

ARTICOLO DI PUNTOSICURO

Anno 28 - numero 6074 di Mercoledì 06 maggio 2026

La grande illusione della Giornata Mondiale della Sicurezza

Perché in Italia non serve, non funziona e non può funzionare? Si continua a celebrare questo rito, ma cambiamenti concreti non se ne vedono all'orizzonte.

Ogni 28 aprile, puntuale come un'eclissi programmata, arriva la Giornata Mondiale della Sicurezza sul Lavoro.

In Italia, questa ricorrenza si presenta sempre allo stesso modo: comunicati stampa, convegni istituzionali, post celebrativi sui social, campagne emozionali, gadget, slogan, video patinati, dichiarazioni di impegno. Una coreografia perfetta, ripetuta anno dopo anno, che sembra voler rassicurare il Paese sul fatto che "qualcosa si sta facendo".

Eppure, i numeri relativi agli infortuni mortali sul lavoro non si schiodano, ormai da più di un decennio, da quel migliaio e più all'anno e continuano a raccontare un'altra storia.

Una storia che non cambia non migliora e che, in alcuni settori, peggiora.

Allora dovremmo domandarci: a cosa serve davvero la Giornata Mondiale della Sicurezza in Italia?

La risposta, per quanto scomoda, è semplice: la Giornata Mondiale della Sicurezza in Italia non serve a nulla.

E non perché sia organizzata male, o perché manchi la buona volontà.

Non serve perché "non può" servire, poiché è strutturalmente inadatta a incidere sul sistema italiano che ha problemi profondi, culturali, organizzativi, istituzionali e politici.

Questo contributo, ha l'obiettivo di analizzare in modo sistematico le ragioni di questa inutilità, mostrando come la Giornata Mondiale della Sicurezza sia diventata un rituale comunicativo che non produce cambiamento, non modifica comportamenti, non influenza le organizzazioni e non tocca i nodi veri dell'attuale sistema prevenzionale nazionale.

Pubblicità

La natura simbolica dell'evento: un giorno contro 364

La sicurezza sul lavoro è un fenomeno complesso, quotidiano, fatto di micro-decisioni, routine, leadership, progettazione del lavoro, gestione dei conflitti, coerenza organizzativa. È un processo continuo, non un picco emotivo.

La Giornata Mondiale della Sicurezza, invece, è "un evento simbolico".

E gli eventi simbolici hanno una caratteristica intrinseca e cioè quella di non poter cambiare i sistemi ma solo di rappresentarli.

In Italia, dove la cultura della sicurezza è già fortemente "eventificata" (convegni, seminari, premi, campagne, testimonial, iniziative spot, ecc.), la Giornata Mondiale della Sicurezza diventa un ulteriore tassello di questa logica e cioè fare qualcosa che

si vede, non qualcosa che funziona.

Il risultato è un paradosso: più si celebra, meno si cambia.

La colonizzazione del marketing: quando la sicurezza diventa branding

Negli ultimi anni, la Giornata Mondiale della Sicurezza è stata progressivamente colonizzata da enti pubblici, associazioni di categoria, società di consulenza, multinazionali, aziende che cercano visibilità, agenzie di comunicazione ma anche da parte di Safety Heroes, Safety Evangelists, Safety Influencers, Safety Players, Safety Ambassadors, Safety Lovers, Safety Avengers, Safety Explorers, Safety Washing Mgr, Safety Poets, Safety Singers, Safety Magicians, Safety Trackers, Safety Tree Huggers, ecc.

Basta dare un'occhiata ai social per averne conferma.

Ognuno utilizza la ricorrenza per:

- pubblicare spot,
- lanciare campagne,
- raccontare storie emozionali,
- fare storytelling autoreferenziale,
- promuovere servizi e prodotti.

La sicurezza diventa "*branding*" e non prevenzione, "*immagine*" e non sostanza, "*narrazione*" e non trasformazione.

Il problema non è la comunicazione in sé ma il fatto che questa comunicazione non è collegata a cambiamenti reali nelle organizzazioni.

Pertanto, rimane un esercizio estetico e non operativo.

Un messaggio che non raggiunge i destinatari veri

La Giornata Mondiale della Sicurezza parla a istituzioni, stakeholder, addetti ai lavori, media, professionisti della prevenzione, ecc. ma non parla a:

- lavoratori,
- preposti,
- piccoli imprenditori,
- capi reparto,
- manutentori,
- operatori esposti ai rischi reali.

Si tratta di una comunicazione verticale, formale, istituzionale e non è progettata per essere "*utile*", "*comprensibile*", "*operativa*" per chi vive la sicurezza ogni giorno.

Il risultato è un discorso autoreferenziale, un dialogo tra élite tecnico-markettare che si autocelebrano, mentre la base del sistema resta esclusa.

L'assenza di obiettivi misurabili

Diciamolo chiaramente: una ricorrenza può avere senso solo se è collegata a indicatori, obiettivi misurabili, follow-up, piani annuali, responsabilità chiare, verifiche di impatto, ecc..

La Giornata Mondiale della Sicurezza non ha nulla di tutto questo.

Non esiste un obiettivo nazionale collegato alla giornata.

Non esiste un piano annuale di miglioramento.

Non esiste un sistema di monitoraggio.

È un fuoco d'artificio e, come tale, bello, luminoso ma inutile.

La cultura dell'alibi

Molte aziende utilizzano la Giornata Mondiale della Sicurezza come "*alibi morale*" nella logica della safety washing.

Un post su LinkedIn, un gadget, un video emozionale ... e la coscienza è a posto fino all'anno successivo.

La ricorrenza diventa una scorciatoia psicologica:

<< *Facciamo qualcosa che sembri prevenzione invece di fare prevenzione*>>.

La mancata connessione con i problemi veri del sistema italiano

La Giornata Mondiale della Sicurezza non affronta mai i nodi strutturali che rendono la prevenzione inefficace in Italia:

- leadership incoerente,
- organizzazioni disfunzionali,
- pressioni produttive,
- assenza di una "griglia" seria per l'accesso e la permanenza sul mercato,
- appalti al ribasso,
- adempimenti formali,
- formazione inutile o formale,
- preposti lasciati soli,
- attività di RSPP e HSE Mgr percepita come un fastidio,
- controlli insufficienti,
- norme complesse e poco applicate,
- cultura del "*fare finta*".

Questi temi non generano consenso, non producono like e non si prestano a campagne emozionali.

Pertanto, vengono sistematicamente ignorati.

La distanza tra comunicazione e realtà organizzativa

Basta guardare ciò che viene pubblicizzato sui social per comprendere che la Giornata Mondiale della Sicurezza propone una narrazione idealizzata con lavoratori sorridenti, aziende virtuose, manager illuminati, procedure impeccabili, ecc..

La realtà, invece, è fatta di:

- turni pesanti,
- manutenzioni rimandate,
- reparti sotto organico,
- capi intermedi schiacciati tra produzione e sicurezza,
- appalti e subappalti a cascata,
- formazione percepita come burocrazia,
- conflitti non gestiti,
- comportamenti incoerenti.

La distanza tra narrazione e realtà genera "*cinismo*" e questo è il peggior nemico della prevenzione.

La logica del "*giorno speciale*" che indebolisce la normalità

In passato ho più volte scritto che, dopo aver letto quanto pubblicato da vari soggetti a proposito della Giornata Mondiale della Sicurezza, non potevo esimermi dal ribadire il mio impegno anche e soprattutto per i successivi 364 giorni.

Infatti, celebrando la sicurezza un giorno all'anno, si manda un messaggio implicito e cioè che "*la sicurezza è qualcosa di straordinario*".

Ho anche detto e scritto più volte che la sicurezza è efficace solo quando diventa "*ordinaria*", "*banale*", "*quotidiana*", "*invisibile*".

Un giorno speciale non rafforza la cultura della sicurezza ma la indebolisce, perché la separa dalla routine.

La mancanza di un linguaggio operativo

La comunicazione della Giornata Mondiale della Sicurezza è palesemente astratta, generica, emotiva, simbolica e istituzionale.

Invece non è (e invece dovrebbe esserlo) concreta, contestualizzata, operativa e utile.

Essa non fornisce strumenti, modelli decisionali, esempi di leadership e soluzioni.

Quindi, è qualcosa che non cambia i comportamenti.

La sicurezza come spettacolo

Potremmo dire che essa costituisce il trionfo dell'estetica sulla sostanza. Infatti, negli ultimi anni, la Giornata Mondiale della Sicurezza è diventata un vero e proprio spettacolo con video emozionali, campagne social, testimonial, eventi in streaming, grafiche accattivanti, slogan motivazionali.

Siamo di fronte ad un processo di "*estetizzazione*" dove la sicurezza diviene un prodotto da consumare.

Peccato, però, che fare "*prevenzione*" non vuol dire fare "*spettacolo*" ma progettazione del lavoro, credibilità, fiducia ma anche fatica, conflitto e responsabilità.

La retorica del "*siamo tutti responsabili*" che non responsabilizza nessuno

Uno dei messaggi più ricorrenti della Giornata Mondiale della Sicurezza è: <<La sicurezza è responsabilità di tutti>>.

Questa però, pur essendo una frase apparentemente nobile, è profondamente fuorviante.

Quando tutti sono responsabili, nessuno è responsabile.

Fare prevenzione richiede ruoli chiari, poteri chiari e responsabilità chiare.

La retorica della responsabilità diffusa serve solo a evitare conflitti, accuse, discussioni scomode e, soprattutto, evita di parlare del sistema di poteri in atto.

Quindi, va detto che una frase che tranquillizza e buona per ogni occasione ma che non cambia nulla.

La mancanza di un modello italiano di prevenzione

La Giornata Mondiale della Sicurezza non si inserisce in un modello nazionale coerente perché in Italia non esiste una strategia unitaria di prevenzione.

Esistono norme, enti, iniziative, ma non un sistema prevenzionale efficace e efficiente. Abbiamo, invece, un sistema prevenzionale da "*manutenzione a guasto*" con la pubblicazione di qualche "*leggina*" quando accadono gravi eventi che impattano sulla pubblica opinione.

La ricorrenza, quindi, galleggia nel vuoto.

Non è collegata a un piano.

Non è collegata a un percorso.

Non è collegata a un cambiamento.

È un evento isolato in un contesto frammentato.

La sicurezza sul lavoro come tema politico non affrontato

La Giornata Mondiale della Sicurezza evita accuratamente i temi politici:

- criteri di accesso al mercato,
- depenalizzazione,
- unificazione e rafforzamento delle autorità ispettive,
- riforma degli appalti,
- semplificazione normativa,
- investimenti strutturali,

- responsabilità manageriali,
- governance della prevenzione.

È una giornata "neutra", "consensuale", "innocua" e, proprio per questo è inefficace.

La cultura del fatalismo italiano

In Italia esiste una cultura radicata del fatalismo. Quante volte abbiamo sentito, girando per le aziende affermazioni come queste che seguono:

- *"È successo, poteva andare peggio"*
- *"Sono cose che capitano"*
- *"È il destino"*
- *"È stata una distrazione"*
- *"Non si può controllare tutto"*

La Giornata Mondiale della Sicurezza non contrasta questo fatalismo.

Anzi, lo rafforza, perché propone una narrazione emotiva che non affronta le cause sistemiche.

La distanza tra norme e realtà

L'Italia ha un impianto normativo avanzato, ma complesso, difficile da applicare, soggetto ad interpretazioni ondivaghe, poco controllato, poco interiorizzato e molto spesso percepito come burocrazia.

La Giornata Mondiale della Sicurezza non colma questa distanza in quanto non aiuta le aziende a tradurre le norme in pratica, non fornisce strumenti operativi, non semplifica e non chiarisce.

E' come un iceberg: le norme rappresentano la parte emersa e la realtà rimane sotto il pelo dell'acqua.

La sicurezza come tema morale, non organizzativo

La comunicazione della Giornata Mondiale della Sicurezza è spesso moralistica.

Affermazioni come, ad esempio, *"Bisogna avere cura"*. *"La vita è preziosa"*, *"La sicurezza è un valore"*, sono il *"leitmotiv"* della Giornata.

Peccato che la sicurezza non è un valore, ma è un processo organizzativo.

Non dipende dalla bontà delle persone, ma dalla progettazione ed organizzazione del lavoro.

La retorica morale distrae dai problemi reali.

La mancanza di follow-up: il giorno dopo è tutto come prima

Il 29 aprile, tutto torna esattamente come il 27.

Questo perché non c'è continuità, non c'è un piano e non c'è un percorso.

Siamo di fronte ad un picco senza curva, ad un evento senza processo e ad un simbolo senza sistema.

La sicurezza come tema comunicativo, non operativo

Nelle aziende di medio-grandi dimensioni, la ricorrenza della Giornata Mondiale della Sicurezza è gestita da uffici comunicazione, agenzie di comunicazione, social media manager, responsabili marketing, ecc., spesso senza il coinvolgimento degli addetti ai lavori. Quindi, è un discorso costruito da chi comunica, non da chi previene.

La mancanza di coraggio comunicativo

Pur avendo partecipato a molte iniziative riguardanti la Giornata Mondiale della Sicurezza non ho mai sentito dire che:

- molte aziende non rispettano le norme,
- i preposti sono lasciati soli,
- il parere degli RSPP/HSE Mgr conta poco o nulla,
- i lavoratori sono sotto pressione,
- gli appalti al ribasso generano rischi,
- la formazione è spesso inutile,
- la leadership è incoerente.

Non si dice perché sarebbe scomodo e la comunicazione istituzionale non ama il conflitto.

La verità scomoda

La Giornata Mondiale della Sicurezza non fallisce perché è fatta male ma fallisce perché è impossibile che funzioni.

Infatti, la sicurezza cambia solo quando cambia:

- la cultura manageriale,
- la qualità della supervisione,
- la progettazione del lavoro,
- la gestione dei conflitti,
- la coerenza tra obiettivi e comportamenti,
- la governance della prevenzione,
- la responsabilità reale dei ruoli.

Niente di tutto questo si muove con un hashtag.

Cosa servirebbe davvero

La Giornata Mondiale della Sicurezza potrebbe avere senso nelle aziende solo se diventasse:

- un momento di verifica,
- un punto di controllo,
- un bilancio annuale,
- un'occasione per assumere impegni misurabili,
- un momento di responsabilizzazione dei ruoli,
- un appuntamento operativo, non simbolico.

Ma per farlo servirebbe:

- una strategia nazionale,
- un sistema di governance,
- un modello di prevenzione,
- un linguaggio operativo,
- una comunicazione coraggiosa,
- una cultura manageriale diversa.

Finché tutto questo non esisterà, la Giornata Mondiale della Sicurezza resterà ciò che è oggi e cioè un rituale comunicativo che non produce cambiamento.

Carmelo G. Catanoso

Ingegnere Consulente di Direzione

[Leggi tutti gli articoli dell'Ing. Catanoso](#)



Licenza [Creative Commons](#)

www.puntosicuro.it