

**Il caso**

L'iniziativa della fondazione degli assicuratori: dopo la pubblicità, la manifestazione

# In cinquemila stesi sull'asfalto di Roma

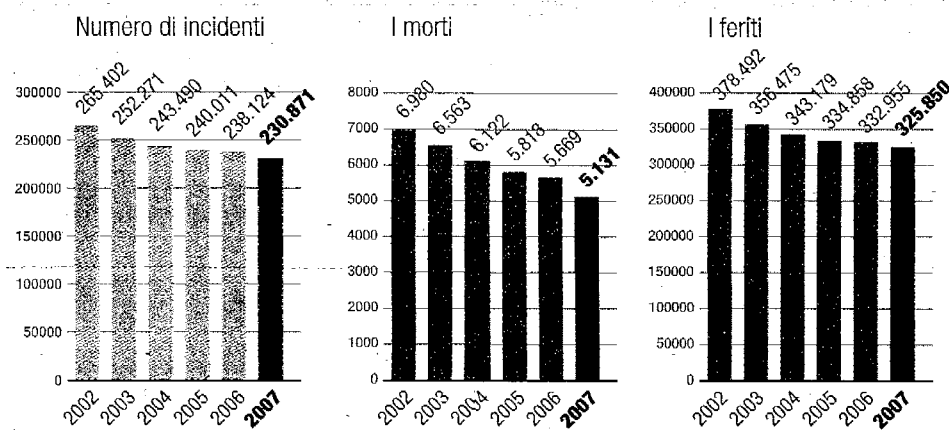
## Campagna choc contro le stragi

*Maxi-raduno a ottobre per la sicurezza stradale, volontari arruolati on line*



**La foto**  
L'immagine scelta per la campagna pubblicitaria contro gli incidenti stradali promossa dalla fondazione Ania

**I numeri** **30.386** milioni di € la stima dei costi sociali degli incidenti stradali per l'anno 2007.



Fonte: Automobile Club d'Italia - Istat

CORRIERE DELLA SERA

MILANO — Cercasi «dissuasori». In carne ed ossa. Ne serviranno 5.131, da far sdraiare sull'asfalto romano, in una giornata d'ottobre ancora da definire. L'idea è stramba, ma non è uno scherzo. Anzi.

Quello che chiede la Fondazione dell'Ania (l'associazione nazionale fra le imprese assicuratrici) per la sicurezza stradale, nella campagna pubblicitaria che da qualche giorno riempie le pagine di settimanali e quotidiani, ha a che fare con la vita e con la morte. L'immagine è chiara, anche se choc: una strada, con donne, uomini e bambini, distesi; ai lati, campi verdi; in alto, il cielo plumbeo, quasi sul punto di piovare. «Vieni anche tu a fare il dissuasore» recita uno slogan sopra le nuvole.

Non ci sono macchie di sangue, né segni di frenate o rottami d'auto. Eppure il messaggio è netto: prevenire

gli incidenti stradali. Non è certo una novità. Ma questa volta si cerca di andare oltre: l'invito è rivolto a tutti, «perché ogni persona può diventare un dissuasore». Chi siede accanto al guidatore, chi conosce le abitudini di un compagno troppo sportivo al volante, chi è al corrente che l'amico o l'amica sta per mettersi alla guida sotto l'effetto di alcol o droga. Questo il compito del dissuasore: parlare con chi guida male, cercare di convincerlo a non mettere se stesso e gli altri in una situazione di rischio, portare a cambiare comportamenti altrimenti pericolosi.

Immagina già gli effetti della sua campagna Sandro Salvati, presidente della Fondazione Ania. Speranza. Forse di più. «Siamo partiti da un presupposto: come per il fumo, diciamo: chi guida male, può ammazzare anche te,

digli di smettere. Ecco — spiega Salvati — con la nuova pubblicità vorremmo stimolare lo spirito di dissuasione da parte di tutti».

Alla base della campagna anti-strage, le cifre sugli incidenti, sempre da capogiro: «Ogni giorno in Italia ci sono 633 scontri, con 893 feriti e 14 morti: nel 2007 le vittime sono state 5.131». Tragedie quotidiane, drammi inaspettati, la maggior parte dei quali potrebbero essere evitati: «Gli incidenti»



ti stradali non sono frutto di fatalità — sottolinea il presidente —, l'80 per cento dipende da comportamenti umani, il resto dalle infrastrutture. E poi come dimenticare che nei centri urbani, il 35 per cento è causato da velocità eccessiva e dal mancato rispetto delle strisce pedonali? Io sto ancora pensando al recente caso di Rimini, dove nonni e nipotino sono stati investiti sulle strisce. Il culmine dell'inciviltà. Pazzesco».

L'ultimo dato Istat, 5.131, è oggi un numero simbolo: «Cerchiamo esattamente 5.131 persone disposte a fare da testimonial quando, ai primi di ottobre, la campagna si concluderà con un evento a Roma — spiega Salvati —. Cosa dovranno fare? Semplicemente sdraiarsi per terra, in segno di adesione». Per il momento i testimonial sono 96: tanti risultano iscritti nel sito Internet, [www.iodissuado.it](http://www.iodissuado.it), organizzato per registrare i partecipanti. Nel frattempo, prima che inizi l'estate, è già pronta una nuova iniziativa, «Guido con prudenza»: contribuirà a monitorare, insieme con la polizia stradale, lo stato etilico dei ragazzi nei posti più frequentati della riviera adriatica e campana, nella zona di Brescia-Garda, e sulla costiera romana. Il «guidatore designato» che risulterà sobrio, avrà in premio un ingresso gratuito in discoteca per il weekend successivo.

**Grazia Maria Mottola**

*gmottola@corriere.it*

### **L'opera di persuasione**

Il compito di chi aderisce all'iniziativa è di parlare con i guidatori pericolosi e convincerli a cambiare comportamento

### **La prossima iniziativa**

«Guido con prudenza» monitorerà lo stato etilico dei giovani nelle zone più frequentate il sabato sera e premierà i virtuosi

## L'Ania

### Fondazione

La Fondazione Ania per la sicurezza stradale è nata nel 2004 per scelta delle compagnie di assicurazione allo scopo di fare prevenzione contro gli incidenti stradali

### Le iniziative

Tra varie le attività, c'è l'iniziativa «Black Point»: la fondazione sta raccogliendo le segnalazioni dei cittadini sui punti più pericolosi sulle strade. Un software da installare sul navigatore può avvisare il guidatore dell'approssimarsi dei punti critici