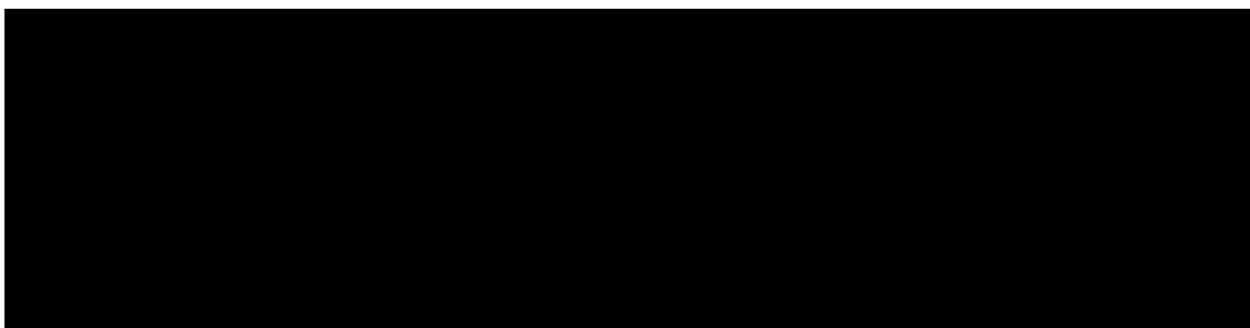
2.3.3. Dílčí cíle projektu k naplnění globálního cíle

2.3.3.1. *Bezpečnostní prvky*

V kampani počítáme také s nákupem a distribucí reflexních doplňků, které na trhu existují v různých variacích. S přihlédnutím na popularnost některých reflexních

doplňků rozdávaných během aktivit BESIP MD máme záměr pořídit pro účel kampaně:

- i. Odhadem 500.000 ks reflexních pásků (samonavijecí páska kolem zápěstí nebo kotníku) / cena za 1ks zhruba 10,70 Kč bez DPH, včetně potisku.*
- ii. Odhadem 100.000 ks reflexních tašek pro seniory (pevná látková taška s reflexní plochou) / cena za 1ks zhruba 31 Kč bez DPH, včetně reflexního potisku.*
- iii. Odhadem 20.000 ks reflexních batohů pro děti / cena za 1ks zhruba 27 Kč bez DPH, bez potisku/ 30 Kč bez DPH, s potiskem (pytlík na bačkory nebo oblečení vhodný i pro děti docházejících do mateřských*



* všechny ceny jsou stanoveny podle hrubých odhadů po průzkumu trhu

Vzhledem k tomu, že se jedná o vysoký počet výrobků, je možné, že se změní počty v závislosti na ceně, která vzejde z veřejné soutěže. Také v rámci soutěže může nabídnout zúčastněný subjekt jiné řešení v podobě více kusů obdobného doplňku, který má v sortimentu a nabídne alternativu.

2.3.3.2. Distribuce

předání koncovým uživatelům – částečně proběhne v rámci populárně naučných aktivit krajských koordinátorů Besip a BESIP Teamu. Projekt se spoléhá na domluvenou spolupráci s dopravní policií, která obdrží z tohoto množství poměrnou část blízkou polovině objednaných doplňků. Policie je bude rozdávat v rámci svých dopravně bezpečnostních aktivit.

2.3.3.3. Velikost cílové skupiny

Naším cílem je postihnout všechny obyvatele ČR, kteří jsou již schopni konzumovat obsah sdělení kampaně „Vidíme se?“ a působit na osoby – učitele a

rodiče, kteří mají výchovný vliv na děti. Samozřejmě víme, že je to velmi ambiciózní, ale vzhledem k nové zákonné povinnosti v připravované novele zákona č. 361/2000 Sb. nosit reflexní doplňky za určitých podmínek, je nutné také poznamenat, že menší skupina než celá republika je nepřijatelná.

2.3.3.3.1. *Naplnění dílčího cíle velikost cílové skupiny*

- a. *V roce 2013 se krajští koordinátoři BESIP (dále pouze „KK BESIP“) zúčastnili 1421 akcí (rok 2012 celkem 1328 akcí). V roce 2014 očekáváme podobné číslo. Na těchto akcích se počet účastníků nebo návštěvníků pohybuje v rozmezí od 15 až po 5000 lidí. Na jedné akci osloví KK BESIP podle závěrečných zpráv o činnostech koordinačního týmu BESIP při CSPSD p. o. v průměru cca 120 lidí. Při této skutečnosti a při počtu akcí za rok, můžeme kalkulovat se 170 520 lidmi, kteří jsou každý rok v kontaktu s KK BESIP při veřejných akcích.*
- b. *Dalším prostředkem, který bude využit pro šíření kampaně, distribuci materiálů kampaně a reflexních doplňků, je BESIP Team. BESIP Team je mobilní jednotka ve složení 8 pracovníků, která během roku 2013 uskutečnila 40 akcí ve 32 městech se zásahem 250 000 lidí.*
- c. *Další důležitý článek distribuce a osvětové činnosti je spolupráce s dopravní policií. Jsme s ředitelem ŘSDP PP ČR domluveni, že v rámci svých pracovních povinností budou distribuovat myšlenku kampaně, šířit osvětu směrem k nejzranitelnějším účastníkům provozu a to za pomoci cca 3500 pracovníků. V rámci této činnosti budou také distribuovat předané reflexní doplňky široké veřejnosti. Odhadovat zásah není vhodné, jelikož sama dopravní policie nevede statistiku počtu kontrol provedených v rámci výkonu.*
- d. *Mediální podpora kampaně. V rámci toho, že není ve fyzických možnostech pracovníků BESIP, ani policie obsáhnout přímou komunikací všechny občany ČR, je v rámci projektu počítáno s intenzivní mediální komunikací*

na toto téma. Konkrétněji v bodu Popularizace kampaně. Zásah se počítá vyšší než 5 000 000.

Vzhledem k výše uvedeným počtům může BESIP s pomocí KK BESIP a BESIP Teamu přímo zasáhnout 420 520 obyvatel ČR v jednom kalendářním roce. Vzhledem k tomu, že projekt je plánován jako dvouletý (včetně přípravy), lze uvažovat, že při spuštění kampaně podle časového harmonogramu může dojít k zásahu až 458 749 obyvatel. V případě policie lze uvažovat číslo zhruba 2x větší, tedy cca 900 000. Celková velikost fyzicky oslovených obyvatel se odhadem bude blížit k hranici 1 400 000.

2.3.3.4. Populárně naučné aktivity

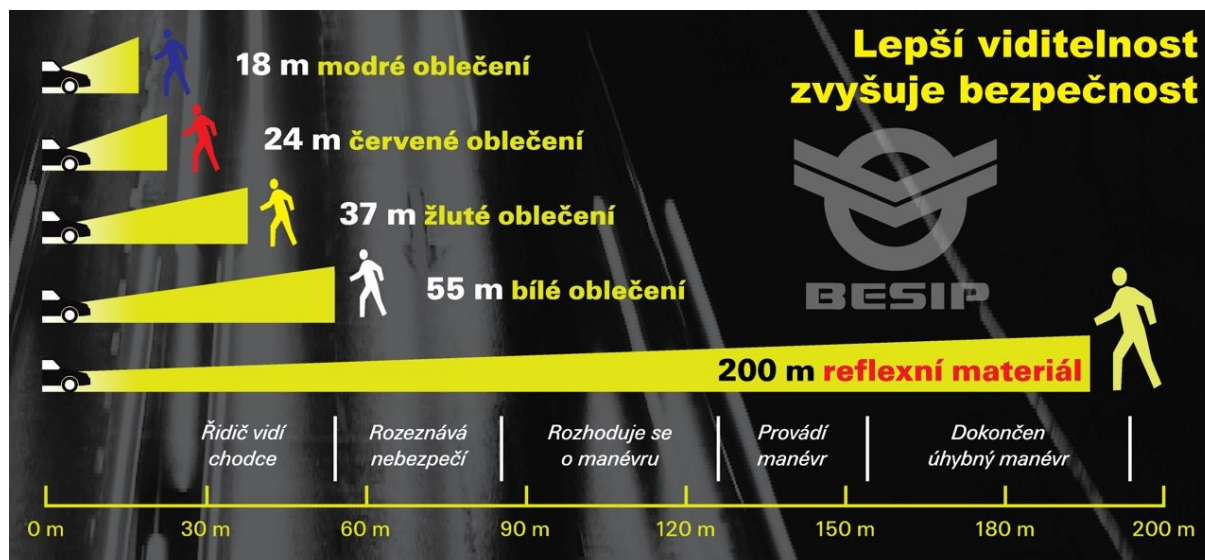
V rámci všech terénních akcí KK BESIP proběhne osvětová činnost s komunikací ohledně potřeby se dobrovolně, ale později už povinně označovat chodce reflexními doplňky. K tomuto účelu bude mít k dispozici pracovník infografiku (leták) s riziky nenošení reflexních doplňků při specifických okolnostech. Dále bude mít k dispozici obrazový materiál, který bude v rámci činnosti představovat na výpočetní technice (chytrá zařízení). Dále vznikne e-book s tematikou viditelnosti, který bude sloužit jako podklad pro odbornou veřejnost, ale i pro laickou. Využití QR kódů.

2.3.3.5. Popularizace kampaně

- a. Tiskové zprávy a tisková konference o zahájení, průběhu a ukončení projektu.
- b. Intenzivní televizní kampaň v podobě cca 4 různých spotů s tematikou viditelnosti. V rámci kampaně nebude nabídnuta exkluzivní smlouva na vysílání pouze jedné z televizních stanic, ale vzhledem k tomu, že nelze předem odhadnout cenu za odvysílání, [REDACTED]
- c. Rádiová kampaň ve formě krátkých sdělení (např. jako sponzor dopravního zpravodajství)
- d. Sociální síť (facebook apod.) – doprovodná kampaň s šokujícím virálním spotem, který bude zajišťovat masové šíření tématu. Profesionální produkce.
- e. Printová „inzerce“ ve formě PR článků
- f. Guerillový marketing (legální, nekonfliktní)
- g. Webová mikro stránka projektu prolinkovaná na iBESIP.cz a Policii

2.4. Hlavní důvod pro používání reflexních doplňků

Z obrázku č. 1 je zcela zřejmé, že nošení tmavého oblečení chodci za zhoršených viditelnostních podmínek a navíc bez doplňků zvyšujících viditelnost chodce je pro bezpečnost silničního provozu zcela nevyhovující.



Obrázek č. 1, Porovnání barev oblečení a dopad na viditelnost chodců v noci

2.5. Výsledky projektu (jak cíle projektu přispějí k naplnění hlavních cílů/rámce programu, stručné shrnutí výsledků/výstupů projektu včetně jejich využití v budoucnosti po ukončení realizace projektu)

Dosažení globálního cíle projektu definovaného v bodě 2.3 chceme dosáhnout propracovanou preventivní kampaní při současném působení na účastníky (chodce) společně s podpořením myšlenky na bezpečnost chodců v souvislosti s viditelností tím, že v rámci kampaně budou při terénních akcích v souvislosti s touto kampaní distribuovány promo prostředky (reflexní doplňky podle věkové skupiny).

Přínos realizace

- 1) Edukace v oblasti potřeby se „zviditelnit“ za snížené viditelnosti
- 2) Projekt míří na všechny věkové skupiny chodců

- 3) *Dobře mířeným sdělením dovede cílovou skupinu k dobrovolnému přijetí myšlenky o potřebě chránit svůj život a zdraví za snížené viditelnosti reflexními prvky.*
- 4) *Snížení počtu obětí dopravních nehod a těžkých zranění.*

2.6. Metodický postup řešení projektu, použité metody/postupy (popis sledu činností)

2.6.1. Přípravná fáze – analýza a příprava podkladů pro vytvoření zadání VZ

- a. *Grafická identita - logo, slogany, barevná schémata*
- b. *Vizuály kampaně - definice tematických vizuálních prostředků pro podporu kampaně*
- c. *Aplikace, e-book, komiksy, infografika,*
- d. *Výběr vhodného promo materiálu (reflexní pásy, prvky pro děti a seniory atd.)*
- e. *Využití poznatků o viditelnosti a reflexivitě materiálů – stanovení minimálních požadavků na materiál pro zachování viditelnosti za určitých podmínek.*
- f. *Výběr vhodné kombinace pro mediální kampaň (sociální sítě, TV - spoty, virální videa, rádia, Guerillový marketing, inzerce v periodiku, info na úřadech, plakáty, direct mailing, PR články atd.), webové stránky*
- g. *Stanovení postupu pro vyhodnocení projektu a definice kritérií*
- h. *Precizace plánu postupu prací*

2.6.2. Soutěžní fáze – soutěž podle zákona o veřejných zakázkách

- a. *Dodavatel promo prostředků*
- b. *Agentura pro výrobu audiovizuálních děl a distribuci (produkce)*

2.6.3. Realizační fáze

- a. *Běh kampaně*
- b. *Terénní akce*

2.6.4. Vyhodnocení přínosu projektu,

2.7. Dlouhodobý přínos projektu (popište předpokládaný přínos výstupů projektu v horizontu 3, 5ti, případně více let, možnosti dalšího rozvoje projektu)

Z hlediska dlouhodobého přínosu si slibujeme během 5 let snížení mortality chodců ve vztahu k viditelnosti o 50% (viz bod 2.3.). Uvažujeme tak s přihlédnutím k ostatním státům Evropy, kde došlo po legislativních změnách k zavedení povinného nošení reflexních doplňků a tím i ke snížení následků dopravních nehod.

Z hlediska dalšího rozvoje projektu se jeví jako logické pokračovat v podobné kampani i na cyklisty a jejich viditelnost.

3. **Identifikace žadatele projektu**

3.1. Název hlavního žadatele projektu

MINISTERSTVO DOPRAVY ČESKÉ REPUBLIKY

3.2. Právní forma

3.2.1. IČO, DIČ, Zápis v obchodním rejstříku (oddíl a vložka), Obchodní jméno, Organizační složka

*ÚSTŘEDNÍ VLÁDNÍ INSTITUCE – (325 ORGANIZAČNÍ SLOŽKA STÁTU),
IČO: 66003008, DIČ: CZ66003008*

3.2.2. Adresa/Sídlo, Kód obce, www adresa příjemce, ID adresa

*Ministerstvo dopravy České republiky, Nábřeží Ludvíka Svobody 1222/12, 110 15
Praha 1*

3.2.3. Bankovní účet, na který mají být zaslány finanční prostředky, včetně potvrzení, že se jedná o účet žadatele, pokud nebyl zřízen právním předpisem



3.3. Statutární zástupce žadatele (a osoba jednající na základě plné moci žadatele)

3.3.1. Jméno, titul, funkce statutárního zástupce



3.3.2. Jméno, titul, funkce osoby jednající na základě plné moci

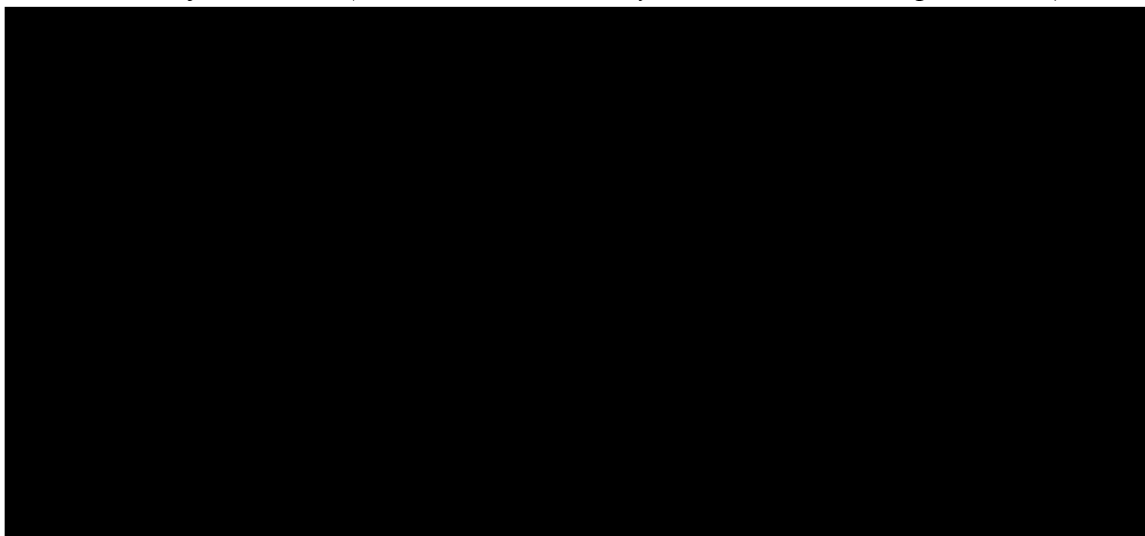


3.3.3. Kontaktní adresa, e-mail, telefon statutárního zástupce a osoby jednající na základě plné moci žadatele

Nábřeží Ludvíka Svobody 12, Praha 1, 110 15,



3.4. Realizační tým žadatele (*členové realizačního týmu včetně dílčích odpovědností*)



V rámci přípravy veřejné zakázky podle zákona č. 137/2006 Sb. se na této soutěži budou podílet další pracovníci Ministerstva dopravy v rámci svých běžných aktivit a není možné předem stanovit konkrétní osoby.

3.5. Dosavadní zkušenosti žadatele/reference, vč. dokladů či kontaktů na osoby pro možnost ověření. Pokud byl projekt dotován v minulém roce, uveďte kterým orgánem a v jaké výši.

Kampaně BESIP MD:

f. Nemyslíš, zaplatíš,

g. Domluvme se,

h. The Action

4. Identifikace dalšího žadatele projektu (*uvést všechny další žadatele, a to ve formátu hlavního žadatele*) + *čestná prohlášení o dodržování Pravidel není*

5. Harmonogram a výstupy/výsledky projektu

5.1. Předpokládaný časový harmonogram realizace projektu

Zahájení projektu: 1. 1. 2015

a. *Přípravná fáze – analýza a příprava podkladů pro vytvoření zadání VZ*

Termín: první pololetí 2015

b. *Soutěžní fáze – soutěž podle zákona o veřejných zakázkách*

Termín: do konce srpna 2015

c. *Realizační fáze*

Termín zahájení realizace (začátek výroby): od podpisu smlouvy s vítězem soutěže, cca říjen 2015

Termín zahájení kampaně: cca listopad 2015

d. *Vyhodnocení*

Termín: průběžně

Ukončení projektu: 31. 12. 2016

Veškeré termíny, kromě zahájení a ukončení jsou orientační a závisí na procesech veřejné zakázky.

5.2. Fáze projektu

I. etapa – *Příprava zadání veřejné zakázky, obecná sumarizace*

a. *Grafická identita - logo, slogany, barevná schémata*

b. *Vizuály kampaně - definice tematických vizuálních prostředků pro podporu kampaně*

- c. *Aplikace, e-book, komiksy, infografika*
- d. *Výběr vhodného promo materiálu (reflexní pásky, prvky pro děti a seniory atd.)*
- e. *Využití poznatků o viditelnosti a reflexivitě materiálů – stanovení minimálních požadavků na materiál pro zachování viditelnosti za určitých podmínek*
- f. *Průzkum, jaký typ promo materiálu promo prvku bude veřejnost nejlépe akceptovat a především používat*
- g. *Výběr vhodné kombinace pro mediální kampaň (sociální sítě, TV -spoty, virální videa, rádia, Guerillový marketing, Inzerce v periodiku, Info na úřadech, plakáty, direct mailing, PR články atd.)*
- h. *Výběr obsahu a formy sdělení mediální kampaní*
- i. *web*

II. etapa – soutěžní fáze

- a. *soutěž o dodavatele promo protředků*
- b. *podle obsahu soutěž / poptávka - Agentura pro výrobu audiovizuálních děl a distribuci (produkce)*

Soutěž se může provést na jednoho generálního dodavatele, nebo se provedou dílčí soutěže podle jednotlivých oblastí. V rámci projektu se počítá i s výjimkami, na které se zákon č. 137/2006 Sb. nevztahuje, viz §18 odst. 2 písm. d) apod.

III. etapa – realizace

- a. *Příprava kampaně (včetně produkce mediálního materiálu)*
- b. *Spuštění a běh kampaně*
- c. *Terénní akce (pořádání terénních akcí v rámci vlastních sil a pracovních povinností a ve spolupráci s dopravní policií, opět v rámci služebních povinností)*

IV. etapa – vyhodnocení – průběžná etapa

- a. *Vyhodnocení přínosu projektu,*

6. Popis rizik projektu a jejich řízení

6.1. Analýza rizik

Při analýze rizik jsme našli potenciální hrozby v oblastech:

a. Časový harmonogram

- i. *Riziko 1: nesoulad s navrženým časovým harmonogramem vlivem zpoždění v rámci návrhu a přípravy veřejné zakázky (dále jen „VZ“)*

b. Veřejná zakázka

- i. *Riziko 1: Vyloučení některého z účastníků soutěže a následné zrušení tendru pro neúčast.*
- ii. *Riziko 2: Žádný účastník VZ*

c. Neakceptace kampaně

- i. *Riziko: špatně zvolený obsah a forma sdělení kampaně*

d. Výroba

- i. *Riziko 1: nevhodný / neakceptovaný promo prostředek (reflexní doplněk)*
- ii. *Riziko 2: problém s dopravou (v rámci objednávky materiálu pro výrobu nebo import výrobků, které byly vyrobeny mimo území ČR) a výrobou určitého množství promo prostředků*
- iii. *Riziko 3: výherce soutěže nesplní zadání veřejné zakázky, nekvalitní výrobek*

6.2. Plánování minimalizace rizik (popis předcházení rizik, jejich eliminace)

Vzniku rizik se dá účinně předcházet díky kvalitní přípravné fázi, nebo lze rizika minimalizovat. V rámci přípravy projektu uvažujeme interní kontrolní mechanismus, který odstraní případné nedostatky v oblasti následných problémů.

Rizika (viz bod 6.1.):

- a. nedodržení časového harmonogramu: *již v rané fázi příprav projektu budeme uvažovat časové rezervy pro následné fáze projektu tak, aby reflektoval výkyv v harmonogramu prací.*
- b. Veřejná zakázka: *do jisté míry nelze riziko zmíněných stavů úplně odstranit. Jediný způsob, jak těmto stavům zabránit, je vypsání veřejné zakázky tak, aby její náplň byla pro soutěžící zajímavá, splnitelná a s rozumnou finanční kompenzací.*

- c. Neakceptace kampaně: *při stanovení obsahu a formy sdělení kampaně je důležité klást důraz na cílovou skupinu, využívat moderní trendy oslovení*
- d. Výroba:
- i. *Riziko 1 - Promo prostředky - v první fázi projektu se provede průzkum formou oslovení veřejnosti, jaký druh reflexního doplňku by jim nejvíce vyhovoval, a také budeme vycházet ze zkušeností, které máme k dispozici vzhledem k dřívější distribuci reflexních doplňků.*
 - ii. *Riziko 2 – problémy s dopravou lze minimalizovat pouze dostatečnou časovou rezervou. Klimatické a povětrnostní podmínky, které můžou ovlivnit podmínky dopravy, zatím upravit neumíme. Množství výrobků musí být předem, stejně jako kvalita, garantováno ze strany dodavatele.*
 - iii. *Riziko 3 – riziko nesplnění VZ nebo nekvalitním výrobku je možné pouze v příliš vágním zadání veřejné zakázky nebo kvůli amatérskému provedení zhotovitelem, proto samotný návrh na veřejnou zakázku bude precizně připravován v součinnosti s ostatními spolupracovníky organizace, zvláště pak s těmi, kteří se zadáváním a dohledem nad VZ denně setkávají. Do zadání VZ bude zároveň zapracován sankční systém, který bude myslet na důsledky podobného chování ze strany zhotovitele.*

6.3. Monitorování rizik

Rizika lze monitorovat v průběhu jednotlivých fází projektu a v případě zjištění nesrovnalostí, je lze operativně řešit. Stěžejní pro dodržení harmonogramu projektu je plán prací, který vznikne v první fázi přípravy projektu.

7. **Řízení projektu**

7.1. Způsob řešení projektu (popis struktury a procesu řízení)

V rámci projektu jsou určeny zodpovědné osoby počínaje odpovědným vedoucím projektu – hlavní projektový vedoucí. Jemu jsou podřízeni koordinátoři projektu, kteří zodpovídají z principu funkce za daný sektor (viz realizační tým). Realizační tým řeší v souladu se softwarem na projektové řízení (online nástroje, např. Trello apod.) koordinaci a časové souvislosti tak, aby nedošlo k riziku disharmonizace s časovým plánem. Veškeré postupy budou v rámci nastavení zadání VZ.

7.2. Materiální a technické zabezpečení projektu

Materiální a technické zabezpečení realizačního týmu je zajištěno ze zdrojů Ministerstva dopravy (kancl. prostory, kancl. potřeby, zázemí, odborné poradenství, IT technologie.) V rámci zadávací dokumentace na VZ bude zohledněno, zda každý dodavatel je schopen pokrýt nabízené služby a prostředky, zda disponuje potřebnou natáčecí technikou, střížnou, post úpravou apod.

7.3. Přístup k výsledkům projektu a kapacitám (způsob zajištění rovného přístupu k výsledkům, diseminace atd. viz charakter projektu)

Veškerá audiovizuální díla z mediálních výstupů apod. budou k dispozici na webových stránkách www.iBESIP.cz, dále v rámci samostatné webové prezentace projektu a předpokládáme i v internetovém archivu vybraných médií. Mediální výstupy díla budou poskytnuty všem subjektům, které o ně projeví zájem a to bezúplatně k edukativním účelům. S výstupy budou dále pracovat pracovníci BESIP v rámci dalších vzdělávacích akcí.

8. Finanční ukazatele

8.1. Finanční plán hlavního žadatele

V rámci projektu proběhne veřejná zakázka. Zadání VZ bude reflektovat požadavky Zásad rozdělování prostředků fondu zábrany škod.

8.1.1. Osobní náklady (prostředky z fondu)

Osoba	Smluvní základ	Počet hodin celkem	Datum, Od - do	Pojistné	Mzda/odměna	Celková částka
Realizační tým	----	-----	1.1.2015- 31.12.2016	----	-----	V rámci pracovních povinností

8.1.2. Ostatní náklady (prostředky z fondu)

pol. č.	rozpočtová položka	částka (v Kč s DPH)
A	PROMO a DISTRIBUCE	
1	nákup promo prostředků - reflexní pásky	[redacted]
2	nákup promo prostředků - reflexní tašky	
3	nákup promo prostředků - reflexní baťůžky	
4	distribuce promo materiálu, v rámci pracovních povinností	
B	MARKETING A MÉDIA	
	TV kampaň a další video	
5	Intenzivní TV kampaň	
6	Reportážní video (promo akce) (1-2)	[redacted]
7	Videa s virálním potenciálem, pro šíření na internetu (2)	
8	Radiová kampaň (krátké jingly, sdělení)	
	Online komerce / online publikace	
9	webová mikro stránka (prezentace) projektu	
10	bannerové a PPC (pay per click) systémy na velkých portálech v ČR a Facebooku	[redacted]
11	Sociální sítě, zpracování designu kampaně, (facebook, youtube), Facebooková aplikace na viditelnost	
12	e-book s problematikou viditelnosti (obrazový průvodce, nošení reflexů na správném místě, ukázka dalších řešení apod.), design, obsah	
	Tištěná média	
13	Guerillový marketing	[redacted]
14	Print "inzerce", PR články, bannery	
15	Informační leták / brožurka (design, tisk, vše) / promo materiál	
	Technické prostředky	
16	Vytvoření roll-up systémů, stanů pro KK BESIP, vlajky projektu, stojany, nálepky, drobné promo prostředky	[redacted]
		30 000 000,00 Kč

Všechny částky jsou vyčísleny dle konzultací s odborníky v oboru, jedná se o ceny obvyklé. Ceny výsledné, které vzejdou z veřejné zakázky, lze očekávat nižší.

8.1.3. Subdodávky prostředků z fondu plánované v rámci projektu

Doba realizace prostředků z fondu: od 1.5.2015 do 31.12.2016

Částka	Datum poskytnutí prostředků z fondu
30.000.000 Kč	1.5.2015

8.1.4. Zdroje (*strukturovaně - vlastní zdroje, ostatní zdroje (specifikovat), podíly spolufinancování jednotlivých položek*)

Vlastní zdroje (konkretizovat zdroj)	Rozpočtová položka (Na co)	Částka

Ostatní zdroje (konkretizovat subjekt a zdroj)	Rozpočtová položka (Na co)	Částka

8.1.5. Celkové plánované náklady žadatele za projekt

	Částka
Vlastní zdroje celkem	0
Ostatní zdroje celkem	0
Prostředky z fondu celkem	30.000.000 Kč
Náklady celkem	30.000.000 Kč

8.2. Finanční plán dalšího žadatele (*stejně parametry jako u hlavního žadatele*) -----

8.3. Finance za projekt celkem 30.000.000 Kč

8.4. Výše požadovaných finančních prostředků z fondu celkem 30.000.000 Kč

8.5. Účel požadovaných finančních prostředků z fondu a lhůta, v níž má být účelu dosaženo:

Úhrada nákladů na realizaci a výrobu kampaně a nákupu promo prostředků. Lhůta viz harmonogram projektu.

9. Číslo a datum registrace (spolek) Oddíl a vložka v obchodním rejstříku (obecně prospěšná společnost, nadace, nadační fond, spolek a ústav)

Netýká se organizační složky státu – Ministerstvo dopravy

10. Vlastní podíl žadatele o finanční prostředky fondu na financování projektu (*Pokud se organizace podílí vlastními příjmy, např. z členských příspěvků nebo z příjmů z poskytovaných služeb*)

0

11. Číslo účtu u peněžního ústavu

11.1. Osoby, v nichž má žadatel o projekt podíl, a výše tohoto podílu

11.2. Osoby, které jsou s žadatelem o projekt v obchodním vztahu a mají z jeho podnikání nebo jiné výdělečné činnosti prospěch, který se liší od prospěchu, který by byl získán mezi nezávislými osobami v běžných obchodních vztazích za stejných nebo obdobných podmínek

12. Charakteristika žadatele s ohledem na jeho aktivity

12.1. Typ poskytovaných veřejně prospěšných služeb a činností

- *Národní koordinátor bezpečnosti silničního provozu a gestor za plnění Národní strategie BESIP 2020*
- *Preventivní působení pomocí lokálních i celorepublikových akcí*
- *Poskytovatel informací pro odborníky i laickou veřejnost z oblasti bezpečnosti silničního provozu*
- *Terénní preventivní aktivity pro širokou veřejnost*

12.2. Oblast, ve které jsou služby poskytovány ve vztahu k zábraně škod vznikajících provozem vozidel (*nutno vybrat z uvedených možností*):

12.2.1. Záchrané práce při dopravních nehodách _____ *ne* _____

12.2.2. Předcházení vzniku dopravních nehod _____ *ano* _____

12.2.3. Poskytování nezbytné pomoci motoristům _____ *ne* _____

12.2.4. Jiné _____ ----- _____

12.3. Působnost použitých finančních prostředků z fondu:

12.3.1. Celorepublikové _____ *ano* _____

12.3.2. Vyšší územně správní celek (územní vymezení) _____ ----- _____

12.3.3. Obec (územní vymezení) _____ ----- _____

12.3.4. Ostatní _____ ----- _____

12.4. Další projekty realizované žadatelem v minulém kalendářním roce

12.4.1. Průběžné vyhodnocování plnění Národní strategie bezpečnosti silničního provozu

12.4.2. Kompletace a vyhodnocení údajů týkajících se dopravní nehodovosti v ČR, s důrazem na jednotlivé regiony a EU

12.4.3. Zpracování koncepce nového pojetí systému řízení v oblasti bezpečnosti silničního provozu v ČR

12.4.4. Semináře pro učitele základních škol – k povinné výuce dopravní výchovy na ZŠ od 1. 9. 2013 ve spolupráci s Ministerstvem školství, mládeže a tělovýchovy, NIDV

12.4.5. Zajištění nových výukových materiálů (dopravní výchova) pro MŠ a 1. a 2. stupeň ZŠ

12.4.6. Multimediální pořad pro studenty středních škol The Action (3 představení v Praze)

12.4.7. Celostátní dopravní soutěž mladých cyklistů a účast na evropském kole (Černá Hora)

12.4.8. Spoluúčast na dopravně bezpečnostní akci „Zebra se za Tebe nerozhledne“ (s Policií ČR)

12.4.9. Zajištění akreditace MŠMT pro výuku dopravní výchovy na ZŠ pro Centrum služeb pro silniční dopravu (CSPSD)

- 12.4.10. Pravidelná komunikace na webovém portálu www.ibesip.cz, sociálních sítích facebook a youtube a rozesílání pravidelného elektronického newsletteru.
- 12.4.11. Infoservis pro řidiče k cestám do zahraničí na www.ibesip.cz s názvem Autem do zahraničí včetně sekce pro zimní cesty do tradičních zemí, kam Češi jezdí za odpočinkem autem.
- 12.4.12. Dopravně bezpečnostní kampaně a outdoorové aktivity v regionech zaměřené na zranitelné účastníky silničního provozu, účast BESIP na vybraných motoakcích, akce Jezdíme na krev (dárcovství krve v duchu motorkáři motorářům).
- 12.4.13. Zpracování aktualizovaného znění zákona č. 361/2000 Sb., o provozu na pozemních komunikacích a o změně některých zákonů, doplněný komentáři, vybranými judikáty a obrazovým materiálem včetně zkrácené verze v AJ pro zahraniční řidiče
- 12.4.14. Preventivní akce pro odhalení skrytých očních vad u řidičů – ve spolupráci s **dopravní policií a Mezinárodním sdružením optiků a optimetristů**
- 12.4.15. Televizní pořad „Besipky“ – 34 dílů (ČT1)
- 12.4.16. Road Safety Week – vyhlašuje OSN v rámci Dekády akcí bezpečnosti silničního provozu
- 12.4.17. Celosvětový Den vzpomínek na oběti dopravních nehod, virální akce k tomuto dni s názvem „Už ani jedna“.
- 12.4.18. Evropský den mobility
- 12.4.19. Regionální aktivity BESIPu zajišťované prostřednictvím 14 krajských koordinátorů (spolupráce s krajskými a obecními úřady, Policií ČR a IZS, zajištění a koordinace výuky dopravní výchovy na dětských dopravních hřištích a propagace komunikačních aktivit BESIP v regionech)
- 12.4.20. Činnost BESIP Teamu v regionech
- 12.4.21. Publikace „ABC postižených a pozůstalých po obětech dopravních nehod“ – připraveno ve spolupráci s Českým sdružením obětí dopravních nehod – reakce na nový občanský zákoník (zákon č. 89/2012 Sb.), který výrazně podrobněji upravuje oblast odpovědnosti za škodu a přináší řadu změn, které posilují právní postavení poškozeného, rozšiřují případy náhrady nemajetkové újmy, rozpracovávají zvláštní případy vzniku škody, zrušují paušální limity pro výpočet náhrad za ublížení na zdraví a usmrcení.

13. Působnost žadatele

- 13.1. Mezinárodní (územní vymezení) _____ *ne (ANO v rámci spolupráce mezi členskými státy EU na poli politiky bezpečnosti silničního provozu; NE aktivitami)*
- 13.2. Celostátní _____ *ano* _____
- 13.3. Krajská (název nebo názvy krajů) _____ ----- _____
- 13.4. Místní (název lokality) _____ ----- _____

14. Počet placených pracovníků

- 14.1. Celkový počet placených pracovníků ¹ _____ 419 + 43 (dpč / dpp) _____

¹ „Počet placených pracovníků“ znamená počet zaměstnanců organizace (bez ohledu na výši úvazku) plus počet pracovníků, pracujících na dohodu o provedení práce či dohodu o pracovní činnosti.

14.2. Přepočtený počet placených pracovníků ² *tuto stat. MD nevede, 406 jsou přepočtené počty* ___

14.3. Počet členů organizace k 1. 7. 2014 ___ 419 + 43 (dpč / dpp) _____

15. Další ukazatele uchazeče

15.1. Počet přepočtených pracovníků zajišťujících realizaci projektu ___ 5 ___

15.2. Počet dobrovolníků podílejících se na realizaci projektu _____ 0 _____

15.3. Podíl územních samosprávných celků na financování projektu (předpoklad)

Název _____ částka _____ %

Název _____ částka _____ %

Název _____ částka _____ %

15.4. Podíl dalších subjektů (podnikatelské organizace, nadace, nadační fondy apod.) na financování projektu (předpoklad)

Název _____ částka _____ %

Název _____ částka _____ %

Název _____ částka _____ %

15.5. Podíl zahraničních zdrojů na financování projektu (předpoklad)

Název _____ částka _____ %

Název _____ částka _____ %

Název _____ částka _____ %

15.6. Údaje o celkových příjmech a výdajích žadatele v předcházejícím kalendářním roce

15.6.1. Příjmy od odběratelů služeb celkem

Netýká se Ministerstva dopravy, organizační složky státu

15.6.2. Příspěvky od orgánů samosprávy

Netýká se Ministerstva dopravy, organizační složky státu

15.6.3. Dary nadací, z podnikatelské sféry apod.³

Netýká se Ministerstva dopravy, organizační složky státu

15.6.4. Příjmy z členských příspěvků

Netýká se Ministerstva dopravy, organizační složky státu

15.6.5. Další příjmy

² „Přepočtený počet placených pracovníků“ znamená „Počet placených pracovníků v organizaci“ převedený na celé úvazky.

³ Uveďte částku a název nadace či jiného subjektu.

Netýká se Ministerstva dopravy, organizační složky státu

15.6.6. Celkové výdaje v kalendářním roce

Netýká se Ministerstva dopravy, organizační složky státu

16. Návrh komunikace žadatele s Komisí a Českou kanceláří pojistitelů v případě poskytnutí příspěvku z fondu

16.1. Navrhovaný způsob předkládání informací a dokladů o použití prostředků z fondu žadatelem Komisí a České kanceláří pojistitelů

Navrhujeme, že požadované přehledy budou dodány vždy za uplynulé kalendářní pololetí, a to v souladu s pravidly podle článku č. 9 Zásad.

16.1.1. Forma a obsah předkládaných informací a dokladů

Navrhujeme formu zprávy o průběhu prací (realizace projektu) s předložením účetních sjetin v elektronické podobě. V případě vyžádání kontrolním orgánem budou předloženy originální účetní doklady (nebo jejich kopie).

16.1.2. Periodicita předkládaných informací a dokladů

Výše zmíněné informace podle článku 16.1 a 16.1.1 budou dodávány opět v souladu s článkem č. 9 Zásad

16.2. Umožnění provedení kontroly použití prostředků fondu ze strany Komise

16.2.1. Kontaktní osoba(y) pro zahájení a provedení kontroly (telefon, e-mail)



16.2.2. Minimální lhůta pro oznámení o zahájení kontroly

30 pracovních dní

16.2.3. Případné další náměty

Ne