



COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE E PUBBLICITÀ SOCIALE: CITTADINI E ISTITUZIONI SEMPRE PIÙ VICINI

21 Novembre 2007, 16:57

Autore: Giulia Antinori,
ufficio.stampa@comune.cagliari.it

URL della pagina: <http://www.ufficiostampacagliari.it/reportage.php?pagina=5&sottopagina=14>
Data scaricamento: 3 Febbraio 2009, 23:50

Un nuovo modo per essere sempre più vicini ai cittadini e sensibilizzarli sui problemi e le priorità di una città in continua trasformazione.

'Prendi tutto il sole che vuoi': bandiere e cartoline per tenere pulita la spiaggia del Poetto

Cartoline, magliette, bandiere. Ma anche cartelloni di varie dimensioni e pagine sulla stampa quotidiana. Tutto con un solo obiettivo: mantenere il Poetto pulito.

Una campagna di pubblica utilità, organizzata dal Comune con l'agenzia pubblicitaria Blacksheep, che, per il secondo anno di seguito, ha allertato le centinaia di migliaia di sardi e turisti che si sono riversati lungo i 6 km di costa cittadina su uno dei temi scottanti del periodo estivo a Cagliari: la pulizia dell'arenile. Stessa spiaggia, stesso slogan: "Prendi tutto il sole che vuoi, in cambio non lasciarci niente", proprio come nel 2006.

"Dovevamo proporre una comunicazione efficace - ha detto Elio Gola della Blacksheep, agenzia che si è occupata della campagna per conto del Comune - che colpisse tutti senza accusare nessuno". Uno studio preciso e approfondito del contesto, quindi, e una valutazione dell'impatto sul pubblico per arrivare alla definizione della strategia e dei mezzi. Con un elemento importantissimo da considerare: il target assolutamente eterogeneo. "Tutti vanno al mare - ha spiegato Elio Gola - e tutti devono recepire il messaggio: senza distinzioni di sesso, età o estrazione sociale".

Ecco allora nascere una campagna di sensibilizzazione "in loco", dove a ricordare un dovere che è di tutti e per tutti ci pensano gli enormi cartelloni che tappezzano i muri lungo il percorso dalla città alla spiaggia. E poi bandiere, locandine e cartoline nei chioschi e circa 200 magliette indossate dal personale: con un colore viola acceso che ha attirato l'attenzione dei bagnanti della "spiaggia dei Centomila". In più alcune uscite sui quotidiani regionali più letti nel cagliaritano.



Dopo il successo della campagna pubblicitaria dell'anno scorso, l'Amministrazione comunale ha pensato di riproporre la stessa formula affidandosi al detto: "cavallo vincente non si cambia". E così è stato utilizzato lo stesso slogan della passata stagione estiva, giusto con qualche piccola modifica sul colore e sull'immagine. In primo piano c'è ancora la spazzatura (con tre diversi soggetti) e sullo sfondo ancora le barche di Marina Piccola e la Sella del Diavolo, ma c'è un elemento in più: sotto uno splendido cielo azzurro, un uomo e una donna di spalle, presi per mano, son seduti a prendere il sole. "Non si sa se siano stati loro a sporcare la spiaggia o se abbiano trovato già tutto così - ha precisato Elio Gola - l'elemento umano ci sembrava però fondamentale". Come a sottolineare che la differenza tra responsabili e vittime dei comportamenti incivili è in effetti poca e che per tenere il Poetto pulito ci vuole la buona volontà di tutti.

Un pomeriggio al mare: sole, tramezzino, bagno, gelato, ancora un po' di sole e un'altra nuotata e poi caffè prima di andar via. Ma il cesto dell'immondezza è troppo lontano e allora carta, plastica e cicche finiscono troppo spesso sulla sabbia. Ma la cattiva abitudine deve cambiare. Ed attenzione particolare è prestata anche alle cicche di sigarette, piccole e apparentemente poco inquinanti: le cartoline pubblicitarie distribuite, se ripiegate secondo le istruzioni riportate sul retro possono essere utilizzate come comodi portacenere. "Una trovata che incuriosisce - ha concluso Elio Gola - contribuisce ancor più al nostro scopo".