

Bus, campagna anti-evasione. Iniziativa nelle scuole: i «furbi» che non pagano il biglietto

PESCARA. Sul bus gratis senza timbrare o acquistare il biglietto. Un malcostume diventato ormai un caso «sociale» in molte città, grandi e piccole. E Pescara non è immune al fenomeno. Così, in concomitanza con i blitz anti-evasione organizzati dalla Gtm in collaborazione con le forze dell'ordine, la campagna Rebus (Riduzione evasione bus) approda nelle scuole. Si tratta di sessioni formative destinate agli studenti delle scuole superiori della città.

Studenti identificati come «evasori-tipo» sul territorio pescarese. Il presidente della Gtm Donato Renzetti, i formatori della Sbc Italia Luca Guerrieri e Guia Marinelli, alcuni verificatori della Gtm, il preside Carlo Di Michele, il vicario dell'istituto d'arte "Bellisario" di Pescara (professor Palermo) scendono in campo per creare una rete di comunicazione mirata ad educare gli studenti di oggi che saranno i genitori di domani. Insomma, si parte dai banchi di scuola ritenuti la sede più idonea e più autorevole per un'azione di prevenzione che non può essere più demandata soltanto alle famiglie e agli organi di controllo del trasporto pubblico.

Dopo la prima tappa al liceo artistico "Misticoni" di Pescara, evento pilota dell'iniziativa, il protagonista odierno del road-show è il "Bellisario", che ha lanciato il concorso a premi "Il vero furbo è".

«L'importanza dell'iniziativa» ha sottolineato Renzetti, «aumenta laddove si cerca un ampio coinvolgimento delle famiglie, nell'ambito di un progetto educativo e preventivo che informi i ragazzi sui rischi legali ed amministrativi delle loro bravate a bordo dei mezzi».

Filmati, diapositive e materiale informativo sono gli strumenti utilizzati, anche goliardicamente, per coinvolgere in prima persona le classi. Nei primi mesi del 2009 si decreteranno i vincitori del concorso tra gli studenti e le famiglie più scaltre, in grado di escogitare un pretesto geniale e simpatico per evitare la multa sull'autobus e di promuovere allo stesso tempo l'abbonamento, rendendolo oggetto di uno spot video o cartaceo di supporto alla campagna Gtm che girerà su Facebook, Msn, YouTube. I prossimi step vedranno protagonisti altre scuole coperte dalla rete Gtm.