

Škoda Auto spustila před Velikonoci kampaň „Neřídím na plech“ pro vyšší bezpečnost na silnicích

- › Škoda jako dlouhodobě nejprodávanější značka vozů v České republice vybízí řidiče, aby se během velikonočních svátků připojili k výzvě „Neřídím na plech“
- › Cílem je šířit mezi řidiči povědomí o nebezpečí alkoholu za volantem, který vloni během Velikonoc stál za 61 dopravními nehodami
- › Symbolem originální kampaně je proto číslo 61 a zmačkané plechovky, představující jeden z důsledků usednutí za volant s alkoholem v krvi: nabouraný automobil
- › Partnery kampaně jsou Policie České republiky a Platforma Vize 0

Mladá Boleslav, 30. března 2026 – Během Velikonoc stoupá riziko usednutí za volant v opilosti nebo podcenění dopadu zbytkového alkoholu – Škoda Auto proto spouští kampaň „Neřídím na plech“. Její snahou je snížit počet nehod způsobených požitím alkoholu během nadcházejících velikonočních svátků. Automobilka šíří výzvu prostřednictvím webové stránky neridimnaplech.cz, influencerů z řad známých osobností a mediálních tvůrců, ale i s využitím reklamních poutačů. Symbolem originální kampaně je číslo 61 a poškozené plechovky, představující jeden z důsledků usednutí za volant s alkoholem v krvi: nabouraný automobil. Partnery kampaně jsou Policie České republiky a Platforma Vize 0, spojující aktéry s cílem dosáhnout nulového počtu mrtvých a těžce zraněných na českých silnicích.

Nikola Parrák, vedoucí marketingu Škoda Auto pro český trh, říká: „Škoda je již od 30. let nejprodávanější značkou na českém trhu a my si dobře uvědomujeme i odpovědnost, která s tím souvisí. Bezpečnost na silnicích dlouhodobě patří mezi naše hlavní priority, a právě proto podporujeme iniciativy za nulovou toleranci alkoholu za volantem. Velikonoce patří mezi nejrizikovější období, z tohoto důvodu chceme řidiče vyzvat, aby se přidali k výzvě „Neřídím na plech“ a sdíleli ji i se svými blízkými. Věříme, že pozitivní příklad podpořený spoluprací s našimi partnery, Policií ČR a Platformou Vize 0, může přispět ke změně přístupu řidičů. Děkuji všem, kteří naši myšlenku podporují, a budu ráda za každého, kdo se k výzvě přidá.“

Velikonoční svátky jako jedno z nejrizikovějších období na českých silnicích

Škoda Auto spustila svoji kampaň „Neřídím na plech“ právě nyní, aby řidiče varovala a pozitivně motivovala k vyvarování se alkoholu za volantem. Statistiky dopravních nehod potvrzují, že právě Velikonoce jsou jedním z nejrizikovějších období z hlediska dopravních nehod. Za volant usedají i sváteční řidiči při cestách za příbuznými, jarní počasí vybízí k prvním projížďkám na kolech a na motocyklech a zvýšené riziko představuje i častější konzumace alkoholu. Nebezpečné je přitom i jeho zbytkové množství v krvi.

Loňské údaje z Velikonoc: O 61 zbytečných nehod víc kvůli alkoholu

Podle údajů Policie České republiky došlo během velikonočních svátků v minulém roce k 61 dopravním nehodám, u nichž sehrál roli alkohol v krvi některého z účastníků. Odborníci na bezpečnost připomínají, že alkohol výrazně ovlivňuje schopnost řidiče správně reagovat na dopravní situace, snižuje pozornost a prodlužuje reakční dobu. Přestože v České republice platí nulová tolerance alkoholu za volantem, alkohol se bohužel stále objevuje u významné části dopravních nehod.

Podle údajů Policie ČR bylo v celém roce 2025 pod vlivem alkoholu způsobeno 4 398 nehod, při nichž zemřelo 43 lidí, to je o 12 více než o rok dříve. Ve více než polovině případů (2 632) šlo o množství alkoholu vyšší než 1,5 promile.

Škoda Auto pozitivně motivuje: K výzvě „Neřídím na plech“ se připojily desítky osobností

Česká automobilka podporuje dopravní bezpečnost jako jeden z pilířů své společenské odpovědnosti, a proto ve spolupráci s Policií ČR a Platformou Vize 0 připravila kampaň „Neřídím na plech“, která má pozitivním způsobem motivovat k zřeknutí se alkoholu před řízením vozidla. Ke spolupráci se přidaly desítky známých osobností, influencerů, ale i mediálních tvůrců, například moderátoři Aneta Kostka, Tomáš Zástěra, herci Pavel Liška a Marek Lambora či sportovci Jiří Ježek a Zdeněk Štybar.

Symbolem kampaně „Neřídím na plech“ je číslo 61, připomínající neblahou statistiku z loňských Velikonoc, a také zdeformovaná plechovka, která jasně připomíná následky alkoholu za volantem: zmačkané plechy. Při dopravních kontrolách během svátků budou policisté na vybraných místech symbolicky odměňovat plnou plechovkou nealkoholického bio zeleného piva řidiče, kteří úspěšně projdou dechovou zkouškou.

K výzvě se může připojit každý zájemce prostřednictvím webové stránky neridimnaplech.cz a šířit svůj postoj k alkoholu za volantem mezi svými blízkými.

Kontakt**Michaela Sklenářová**

Tisková mluvčí Škoda Auto pro český trh

T +420 730 862 342

michaela.sklenarova@skoda-auto.cz

Fotografie k tématu

**Škoda Auto spustila před Velikonoci kampaň „Neřídím na plech“ pro vyšší bezpečnost na silnicích**

Škoda Auto spouští kampaň „Neřídím na plech“. Její snahou je snížit počet nehod způsobených požitím alkoholu během nadcházejících svátků. Symbolem originální kampaně je číslo 61 a poškozené plechovky, představující jeden z důsledků usednutí za volant s alkoholem v krvi: nabouraný automobil.

Zdroj: Škoda Auto

**Video: Škoda Auto spustila před Velikonoci kampaň „Neřídím na plech“ pro vyšší bezpečnost na silnicích**

Automobilka šíří výzvu prostřednictvím webové stránky neridimnaplech.cz, influencerů z řad známých osobností, mediálních tvůrců, ale i s využitím reklamních poutačů. Při dopravních kontrolách během svátků budou policisté na vybraných místech symbolicky odměňovat plnou plechovkou nealkoholického bio zeleného piva řidiče, kteří úspěšně projdou dechovou zkouškou.

Zdroj: Škoda Auto

Škoda Auto na českém trhu

- › značka Škoda je zastoupena na domácím trhu více než 170 prodejními a 221 servisními partnery;
- › pokračuje v mimořádně úspěšném odkazu, který je výjimečný i v mezinárodním srovnání: Škoda je nepřetržitě nejprodávanější značkou automobilů na domácím trhu od roku 1936;
- › v roce 2025 získala tržní podíl bezmála 34 % nově registrovaných vozů v České republice;
- › nabízí zákazníkům širokou paletu modelů, zahrnující kompletní řadu efektivních spalovacích, mild- nebo plug-in hybridních i čistě elektrických pohonných jednotek;
- › je lídrem v oblasti elektromobility v České republice: vedle komplexních služeb spojených s prodejem a servisem podporuje ve spolupráci se státem a s předními partnery i rozvoj dobíjecí infrastruktury;
- › v rámci řady projektů společenské odpovědnosti se věnuje ochraně a péči o životní prostředí, dopravní bezpečnosti, pomoci znevýhodněným občanům či podpoře sportu.