

# Un impianto elettrico non a norma non è divertente. Proteggi la tua famiglia. Metti a norma il tuo impianto

## CAMPAGNA 2010 PROSIEL “FAMIGLIA FUORINORMA”

**PROSIEL, l'Associazione per la Promozione della Sicurezza Elettrica, di cui UNAE è associata, si fa promotore di una Campagna di sensibilizzazione.**

Tutti noi sappiamo quanto sia importante avere nelle proprie case un **impianto elettrico a norma**.

A causa della carente legislazione a riguardo, siamo noi a dover fornire un'informazione autorevole ai cittadini, mancando di fatto l'obbligo di controllo per gli impianti elettrici.

L'unico mezzo a nostra disposizione, al momento, è la Comunicazione. In mancanza di una adeguata normativa, là dove non arrivano le leggi, è nostro dovere **diffondere la cultura della sicurezza** elettrica nelle abitazioni, in modo che ognuno possa essere consapevole dei possibili pericoli e responsabile per se stesso e per la propria famiglia.

Il messaggio è semplice ed efficace: rispetto delle norme di **progettazione, installazione, utilizzo e manutenzione** degli impianti elettrici.

Per questo motivo invitiamo l'utente finale (proprietario o inquilino) a rivolgersi agli installatori abilitati (in possesso dei requisiti riportati nel DM 37/08), a professionisti iscritti all'Albo e in possesso di un patentino che ne attesti le competenze, anche per le azioni più semplici di intervento sugli impianti.

### LA FAMIGLIA FUORINORMA

Protagonisti della nostra Campagna sono i “Fuorinorma”, una famiglia **elettrofolgorata** in tutti i sensi:

- Filippo Fuorinorma, l'amante del fai da te
- Caterina Fuorinorma, l'esperta di elettrodomestici
- Alice Fuorinorma, la giocatrice di videogame
- Miao Fuorinorma, il cacciatore di fili elettrici

sono tutti, a modo loro, appassionati di elettrotecnica ed elettronica, ma nessuno di loro conosce e rispetta le più semplici norme in tema di sicurezza degli impianti.

Utilizzando l'ironia, la Comunicazione mette in evidenza in modo diretto i difetti e i pericoli che gran parte delle famiglie italiane corre a causa della propria superficialità rispetto a questo tema così delicato.

### ATTIVITA' SUI MEDIA

- Annunci stampa su Repubblica e il Corriere della Sera
- Comunicati radio sui network Radio 102.5, Radio 24, Radio Dimensione Suono - messaggi pubblicitari da 15 secondi da veicolare presso le maggiori radio italiane
- Materiale informativo nei punti vendita di settore
- 

### SITO WEB

L'attività di Comunicazione ha lo scopo di portare l'utente a visitare il sito web [www.lafamigliafuorinorma.it](http://www.lafamigliafuorinorma.it): attraverso una grafica accattivante viene presentata la casa della famiglia Fuorinorma.

Con un semplice click è possibile visitare le stanze della casa e conoscere i principali pericoli derivanti da un uso scorretto del materiale elettrico e dalla cattiva gestione dell'impianto elettrico domestico. La famiglia Fuorinorma invita l'utente a casa sua per mostrargli ciò che non andrebbe fatto e box informativi mettono in guardia sui pericoli con piccoli suggerimenti pratici. Sezioni a parte sono dedicate poi alla presentazione di PROSIEL, alle norme in materia e al test di autovalutazione dell'impianto elettrico domestico (10 domande con risposta SI/NO). Obiettivo finale è quello di informare l'utente sulla necessità di un impianto elettrico a norma e di indirizzarlo verso la figura professionale dell'Installatore che sarà in grado di risolvere i problemi dell'utente.

# Un impianto elettrico non a norma non è divertente. Proteggi la tua famiglia. Metti a norma il tuo impianto

## ATTIVITÀ DI UFFICIO STAMPA

Parallelamente alle attività media sopradescritte, il Servizio Comunicazione di ANIE offre il proprio supporto attraverso una capillare attività di ufficio stampa rivolta alle testate quotidiane, periodiche e specializzate.

In particolare, il Servizio si occuperà di:

- redazione del comunicato stampa esplicativo del concept della campagna e con i contenuti dell'indagine realizzata da Demoskopea;
- diffusione del comunicato stampa presso la stampa quotidiana, periodica e specializzata;
- predisposizione della cartella stampa per i giornalisti;
- organizzazione della conferenza stampa di lancio della Campagna;
- monitoraggio e notifica delle attività di ufficio stampa

Il Servizio Comunicazione di ANIE è altresì disponibile nel supportare i Soci PROSIEL nelle attività di diffusione della Campagna intraprese da ciascuno, attraverso il coordinamento congiunto delle azioni promozionali e una reportistica periodica delle attività svolte.

## NON DORMIAMO ANCORA SONNI SICURI

Analizzando gli ultimi dati in nostro possesso relativi alla sicurezza nelle case italiane, ci è sembrato necessario impegnarci in una Campagna di diffusione dei temi a noi cari. La situazione del nostro Paese è, infatti, ancora preoccupante:

- 2/3 del totale delle abitazioni costruite prima del 1990 non rispettano le leggi sulla sicurezza elettrica;
- Il 13% delle abitazioni è a rischio incendio per motivi elettrici;
- Il 52% degli impianti è a rischio di fulminazione e il 18% non dispone di un interruttore differenziale;
- Il 73% delle abitazioni presentano situazioni a rischio.

Tutti rischi, questi, dovuti alla carenza di cultura sulla sicurezza. Infatti:

- Per il 44% delle abitazioni non è stata redatta alcuna relazione di conformità, nonostante il 64% degli intervistati viva in concreta presenza di rischio;
- L'81% degli stessi è convinto che il proprio impianto non abbia problemi.

*\*Dati ricavati dal 2° Rapporto PROSIEL sulla sicurezza elettrica – 2005*

Dati allarmanti sono emersi anche dall'ultima indagine Demoskopea (febbraio 2010), condotta su un campione di 450 agenti immobiliari per andare a misurare la rilevanza della sicurezza degli impianti elettrici nei processi di vendita e di locazione degli immobili.

Secondo l'esperienza degli agenti immobiliari la presenza di un impianto elettrico a norma costituisce per i clienti un driver fondamentale:

- per l'acquisto di un immobile (55,2%)
- per l'affitto di un immobile (67,6%)

Si tratta di numeri ancora troppo bassi perché si possa parlare di piena consapevolezza da parte del cliente, infatti:

- secondo il 42,6% degli intervistati i clienti sarebbero poco informati sulle tematiche relative alla sicurezza degli impianti, per un mancato interesse personale o per una scarsa e inadeguata comunicazione sul tema.

Capite quindi l'impegno che chiediamo a Voi associati di condividere con noi, utilizzando i Vostri mezzi, i Vostri punti vendita e quant'altro la Vostra organizzazione disponesse all'uopo, per divulgare il concetto che sottende la nostra Campagna nazionale:

**Milano, 15 aprile 2010**