



20 anni di Vacanze coi Fiocchi

Quest'anno la tradizionale auto di Snoopy porta con sé una grande ricorrenza: 20 anni della campagna nazionale per la sicurezza sulle strade delle vacanze promossa dal Centro Antartide che nasceva nel 1999 per contrastare il picco di vittime della strada che accompagna i grandi esodi estivi. Un dato che, per quanto migliorato nel tempo, resta ancora attuale. Quest'anno le attività ruotano attorno al tema della cura (per sé stessi, per gli altri viaggiatori e per il proprio veicolo) come modalità per promuovere la sicurezza: a raccontarlo ancora una volta centinaia di aderenti in tutta Italia, tra amministrazioni locali, autostrade, associazioni e media, con l'abituale collaborazione di testimonial d'eccezione come Piero Angela, Patrizio Roversi, Tessa Gelisio e il campione di nuoto Marco Orsi.

È lo storico testimonial Piero Angela, attivo per Vacanze coi Fiocchi fin dalla prima edizione, ad aprire i materiali della campagna 2019: *“Quest'anno siamo arrivati alla ventesima edizione di “Vacanze coi fiocchi”, forse la campagna sulla sicurezza stradale più longeva del nostro paese. Vent'anni di un impegno che nasce, oggi come due decenni fa, da uno sguardo ai dati sull'incidentalità ancora drammatici soprattutto nei mesi estivi in cui tanti italiani si mettono in viaggio per le vacanze”*. Una celebrazione, quindi, che non ha il sapore di festa dato che, per citare un'espressione cara alla campagna, *“molta strada resta ancora da fare”*. I mesi estivi infatti, a partire da luglio, sono ancora quelli in cui si registra il più alto numero di incidenti sulle strade in relazione al fatto che in questo periodo più spesso ci mettiamo in auto per raggiungere le mete delle vacanze, per un week end o una giornata di relax e fuga dalla città: i morti in strada da giugno a settembre sono più di 1.200, un numero pari ai passeggeri di un traghetto, che scompaiono nel giro dell'estate. Inoltre, se per il 2018 le vittime sembrano essere in calo, -2% (stima preliminare in attesa dei dati di ACI e Istat) – le sole registrazioni di Stradale e Carabinieri per i primi mesi del 2019 sono allarmanti: +6,7% in più per le vittime e +5,6% per gli incidenti dall'esito fatale. Lontani dall'obbiettivo UE di una riduzione del 50% delle vittime entro il 2020.

La campagna nazionale per la sicurezza sulle strade delle vacanze è realizzata con il patrocinio della Senato della Repubblica, Camera dei Deputati, Conferenza delle Regioni e delle Province Autonome, Anci ed è ideata e coordinata dal Centro Antartide di Bologna in collaborazione con AISCAT (Associazione Italiana Società Concessionarie Autostrade e Trafori). Materiali come d'abitudine dal tono leggero vengono diffusi su tutto il territorio nazionale, in particolare negli snodi della rete autostradale, e ricordano per questa edizione che per viaggiare in sicurezza occorre *“prendersi cura”*: cura di sé stessi - stando attenti a mettersi alla guida nelle migliori condizioni, cura degli altri passeggeri – con dispositivi di sicurezza per chi viaggia con noi, cura del proprio veicolo e cura di tutti quelli che dividono la strada con noi – attraverso il rispetto delle regole e del codice della strada.

Sul territorio nazionale centinaia di soggetti tra autostrade, amministrazioni locali, associazioni, media e radio promuovono la campagna diffondendo spot radiofonici, manifesti con l'immagine ormai tradizionale di Snoopy e il pieghevole, distribuito in più di 25.000 copie nei comuni della penisola e sulla rete autostradale italiana, tra caselli, aree di servizio, punti Blu e aree di cortesia e che accanto a quello di Piero Angela presenta contributi e riflessioni su questi temi di Patrizio Roversi, Tessa Gelisio e del campione di nuoto Marco Orsi.

Divisa tra la promozione su strada, con la distribuzione ai caselli di fine luglio, e quella in rete, la campagna ha una pagina Facebook che accompagna quotidianamente i vacanzieri con informazioni e suggerimenti per viaggi più piacevoli e sicuri, accanto ai messaggi dei testimonial con gli hashtag #VacanzeCoiFiocchi e #VCF19. Gli spot radio dei testimonial saranno trasmessi gratuitamente dalle emittenti aderenti e all'interno dei supermercati Coop Alleanza 3.0. La campagna si svilupperà per tutto il periodo estivo fino a settembre.