

Campagna per la sicurezza



stradale



CAMPAGNA PER LA SICUREZZA STRADALE

“Quando guidi. Pensa alla vita...non ne hai un'altra”

La Provincia di Pesaro e Urbino ha scelto di pianificare le attività annuali rivolte all'esterno e all'interno dell'Amministrazione in maniera coordinata ed omogenea, realizzando una più ampia integrazione tra i vari strumenti di comunicazione disponibili ed attuando una strategica fase del processo di sviluppo dell'immagine coordinata e consolidata dell'Ente, che è il presupposto irrinunciabile per la sua percepibilità da parte del cittadino.

In tal senso, con delibera n.74/05 è stato approvato il Piano di Comunicazione della Provincia di Pesaro e Urbino, documento programmatico che ha definito i principi, gli obiettivi, le strategie e le azioni di comunicazione che l'Ente prevede di attuare nel corso dell'anno 2005 fra le quali è previsto un progetto di sensibilizzazione ed informazione dei cittadini, specialmente giovani, sul tema della sicurezza stradale che, pur essendo una regola di vita che tutti devono rispettare sempre, nel periodo estivo, delle vacanze, assume ancor più valore dato l'alto tasso d'incidentalità stradale.

Su questi presupposti nasce la scelta di lanciare la campagna di comunicazione istituzionale **“Quando guidi. Pensa alla vita ...non ne hai un'altra”**.

Voluta dal Presidente Ucchielli, l'iniziativa ha richiesto una ponderata elaborazione e impegnativi tempi di realizzazione sia per la scelta dei mezzi per arrivare con forza ai cittadini sia per la delicatezza delle finalità: promuovere una guida più attenta e sicura nel rispetto delle regole previste dal Codice della Strada ed invitare, specialmente i giovani, a tenere comportamenti prudenti e corretti evitando atteggiamenti esuberanti e di eccesso.



Gli obiettivi dell'iniziativa sono dunque di contrastare i comportamenti di guida che sono all'origine di tanti incidenti, stimolare il rispetto delle norme di circolazione come fattore primario della salvaguardia della vita ed indurre a usare i mezzi di protezione.

L'immagine e lo slogan della campagna, ideata e curata dall'ufficio comunicazione della Provincia, utilizzano un messaggio consapevolizzante estremamente semplice, comune e decisamente positivo, per mostrare ed offrire uno spunto di riflessione proposto attraverso una scelta grafica diversificata su due tipi diversi di immagini, riconducibili al tema di fondo della campagna, in considerazione del target particolare da raggiungere: conducenti di veicoli e motoveicoli, differenziati a loro volta in giovanissimi e meno giovani.

Nell'ambito della pianificazione è stato previsto il ricorso a diversi strumenti di comunicazione utilizzati in modo integrato, infatti la campagna si articola in una serie di messaggi riprodotti su supporti diversi:

Manifesti e affissioni: la campagna sarà diffusa con manifesti presenti nelle città del territorio provinciale ed in particolare presso i nodi di transito ritenuti particolarmente incisivi, con una cartellonistica mobile lungo le strade provinciali che inviti i conducenti dei veicoli ad abituarsi ad incontrare sempre lo stesso messaggio sulla strada, mentre viene percorsa, negli spazi pubblici di affissione e sugli autobus urbani ed extraurbani, nei diversi punti di informazione e ritrovo;

Spot radio/campagna stampa: la pianificazione stampa prevede il ricorso a spot radiofonici, scegliendo appunto la radio per la sua duttilità, velocità e forza penetrativa, oltre che alle maggiori testate quotidiane a diffusione locale attraverso conferenze e comunicati stampa.

Il progetto di campagna ha dunque previsto i mezzi dell'**affissione in spazi diversi** (istituzionali, pubblici, luoghi di ritrovo dei giovani, pensiline delle fermate degli autobus), della **pubblicità dinamica su mezzi pubblici, dei sequenziali sulle strade provinciali, degli spot radio.**



L'articolazione mediatica della campagna sarà fatta in step successivi. E' già partita la pubblicità dinamica sugli autobus, partirà da domani quella sulle strade provinciali e di seguito gli spot radiofonici e la campagna di affissioni, per consentire di essere mantenuta nel corso di tutta l'estate ed assicurare una capillare diffusione e far sì che il messaggio non rimanga episodico ma divenga penetrante e possa restare debitamente memorizzato.

Infine, per offrire concreti strumenti di salvaguardia sulle strade della vita umana, è stata operata la scelta di selezionare dieci nuovi vigili da assumere a tempo determinato a partire dal mese di agosto e di acquistare altri due nuovi autovelox utili per prevenire, educare e reprimere i comportamenti scorretti di chi viaggia in macchina, ricordandogli che devono essere rispettate le regole, specialmente i limiti di velocità.

Considerata la valenza istituzionale della campagna promossa e la sua importanza sociale, strumento rilevante sarà anche la collaborazione delle televisioni e della stampa nel fornire l'informazione e la circolazione del messaggio teso a salvare la vita di tanti giovani troppo spesso tragicamente vittime sulle strade.

F.to Sen. Palmiro Ucchielli