



***Automotive - Sicurezza stradale, Salvini:
"7 mila bambini feriti per mancato
allacciamento del seggiolino, è un dato
inaccettabile"***

Roma - 30 giu 2026 (Prima Notizia 24) *Presentato al Mit lo spot "Il posto vuoto", in collaborazione con Assogiocattoli.*

La tutela dei passeggeri più giovani e il contrasto alla distrazione stradale tornano al centro delle agende programmatiche del governo con un piano di comunicazione di forte impatto emotivo. Presso la sede del Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti (Mit) è stata presentata la nuova campagna istituzionale dedicata alla sicurezza dei minori in automobile, sviluppata in sinergia con Assogiocattoli. L'iniziativa risponde alla necessità di arginare un fenomeno drammatico: le rilevazioni del dicastero quantificano in circa 7.000 i minori rimasti feriti in incidenti stradali mentre viaggiavano a bordo di un veicolo, con i bambini sotto i nove anni identificati come la fascia anagrafica più esposta ai rischi. I dati statistici illustrati durante il briefing evidenziano un netto arretramento sul fronte della prevenzione: la quota di bambini lasciati viaggiare senza alcuna protezione all'interno dell'abitacolo è drammaticamente salita al 14,3%, partendo dal 5,8% che era stato registrato nel corso delle rilevazioni. Sul punto è intervenuto in modo netto il ministro dei Trasporti e delle Infrastrutture, Matteo Salvini: "Si muore di mancato allaccio di seggiolini per i bimbi, 7mila bimbi feriti e decine di bimbi morti non tornati a casa: è un carico assolutamente inaccettabile ad oggi. Abbiamo chiesto uno spot d'impatto, è una campagna educativa e non punitiva o sanzionatoria, è rispettoso, visto che si parla di bambini fra l'asilo e le scuole elementari". Il fulcro dell'operazione mediatica è rappresentato dal cortometraggio intitolato "Il posto vuoto", una produzione innovativa realizzata mediante l'ausilio di tecnologie di intelligenza artificiale che troverà spazio nei palinsesti delle emittenti televisive e radiofoniche nazionali e locali. La pianificazione della diffusione è stata studiata per coprire in modo capillare i mesi estivi, periodo caratterizzato da un fisiologico incremento dei flussi di traffico e delle lunghe percorrenze per le vacanze familiari. Il messaggio veicolato dalle strutture ministeriali punta a responsabilizzare l'intera rete familiare — dai genitori ai nonni, fino a zii e fratelli maggiori — scardinando la percezione del seggiolino come un adempimento burocratico secondario anziché come un dispositivo salvavita. Come ha ribadito ancora il ministro Salvini, la negligenza degli adulti non può trovare giustificazioni: "I bambini non decidono come viaggiare: sono gli adulti ad avere la responsabilità di proteggerli, senza ammettere distrazioni, superficialità o alibi". La presentazione della campagna è stata anticipata da un tavolo tecnico tra i vertici del Mit e le imprese associate ad Assogiocattoli per strutturare ulteriori iniziative congiunte a lungo termine, ribadendo che la sicurezza stradale e la protezione delle utenze deboli della strada rimangono un dovere sociale inderogabile.



(Prima Notizia 24) Martedì 30 Giugno 2026

PRIMA NOTIZIA 24

Sede legale : Via Costantino Morin, 45 00195 Roma
E-mail: redazione@primanotizia24.it