

Anotace prezentace

Nejedeš načerno?

Veřejná doprava v řadě měst se potýká s problémem černých pasažérů. Tento jev má kromě primárního ekonomického dopadu (nižší výběr tržeb z jízdného) také hlubší společenský rozměr. Historicky je v tuzemské veřejnosti zakódovaná snaha obcházet systém, pokud nenarazí na represii. Praha a její organizace se toto snaží změnit.

Není v silách dopravců zavádět další kontrolní a donucovací mechanismy, aniž by byla ohrožena plynulost, rychlost a investiční stabilita dopravního systému. V Praze byl proto zvolen jiný přístup: inovativní kampaň, která cílí přímo na vnímání cestujícího. Snaží se širokou veřejnost přesvědčit, že normální je za službu platit, a černé pasažéry se snaží polepšit. Ukazuje, že cestování plné nervozity a obav je nesmyslné, když veškerou pražskou dopravu lze využívat už za deset korun za den. Kampaň nese název **Nejedeš načerno?** a běží od podzimu 2017.

Jedná se o jednu z nejkompexnějších propagačně-informačních aktivit Dopravního podniku hl. m. Prahy a organizace ROPID, pod záštitou Magistrátu hl. m. Prahy a s využitím kreativního talentu externí agentury. Cestující ji potkává doslova na každém kroku: ve veřejném prostoru, na bocích tramvaje, v online prostoru i při specializovaných mediálních akcích. Symbolem akce je dvojice komiksových tramvají *Vymlouvaček*, které lidi seznamují s nejtrapnějšími výmluvami černých pasažérů. Ty si díky tomu našly cestu i do série komiksů nebo na YouTube, kde nasbíraly už více než milion zhlédnutí.

Po více než roce přináší kampaň *Nejedeš načerno?* konkrétní výsledky: počet černých pasažérů v pražské MHD klesl v roce 2018 o 14,4 %. Tisíce přistižených provinilců využily nabídky *pokuty za půlku*, díky které se z neplatičů stali noví držitelé ročních předplatních kuponů. Kampaň poprvé ve velkém přitáhla pozornost veřejnosti k problematice černých pasažérů a pomohla na svět novým nápadům díky zapojení pražských škol.

V prezentaci přiblížíme konkrétní části kampaně, její výstupy i perspektivu pro další fáze. Představíme komunikační styl, vizuál i reakce veřejnosti. A nakonec ukážeme, jak se za 18 měsíců změnila odpověď pražských cestujících na otázku: Nejedeš načerno?

