



ASA | SVV  
Gli Assicuratori  
Svizzeri



## Scheda descrittiva

Zurigo, 3 marzo 2010

### «Slow down. Take it easy» Campagna di prevenzione per la velocità adeguata nel traffico stradale

#### Campagna

Un quarto dei casi di morte e ferimento grave negli incidenti stradali è causato da velocità inadeguata o eccessiva. In confronto ad altre fasce di età, i giovani tra i 18 e i 30 anni sono coinvolti molto più spesso negli incidenti causati da velocità eccessiva o inadeguata.

Per questo motivo, il 22 ottobre 2009 l'Associazione Svizzera d'Assicurazioni (ASA), in collaborazione con l'upi – Ufficio prevenzione infortuni – ed il Fondo di Sicurezza Stradale (FSS), ha lanciato a Zurigo la campagna nazionale «Slow down. Take it easy», che durerà due anni. Tale campagna è volta a sensibilizzare soprattutto i giovani automobilisti e i motociclisti affinché guidino a velocità adeguata.

#### Responsabili di progetto

- Associazione Svizzera d'Assicurazioni (ASA)
- upi – Ufficio prevenzione infortuni
- Fondo di Sicurezza Stradale (FSS)

#### In collaborazione con

- ACVS: Comunità di Lavoro dei Capi di Polizia della Circolazione della Svizzera e del Principato del Liechtenstein
- motosuisse: Associazione degli importatori svizzeri di moto e scooter
- TCS: Touring Club Svizzero

#### Velocità adeguata

Per proteggere gli utenti dal traffico vi sono dei limiti di velocità: 50 km/h sulle strade urbane, 80 km/h sulle strade cantonali e 120 km/h sulle autostrade. Tali limiti massimi di velocità consentiti dalla legge possono tuttavia rivelarsi eccessivi, ad esempio in condizioni di scarsa

visibilità (pioggia, nebbia, ore notturne), in cattive condizioni del manto stradale (neve, ghiaccio, aquaplaning), nonché su strade con molte curve o a traffico intenso. In tali condizioni la velocità di guida deve essere ulteriormente ridotta.

### **Obiettivi della campagna**

- I giovani automobilisti (dai 18 ai 30 anni) e motociclisti di qualsiasi età sanno qual è la velocità adeguata.
- Associano valori positivi ad un comportamento di guida adeguato.
- Riconoscono che hanno uno spazio d'azione, che sono responsabili delle proprie azioni e che devono adattare la velocità alle condizioni di guida, per la propria sicurezza e quella degli altri utenti della strada.
- La maggior parte dei giovani automobilisti e dei motociclisti rispettano i limiti di velocità ed hanno un comportamento di guida corretto.

### **Target principali**

- 1) Automobilisti
  - Età compresa tra i 18 e i 30 anni
- 2) Motociclisti

### **Strategia**

- Struttura della campagna: 1. Fare conoscere la marca, 2. Sensibilizzare, 3. Trasmettere conoscenze, 4. Motivare a cambiare comportamento
- Campagna cross-mediale: ampia campagna pubblicitaria multimediale con spot televisivi, avvisi pubblicitari, sito web proprio, inserzioni, In-Game-Advertising e forte presenza on-line (reti sociali), presenza al Salone dell'Auto di Ginevra nel 2010. Il gruppo target di età compresa tra i 18 ed i 30 anni è versatile e abile nell'utilizzo di media elettronici e digitali. Abbiamo quindi deciso di sfruttare a nostro vantaggio questa caratteristica promuovendo la campagna «Slow down. Take it easy» attraverso mezzi di informazione classici come TV, cinema, cartelloni pubblicitari, ma anche attraverso le più diffuse piattaforme online svizzere e tramite l'utilizzo di newsletter online, oltre ad inserirla in contesti affini al gruppo di interesse, come il settore Games. Il sito [www.slow-n-easy.ch](http://www.slow-n-easy.ch) funge da fonte di informazioni e interazione. Permette agli utenti interessati di confrontarsi approfonditamente con conoscenze relative ad una adeguata velocità alla guida, di conoscere il messaggio di Franky Slow Down e di diffonderlo attraverso la rete di contatti. Per offrire agli utenti la possibilità di sostenere il gruppo «Slow down. Take it easy», si sfruttano attivamente le possibilità offerte da Facebook: Franky Slow Down dispone di una propria pagina, può essere aggiunto come amico ai propri contatti e condivide periodicamente delle informazioni. Il funzionamento di questa strategia cross-

mediale può essere controllato giornalmente tramite Google Analytics e rielaborato di conseguenza.

- Servizi media ed evento di lancio della campagna (Zurigo, 22 ottobre 2009)
- Valutazioni durante e dopo la campagna

### **Calendario**

- Avvio e lancio ad ottobre 2009
- Prima ondata pubblicitaria ottobre/novembre 2009
- Altre ondate pubblicitarie, rispettivamente a primavera e autunno fino al termine del 2011
- Valutazione finale e bilancio, primavera 2012

### **Elementi della campagna**

- Con il semplice slogan «Slow down. Take it easy», la campagna ed il suo messaggio si rivolgono a giovani automobilisti e motociclisti. In questa campagna, l'Associazione Svizzera d'Assicurazioni e l'upi non contano sul fattore della paura, bensì su un approccio emotivo positivo al tema: guidare più lentamente è divertente.
- L'angioletto Franky Slow Down è il portavoce della campagna. Con la loro canzone "Slow down", l'angioletto e la sua band esortano in modo simpatico automobilisti e motociclisti a scalare la marcia.
- La canzone "Slow down", suonata da Franky Slow Down e la sua band, è stata composta per la campagna dal famoso produttore Roman Camenzind, autore anche dell'inno calcistico "Bring En Hei", interpretato da Baschi. In questo caso, il pezzo è cantato dalla band svizzera "Da Sign & The Opposite".

### **Valutazione scientifica**

La valutazione della campagna sarà effettuata dall'Università di Zurigo, Istituto di scienze della comunicazione e di ricerca sui media. I risultati delle singole fasi di valutazione saranno utilizzati per gli sviluppi successivi della campagna.

### **Costi**

I costi totali della campagna ammontano a CHF 6 milioni. La campagna è finanziata dal Fondo di Sicurezza Stradale, FSS. Quale ente pubblico statale con mandato legale federale, l'FSS attinge le sue risorse finanziarie dai contributi delle assicurazioni di responsabilità civile degli autoveicoli.

**Sito web campagna**

[www.slow-n-easy.ch](http://www.slow-n-easy.ch)

**Contatto per i media**

**ASA:** Frank Keidel, servizio media Associazione Svizzera d'Assicurazioni ASA, Tel. +41 (0)44 208 28 72, [frank.keidel@svv.ch](mailto:frank.keidel@svv.ch); Centralino: Tel. + 41 (0) 44 208 28 28

**upi:** Daniel Menna, servizio media upi – Ufficio prevenzione infortuni, Tel. +41 (0) 31 390 21 16, [d.menna@bfu.ch](mailto:d.menna@bfu.ch); Centralino: Tel. +41 (0) 31 390 22 22