

La solita campagna pubblicitaria all'acqua di rose, del tipo: "vittime, fatevi da parte"

di Gianni Lombardi

Guarda il trailer, per renderti conto di quanto è noiosa, e inefficace, questa campagna:

<https://www.youtube.com/watch?v=1XQR2EiV7Ek>

La Fondazione Ania e la Federazione Ciclistica Italiana – in collaborazione con la Polizia di Stato e il Ministero delle Infrastrutture e dei trasporti – hanno presentato nella sala Giunta del Coni a Roma il progetto "Sicuri in bicicletta". [da Milano Bicycle Coalition]

Si tratta di una campagna all'acqua di rose del tipo "fate i bravi e state attenti", come quelle prodotte spesso dalle istituzioni italiane.

Come dice Milano Bicycle Coalition:

*E qui, visto che ci sono Ania, Ministero, Polizia e Federciclismo, **ti aspetti di trovare un po' di dati, numeri e statistiche.***

Tipo: dei 5.000 incidenti stradali che si sono verificati sulla strada Tal dei Tali nel corso del 2017, ben 850 sono stati causati da ciclisti che viaggiavano affiancati e non in fila indiana. Oppure: nel 2017 sono morti sulle strade italiane 500 ciclisti, di questi ben 350 si sarebbero salvati se avessero indossato il casco. O ancora: la maggior parte degli incidenti che vedono come vittime ciclisti o pedoni si verificano all'alba o dopo il tramonto o alle undici di sera e sono causati soprattutto dal fatto che la bicicletta non aveva la luce – o il pedone era vestito tutto di nero.

Niente di tutto questo: nessuna statistica perché i vaghi consigli dati nei noiosi filmati non sono suffragati da nessuna statistica. Anzi al contrario: per esempio la regola della fila indiana esiste solo in Italia, spesso i paesi in cui il casco in bici è obbligatorio per tutti (per esempio alcuni degli Stati Uniti)

hanno più incidenti e più morti dei paesi dove il casco non è obbligatorio, per esempio l'Olanda, eccetera. Sono consigli basati sul sentito dire e su un vago buon senso.

La campagna **NON** affronta il problema principale delle strade: **il comportamento di chi guida i veicoli a motore, e la velocità degli stessi.**

Ancora da Milano Bicycle Coalition:

*È una campagna senza capo né coda, veramente brutta nella sua rappresentazione visiva (video lunghissimi, girati male, montati peggio, pieni di stereotipi, luoghi comuni, inesattezze e banalità) e d'altra parte andiamo a leggere che cosa dice **Umberto Guidoni**, segretario generale della Fondazione Ania:*

*“La bicicletta non deve essere vista soltanto dal punto di vista agonistico, ma rappresenta prima di tutto un mezzo per lo spostamento di milioni di persone, che si muovono su strada all'interno di un sistema di mobilità che, spesso, non li agevola **[GIUSTO]**. E la sicurezza di chi va in bici è il tema su cui bisogna concentrare l'attenzione, perché ora come ora non ce n'è abbastanza **[GIUSTO]**. Vogliamo fare qualcosa di concreto. Ed il modo migliore è educare, far capire l'importanza del rispetto nei confronti degli utenti della strada più deboli **[GIUSTO]**. La nostra è una vera e propria attività di formazione, attraverso dei video tutorial che spiegano i comportamenti corretti da tenere sulla strada. In attesa di nuovi e fondamentali interventi di sicurezza stradale e di modifiche specifiche al codice della strada che possono consentire a chi va in bicicletta di essere più protetto”.*

Cioè: vuoi far capire come bisogna rispettare gli utenti della strada più deboli e la campagna la rivolgi a loro? Ti senti bene?

L'unica cosa che si può dire di buono di questa campagna? È così noiosa che probabilmente la guarderanno in pochi.



Lo spot della vergogna che criminalizza chi pedala

di Manuel Massimo 15 febbraio 2018

Il nuovo spot istituzionale per la sicurezza stradale dei ciclisti è una vergogna. Lo scrivo schietto, senza utilizzare perifrasi e mezzi termini, perché dopo aver visto quel filmato il sentimento che mi pervade è la vergogna: sono rimasto davvero senza parole di fronte a questo maldestro tentativo di “fare educazione stradale” condensando in 3 minuti una sequela di inesattezze condita da consigli e prescrizioni che in alcuni casi contraddicono anche il Codice della Strada, oltretutto il buon senso.

Questo trailer, privo di una voce narrante, non spiega gli obiettivi della campagna ma suggestiona lo spettatore con una musica da kolossal e riprese col drone, stigmatizzando i comportamenti dei ciclisti ritenuti scorretti con un “pollice verso” su sfondo rosso: un espediente didattico-didascalico quantomeno discutibile, visto che alcune delle azioni additate come proibite sono invece consentite dal Codice della Strada (come ad esempio l'attraversamento sulle strisce pedonali in sella alla bici). Questo è solo l'antipasto, perché le altre portate arriveranno in seguito visto che si tratta di un filmato che riassume i principali aspetti che saranno trattati nei video tutorial del progetto “**Sicuri in bicicletta**”. Per educare anche i bambini nelle scuole. Rabbrivisco.

Il video è stato realizzato dalla Fondazione Ania (Associazione Nazionale fra le Imprese Assicuratrici) e dalla Federazione Ciclistica Italiana in collaborazione con il Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti e la Polizia di Stato: la campagna è stata presentata ieri, 14 febbraio 2018, in pompa magna presso la sala giunta del Coni a Roma ma non tutti gli amanti delle due ruote hanno gradito questo pensiero di San Valentino, come dimostrano le numerose critiche piovute sui social non appena è stato pubblicato il filmato in questione. **Perché i contenuti che veicola sono incompatibili con la mobilità nuova, con un concetto minimamente civile di convivenza sulle strade tra mezzi diversi:** perché le parole sono importanti e dal comunicato stampa che presenta il progetto si evince che chi pedala in strada deve stare sulla destra, con il casco ben allacciato e le luci accese anche di giorno, vestito con indumenti catarifrangenti e **possibilmente zitto**,

buono e in fila indiana.

Questa iniziativa, a detta degli organizzatori, è nata per: **“Tutelare una delle categorie di utenti della strada più a rischio di incidenti: una platea di oltre 12milioni di persone, se si sommano coloro che ogni giorno usano la bicicletta per effettuare il percorso casa lavoro o per una pedalata nel tempo libero, ai 17mila giovani (degli oltre 75.000 atleti iscritti alla FCI) molti dei quali si allenano sulle strade”**. Quindi per sensibilizzare oltre 12 milioni di persone in bicicletta si confeziona un video dove compaiono solo cicloamatori vestiti supertecnici dalla testa ai piedi più un bambino-cattivo (che compie azioni ritenute sconsiderate, come pedalare senza indossare il casco) e una bambina-giudiziosa (che invece incarna i valori positivi contrassegnati con un bel pollicione in alto su fondo verde). Sono esterrefatto.

Questo spot presenta una realtà patinata ed edulcorata che non esiste, fatta di strade dove non c'è traffico e dove le auto non ti passano a 10 centimetri facendoti il pelo in bici e strombazzando perché le hai rallentate di qualche secondo nella loro folle corsa verso il prossimo semaforo; dove pedalare stando a destra è sicuro, perché non c'è nessuna auto parcheggiata in doppia fila e nessun conducente che apre all'improvviso la portiera provocando la rovinosa caduta del malcapitato ciclista colpito (proprio perché teneva strettamente la destra in ossequio al Codice della Strada, aggiungo io); dove non esistono cittadini in bici – il papà o la mamma che accompagnano i bambini a scuola pedalando vestiti con abiti civili, la persona che si sposta per la strada su una city bike, il variegato universo dei “ciclisti urbani” insomma –ma soltanto cicloamatori o atleti agghindati di tutto punto che utilizzano le strade per allenarsi, per “correre” e per “dare meno fastidio possibile” alle auto che li circondano. **L'indimenticato Michele Scarponi era un professionista esperto, si stava allenando sulle strade di casa sua, indossava il caschetto e l'abbigliamento tecnico eppure è stato investito e ucciso mentre era in sella.**

Fa specie che il Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti – che già in passato era incappato in una comunicazione istituzionale controversa sul tema e bersagliata dai cicloattivististi – abbia avallato questi contenuti raffazzonati che di didattico hanno ben poco. Fa specie soprattutto alla luce della recente intervista che il ministro Graziano Del Rio ha rilasciato a Bikeitalia.it il 10 febbraio scorso a Reggio Emilia, alla Festa della Bicicletta: davvero è questa la comunicazione istituzionale per la sicurezza stradale dei ciclisti su cui

il Mit ha messo la firma?

Il grande tema, neppure tanto nascosto, alla base di questa campagna è quello dell'introduzione del casco obbligatorio per chi va in bici: un provvedimento che, nei paesi in cui è stato adottato, ha ridotto il numero di cittadini in bici e che i maggiori esperti al mondo in tema di ciclabilità considerano una sesquipedale assurdità. E potrebbe essere il Cavallo di Troia per far entrare in un ipotetico "pacchetto sicurezza" anche la targa alle bici e l'assicurazione obbligatoria. La cosa non mi stupirebbe.

Intanto, nel silenzio generale, tante persone in bicicletta ogni giorno vengono investite, ferite e uccise da persone alla guida di mezzi a motore troppo veloci e/o troppo distratte dallo smartphone: talvolta la loro storia finisce in un trafiletto di cronaca cittadina, ma a esequie avvenute il peso del dolore di quella vita spezzata resta sulle spalle dei familiari e degli amici, aggiunge un altro nome alle vittime dei cosiddetti "incidenti" stradali, che di incidentale hanno ben poco vista la loro frequenza pressoché quotidiana.

La verità, non detta, è che la sicurezza dei ciclisti dipende in massima parte dai comportamenti di chi guida un mezzo a motore e mina costantemente la loro incolumità.



Questo spot della vergogna deve essere ritirato. #Bastamortinstrada.

fonti:

<https://benzinazero.wordpress.com/2018/02/17/la-solita-campagna-pubblicitaria-allacqua-di-rose-del-tipo-vittime-fatevi-da-parte-video/>

<https://www.bikeitalia.it/2018/02/15/lo-spot-della-vergogna-criminalizza-pedala/>



vector eps 10

US Vicarello 1919 www.usv1919.com

febbraio 2018