



numero 2 - 8 giugno 2015



Anav presenta la sua campagna dal titolo "Sicurezza 10 e lode"

Promuovere la cultura della sicurezza nel trasporto scolastico. È questo l'obiettivo della campagna "Sicurezza 10 e lode" presentata oggi a Milano da Anav, in collaborazione con Mercedes-Benz e Setra, nel corso del World Congress di UITP. Il convegno si è svolto nell'ambito del congresso mondiale "Smile in the City", organizzato dall'Associazione Internazionale del Trasporto Pubblico (UITP). Sono intervenuti Nicola Biscotti, presidente Anav, Valentino Bernando, Commissario Capo Polizia di Stato, Riccardo Cornetto, direttore commerciale coaches di EvoBus Italia S.p.A., e Holger Dürrfeld, ceo di EvoBus Italia S.p.A. "Attraverso la campagna 'Sicurezza 10 e lode' Anav si propone di promuovere cultura della sicurezza e della 'buona mobilità' presso le dirigenze scolastiche, le famiglie e tutti gli attori che, a vario titolo, intervengono nell'organizzazione di gite scolastiche e viaggi di istruzione – ha dichiarato Biscotti -. L'autobus è uno dei mezzi di trasporto più sicuri, ma bisogna affidarsi ad imprese serie e scrupolose che operino nel pieno rispetto delle regole. L'obiettivo della campagna è anche questo: aiutare le dirigenze scolastiche, attraverso un vademecum ad hoc che stiamo preparando insieme con la Polizia di Stato, a fare la scelta giusta". Il Commissario Capo della Polizia di Stato Valentino Bernando ha, infatti, ribadito il ruolo preventivo che potrebbe avere sempre di più la Polizia di Stato nella fase di organizzazione delle gite. Già oggi le sezioni territoriali intervengono su richiesta delle scuole per verificare la regolarità delle imprese e dei veicoli impiegati, in un prossimo futuro tale ruolo potrebbe essere ulteriormente rafforzato grazie ad una convenzione tra il Miur e la Polizia di Stato. Nell'attesa, con questa campagna è partita una fase di collaborazione con l'Anav che si svilupperà attraverso iniziative di sicurezza comuni. Ogni anno circa 2 milioni di studenti utilizzano l'autobus per gite e viaggi di uno o più giorni. L'autobus è il mezzo di trasporto più utilizzato per i viaggi di istruzione di allievi di scuole elementari e medie (oltre il 95 per cento) e delle scuole superiori (circa il 54 per cento). Sono coinvolte quasi 3.700 imprese di noleggio con conducente, che dispongono di circa 27.000 autobus e realizzano un fatturato annuo, riferibile ai viaggi di istruzione, di circa 316 mln di euro.

Da un'indagine Anav-Isfort sul comparto è emerso che il prezzo è oggi un fattore determinante nella scelta dell'impresa cui affidare il trasporto nei viaggi di istruzione – stesso problema nel trasporto scolastico – anche a possibile discapito della sicurezza. Autisti in nero e gomme vecchie, solo per fare qualche esempio, sono alcuni dei "piccoli" particolari che le scuole rischiano di ignorare utilizzando il sistema delle aste a ribasso. La sicurezza dei nostri figli vale 3 euro? Ecco quello che Anav chiede alle dirigenze scolastiche e alle amministrazioni comunali. È questa, infatti, la differenza media di costo emersa dall'indagine tra un trasporto scolastico sicuro, effettuato con veicoli di ultima generazione dotati di tutti i sistemi di protezione, e un trasporto ottenuto con una gara al massimo ribasso o con la semplice scelta del preventivo più economico. "In tale ottica è da vedere l'intervento di Daimler, azienda globale che ha nella sicurezza stradale uno dei propri valori. – sostiene Riccardo Cornetto, Direttore Commerciale EvoBus Italia – Gli investimenti fatti in ricerca e sviluppo e l'applicazione di tecnologie all'avanguardia permettono da più di 50 anni a Daimler di realizzare e commercializzare veicoli in grado di anticipare regolarmente quelli che, a ragione, divengono poi obblighi di legge". La campagna di comunicazione "Sicurezza 10 e lode" declina tutti i valori associabili al trasporto in autobus: la sostenibilità, la flessibilità e la sicurezza. L'autobus visto come mezzo di trasporto su strada meno inquinante in termini di km/passeggero e soprattutto il più sicuro per caratteristiche produttive dei mezzi e professionalità degli autisti. L'impatto mediatico della campagna è garantito dall'utilizzo combinato di media nuovi e tradizionali: dai canali più classici, come la cartellonistica, a quelli più mirati via web, agli spot televisivi e radiofonici. Strumento fondamentale è l'omonimo blog sicurezza10elode.it, luogo di confronto e dibattito sul tema della sicurezza e della qualità dei servizi nel trasporto degli studenti, in cui operatori del settore, dirigenti scolastici, genitori e allievi troveranno tutte le informazioni, le news e gli aggiornamenti utili ad accrescere la propria consapevolezza a riguardo. Sarà realizzato, in collaborazione con la Polizia di Stato, anche un de-