

# MODELLO di BRIEF

## CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE

### *“La centralità dell’autotrasporto”*

#### **PREMESSA**

*Nella premessa si riassumono le caratteristiche più rappresentative dell’Amministrazione proponente (identità e mission) e del servizio/evento oggetto della campagna.*

Il Comitato Centrale è l'organo di direzione dell'Albo Nazionale delle persone fisiche e giuridiche che esercitano l'autotrasporto di cose per conto di terzi. L'Albo tiene l'elenco ufficiale dei soggetti abilitati ad esercitare l'autotrasporto di cose per conto terzi ed è costituito da circa 100.000 imprese attive. L'iscrizione all'Albo è condizione necessaria per l'esercizio della professione.

Grazie alla sua articolata composizione, all'interno del Comitato si confrontano e trovano soluzione esigenze generali pubbliche ed istanze di sviluppo del settore.

Tra le competenze del Comitato rientra il controllo sul possesso dei requisiti richiesti alle imprese per esercitare la professione, ma anche la verifica in modo più puntuale dello svolgimento della loro attività economica. Il Comitato è, inoltre, impegnato in una azione di promozione del settore nel senso di accrescerne le caratteristiche di modernità, sviluppo tecnologico, sostenibilità ambientale e sociale, generale progresso concorrenziale in uno scenario caratterizzato da una forte presenza di competitor internazionali.

Le attività di informazione e comunicazione rivestono particolare importanza sia con riferimento alla divulgazione della conoscenza delle attività istituzionali del Comitato sia nell'intento di valorizzare il ruolo che l'autotrasporto merci svolge quale volano dell'economia nazionale e fulcro dell'approvvigionamento quotidiano non solo dei beni di prima necessità ma anche di tutto ciò che ordinariamente contribuisce al dispiegarsi di ogni nostra attività come singoli e come collettività.

I principali temi che costituiscono i centri di interesse della Mission istituzionale sono :

- **REGOLARITÀ DELLE IMPRESE.** Il Comitato centrale e gli Uffici provinciali della motorizzazione, ciascuno nella rispettiva competenza, provvedono alle attività di verifica della regolarità della posizione di tutte le imprese iscritte (controlli sulla capacità imprenditoriale, finanziaria e manageriale, sulla regolarità contributiva e fiscale, sulla adeguatezza del parco veicolare e del numero dei conducenti, sull'avvenuto versamento del contributo di iscrizione e sul rispetto delle norme derivanti dall'applicazione del Contratto collettivo di lavoro e su quelle relative alla sicurezza dei luoghi di lavoro).
- **SICUREZZA.** Il Comitato centrale ha l'obiettivo di garantire il rispetto delle misure di sicurezza della circolazione stradale con riferimento ai veicoli pesanti al fine di diminuire sostanzialmente l'incidentalità e diffondere la cultura delle best practices alla guida, in particolare nei seguenti

settori: 1) Controlli su strada, in collaborazione con la Polizia stradale attraverso la dotazione agli Organi di Polizia di strumentazioni idonee per la rilevazione delle infrazioni, sviluppo di apposite azioni coordinate, la realizzazione di iniziative di contrasto al fenomeno del cosiddetto “cabotaggio abusivo” (quando il cabotaggio perde il carattere di temporaneità a causa di tentativi illegali di superare i limiti previsti ex Regolamento 1072/2009, artt. 8,9 e 10, diventa cabotaggio abusivo perché sfocia nella concorrenza sleale verso gli operatori dell’autotrasporto residenti), il regime dei controlli ed ogni altra iniziativa utile o necessaria per la diffusione delle best practices. 2) Formazione dei conducenti, attraverso la promozione di una campagna di formazione rivolta ai conducenti professionali delle imprese di autotrasporto iscritte all’Albo sui temi della “guida sicura” e della “guida ecosostenibile”. La campagna prevede lo svolgimento di un corso di formazione gratuito articolato in una parte teorica in modalità e-learning ed una pratica con l’ausilio di un simulatore di guida. 3) Veicolo, mediante la promozione della sicurezza anche grazie al rispetto delle regole che sono poste a base della corretta tenuta del veicolo.

- **SOSTENIBILITA’ AMBIENTALE, SOCIALE ED ECONOMICA.** 1) Trasporto stradale sostenibile: Il Comitato promuove il trasporto stradale sostenibile con automezzi di nuova generazione ed infrastrutture sicure. 2) Progetto “L’Autotrasporto Sicuro”: Il Comitato promuove le imprese di autotrasporto, che nel periodo di emergenza sanitaria, anche nella fase di totale chiusura di tutte le attività produttive, hanno assicurato le forniture e gli approvvigionamenti necessari; pertanto è stato indetto un bando per l’erogazione di contributi per le spese affrontate dagli autotrasportatori per l’acquisto di dispositivi e strumenti di protezione individuale nonché la sanificazione dei luoghi di lavoro e dei veicoli. 3) Aree di sosta: Il Comitato provvede a contribuire alla realizzazione di aree di sosta attrezzate per i veicoli pesanti lungo la rete autostradale nazionale ove è possibile parcheggiare il veicolo in sicurezza e disporre di servizi alla persona per i conducenti. 4) Rimborso dei costi dei pedaggi: Il Comitato provvede annualmente a rimborsare le imprese di autotrasporto iscritte all’Albo di parte dei costi sostenuti per i pedaggi relativi ai transiti autostradali. Il rimborso avviene sulla base di criteri e modalità stabiliti che premiano l’utilizzo di veicoli di classe ecologica più elevata per diffondere nel settore la pratica della sostenibilità ambientale attraverso l’uso di veicoli green e carburanti alternativi.

## **CONTESTO**

*Nell’analisi del contesto è utile dettagliare lo scenario, sia interno che esterno, nel quale si colloca il servizio/evento oggetto della campagna, facendo riferimento agli aspetti normativi e tecnici ed evidenziando le eventuali criticità.*

L’oggetto della campagna si colloca più spiccatamente nel periodo di chiusura dell’emergenza epidemiologica da Covid-19 durante il quale, il settore dell’autotrasporto merci ha assicurato alla

popolazione senza soluzione di continuità la provvista di tutto ciò che occorre, dal necessario al voluttuario.

## **OGGETTO DELLA CAMPAGNA**

*L'oggetto della campagna deve riassumere con chiarezza e in maniera esaustiva in cosa consiste il servizio/evento da comunicare o promuovere.*

Il ruolo svolto dall'autotrasporto con riferimento alle missioni del Comitato centrale.

## **OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE**

*Negli obiettivi è importante elencare con chiarezza i risultati che ci si propone di ottenere attraverso la campagna di comunicazione.*

*Al fine di garantire una maggiore efficacia del brief, è importante porre obiettivi precisi, comprensibili e misurabili.*

- 1) divulgazione della conoscenza delle attività istituzionali del Comitato sia nell'intento di valorizzare il ruolo che l'autotrasporto merci svolge quale volano dell'economia nazionale e fulcro dell'approvvigionamento quotidiano non solo dei beni di prima necessità ma anche di tutto ciò che ordinariamente contribuisce al dispiegarsi di ogni nostra attività come singoli e come collettività;
- 2) ribaltare l'immagine collettiva dell'autotrasporto merci troppo spesso caratterizzata da una percezione negativa che non può corrispondere all'effettiva portata del servizio reso dal comparto così come proprio negli ultimi mesi l'emergenza Covid ha dimostrato;
- 3) realizzazione di una apposita campagna di comunicazione a livello nazionale al fine di promuovere la sicurezza stradale diffondendo il messaggio sulla necessità di viaggiare con veicoli efficienti, mantenuti e revisionati nell'ottica che un'impresa più efficiente contribuisce alla sicurezza dell'autotrasporto;
- 4) promuovere l'avvicinarsi dei giovani alla professione di autotrasportatore, professione che non va più intesa secondo l'originario storico stereotipo del "camionista" ma come un operatore altamente specializzato in grado non solo di confrontarsi con veicoli di ultima generazione evoluti sotto il profilo tecnologico ma anche avere la consapevolezza di svolgere un lavoro di alta responsabilità da cui discende l'affermarsi del valore generale della sicurezza stradale;
- 5) nell'ambito delle attività promosse dal Comitato, diffondere l'immagine delle imprese di autotrasporto che nel periodo di emergenza sanitaria hanno garantito lo svolgimento delle attività lavorative in assoluta sicurezza con l'utilizzo di dispositivi e strumenti di protezione individuale nonché la sanificazione dei luoghi di lavoro e dei veicoli;
- 6) pubblicizzare il contributo del Comitato centrale nella realizzazione di aree di sosta attrezzate per i veicoli pesanti lungo la rete autostradale nazionale;
- 7) l'utilizzo di veicoli di classe ecologica più elevata per diffondere nel settore la pratica della sostenibilità ambientale attraverso l'uso di veicoli green e carburanti alternativi per i quali viene riconosciuto alle

imprese iscritte all'Albo un rimborso di parte dei costi sostenuti per i pedaggi relativi ai transiti autostradali.

## **TARGET**

*L'individuazione del target è fondamentale per strutturare al meglio una campagna. Questa sezione deve fornire caratteristiche quanto più possibile dettagliate (anagrafiche, geografiche, socioeconomiche, culturali e attitudinali). Spesso il target delle campagne di comunicazione istituzionale è ampio e trasversale; quando possibile occorre fare uno sforzo di segmentazione del target, andando a definire il destinatario (o i destinatari) in maniera quanto più specifica possibile, anche distinguendo tra target primario e target secondario.*

Il Comitato si rivolge:

- alle imprese di autotrasporto merci quale target privilegiato per il progresso del settore nei termini della regolarità dell'attività imprenditoriale, nonché delle opportunità recate dalle iniziative di sostegno al settore;
- ai committenti, quale target qualificato per ottimizzare i rapporti intercorrenti con le imprese di autotrasporti nella direzione della correttezza concorrenziale e per l'implementazione dei servizi di trasporto affidati ai vettori italiani;
- ai giovani, alle parti sociali e alla collettività per la promozione della percezione dell'importanza dell'autotrasporto merci quale volano dell'economia nazionale nonché professione qualificata e partner affidabile e fondamentale dell'approvvigionamento dei beni necessari e non.

## **MESSAGGIO**

*In questa sezione va indicato il messaggio prioritario che deve essere espresso in maniera chiara al fine di essere memorizzato. Qualora si ritenga necessario, è utile richiamare l'attenzione del target di riferimento, preferibilmente attraverso una esplicita "call to action". E' opportuno esplicitare anche i benefici – per il singolo o per la collettività – conseguibili mediante l'adozione del comportamento/il ricorso ai servizi promossi dalla campagna.*

Divulgazione delle attività istituzionali del Comitato al fine di valorizzare il ruolo essenziale che l'autotrasporto merci svolge nell'economia nazionale e la sua centralità nell'approvvigionamento quotidiano dei beni primari e di tutto ciò di si necessita come singoli e come collettività.

## **LINGUAGGIO E TONO**

*In questa sezione va descritta la modalità espressiva con la quale si deve articolare la campagna, il tipo di approccio comunicativo, il linguaggio da utilizzare. E' la sezione dove è possibile evidenziare, ad esempio, lo stile innovativo stimolante, con tono basato su un approccio emozionale, sempre tenendo conto del carattere istituzionale del messaggio.*