

Grillad & mos...

Bättre på tallriken än på vägen

Bakgrund: År 1997 spikades nollvisionen som grund för trafiksäkerhetsarbetet i Sverige med målet att ingen längre ska omkomma eller allvarligt skadas i trafiken. Ca 75 % av de som omkommer är män och **främst unga män**.

Uppdrag: Trots nollvisionens arbete så skadas fortfarande många unga i trafiken. Nu vill Trafikverket göra en kampanj som motverkar detta och öka trafiksäkerheten bland speciellt epa-burna ungdomar.

Insikt: Unga, särskilt tonårskillar, uppskattar rå humor mer än fakta och statistik.

Den första smaken av frihet kommer när man hoppar in i epan och åker och käkar med sina polare.

Ide/Lösning: Genom att använda rå humor fångar vi målgruppens uppmärksamhet, med inslag som speglar deras intressen och vardag, samt skapar igenkänning. **Grillad & mos... bättre på tallriken än på vägen**

Målgrupp: Ungdomar 15-18

Avsändare: Trafikverket