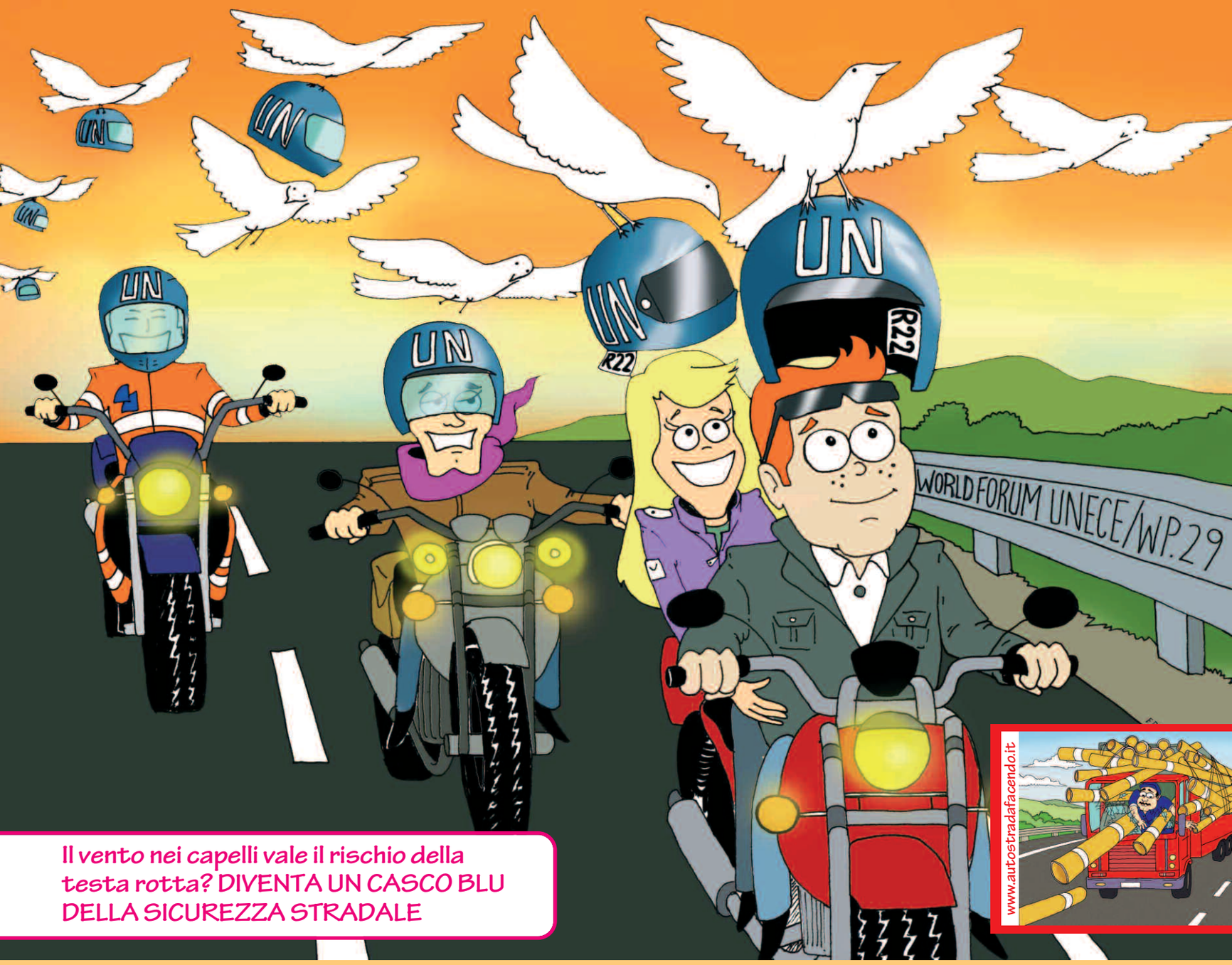

Qui continua l'avventura della **SICUREZZA STRADALE**

Qui continua l'avventura. Quella che avevamo raccontato proprio su ***leStrade*** qualche numero fa, per l'esattezza sul fascicolo di giugno, e che su ogni numero andiamo ricordando al lettore in una pagina *ad hoc*. Sebbene, a dirla tutta, come già suggerivamo, di avventura proprio non si dovrebbe trattare perché la sicurezza stradale è una cosa seria, serissima, che, soprattutto di questi tempi sempre più tecnologici non è utopia pianificare come si deve. Lo fanno quotidianamente i gestori delle nostre infrastrutture, uno dei vertici del triangolo della *road safety*, con veicoli e utenti. Da tempo, questi "attori" stringono alleanze in nome dell'obiettivo prioritario, pensiamo allo sviluppo dell'*automotive* nella sua ricerca di dialogo istantaneo con le reti (sistemi cooperativi), o a quello dello stesso settore infrastrutture in campo ITS: monitorare quel che accade sulle strade e utilizzare i dati per informare l'utenza in tempo reale rappresenta un formidabile contributo al miglioramento della sicurezza. Guardando a entrambi i casi, il successo, pur in tempi critici, di un appuntamento come il congresso mondiale ITS di Vienna, lo scorso ottobre, non può che far ben sperare. Poi, ricordavamo in estate, ci sono le campagne di sensibilizzazione. Come quella messa in pista dalle società del **Gruppo ASTM-SIAS**, in collaborazione con un lungo elenco di *partner* tra cui ***leStrade***. La campagna, dal titolo "*Mettiti alla guida della tua vita. Scegli un comportamento responsabile!*", si basa su un'idea antica e allo stesso tempo innovativa: popolare una serie di vignette con personaggi forte-

DOPO AVER "CONQUISTATO" IL WEB E I BIGLIETTI DEL PEDAGGIO, LE VIGNETTE DELLA CAMPAGNA SICUREZZA DEL GRUPPO ASTM-SIAS HANNO POPOLATO MOLTI ALTRI MEZZI DI COMUNICAZIONE, TRA CUI PERSINO UN CALENDARIO. SEGNO DEL SUCCESSO DI UN'INIZIATIVA DI SENSIBILIZZAZIONE AI COMPORTAMENTI CORRETTI CHE, ATTRAVERSO L'IRONIA, PUNTA DRITTO ALL'OBIETTIVO DEGLI OBIETTIVI: SALVARE VITE UMANE.

Prosegue la pacifica invasione delle vignette sulla sicurezza stradale. Tra gli ultimi prodotti, i segnalibri, gli album e il calendario 2013

mente caratterizzati che, con le loro gesta, comunicano chiaramente - attraverso tutti i canali disponibili - cosa si deve fare (o non fare) quando ci si trova nell'ambiente-strada. Ecco allora che il disinvolto ingegnere Roberto Azzarda precipita con l'auto dall'alto di un palazzo. Didascalia della vignetta: "*Cadendo dal terzo piano, ti pianti a 50 km/h. Ti butteresti giù senza cintura?*". Oppure ecco l'ausiliario alla viabilità Edoardo Svelto e l'agente della Polstrada Emanuele Giusto che accorrono in aiuto dell'utente con l'auto in panne di fronte a un imbocco di galleria. Il messaggio della vignetta: "*Hai dei problemi? Non rischiare, chiamaci! Correremo a proteggerti*". Eroi e antieroi, dunque, come nella migliore tradizione fumettistica e caricaturale italiana, fin dalle sue origini tardo-ottocentesche veicolo moderno e ideale per far arrivare a destinazione i messaggi. Quello sulla sicurezza di ASTM-SIAS si inserisce in una lunga vicenda di *educational* per immagini niente affatto retorico e paludato (che va dal Signor Bonaventura alle saghe dei topi e dei paperi Disney, nel fumetto, e che ritroviamo nell'audiovisivo, per esempio, nel *cartoon* alla Bruno Bozzetto o nella commedia all'italiana, si pensi a film come *Il sorpasso*) e la sa innovare grazie a due fattori tipici della nostra epoca: l'utilizzo dei *new media* da un lato e la capacità di fare *network* dall'altro. La campagna, infatti, nasce nelle 43 tavole disegnate e subito balza sul *web*, da **www.autostradafacendo.it** al video su YouTube "*Safety Road Game*", per arrivare ai *pop-up* diffusi sui siti Internet dei *partner* istituzionali. Sul versante "*social*", invece, la novità sta proprio nell'aver saputo raccogliere intorno al progetto una lunga serie di *supporter* istituzionali e industriali, tra l'altro in continua crescita. Tutti fortemente motivati a dare il proprio contributo in termini di storie, idee e *best practice*. Ma il *network* parte dalla rete per toccare ben presto altri lidi: il movimento genitori Moige con l'opuscolo "*Istantanee di sicurezza*", per esempio, lezioni di comportamenti virtuosi in autostrada nelle scuole con presenza in aula di esperti, laboratori didattici a Lucca Comics, senza dimenticarci dei 37 milioni di *ticket* del pedaggio (con annessa vignetta) distribuiti ai caselli delle nostre autostrade. Gli ultimi avvistamenti di questa avventura che, proprio come farà il neonato icona della campagna, cresce a vista d'occhio: l'album da colorare per bambini "*Dai un colore alla sicurezza!*", i segnalibri o il fiammante Calendario 2013, di cui diamo un assaggio in queste pagine. E, come in tutti i *serial* del momento che si rispettano, crescono anche i personaggi. Anzi, si moltiplicano. Accanto ai "classici", ecco dunque i guidatori "problematici" dai cognomi inequivocabili: Nero, Tormenta, Sotuttoio. Alla fine della storia, ne siamo certi, converrà anche a loro imparare la lezione: comportarsi responsabilmente mettendosi al volante della propria vita. E magari fare un salto all'anagrafe e rinominarsi Candido, Serena e Pregolafacciopassare.

CHE TIPI! EROICI, DISINVOLTI, PRUDENTI O ANSIOSI: ECCO I PERSONAGGI DELLA CAMPAGNA

Sul campo, ovvero sulla strada, si sfidano nell'eterna partita tra il bene (i comportamenti corretti) e il male (la "disinvoltura" al volante che mette a repentaglio la vita, propria e degli altri). Fuori dal campo, però, vanno a mangiare insieme in pizzeria, segno che a un *happy end* si può e si deve arrivare. Dopo la pizza, chi guida è l'agente Emanuele Giusto, che ha rinunciato alla birra e dato il buon esempio. Si spera che lo segua anche Carletto Azzarda, figlio del disinvolto Roberto e della prudente Cristina Sveglia, che rovescia il luogo comune della "donna al volante". Ma le regole devono valere anche per quelle donne che il volante lo snobbano, come la fidanzata di Carletto, Ester Sciantosi, ancora in dubbio sulla differenza tra auto e discoteca. Poi c'è la bimba, Pierina Azzarda, che va legata con la cintura e a sua volta deve farsi una ragione che il sedile è fatto per starci sopra tranquilli. Quindi, ecco i professionisti della strada, dal camionista Federico Prudente Pio, che celebra le virtù di "San Tachigrafo", al vigile del fuoco Alberto Risoluto fino al medico Claudia Sempreprontа e a Edoardo Svelto, l'ausiliario della viabilità protettore dei viaggiatori. Infine, gli ultimi arrivati. Sono: Mario Nero, guidatore aggressivo, Teresa Tormenta, guidatrice ansiosa e arrabbiata e Fabrizio Sotuttoio, guidatore ipersicuro.

CRESCONO LE ADESIONI DEI PARTNER

Un nutrito *staff* di esperti che lottano con l'orologio per dedicare del tempo a raccontare i gesti della sicurezza, oltre che viverli ogni giorno. È la squadra della campagna. Direttori esercizio, responsabili viabilità, specialisti che di mestiere controllano l'efficienza delle infrastrutture, sono infatti diventati anche autentici *testimonial*: su Internet, sui giornali oppure nelle scuole. I promotori della campagna sono Ativa, Autostrada Asti-Cuneo, Salt, Sav, Sitrasb, Autocamionale della Cisa, Autostrada dei Fiori, Satap, Sitaf, Gruppo Sina. In crescita la squadra *partner*, tra cui anche ONU, Ministero delle Infrastrutture, Polizia Stradale e Aiscat. Gli ultimi ingressi: Milano Serravalle-Milano Tangenziali, Secolo XIX, Comune di Pisa, Provincia di Torino e Politecnico di Bucarest. Per tutte le *info* su come diventare *partner*, basta cliccare sul sito della campagna.

www.autostradafacendo.it