

## Víctimes reals d'accidents de trànsit protagonitzen la nova campanya de conscienciació viària de l'SCT

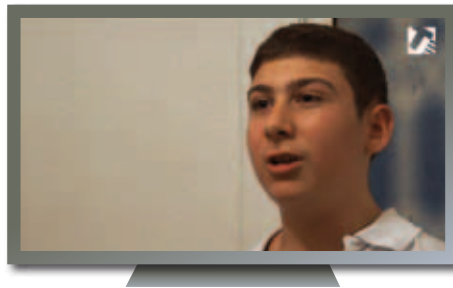
"No costa res fer un gest de posar-se un cinturó, no costa gens cordar-se un casc i tampoc costa res tornar caminant a casa, cosa que jo ja no puc fer. La meua vida dels 25 anys es va quedar allà a l'asfalt. I allà es va quedar. No té res a veure amb la que tinc ara." Aquest és el colpidor testimoni de la Mireia Sanz, una de les sis víctimes d'accidents de trànsit que han participat en la nova campanya de conscienciació viària del Servei Català de Trànsit (SCT) que des del 22 d'octubre passat s'emet a la televisió en càpsules de 90 segons i a la ràdio en falques de 30 segons.

 Fina Araque

### Les frases de la campanya

Aquesta campanya testimonial suposa una nova línia comunicativa en la prevenció d'accidents de trànsit a Catalunya perquè per primera vegada una campanya està protagonitzada per víctimes i familiars que han patit les conseqüències d'un sinistre viari. A més, també suposa una innovació pel format: més periodístic, d'espais de més durada que un espot publicitari. L'acció busca més impacte i repercussió entre la ciutadania perquè es compleixin els objectius de fer reflexionar i canviar actituds en la conducció.

**"Sí, podem evitar-ho"**



**ALBERT QUILES**

*"Els meus pares van morir per culpa d'un cotxe que anava contra direcció"*

 Per veure la campanya: **Youtube de l'SCT (transitcatalunya)** o [www.gencat.cat/transit2012](http://www.gencat.cat/transit2012)

**JORDI CASELLAS**

*"Jo vaig ser el que vaig tenir menys culpa perquè no conduïa"*



**JOSEP ROCA**

*"Surts de l'hospital amb una tetraplegia i condemnat tota la vida a una cadira de rodes"*

**XAVIER ROMERO**

*"Trobo a faltar aixecar-me al matí i no sentir dolor"*



Les sis peces comencen detallant la causa de l'accident de la víctima (Jordi Casellas, Carmina Ferré, Albert Quiles, Josep Roca, Xavi Romero i Mireia Sanz), seguit d'una explicació de la lesió que se'n va derivar.

## L'acció busca més impacte i repercussió entre la ciutadania

Després del relat real, sincer i espontani del testimoni, l'espai finalitza amb el claim: "Sí, podem evitar-ho". Tots els protagonistes de la

nova campanya van veure truncada la seva vida a la carretera. Eren conductors, acompanyants o vianants, però a tots ells un accident de trànsit els va suposar un abans i un després. Així ho expliquen a la nova acció de conscienciació viària de l'SCT.

## La difusió

La campanya es difon a través d'emissores generalistes i radiofòrmules durant les franges horàries i programes de màxima audiència. Concretament s'han planificat 764 falques a RAC1, RAC105, Catalunya

Ràdio, Flaix FM, Europa FM, Onda Cero i SER; a les televisions s'emeten en hora punta a TV3, 8TV i televisions locals; al cinema es projecten quatre espais de la campanya a totes les sessions de 467 sales digitals de Catalunya, i en format pre-roll s'emeten la campanya a internet.

La càrrega emocional d'aquestes càpsules testimonials és elevada, ja que persones que han patit les conseqüències d'un accident de trànsit han decidit explicar la seva dura experiència per intentar que altres no hagin de passar pel mateix.

Indica

## DIFUSIÓ DE LA CAMPANYA



Emissores generalistes i radiofòrmules durant les franges horàries i programes de màxima audiència.

764 FALQUES



Emissió en hora punta.



TELEVISIONS LOCALS



Projecció de 4 espais de la campanya

467 SALES DIGITALS DE CATALUNYA



CAMPANYA A INTERNET EN FORMAT PRE-ROLL



Mireia Sanz

Jaume Costalls

## La Mireia Sanz és una de les sis víctimes d'accident de trànsit que participa a la campanya "Sí, podem evitar-ho"

Què ha suposat per a tu col·laborar en aquesta campanya testimonial de l'SCT?

He participat en altres accions de sensibilització, però aquesta campanya ha estat un dels projectes més gratificants perquè he pogut veure els seus efectes immediatament a través dels comentaris de la gent. I no només de la més propera, sinó també a través de l'efecte viral de les xarxes socials, de persones que no tenen cap relació amb mi que diuen que els agrada i els fa reflexionar. Això et reforça la idea que el que has fet serveix per a alguna cosa.

Què destacaries de la campanya "Sí, podem evitar-ho"?

Crec que és una bona campanya perquè són sis històries diferents i d'aquesta manera no es fa repetitiva i la gent està atenta cada vegada que la veu o l'escolta.