

CASE - Epidemia da Distração, quanto vale a vida? Aborda os maus hábitos, autoconfiança e distrações que podem provocar acidentes de trânsito!

Período de Realização: dezembro de 2022 a março de 2023

Resumo: Após um longo período de isolamento social, a CCR se preparou para o público mais propenso a viajar e aproveitar as festas de fim de ano e o verão de 2022. Com base na pesquisa realizada em sete rodovias do Grupo CCR, onde foram ouvidos 8.979 motoristas, descobrimos que, motoristas que usam o celular enquanto dirigem (31%), se destaca como um dos principais incômodos no trânsito. O levantamento mostrou ainda que 7% dos entrevistados não utilizavam o cinto de segurança. A pesquisa serviu de subsídio para o lançamento da Campanha Epidemia da Distração - quanto vale a vida. Voltada para todos os públicos, e lançada nas redes sociais da CCR e do apresentador Marcelo Tas a websérie teve mais de 15 milhões de visualizações e três milhões de impressões além de cobertura nacional da imprensa sobre o tema.

Quem somos e o contexto que originou o case

A CCR Rodovias administra 11 concessões de rodovias do Brasil, 3.615 quilômetros, presente em cinco estados, empresa do Grupo CCR, maior companhia de infraestrutura para mobilidade humana da América Latina.

Além de promover bons serviços de engenharia rodoviária, com pavimentos de qualidade, sinalização que seguem normas técnicas nacionais, atendimento aos seus clientes 24 horas por dia, a CCR Rodovias presa como item sumário de seus negócios a preservação da vida.

Em consulta realizada entre agosto e setembro do ano passado, o uso do celular ao volante é o que mais incomoda os motoristas no trânsito (<https://www.aberje.com.br/uso-do-celular-e-o-que-mais-incomoda-motoristas-revela-levantamento-da-ccr-para-a-semana-nacional-de-transito/>)

Motoristas que usam o celular enquanto dirigem (31%), são aqueles que trazem mais incômodo no trânsito, de acordo com levantamento feito pela CCR para a Semana Nacional de Trânsito (SNT). A consulta foi realizada em 11 praças de pedágio localizadas em sete rodovias sob gestão da CCR Rodovias em São Paulo. Ao todo foram ouvidos 8.979 pessoas, entre

motoristas de veículos de passeio (78%) e caminhões (22%). Deste total, 65% reportaram incômodo nos últimos 30 dias com algum tipo de comportamento no trânsito (foi permitido apontar mais de uma causa de incômodo). O levantamento mostra ainda que 93% estavam utilizando cinto de segurança no momento da entrevista (ou seja, 7% não estavam com o cinto, embora seu uso seja obrigatório).

Estratégia adotada para elaboração do case

Com base no levantamento realizado sobre os incômodos no trânsito e os riscos de utilizar o celular enquanto dirige e após um longo período de isolamento social, a CCR precisava se preparar para o público mais propenso a viajar e aproveitar as festas de fim de ano e o verão de 2022.

Com as redes sociais fortalecidas durante a pandemia a estratégia era realizar uma Campanha 100% digital, trazendo temas sobre segurança viária de forma lúdica. Assim nasceu a campanha “Epidemia da Distração: Quanto vale a vida?”, webserie idealizada pela CCR Rodovias, produzida pela Supernormal e apresentada por Marcelo Tas.

Em nove episódios com foco nos hábitos e distrações que podem causar acidentes, a websérie foi transmitida e impulsionada nas redes sociais do Grupo CCR

(https://www.youtube.com/playlist?list=PL_t0w6bxMYwQChuBmGHnwZhP9ukTkVOfR) e do apresentador Marcelo Tas

(<https://www.instagram.com/p/Cl8yIUojwd5/>)

Ações de relacionamento

A campanha tem como alvo motoristas, familiares e público em geral e multiplicadores para trazer luz ao tema da segurança no trânsito e hábitos inseguros com o objetivo de reverter o preocupante quadro de acidentes nas estradas do país. A proposta dos vídeos é, essencialmente, difundir dicas de segurança e direção preventiva, a websérie Epidemia da distração – quanto vale a vida, é um diálogo aberto para descobrirmos como podemos melhorar nosso comportamento no trânsito. Afinal, pequenas distrações podem custar caro.

De forma estratégica e ampliar a mensagem de segurança viária os episódios foram impulsionados nas redes sociais da CCR (youtube e Instagram).

Youtube Grupo CCR:

https://www.youtube.com/playlist?list=PL_t0w6bxMYwQChuBmGHnwZhP9ukTkvoFr.

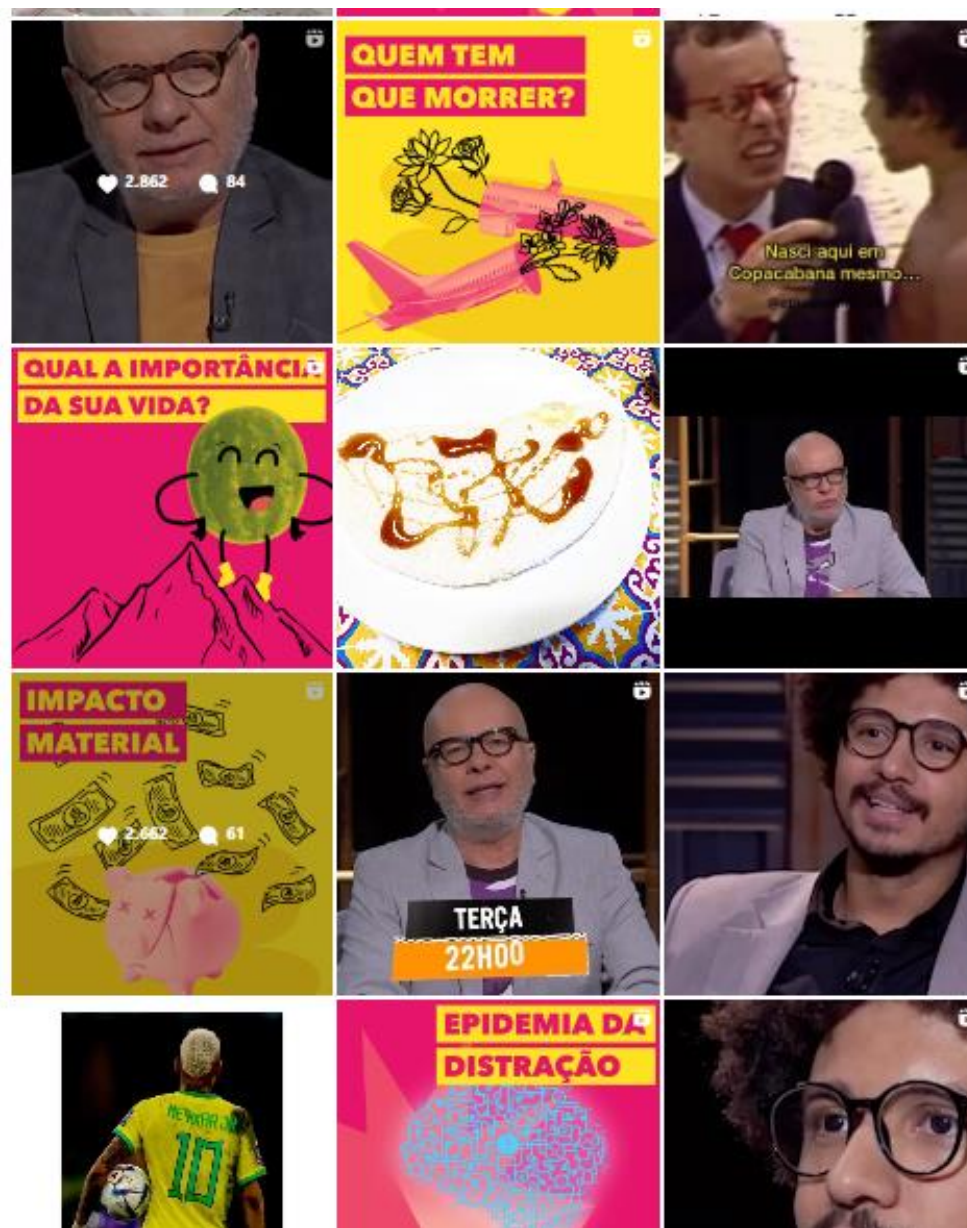


- 1  **Epidemia da Distração: quanto vale uma vida?**
Grupo CCR • 409 mil visualizações • há 7 meses
1:25
- 2  **Epidemia da Distração – Episódio 01 - Impacto Material**
Grupo CCR • 1,2 mi de visualizações • há 7 meses
2:11
- 3  **Epidemia da Distração – Episódio 02 - Qual é a importância da sua vida?**
Grupo CCR • 2,2 mi de visualizações • há 7 meses
1:13
- 4  **Epidemia da distração – Episódio 03 - Quem tem que morrer?**
Grupo CCR • 1,5 mi de visualizações • há 7 meses
1:23
- 5  **Epidemia da distração – Episódio 04 - Qual o impacto na vida da vítima?**
Grupo CCR • 2,1 mi de visualizações • há 7 meses
2:01

Instagram Grupo CCR: <https://www.instagram.com/grupoccrofficial/>



O material também foi compartilhado na rede social do apresentador Marcelo Tas (<https://www.instagram.com/marcelotas/>):



Nos nove episódios, a série aborda temas de forma lúdica como o impacto material, o abuso da sorte ao volante e outros exemplos da rotina da vida humana trazendo a mensagem de forma lúdica sempre com foco na segurança viária. Os temas sempre com grande impacto para causar curiosidade no



No episódio de abertura (teaser),

<https://youtu.be/PyXRPyNPFQA>, Marcelo Tas traz um resumo dos temas que serão abordados nos 9 episódios da série, despertando o público para questionamentos como qual o tamanho e gravidade do impacto de se distrair no trânsito? O que 5 segundos sem olhar para a rodovia enquanto se distrai com o celular pode causar?



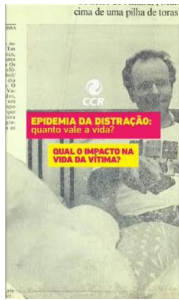
No episódio 1 – Impacto Material, o apresentador mostra como perder 400 mil reais em 5 segundos, utilizando um celular, um carro e uma leve distração?!



No episódio 2, qual a importância da sua vida? Marcelo Tas faz um comparativo entre pular de bungee jump sem cordas e dirigir sem utilizar o cinto de segurança.



No episódio 3, quem tem que morrer, o acontecimento de um acidente trágico faz repensar nossas ações. Mas quanto tempo dura essa consciência para mudarmos de atitude ao dirigir?



No episódio 4, qual impacto na vida da vítima, Marcelo Tas relembra uma atitude impensada realizada durante sua carreira profissional que trouxe reflexo aos dias de hoje e traz números do quanto custa a imprudência.



*O episódio 5, a pergunta: **Seu celular tem licença para matar?** Apresenta os riscos de dirigir e mandar uma mensagem de celular, a chance de um acidente é multiplicada por 8.*



O episódio 6, o que pode mudar em 5 segundos, Tas convida o público a fazer um teste. No trânsito ou na estrada muita coisa pode mudar em pouco tempo. Você já imaginou o que pode mudar em 5 segundos de distração?



O episódio 7, nunca vai acontecer comigo, mostra que o som do celular, de notificação, aguça a curiosidade para vermos imediatamente vai ver o que é? Esse comportamento no trânsito é um grande risco. Pode significar dor, perda, acidente e morte.



O episódio 8, “Qual o papel do passageiro?”, dá dicas de como o passageiro pode ser um bom companheiro de estrada ao invés de um “mala”, ajudando na segurança durante a viagem.



No último episódio, 09, modo carro, é um convite para nos preparamos antes de pegar a estrada, assim como os pilotos de avião. São dicas de segurança de como o celular pode te ajudar com o “modo carro”. Você precisa apenas de alguns segundos para fazer uma viagem segura!

Estratégia do período do case

A websérie estrategicamente iniciou antes das festas de final de ano e férias escolares, período de maior volume de veículos nas rodovias. Durante o período de dezembro a fevereiro, os vídeos foram impulsionados nas redes sociais do Grupo CCR. Campanhas de conscientização também foram realizadas nas rodovias, nos postos de serviços e também distribuídos mais de 200 mil folhetos nas praças de pedágio, nas vésperas dos feriados de natal e ano novo. Todos os anúncios foram direcionados ao público viajantes e motoristas nas praças CCR. Na segunda parte da campanha, também impactamos os usuários que assistiram aos vídeos de dezembro

Investimento

Custo produção da campanha (vídeos, gravações, diárias e edição) = R\$ 320.000,00

Custo de mídia (impulsioneamento) = R\$ 200.000,00

Total = R\$ 520.000,00

Evidências de resultados

Resultados redes sociais do Marcelo Tas entre dezembro de 2022 e janeiro 2023

Resultados

Nome da campanha	Alcance	Visualizações	Likes	Compartilhamentos
Campanha CCR - Epidemia da distração Vídeo – Teaser	40.304	40.277	1.860	311
Campanha CCR - Epidemia da distração Vídeo – Impacto Material	238.394	43.275	2.661	860
Campanha CCR - Epidemia da distração Vídeo – Qual a importância da sua vida?	18.336	15.503	358	141
Campanha CCR - Epidemia da distração Vídeo – Quem tem que morrer?	534.480	32.576	5.500	171
Campanha CCR - Epidemia da distração Vídeo – Qual o impacto na vida da vítima?	1.650.670	87.374	5.625	1.701
Campanha CCR - Epidemia da distração Vídeo – Seu celular tem licença para matar?	888.307	36.241	11.373	1.099
Campanha CCR - Epidemia da distração Vídeo – O que pode mudar em 5 segundos?	60.098	62.312	1.779	697
Campanha CCR - Epidemia da distração Vídeo – Nunca vai acontecer comigo	59.311	60.607	2.343	635
Campanha CCR - Epidemia da distração Vídeo – Qual o papel do passageiro?	16.323	16.407	429	55
Campanha CCR - Epidemia da distração Vídeo – Modo carro	38.303	40.169	1.505	221

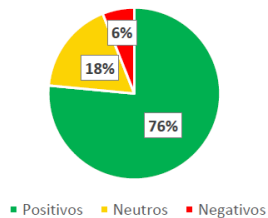
Resultados redes sociais Grupo CCR entre dezembro de 2022 e janeiro 2023

IMPRESSÕES	VIEWS
39MM	10MM

O alcance foi superior no Instagram, porém no Youtube a taxa de visualizações sobre impressões (viewsrate) foi bastante superior, indicando que os usuários nessa plataforma estavam mais dispostos a assistir ao conteúdo. É também o Youtube a plataforma que tem mais sucesso em entregar a mensagem de forma mais completa, com taxas de retenção bastante superiores.

Outra diferença observada foi no público atingido –apesar de a segmentação usada ser a mesma, o Instagram atingiu um público majoritariamente masculino (em torno de 80%) nos dois primeiros episódios, com variação na faixa etária de acordo com o conteúdo. Já o Youtube atingiu um público mais homogêneo em relação ao gênero (aproximadamente 55% mulheres vs. 45% homens), e principalmente para a faixa de 35 a 54 anos.

Interações Youtube CCR



eduard28051989 há 2 semanas
Quero parabenizar a CCR por essa campanha junto ao Marcelo Tas. Uma forma diferente de abordar o problema e tentar conscientizar o povo, principalmente essa nova geração mais distraída que só enxerga Tik Tok e Whatsapp. Espero que funcione

MIRAMOX há 2 semanas
Parabéns pela iniciativa, vi um vídeo de vcs como anúncio e amei a forma de abordagem, geralmente odeio os anúncios que me atrapalham assistir oq quero, mas esses foram realmente top. Salve Marcelo Tas, fera!

Herr Wolf há 1 dia

Este vídeo apareceu para mim enquanto eu assistia outro vídeo no YouTube. Gostaria de parabenizar os seus produtores! Fizeram um excelente trabalho de conscientização.

Rafael Faustino Dos Santos há 3 semanas
Essas informações salvam vidas!

4 curtidas 1 resposta Responder

Grupo CCR há 2 semanas

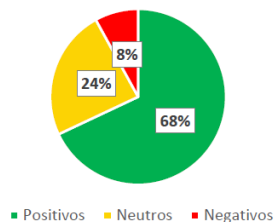
Com certeza, Rafael. 😊

FONTE: GOOGLE ADS & YOUTUBE

A ÁREA DESTACADA NOS GRÁFICOS DE LINHA CORRESPONDEM AOS PRIMEIROS 30 SEGUNDOS DE CADA VÍDEO

BENCHMARK: RETENÇÃO ATÉ 100% -35%

Interações Instagram CCR



fernandaabreureal Muito bom!!!!
5 sem 1 curtida Responder
Ver tradução

vau_mira Maravilhoso!!! Didático, direto e pedagógico! Parabéns pela produção inteligente! A vida, agradece!
5 sem Responder Ver tradução ***

cibelebrito.art Muito bom!! "Nao precisa ter 400mil pra perder", é antagonico!! Genial!!
5 sem 4 curtidas Responder
Ver tradução

m.dallavalle Parabéns pela campanha!!
5 sem 2 curtidas Responder
Ver tradução

renataseixas1979 Sensacional! Isso deveria ser divulgado em TODAS as mídias! Parabéns!
5 sem Responder Ver tradução

lilisitas2 Excelente
6 sem Responder

rack_lima Muito bom!!!
6 sem Responder Ver tradução

marcurelio Ficou lindo!
6 sem Responder Ver tradução

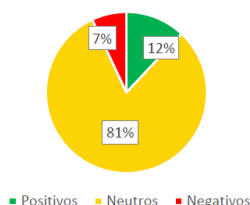
monicasanchesgalves É fundamental ter esta consciência pra não matar ou tornar inválido quem você leva no carro. A prepotência causa mortes.
4 sem 4 curtidas Responder

FONTE: GOOGLE ADS & YOUTUBE

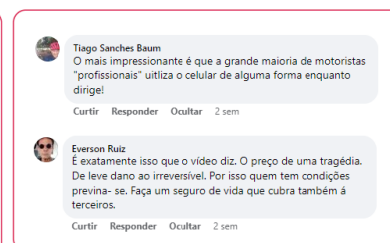
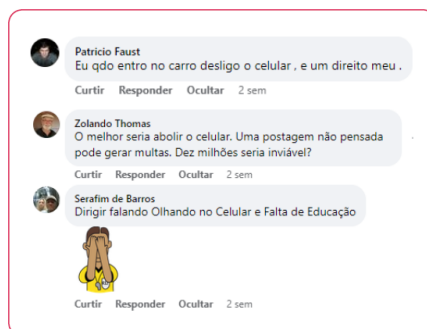
A ÁREA DESTACADA NOS GRÁFICOS DE LINHA CORRESPONDEM AOS PRIMEIROS 30 SEGUNDOS DE CADA VÍDEO

BENCHMARK: RETENÇÃO ATÉ 100% -35%

Interações Facebook CCR



■ Positivos ■ Neutros ■ Negativos

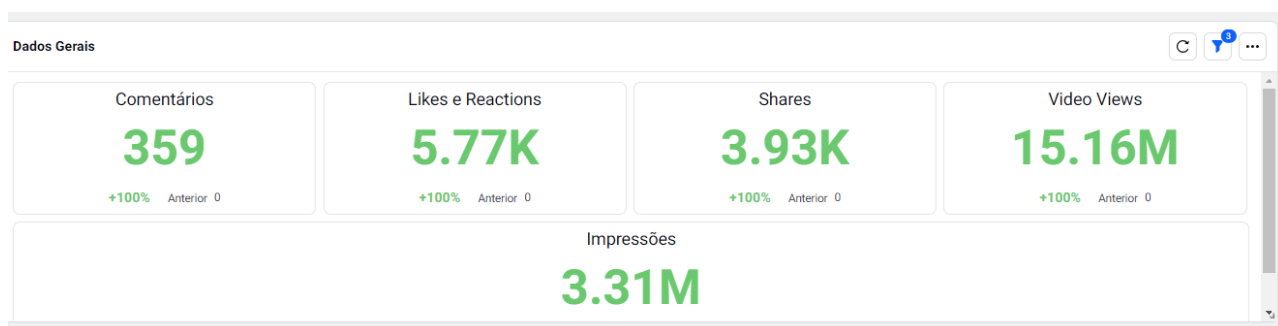


FONTE: GOOGLE ADS & YOUTUBE

A ÁREA DESTACADA NOS GRÁFICOS DE LINHA CORRESPONDEM AOS PRIMEIROS 30 SEGUNDOS DE CADA VÍDEO

BENCHMARK: RETENÇÃO ATÉ 100% -35%

Mesmo após o período de impulsionamento, os vídeos ainda são visitados nas redes da CCR e notadamente citados pela imprensa em temas sobre imprudência no trânsito. As concessionárias também contribuem para o engajamento com a realização de campanhas de conscientização nas rodovias, elevando o número de visualizações para 15,16 milhões entre o período de 01 de dezembro de 2022 e 30 de junho de 2023, e tendo mais de 3.30 milhões de impressões nas redes da CCR (dados Sprinklr)



Cobertura de mídia sobre a Campanha Epidemia da Distração:



<https://www.tamoiosnews.com.br/noticias/cidades/grupo-ccr-lanca-campanha-que-chama-a-atencao-para-as-distracoes-ao-volante/>

Campanha chama a atenção para as distrações ao volante

<https://blogdocaminhoneiro.com/2022/12/campanha-chama-a-atencao-para-as-distracoes-ao-volante/>



<https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/por-ccr-grupo-ccr-e-marcelo-tas-alertam-sobre-os-perigos-da-combinacao-celular-x-direcao/>

Campanhas nas rodovias

REVISTA
CAMINHONEIRO

Dólar **↑ 4,75**
Euro **↓ 5,24**

AINDA NÃO É UM ASSINANTE?
CLIQUE AQUI

HOME NOTÍCIAS ▾ ENTRETENIMENTO EMPREGOS ▾ PODCASTS VÍDEOS



Está na hora de
novos caminhos.

Notícias > Serviços

CCR AutoBAN realiza ação educativa para motoristas sobre distrações ao volante

<https://www.revistacaminhoneiro.com.br/ccr-autoban-realiza-acao-educativa-para-motoristas-sobre-distracoes-ao-volante>



☾ 13°C → 26°C
Avaré, SP







CCR SPVias realiza ação educativa sobre os riscos das distrações ao volante em Avaré

Uso de celular e falta de cinto de segurança são temas abordados na ação inspirada na nova web série da CCR e Supernormal 'Epidemia da Distração: Quanto vale a vida?'

<https://aestancia.com.br/noticia/7501/ccr-spvias-realiza-acao-educativa-sobre-os-riscos-das-distracoes-ao-volante-em-avare>



MENU  BUSCAR



TRÂNSITO

Ações Educativas para Motoristas sobre distrações ao volante serão realizadas na BR-101

A ação acontecerá na BR-101sul/SC em Araranguá (km 421) e Tubarão (km 343)

<https://www.engeplus.com.br/noticia/transito/2023/acoes-educativas-para-motoristas-sobre-distracoes-ao-volante-serao-realizadas-na-br-101>

CCR ViaCosteira e PRF promovem Ação Educativa na BR-101 Sul

O foco da ação será a campanha "Epidemia da Distração" sobre o uso de celular no trânsito

<https://portallitoralsul.com.br/ccr-viacosteira-e-prf-promovem-acao-educativa-na-br-101-sul/>



[HOME](#) [NOTÍCIAS](#) [INFORMAÇÕES DAS ESTRADAS](#) [PEDÁGIOS](#) [SOS ESTRADAS](#) [20 DICAS PARA VIAJAR DE ÔNIBUS](#) [VIA BRASIL BR-163](#) [FALE CONOSCO](#)

[Notícias](#) > Renovias alerta usuários sobre perigos de usar o celular ao volante e...

Renovias alerta usuários sobre perigos de usar o celular ao volante e não usar o cinto

Por Redação - 03/03/2023

<https://estradas.com.br/renovias-alerta-usuarios-sobre-perigos-de-usar-o-celular-ao-volante-e-nao-usar-o-cinto/>

OBRIGADO!