

# upi

Objektyp: **Group**

Zeitschrift: **Mobile : la rivista di educazione fisica e sport**

Band (Jahr): **5 (2003)**

Heft 3

PDF erstellt am: **01.09.2024**

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*  
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, [www.library.ethz.ch](http://www.library.ethz.ch)

<http://www.e-periodica.ch>



Una campagna interessante, quella promossa dalle FFS e da RailAway ad eccezione di un piccolo ma importante particolare: a differenza della foto da noi scelta lo snowboardista non porta il casco. Peccato!

Campagna pubblicitaria di FFS e RailAway

## L'esempio di «SNOW'N'RAIL»

FFS/RailAway offre arrangiamenti comprendenti viaggio in treno e giornaliera a condizioni vantaggiose. Quest'anno per la pubblicità di «Snow'n'Rail» si è scelto di ricorrere a ad uno snowboarder di altissimo livello. Ma... la sicurezza è in ritardo?

**S**e partiamo dalla considerazione che si tratta di una campagna rivolta in prima linea ai giovani, essa va considerata positivamente ai fini della sicurezza, a prescindere dalla scelta delle immagini. La statistica degli incidenti stradali mostra che persone fra i 18 ed i 24 anni sono soggette ad un rischio da doppio a triplo rispetto a quelle meno giovani. In particolare negli incidenti tornano di frequente caratteristiche quali: numerosi incidenti di notte durante il fine settimana, molti incidenti senza coinvolgimento di terzi, incidenti dovuti a velocità non adatta alla situazione e incidenti con coinvolgimento di maschi giovani. Da questo punto di vista si può davvero affermare che chi viaggia in treno non causa alcun incidente stradale. Ciononostante, a guardare la pubblicità sorgono pur sempre questioni in merito alla sicurezza. Interesserebbe ad esempio sapere a quale gruppo ci si vuole rivolgere e perché parlando di divertimento sulle piste si mostra una situazione difficile che ha per protagonista uno snowboarder senza casco.

La risposta del responsabile presso RailAway

### «Obbligo di casco per gli idoli delle nevi»

*La campagna si rivolge a tutte le fasce d'età. Sono soprattutto le famiglie ad approfittare dell'offerta per non incidere troppo sul bilancio familiare; ma anche per giovani e studenti la ferrovia è un'alternativa comoda ed economica all'automobile. A questo proposito si riduce notevolmente il rischio di incidente: i patiti della neve stanchi morti e a volte con un gocciolo di troppo non devono affrontare spostamenti in autostrada, ma vengono portati a casa in treno in tutta sicurezza.*

*Il motto della campagna si rifà al divertimento sulle piste ma invita nel contempo a godersi la neve con rispetto ed educazione. Per questo aspetto ci riferiamo alle campagne promosse dalla SUVA che a loro volta riprendono le regole di comportamento della FIS che invitano ad un comportamento corretto nei confronti della natura, degli altri*

*utenti sulle piste e di se stessi, non solo sulle piste, ma anche nei cosiddetti «obstacle parks». Queste specie di arene, che offrono vere sfide per freestyler di ogni disciplina e di ogni livello, vengono curate nelle maggiori località turistiche e riscuotono un sempre maggiore successo soprattutto fra i giovani appassionati. Freestyle è trendy, e parks del genere attirano gli amanti del rischio sottraendoli a pericolosi fuoripista ad alto rischio di valanghe. Proprio in un parco del genere è stata scattata la fotografia pubblicitaria. In futuro si potrebbe forse pensare ad imporre agli idoli delle nevi l'obbligo del casco, magari solo per «stunts» destinati al pubblico.*

Pietro Buonfrate,  
vice direttore della ditta RailAway.

Indirizzo: [pietro.buonfrate@sbb.ch](mailto:pietro.buonfrate@sbb.ch)