

L'SCT reforça el missatge de prevenció de la sinistralitat i fomenta una actitud responsable al volant

El balanç de les campanyes “Encara hi ets a temps” i “Pots evitar un accident, però no el seu record” del Servei Català de Trànsit (SCT), difoses respectivament durant la Setmana Santa i l'estiu del 2011, és que han contribuït a reforçar el missatge de prevenció i sensibilització. La primera campanya feia èmfasi en factors com la sinistralitat, la velocitat, l'alcohol i els sistemes de seguretat passiva i, pel que fa a la campanya de l'estiu, reflectia les seqüeles psicològiques d'un sinistre. Aquestes campanyes, juntament amb altres factors, contribueixen a reduir la mortalitat a les nostres carreteres. Recordem la disminució dels morts respecte de la Setmana Santa de l'any anterior (9 morts davant dels 11 del 2010) i de l'1 de juliol al 31 de setembre (77 morts respecte dels 93 del 2010).

“Pots evitar un accident, però no el seu record”

Els resultats del posttest d'aquesta campanya, que es va difondre entre l'1 de juliol i el 31 de setembre i s'adreçava a conductors i conductores novells i de mitjana edat, denoten que s'assoleix la identificació del públic amb la situació de conèixer de prop les conseqüències d'un accident, ja sigui per conduir sota els efectes de l'alcohol o bé per parlar pel mòbil. El grau d'impacte de la campanya és de 6,90 sobre 10.

El 82,7% dels entrevistats recorden haver vist la campanya a la televisió. Els missatges difosos a través d'aquest mitjà són els que tenen més impacte. No obstant això, només el 31,7% dels participants la recorden. Entre altres aspectes a millorar, els participants proposen continuar recalcant el missatge de no abaixar la guàrdia davant les distraccions. A més, opten per donar més dramatisme i pes a la història.

POSTTEST CAMPANYA “POTS EVITAR UN ACCIDENT PERÒ NO EL SEU RECORD”

Participants del posttest:
Adolescents preconductors i conductors novells (14-18 anys).
Mitjana edat (30-45 anys).



Principals conclusions de la campanya de l'estiu del 2011

- El 82,7% dels entrevistats recorden haver vist la campanya per la televisió.
Els missatges emesos a través d'aquest mitjà són els que més impacte tenen (8,0), per sobre dels difosos a través dels panells informatius a la carretera (6,8) i de la ràdio (6,4).
- El grau d'impacte de la campanya és de 6,90 sobre 10.
Els entrevistats perceben que l'efecte que té la campanya en una persona a l'hora de circular és lleugerament més baix: 6,62.
- Aspectes millor i pitjor valorats de la campanya.
Resulta entenedora en el llenguatge utilitzat i és adequada per complir els objectius i clara en el missatge. En canvi, l'originalitat és el tret pitjor valorat.
- Només el 31,7% dels entrevistats recorda la campanya.
L'acció comunicativa més recordada del Servei Català de Trànsit és “1 segon et pot canviar la vida” (75,1%).
- El segment adult creu que s'incrementaria l'eficàcia de la campanya si es donés una mica més de dramatisme i pes a la història.
Juntament amb el segment jove, creuen en l'efectivitat de reflectir les conseqüències de l'accident una vegada ja ha passat.

“Encara hi ets a temps”

Els participants del posttest de la campanya “Encara hi ets a temps”, que es va difondre entre el 13 i el 25 d'abril, consideren que és adequada a l'hora de reforçar el missatge de prevenció i sensibilització sobretot en període de vacances. Malgrat tot, troben a faltar una línia més dura i més conscienciació per tal de provocar un major


impacte. Manifesten que caldria fer recomanacions com ara utilitzar els retrovisors abans i durant la conducció, i evitar conduir cansat i fomentar l'educació viària, per exemple. Així mateix creuen que s'hauria d'informar sobre els trams que concentren més accidents i que els agents implicats en el sector de la mobilitat es pronunciessin i recomanessin una conducció més segura.

INVESTIGACIÓ I RECERCA

 Mireia Camats

Posttests de les campanyes publicitàries de seguretat viària del 2011

Els participants del posttest de “Pots evitar un accident, però no el seu record” proposen continuar i recalcar el missatge de no abaixar la guàrdia davant les possibles distraccions

 Bulldog Studio

Els entrevistats sobre la campanya “Encara hi ets a temps” afegirien altres recomanacions, com ara la d'utilitzar els retrovisors, evitar conduir cansat i inculcar valors de mobilitat segura