PuntoSicuro

ARTICOLO DI PUNTOSICURO

Anno 10 - numero 1857 di martedì 15 gennaio 2008

"Sicurezza sul lavoro: Dovere Assoluto. Diritto Intoccabile"

"Usare la testa si deve, evitare la croce si può": questo il tema della nuova campagna di comunicazione per la sicurezza sul lavoro presentata dalla Fondazione Pubblicità Progresso. Uno spot TV e radio e un sito specifico.

Pubblicità

Presentata al presidente Napolitano la nuova campagna sociale "**Sicurezza: Dovere Assoluto. Diritto Intoccabile**" dedicata alla sicurezza sul lavoro e messa a punto dalla Fondazione Pubblicità Progresso.

L'azione multimediale ha l'intento di stimolare la coscienza di tutti gli attori della filiera del lavoro attraverso un'azione di comunicazione coordinata ed efficace, affinché "**si usi la testa per evitare la croce**".

Lo spot TV "**Usare la testa si deve, evitare la croce si può**" (file wmv).

"Slogan semplici e chiari, quelli oggetto della campagna, le cui basi comunicative vogliono creare maggior consapevolezza, abbattere storiche barriere culturali - come il fatalismo e l'inerzia - che impediscono una corretta visione della prevenzione, incoraggiare gli atteggiamenti solidali e la cooperazione tra amministratori e lavoratori."

La sintesi del messaggio è esplicitata, ad esempio, nel parallelo con il rischio del "testa o croce", a dimostrazione del fatto che la vita sul posto di lavoro non la si può mettere in gioco per qualche disattenzione, e che perciò molto può essere fatto per capovolgere una tendenza che troppo spesso sembra essere ineluttabile.

La campagna è suddivisa in due fasi: la prima, in programmazione per metà gennaio, dove si punta soprattutto a far riflettere su responsabilità e doveri, mentre nella seconda, che partirà all'inizio dell'estate, si metteranno ulteriormente in risalto l'importanza degli strumenti di protezione.

Una campagna tanto semplice ed immediata che intende fornire anche strumenti concreti ai lavoratori affinché tutto non si risolva, come spesso accade, in un inutile esercizio di retorica.

Verranno infatti realizzati anche dei semplici **prontuari sulla sicurezza in più lingue**, da produrre e distribuire con l'aiuto delle imprese".

È stato creato per l'occasione anche un sito specifico (www.iolavorosicuro.it), dove saranno inoltre pubblicati una serie di link utili a saperne di più sulla sicurezza, oltre a 10 "punti fermi" spiegati con semplicità, che chiariscono diritti e doveri di imprese e lavoratori.

---- L'articolo continua dopo la pubblicità ----

La campagna è stata realizzata dall'agenzia Life, Longari & Loman di Assocomunicazione, con la direzione creativa di Andrea Concato, mentre il film è stato girato da Mercurio Cinematografica con la regia di Emanuele Cova.

Trasformata da poco in Fondazione, Pubblicità Progresso costituisce un vero primato per l'Italia: il teorico del marketing, Philip Kotler, l'ha definita un caso unico al mondo. Perché non esiste in nessun altro Paese un esempio di gratuità di alto valore professionale e soprattutto duraturo, che veda in una sola istituzione investitori pubblicitari, editori, concessionarie, associazioni di categoria della comunicazione, uniti allo scopo di realizzare e promuovere campagne sociali di alto valore professionale, utili ed efficaci.

Fin dal 1972, anticipando il moderno concetto di sussidiarietà, la Fondazione ha sempre cercato di svolgere un lavoro di comunicazione che promuovesse valori positivi e sostenesse le istanze delle componenti più deboli della società.
Un'espressione, Pubblicità Progresso, che nel tempo si è affermata come sinonimo di comunicazione sociale a tutto tondo.

Questo articolo è pubblicato sotto una Licenza Creative Commons.

I contenuti presenti sul sito PuntoSicuro non possono essere utilizzati al fine di addestrare sistemi di intelligenza artificiale.

---

www.puntosicuro.it