



Roma, 18 novembre 2023

ACI LANCIA ONLINE LA CAMPAGNA #BLINDSIDE PER LA SICUREZZA STRADALE

Nella Giornata mondiale del ricordo delle vittime della strada del 19 novembre, l'Automobile Club d'Italia promuove sui social il valore della mobilità responsabile

Si chiama **#blindside** la campagna di sensibilizzazione per la mobilità responsabile che l'Automobile Club d'Italia lancerà da domani sui social, in occasione della **Giornata mondiale del ricordo delle vittime della strada**: "la sicurezza è una linea sottile... non oltrepassarla" è il monito che accompagna immagini di auto, moto, bici e monopattini, attraversate dal confine - decisivo quanto sottile - tra la mobilità sicura e l'incidentalità stradale.

I contenuti sono elaborati con l'ausilio dell'**intelligenza artificiale**, per stimolare la coscienza degli utenti della strada e facilitare la velocità di propagazione attraverso i canali digitali.

L'**hashtag #blindside** è un forte richiamo al rispetto delle regole di circolazione e alla cautela verso gli altri utenti della strada. Il termine *blind side* (punto cieco) si riferisce a situazioni in cui si potrebbe erroneamente pensare di poter infrangere il Codice della Strada senza conseguenze.

Nella campagna **#blindside**, la connessione tra il punto cieco dei mezzi di trasporto e la mancanza di attenzione alla guida è cruciale. La disattenzione durante la guida può creare situazioni pericolose simili a zone cieche, in cui non si è consapevoli di ciò che accade intorno a noi. La campagna ACI sollecita la consapevolezza di queste "zone cieche" nella guida e nel nostro comportamento al volante.

"L'educazione è il primo elemento strategico nella politica di contrasto degli incidenti stradali - dichiara il **Presidente dell'Automobile Club d'Italia, Angelo Sticchi Damiani** - che solo nell'ultimo anno contano in Italia oltre 3.000 morti, 220.000 feriti e 18 miliardi di euro di spesa sociale. Con **#blindside**, ACI rafforza il suo presidio social per la sicurezza: solo negli ultimi cinque anni, infatti, abbiamo lanciato più di 40 campagne di sensibilizzazione su Instagram, Youtube, Facebook, Twitter e LinkedIn, raggiungendo mediamente oltre un milione di persone in ognuna di esse".