

Informare col sorriso: Riccione lancia la campagna di utilità sociale 'accattivante e piacevole'

Attualità - 29 maggio 2020 - 15:33



Informare e sensibilizzare i turisti sulle buone pratiche da adottare in quella che sarà un'estate sicuramente anomala, ma con un approccio più leggero e accattivante. Questa è la campagna di utilità sociale che l'amministrazione di Riccione promuove.

Nelle vie del passeggio, negli stabilimenti, nei luoghi più frequentati "non ci saranno delle 'X' per vietare assembramenti o invitare all'uso della mascherina, ma delle immagini colorate che illustrano le prescrizioni in maniera efficace e piacevole" spiega **l'assessore al turismo Stefano Caldari**.

"Stai a casa se hai la febbre perché solo la spiaggia può ascottare più di 37,5°", questo uno degli slogan rappresentato in maniera cromaticamente esuberante e attraente.

IL PROGETTO

Il progetto grafico, ideato da **Laura D'Amico**, mira a unire in modo originale l'informazione di pubblica utilità con la comunicazione culturale e turistica dando vita ad una nuova narrazione di città. Le misure di prevenzione diventano nuove opportunità per guardare Riccione in modo diverso, suggeriscono nuovi modi per viverla senza rinunciare alle relazioni, ma ampliandone i confini, e affrontare con creatività e spirito d'iniziativa questa situazione così inedita e delicata proponendo alternative invece di imporre divieti.

"I manifesti di pubblica utilità erano accomunati dalla ricerca di linguaggi semplici tradotti con una qualità visiva d'impatto per mirare al coinvolgimento sociale", afferma **Laura D'Amico**. "L'obiettivo centrale per questa nuova condizione in cui siamo immersi è instaurare un rapporto più profondo con i cittadini e i turisti per salvaguardare la sicurezza di tutti attraverso messaggi positivi ed inclusivi che amplino i nostri sguardi."

Il progetto grafico verrà diffuso attraverso i social di Città di Riccione, il sito turistico riccione.it, il sito istituzionale comune.riccione.rn.it e la cartellonistica diffusa in città. I messaggi

verranno affissi nei punti di massimo passaggio in città e nelle spiagge, per godere questa estate 2020 *Sotto il sole di Riccione* in sicurezza e la grafica messa a disposizione delle attività ricettive e commerciali. “Una spesa – spiega la **sindaca Renata Tosi** - decisamente moderata rispetto agli anni scorsi (tra i 7 e 8mila euro), una campagna fatta in italiano e inglese perché mi rifaccio alle date dell’apertura, il balletto dei governatori sulla riapertura dei confini non fa bene al turismo, porta solo danni e incertezze”.

UN’IDEA DA ESPORTARE

Il distanziamento, l’uso della mascherina, l’igiene delle mani, messaggi che vengono trasmessi con puntualità, ma senza dare il senso del “divieto”. Una modalità che la sindaca Renata Tosi, che fa parte del [G20s](#) (Summit delle località balneari), proporrà ai suoi colleghi come esempio di buona comunicazione: “Potremo essere da apripista per le altre località balneari, per trasmettere questi messaggi rendendoli ‘riccionesi’, comunicando la sicurezza con emozione”.

ESTATE IN SICUREZZA

Pattuglie quasi triplicate, per il primo lungo week-end di estate, così rassicura il Comandante del corpo intercomunale della Polizia Municipale, Achille Zechini: “Saranno 47 solo sul territorio riccionese, con l’intento di stare accanto ed essere d’aiuto ai cittadini”. Una presenza “autorevole e non autoritaria, per garantire l’ordine all’interno dei locali, vigilando all’esterno”.

M.A.C.