

I° Edizione – 2003

“La vita non è una corsa. Rallenta”

Gli incidenti stradali rappresentano la prima causa di morte fra i giovani e provocano ogni anno decine di migliaia di invalidi permanenti.

Su questa seconda terribile conseguenza si sono concentrati i ragazzi della I D del Liceo Righi, che hanno saputo raccontare la loro paura, e anche la loro spontanea incoscienza, senza inutili sensazionalismi e immagini raccapriccianti.

Hanno mostrato il desiderio di voler essere educati alla prudenza e al rispetto della propria vita, più che di essere terrorizzati con immagini forti e inquietanti che possono rischiare, paradossalmente, di alimentare il gusto della trasgressione.

"Per noi è stato importante non dare alla storia un esito mortale, perché i giovani non pensano così tanto alla morte- ha spiegato una delle studentesse coinvolte nel progetto- ma far presente che gli esiti di un incidente si possono portare dietro tutta la vita è un messaggio efficace".

Nella fase di preparazione i ragazzi hanno incontrato loro coetanei già segnati dal dramma di amicizie perse o giovani la cui vita è cambiata per sempre a causa di incidenti stradali. In classe sono stati visionati e poi discussi spot di campagne per la sicurezza stradale e gli alunni si sono confrontati sull'idea di mandare messaggi più o meno di forte impatto.

Le ruote all'inizio sono quelle di un triciclo, due piccoli amici si sfidano pedalando freneticamente. Poi i piccoli amici crescono, diventano adolescenti, e la gara continua in sella al motorino, in un circuito improvvisato dove i due sfrecciano senza casco incitati da un gruppo di coetanei. Una sfida che non avrà vincitori, i due ragazzi alla fine dello spot procedono fianco a fianco, spingendo le ruote di una carrozzina.

II° Edizione – 2004

“Armati del casco”

Lo spot è stato realizzato nella primavera del 2004 dagli studenti della III E del Liceo Scientifico Leonardo da Vinci di Casalecchio di Reno.

Nel video due pistoleri si affrontano in un paesaggio western. Le mani vanno alla fondina, lo sguardo di sfida è concentrato sull'avversario, scatta il duello (un duello particolare) sotto il sole cocente. Dei due cow-boy uno solo sarà quindi vincitore: per merito del casco.

“Armati del casco” è uno spot che punta l'attenzione e focalizza il tema della prevenzione e del rispetto delle più elementari norme di sicurezza, che ha il suo punto di forza nella creazione di un mondo metaforico e parallelo che funge da elemento trainante affinché il messaggio sia veicolato con estrema efficacia.

III° Edizione – 2005

“Non è un gioco, non è una partita, è la tua vita”

La classe IV I del Liceo Minghetti di Bologna, sotto la supervisione dei proff. Antonella Agostinis, Elisabetta Rizzo, Claudia Giacometti e Alessandra Giacomucci in un minuto di spot ha saputo esprimere un concetto incisivo e fondamentale. Il messaggio contenuto nello spot, ed espresso visivamente nel parallelo tra la partita di rugby e la strada percorsa da un giovane in moto, è che la vita non è un gioco, e l'auspicio contenuto è quello di usare l'intelligenza e la prudenza nel non confondere i “campi”. Tale auspicio si estende al di là dell'uso del motorino, proponendo,

attraverso la metafora della “meta non raggiunta”, un comportamento corretto in generale, da parte di tutti coloro che praticano la strada, nel rispetto delle regole per la sicurezza propria e di quella altrui. E’ sembrato particolarmente felice ed educativo il riferimento alla pratica sportiva che positivamente indirizza e sviluppa le energie del mondo adolescenziale.

IV° Edizione – 2006

“Se bevi non scendere in pista”

La classe III DS dell’Istituto d’istruzione superiore ITC-Crescenzi-ITG-Pacinotti di Bologna, sotto la supervisione dei proff. Emilia Mazzacuva e Stefano Catasta, è risultata vincitrice per avere saputo ideare uno spot dal linguaggio pubblicitario diretto, di grande impatto visivo e sonoro, e per la ricerca stilistica originale e innovativa che ha saputo usare la metafora del gioco del bowling per veicolare un messaggio chiaro ed importante: non fare uso di alcolici se si deve guidare. E così la pista rappresenta la strada, la palla una moto, che, caricata con la birra, diventa un proiettile lanciato ad alta velocità, e i birilli sono inconsapevoli bersagli umani, investiti sulle strisce pedonali.

“Lascia un segno ma non sulla strada”

La classe II AS del Liceo Scientifico Statale Leonardo da Vinci di Casalecchio di Reno sotto la supervisione dei proff. Sortino e Morigi, ha saputo ideare un spot che unisce l’immaginario cinematografico all’utilizzo di un linguaggio grafico, essenziale ed incisivo. Il segno, il disegno, le linee sulla strada diventano protagoniste e conducono al graffito finale che nella sua essenziale semplicità sintetizza il pericolo a cui i giovani sono esposti con comportamenti a rischio, come l’assumere alcool e sostanze stupefacenti. La classe ha saputo creare un head-line molto efficace con un messaggio positivo e costruttivo, che invita i giovani a convogliare le proprie energie per lasciare un segno solo nel futuro.

“Pronto? sì a vivere”

La classe II G dell’ Istituto d’istruzione superiore Enrico Mattei di San Lazzaro di Savena, sotto la supervisione della prof. Paola Donati, ha realizzato una storia con una struttura cinematografica, che racconta le conseguenze di una cattiva abitudine che si sta diffondendo anche nel mondo degli adulti. Le distrazioni sulla strada in pochi secondi cambiano il corso della vita; il finale, tragico e realistico, induce il giovane spettatore a riflettere, identificandosi nei protagonisti e nei loro comportamenti. Il montaggio alternato delle scene con gli attori e del cardio-frequenziometro permette di far crescere il ritmo dello spot fino all’head-line finale, che lascia ai giovani una possibilità di scelta.

V° Edizione - 2007

“Non fidarti solo degli occhi usa anche la testa”

La classe II M del Liceo Fermi di Bologna, sotto la supervisione della prof. Elisabetta Vanzani Bonfatti, è risultata vincitrice per avere ideato uno spot che riesce in pochi secondi a raccontare diversi stati d’animo che si verificano alla guida dell’automobile dopo una ennesima serata in discoteca. Gli occhi come specchio dell’anima, delle paure di una generazione che esce dall’adolescenza con le sue incertezze e paure.

“Ti ricordiamo sempre”

La classe IV B dell'IPSCTP Aldrovandi-Rubbiani di Bologna, sotto la supervisione della prof. Patrizia Tomassoni, ha saputo unire tre temi importanti, la sicurezza stradale, l'amicizia e lo sport, così da realizzare una storia universale che riesce a toccare le sensibilità di ognuno di noi, sottolineando il tema del ricordo e della memoria come parte integrante della nostra vita.

“Costa meno una cintura di una vita”

La classe IV A di casalecchio di Reno dell'IPSSAR “Scappi” di Castel S. Pietro, sotto la supervisione dei proff. Luigi Liserre e Giampietro Peghetti, ha saputo raccontare con ironia e umorismo un'idea originale sulla sicurezza stradale, che rappresenta e fa riferimento alle culture giovanili, moda e costume, scegliendo così una comunicazione agile, immediata e positiva.

“Non farti scappare la vita dalle mani”

La classe IV del Liceo della Comunicazione “San Pio X”, Istituto Visitandone, di Castel San Pietro, sotto la supervisione della Prof Annalisa Cattan, ha ricevuto una menzione speciale per lo story-board, realizzato con grande professionalità e creatività, unita ad una proposta originale.