

# ZAWSZE PO DRODZE. WOLNOŚĆ PRZEMIESZCZANIA SIĘ

## OPIS PROJEKTU

Projekt wyrósł z troski o komfort mieszkańców i przyszłość naszej planety. Swoboda przemieszczania się w obrębie miasta zależy od równego, taniego i wygodnego dostępu do wszystkich form transportu publicznego. Akcja Wyborczej miała na celu zdiagnozowanie sytuacji w poszczególnych miastach i zarysowanie planu zmian.

Redakcje chciały również zaangażować w aktywną debatę mieszkańców, samorządowców, biznes i ekspertów, aby wspólnie wypracować jak najlepszą strategię usprawnienia obszaru transportu publicznego w polskich miastach.



WOLNOŚĆ PRZEMIESZCZANIA SIĘ



**CZAS TRWANIA AKCJI**  
25.02 – 27.06 2022 r.



**GRUPA CELOWA**  
mieszkańcy miast (piesi, kierowcy, pasażerowie zbiorokomu) i samorządowcy



**PARTNERZY**  
Medcom, Metro Warszawskie, Miejskie Zakłady Autobusowe w Warszawie, Szybka Kolej Miejska w Warszawie, Tramwaje Warszawskie, Zarząd Transportu Miejskiego w Warszawie



**MEDIA**  
Wyborcza.pl/Warszawa, Wybrcza.biz, Gazoeta Wyborcza (wydania stołeczne i dodatek Ekonomia+).

# ZAWSZE PO DRODZE. WOLNOŚĆ PRZEMIESZCZANIA SIĘ

## REALIZACJA REDAKCYJNA

Projekt miał zasięg ogólnopolski, tutaj omawiamy jego warszawską odsłonę. Co przygotowały redakcje?

- 11 publikacji w prasie i internecie
- badanie
- debatę online
- podcast

Powstała strona akcji - [Wyborcza.pl/zawszepodrodze](https://wyborcza.pl/zawszepodrodze)

W niektórych publikacjach rozmówcami byli eksperci firm Partnerów.



**OBEJRZYJ DEBATĘ**



# ZAWSZE PO DRODZE. WOLNOŚĆ PRZEMIESZCZANIA SIĘ

## REALIZACJA REDAKCYJNA

Główne tematy publikacji:

- Jakie działania skutecznie zachęcają mieszkańców do korzystania z komunikacji publicznej?
- Jaka jest przyszłość transportu publicznego? Innowacje technologiczne oraz dobre praktyki z miast Polski i Europy
- Jakie inwestycje związane z transportem zbiorowym planuje miasto Warszawa?
- Co sami warszawiacy i warszawianki sądzą o transporcie publicznym, jak często z niego korzystają i dlaczego (nie)?



Jak dzięki węglukowi krzemu taniej i bardziej ekologicznie dojeżdżamy do pracy

**POSŁUCHAJ**



# ZAWSZE PO DRODZE. WOLNOŚĆ PRZEMIESZCZANIA SIĘ



## PROMOCJA PROJEKTU

Promocja „Zawsze po drodze” przebiegała na stronach Gazety Wyborczej, w tym w dodatkach lokalnych, na SG Wyborcza.pl, Wyborcza.biz, na stronie Wyborcza.pl/Warszawa oraz na FB Wyborcza.pl Warszawa.

### Tylko u nas



### NAJCZĘŚCIEJ CZYTANE

**WARSZAWA**  
Ogromna kolejka po buty przed sklepem w Śródmieściu. Ich cena zwala z nóg

**WARSZAWA**  
Jaka przyszłość komunikacji miejskiej w Warszawie? Zapraszamy

### WYBORCZA.BIZ



**Trolejbus bez drutów, a tramwaj bez trakcji. To się w głowie nie mieści, ale zdaje egzamin**



**Netflix musi się zmienić. Zaczął tracić użytkowników, rozważa wprowadzenie reklam**



**Emerytata**  
Emerytalny cyrk rządu. Zwalniają emerytów z podatku, prężą się wycofywać, a na koniec wycofują się z wycofania



**Europejski Kongres Gospodarczy**  
Taksonomia, metaverse, prosumenci i oraz etyka w biznesie. Oto EKG po pandemii



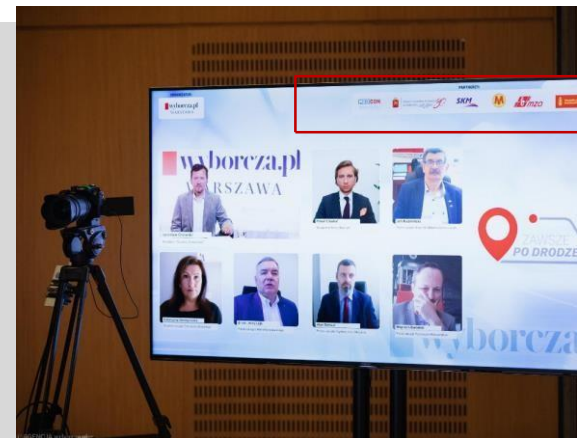
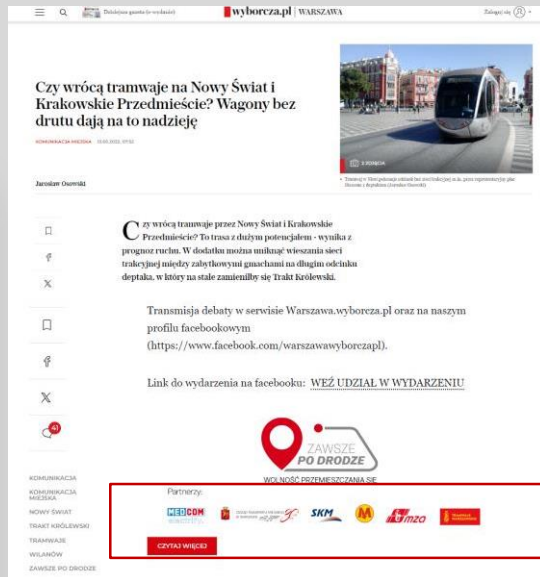
**Finanse i podatki**  
Donald Tusk proponuje obniżkę rat kredytowych. Ale za to zapłaciłby klient banków



# ZAWSZE PO DRODZE. WOLNOŚĆ PRZEMIESZCZANIA SIĘ

## OBECNOŚĆ PARTNERÓW

Partnerzy projektu byli obecni poprzez logotyp ze wskazaniem partnerskim przy publikacjach redakcyjnych, reklamowo oraz poprzez materiały promocyjne. W zapisie debaty online logotypy Partnerów były obecne przez cały czas trwania wideo.



DEBATA

# ZAWSZE PO DRODZE. WOLNOŚĆ PRZEMIESZCZANIA SIĘ

## EFEKT PROJEKTU

Projekt zainteresował szerokie grono odbiorców tematem jakości i przyszłości transportu publicznego w Polsce. Zaktywizował czytelników i użytkowników, którzy podzielili się swoją opinią w **badaniu**.

- 74 tys. – szacunkowy zasięg w prasie\*
- 31 511 – UU na artykułach\*\*
- 800 warszawianek i warszawiaków wzięło udział w badaniu opinii

**Średni czas spędzony  
na artykule\*\***

**2:21 min.**

**Wyświetleń debaty  
na FB**

**5,1 tys.**



# ZAWSZE PO DRODZE. WOLNOŚĆ PRZEMIESZCZANIA SIĘ



## DISCLAIMER

Prezentacja materiałów ma jedynie charakter poglądowy. Niektóre ze starszych prezentowanych materiałów mogą nie odpowiadać aktualnym standardom, ofercie handlowej lub polityce redakcji. Umieszczenie ich tutaj nie jest równoznaczne z deklarowaniem realizacji analogicznych przedsięwzięć w przyszłości.