25 Νοεμβρίου 2009

Μια έξυπνη κίνηση για μείωση των οδικών ατυχημάτων

Στη Λετονία, μια δημιουργική, τολμηρή αλλά και αρκετά αμφιλεγόμενη διαφημιστική εκστρατεία κατάφερε, σε αρκετά μεγάλο βαθμό, να πετύχει αυτό που όλοι συμφωνούν ότι πρέπει να γίνει, αλλά και όλοι ξέρουν πόσο δύσκολο είναι: Να αλλάξουμε νοοτροπία. Ή, πιο ωμά ακόμα: Νά αλλάξουμε μυαλά! !

Η ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ εταιρεία Mooz!, έπεισε με την δική της τολμηρή προσέγγιση στο θέμα των τροχαίων, την κυβέρνηση, να της αναθέσει τη συγκεκριμένη καμπάνια. Βασικός «στόχος», ήταν οι οδηγοί, κυρίως άνδρες, ηλικίας 20-35 ετών, που ανήκουν, σύμφωνα με έρευνες, στην ομάδα «άμεσου κινδύνου», με τις υπερβολικές ταχύτητες που αναπτύσσουν, την επιθετική συμπεριφορά που αναπτύσσουν στο οδήγημα, και την αλαζονεία που έχουν για τις ικανότητές τους, αφού τα περισσότερα θανατηφόρα τροχαία προκαλούνται με ευθύνη ανθρώπων που πίστευαν ότι είναι οι καλύτεροι οδηγοί στον κόσμο, εννοώντας με αυτό, ότι ήταν … περίπου Σουμάχερ. (περισσότερα…)