

Relatório da
Campanha
“Neste Carnaval,
se beber não
conduza”



27 de fevereiro de 2020

Índice

I. ENQUADRAMENTO	3
II. CAMPANHA	4
1. Parceiros	4
2. Assinatura e mensagem	4
3. Conceito criativo, visual e imagem gráfica	4
4. Vídeo	5
5. Lançamento da Campanha	5
6. Meios.....	5
7. Alcance	9
III. SINISTRALIDADE	10

I. ENQUADRAMENTO

A Campanha de Segurança Rodoviária “*Neste Carnaval, se beber não conduza*” decorreu entre os dias 21 e 26 de fevereiro, e teve como objetivo sensibilizar os condutores para os perigos associados a comportamentos de risco ao volante, numa altura do ano caracterizada por grandes volumes de tráfego devido às tradicionais deslocações.

A campanha pretendeu alertar os condutores para o risco do consumo de bebidas alcoólicas, uso do telemóvel e velocidade excessiva, quer nas viagens para os locais de diversão, quer no regresso a casa.

Esta foi mais uma parceria de combate à sinistralidade rodoviária, em que a ANSR, o IMT, a IP, e a APCAP, bem como algumas câmaras municipais, reafirmaram o seu compromisso de zero mortes na estrada, assumindo o combate à sinistralidade rodoviária como uma prioridade de toda a sociedade.

II. CAMPANHA

1. Parceiros

A campanha contou com a parceria do Instituto da Mobilidade e dos Transportes (IMT), a Infraestruturas de Portugal (IP) e a Associação Portuguesa das Sociedades Concessionárias de Auto-Estradas ou Pontes com Portagens (APCAP), bem como as Câmaras Municipais de Loulé, Mealhada, Ovar, Sines e Torres Vedras, responsáveis por alguns dos principais carnavais do país.



Município de
Mealhada



Sines
MUNICÍPIO



Torres Vedras
Câmara Municipal

2. Assinatura e mensagem

Sob a assinatura “*Neste Carnaval, se beber não conduza*”, pretendeu-se alertar para o risco do consumo de álcool na condução, apelando para uma atitude responsável por parte dos condutores.

3. Conceito criativo, visual e imagem gráfica

O conceito criativo e visual da campanha baseou-se na imagem dos Cabeçudos, figura tradicional do Carnaval português, complementado com o vídeo “Se beberes não conduzas”.



4. Vídeo

De forma a reforçar a mensagem dos efeitos negativos do consumo de álcool na condução, foi divulgado, nas redes sociais, o vídeo alusivo a esse tema: [vídeo Álcool](#)

5. Lançamento da Campanha

A campanha foi lançada dia 21 de fevereiro de 2020, através de comunicado conjunto com os parceiros IMT, IP e APCAP.

6. Meios

Entre os dias 21 e 26 de fevereiro foram divulgadas, pelo IMT, IP e APCAP, através dos painéis de mensagem variável, as seguintes mensagens:



Ao nível da divulgação digital, o IMT partilhou a campanha no seu website e a Infraestruturas de Portugal difundiu no seu website, Facebook e Twitter.



Website do IMT



Facebook da IP

A ANSR divulgou a campanha no seu website e nas redes sociais: Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn e YouTube.

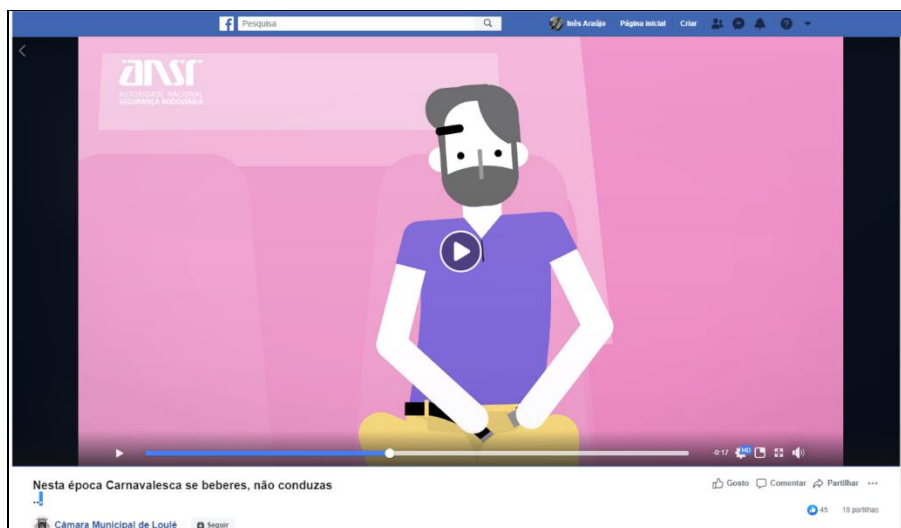


Facebook da ANSR



LinkedIn da ANSR

As Câmaras Municipais responsáveis por alguns dos principais carnavais do país também se associaram à campanha partilhando o vídeo nas redes sociais, como foi o caso das Câmaras Municipais de Loulé, Mealhada, Ovar, Sines e Torres Vedras.



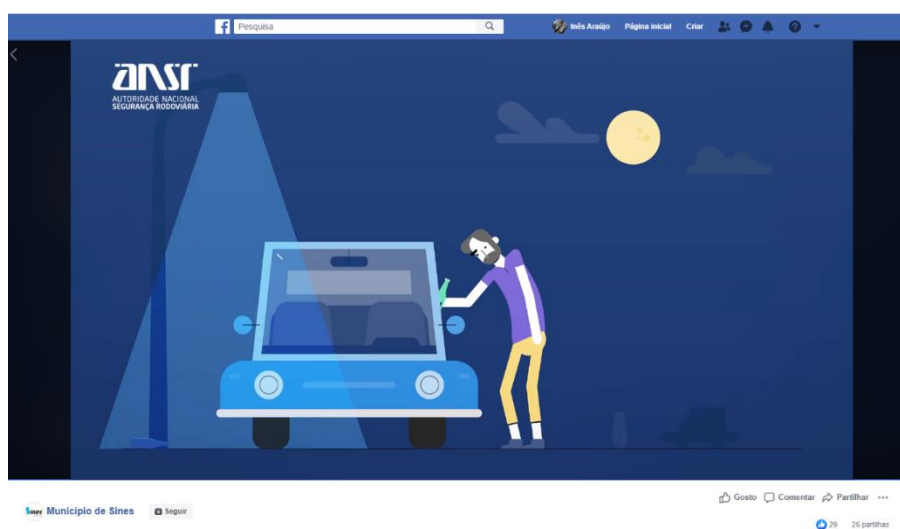
Facebook da Câmara Municipal de Loulé



Facebook da Câmara Municipal da Mealhada



Facebook da Câmara Municipal de Ovar



Facebook da Câmara Municipal da Sines



Facebook da Câmara Municipal de Torres Vedras

7. Alcance

Nas redes sociais, a campanha alcançou 36.300 pessoas, quer através da visualização do vídeo, quer das interações efetuadas com as publicações.

Relativamente às mensagens divulgadas nos painéis de mensagem variável, estima-se que tenham sido visualizadas por mais de 40 milhões de pessoas, durante o período da campanha.

III. SINISTRALIDADE

No período da campanha, de 21 a 26 de fevereiro, registaram-se 1925 acidentes, dos quais resultaram 8 vítimas mortais, 45 feridos graves e 596 feridos ligeiros.

Relativamente a igual período de 2019, verificaram-se menos 4 acidentes, menos 2 vítimas mortais e menos 44 feridos ligeiros, tendo-se, no entanto, registado um aumento de 6 feridos graves.