



A.S.L. NO

Azienda Sanitaria Locale
di Novara
P.IVA 01522670031

Sede Legale: viale Roma, 7 – 28100 Novara
Tel. 0321 374111 – fax 0321 374519
www.asl.novara.it

**PROPOSTA DI EVENTO NELL'AMBITO DELLA CAMPAGNA EUROPEA DELLA
SICUREZZA IN OTTOBRE 2014:**

**“PROMUOVIAMO LA CULTURA DELLA TUTELA DELLA SALUTE E SICUREZZA NEGLI
AMBIENTI DI LAVORO: UN PERCORSO PER CONOSCERE CHI FA PREVENZIONE NEL
TERRITORIO NOVARESE”**

NOTA: l'evento è alla sua terza edizione, già l'edizione del 2012 era stata avviata con adeguato anticipo nel dicembre 2011 come intervento di Marketing sociale (MKS), ma la mancanza cronica di finanziamenti non ha mai permessa di attuare pienamente le strategie del MKS. Infatti, per es. molte risorse di tempo sono state spese per reperire la “location” ed effettuare il piano di comunicazione a costo zero. Di seguito viene comunque riportato lo schema del progetto ovviamente senza i tempi per l'attuazione delle varie fasi. INFATTI QUELLO CHE NEI DUE ANNI È STATO EFFETTUATO È FRUTTO DI UN PAZIENTE LAVORO DI COSTRUZIONE DI UNA RETE DI ALLEANZE REPERITE SIA DURANTE LA PROGETTAZIONE SIA DURANTE LA REALIZZAZIONE DELL'EVENTO. QUINDI È STATO RAGGIUNTO LO SCOPO PRINCIPALE: CREARE UNA RETE TRA ENTI, ISTITUZIONI, ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA, SINDACATI, SCUOLE PER RENDERE PIÙ EFFICACE E FATTIVA LA PREVENZIONE NEL MONDO DEL LAVORO NOVARESE.

1.0 Contesto, Scopo e Focus

L'educazione alla salute e sicurezza sul lavoro rappresenta un punto importante per la crescita del cittadino. Anche lo stesso D. Lgs n. 81/08 ha rafforzato la necessità di avvicinare l'individuo al concetto di prevenzione, sin dalle prime istanze di sviluppo della sua coscienza civile di uomo e di cittadino. La scuola, ambiente di vita per gli alunni e ambiente di lavoro per gli insegnanti, è il luogo primario della prevenzione, dove la formazione alla salute e alla sicurezza può trovare un terreno fertile sul quale radicarsi e diventare patrimonio dell'individuo e del gruppo, fin dai primi momenti di socializzazione. L'educazione scolastica è, infatti, determinante nell'impostare negli individui i comportamenti adeguati e gli stili di vita sani, oltre che nel favorire l'interiorizzazione delle regole e dei valori fondamentali di responsabilità sociale e civile. Di fronte all'incremento del tasso di mortalità e malattia dovuto agli infortuni sul lavoro e alle malattie professionali, è fondamentale rivalutare il ruolo educativo e formativo della scuola nel fornire gli strumenti culturali e le competenze relazionali utili all'inserimento in una futura realtà lavorativa e, in generale, nella società. L'ISPEL ha, ha promosso uno studio per l'identificazione dei bisogni formativi in tema di promozione e divulgazione nella scuola della cultura della Salute e Sicurezza sul Lavoro (SSL) su un campione totale di 554 Dirigenti Scolastici di tutte le scuole (di ogni ordine e grado) di Roma e Provincia. Tra le aree prioritarie maggiormente segnalate dagli intervistati prevalgono tematiche di più ampio respiro in termini di promozione della salute (educazione alla salute e stili di vita, educazione alla sicurezza stradale e in ambiente domestico, educazione ambientale) che sono proprie di una cultura della prevenzione più in generale, evidenziando una difficoltà di percezione degli aspetti specifici di SSL, che sono in coda alla lista di priorità. Da un'analisi delle aree tematiche per tipologia di ordine scolastico non si evincono differenze significative, confermando sostanzialmente la difficoltà di identificare le aree tematiche proprie della SSL anche per le scuole secondarie di II grado (<http://prevenzionescuola.ispesl.it/esperienzeRisultIndag.asp>).

Conclusioni preliminari evidenziano la necessità di aumentare la consapevolezza sugli aspetti propri di SSL, lavorando sui bisogni formativi del personale docente e sui percorsi formativi interdisciplinari proposti dalla norma attraverso l'attivazione di una rete tra il mondo della scuola e esperti di SSL (ASL-



www.regione.piemonte.it



SPRESAL, INAIL, INPS, VVF, DPL, 118, per l'edilizia CPT-Scuola Edile- Cassa, ANMIL, sindacati e associazioni di categoria), che unisca le conoscenze in materia di SSL con le competenze formativo/metodologiche proprie di chi quotidianamente opera nella scuola.

Anche la promozione della salute e sicurezza nei luoghi di lavoro si effettua con strategie e azioni finalizzate allo sviluppo della cultura SSL. Tali attività trovano la migliore attuazione attraverso la partnership con i soggetti istituzionali e le associazioni di rappresentanza del mondo del lavoro per realizzare specifici progetti. L'idea di base dell'evento proposto si può così riassumere: l'accrescimento del benessere dei lavoratori e la riduzione degli elevati costi della mancata prevenzione dei rischi occupazionali e ambientali si possono raggiungere attraverso la gestione in qualità dei processi produttivi e con un'organizzazione aziendale capace di motivare e rendere partecipi i lavoratori al miglioramento.

Proprio in tale ottica, il Servizio Prevenzione e Sicurezza degli Ambienti di Lavoro (**SPreSAL**)-**ASL Novara**, con l'**ANMIL** –sez. di Novara (Associazione Nazionale fra lavoratori Mutilati e Invalidi sul Lavoro) e il **CPT** (Comitato Paritetico Territoriale per l'edilizia) di Novara, organizza questo evento che ha più in generale lo scopo di sensibilizzare e supportare la scuola, le aziende, i lavoratori, gli addetti aziendali alla sicurezza a perseguire questi obiettivi attraverso la conoscenza diretta degli enti che si occupano attivamente della tutela della salute e sicurezza nei luoghi di lavoro. Durante la manifestazione verranno allestiti degli stand/pannelli espositivi dove, oltre agli scopi ed attività dei vari enti, verranno presentati anche i progetti e le esperienze realizzati su vari temi relativi alla SSL per es.:

- formazione di qualità;
- sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro;
- progetti promozione della salute nella scuola e nei luoghi di lavoro;
- responsabilità sociale e certificazione etica d'impresa.

Inoltre sono previsti seminari a tema sia per le scuole che per il mondo del lavoro.

Contestualmente, dal momento che l'edilizia risulta il settore con il primato delle morti per infortunio e si colloca fra i primi posti anche per il numero delle malattie professionali riconosciute. Si è ritenuto opportuno, al fine di completare il quadro relativo alla prevenzione nel mondo del lavoro, dedicare anche un intervento e uno stand alla figura del committente di un'opera edile, al quale la normativa italiana assegna un ruolo strategico nella attuazione della prevenzione in un intervento edilizio.

Per favorire la diffusione delle conoscenze in tema di SSL si è pensato di strutturare l'evento utilizzando le strategie del "marketing sociale (MS)", utile al fine di sperimentare modalità efficaci di promozione della salute. Infatti accanto alle tradizionali attività di educazione alla salute e comunicazione sociale, il MS si propone di consentire ai cittadini di acquisire abilità e competenze per scegliere in modo libero e consapevole cosa è bene per la propria salute, coerentemente con gli obiettivi indicati dalla Carta di Ottawa

Un intervento di marketing sociale dà buoni risultati, per quanto riguarda la modifica di comportamenti, solo se inserito in una più ampia strategia di politiche integrate, nei vari ambiti che possono interessare la vita quotidiana (economia, lavoro, ambiente, urbanistica, istruzione, cultura...) e di utilizzo coordinato degli strumenti disponibili, in un approccio di carattere informativo-educativo, ma anche normativo, economico e tecnologico (possibilità di orientare i comportamenti con atti normativi, di incentivarli o disincentivarli utilizzando la leva economica, di facilitarne l'adozione grazie ad innovazioni tecnologiche...). Tuttavia, anche al di fuori di tali condizioni di contesto, non sempre presenti o realizzabili, anche un'azione isolata di marketing sociale può portare qualche beneficio nella sensibilizzazione dei cittadini e dei vari attori sociali su un dato tema o problema, portandolo al centro dell'attenzione dell'arena pubblica ed evidenziando la necessità di affrontarlo prioritariamente, di costruire alleanze, di far interagire sinergicamente conoscenze, capacità e competenze, di integrare appunto le politiche e di coordinare le azioni, del pubblico e dei soggetti privati, per risolverlo.

Per questo con l'organizzazione dell'evento si vuole richiamare l'attenzione, sia delle scuole che del mondo del lavoro, su temi e problemi di SSL e quindi aumentare la consapevolezza di vari utenti rispetto alle strategie di prevenzione più idonee da adottare.



Per conseguire nel modo migliore gli obiettivi e raggiungere un gran numero di interlocutori, è importante definire il luogo (place) e la situazione in cui il gruppo target (scuole, aziende, lavoratori, addetti alla sicurezza) potrebbe essere coinvolto sui temi della SSL. Il place ha una grande influenza rispetto alle scelte dei destinatari di un intervento di marketing sociale: può offrire un'opportunità di azione, aumentare la convenienza in termini pratici e psicologici nello scegliere un determinato comportamento, riducendone i costi reali o percepiti. Quando si progetta una campagna di Promozione della salute che utilizza i principi e le strategie del marketing sociale, è bene quindi considerare il place come una componente essenziale del progetto, in grado di potenziarne l'efficacia. Per questo motivo il luogo dell'evento ha trovato la sua sede ideale, grazie al patrocinio del Comune di Novara, in una zona centrale e di passaggio per molti cittadini di Novara: il Broletto e il Piccolo Coccia.

Inoltre l'evento proposto è decisamente in linea con il tema della campagna europea 2012-13:

“Lavoriamo insieme per la prevenzione dei rischi: la Leadership aziendale e la Partecipazione dei Lavoratori”. Infatti ha proprio lo scopo di promuovere e stimolare nuove forme di collaborazione tra datori di lavoro e lavoratori per ottenere risultati più efficaci in termini di salute e sicurezza.

La manifestazione **“Promuoviamo la cultura della tutela della salute e sicurezza negli ambienti di lavoro: un percorso per conoscere chi fa prevenzione nel territorio novarese”** ha quindi più obiettivi:

- favorire la conoscenza e lo scambio di progetti e buone pratiche attuati dagli istituti di istruzione del territorio novarese, dal momento che la scuola è il luogo preposto ad offrire occasioni formative volte a promuovere e divulgare ai “lavoratori di domani” la cultura e le azioni di prevenzione per la propria e altrui tutela;
- favorire la conoscenza nel mondo del lavoro di tutti gli Enti ed Istituzioni che operano sul territorio novarese, al fine di ampliare la già ricca rete presente sul territorio novarese;
- richiamare l'attenzione, sia delle scuole che del mondo del lavoro, sui temi e sui problemi di SSL e aumentare la consapevolezza dei vari utenti rispetto alle strategie di prevenzione più idonee da adottare;
- creare la consapevolezza che la prevenzione nei luoghi di lavoro è possibile attraverso l'azione congiunta di tutti.

2.0 Analisi del Contesto

Analisi SWOT: punti di forza, punti di debolezza, opportunità, minacce

punti di forza, partecipazione degli Enti che intervengono direttamente nella tutela della salute e sicurezza del mondo del lavoro; coinvolgimento del Dirigente Scolastico provinciale e dei Dirigenti delle Scuole di Ogni ordine e grado;

punti di debolezza, le risorse finanziarie molto limitate, la necessità di occupare almeno una settimana il luogo dell'evento

opportunità, coinvolgimento di potenziali sponsor della campagna es. Comune di Novara, associazioni del territorio.

minacce, trovare il place adatto ad ospitare l'evento

3.0 Profilo dei potenziali destinatari

3.1 Dimensione del campione: scuole, aziende, lavoratori della provincia di Novara, popolazione

3.2 Variabili demografiche, geografiche, comportamentali e psicografiche: facilità di raggiungere la sede dell'evento e la possibilità di partecipare alle manifestazioni

3.3 Livello di cambiamento (disponibilità ad aderire al comportamento) l'evento si propone di favorire un cambiamento cognitivo agendo sulla conoscenza e consapevolezza che la prevenzione nei luoghi di lavoro è possibile attraverso l'azione congiunta di tutti.

4.0 Obiettivi del marketing



4.1 Obiettivi del marketing sociale:

- favorire la conoscenza e lo scambio di progetti e buone pratiche attuati dagli istituti di istruzione del territorio novarese, dal momento che la scuola è il luogo preposto ad offrire occasioni formative volte a promuovere e divulgare ai “lavoratori di domani” la cultura e le azioni di prevenzione per la propria e altrui tutela;
- favorire la conoscenza nel modo del lavoro di tutti gli Enti ed Istituzioni che operano sul territorio novarese, al fine di ampliare la già ricca rete presente sul territorio novarese;
- richiamare l’attenzione, sia delle scuole che del mondo del lavoro, sui temi e sui problemi di SSL e aumentare la consapevolezza dei vari utenti rispetto alle strategie di prevenzione più idonee da adottare;
- creare la consapevolezza che la prevenzione nei luoghi di lavoro è possibile attraverso l’azione congiunta di tutti.

4.2 Obiettivi misurabili e definizione delle tempistiche

Le strategie della campagna sono sviluppate per sostenere i seguenti obiettivi, prevalentemente di tipo informativo e comunicativo:

- un obiettivo a breve termine per sviluppare la consapevolezza, sia nelle scuole che nel modo del lavoro, che esistono Enti a cui rivolgersi in merito alle tematiche della SSL;
- un obiettivo a lungo termine per incentivare le scuole a continuare con i progetti intrapresi al fine di fornire agli studenti gli strumenti culturali e le competenze relazionali utili all’inserimento in una futura realtà lavorativa e, in generale, nella società;
- un obiettivo a lungo termine per influenzare altre scuole, enti, associazione ad attuare, sulla base di quanto presentato nella mostra, specifici progetti relativi alla SSL.

Nell’organizzazione dell’evento pertanto viene svolta la seguente attività:

- identificazione della sede dell’evento,
- invio di apposite comunicazioni sia alle scuole che ai vari enti al fine di dare ampia conoscenza dell’iniziativa che si svolgerà in ottobre ed ottenere le adesioni,
- raccolta delle adesioni entro settembre e dei materiale da esporre alla mostra entro ottobre

Dal momento che l’evento vuol essere una vetrina in cui vengono esposti tutti i progetti e le buone pratiche relative ai temi SSL, è previsto la predisposizione di un **piano di comunicazione dell’evento**, a cura del servizio stampa dell’ASL NO, condiviso tra i vari promotori dell’iniziativa. Secondo lo schema riportato, a titolo di esempio, per il piano di comunicazione del seminario sul Committente:

OBIETTIVO	Favorire la conoscenza dei compiti e responsabilità del committente di un opera edile
TARGET PRINCIPALE	Chiunque ha intenzione di realizzare un intervento edilizio
TARGET SECONDARIO	Responsabili della sicurezza in un cantiere
COMPORTAMENTO (prodotto reale)	Sensibilizzare il committente, titolare del potere decisionale e di spesa in un opera edile, affinché operi scelte in relazione al rispetto della SSL
BENEFICI (idea principale)	Operare le scelte più opportune al fine di evitare responsabilità penali e sanzioni
PROMESSA	Possibilità di conoscere gli Enti proposti a cui chiedere per attuare nel modo più corretto le scelte di competenza



INVITO ALL'AZIONE	Contattare gli enti preposti al fine di chiarire ogni dubbio prima di iniziare
COSTO	Paura di esporsi a verifiche e controlli da parte degli Enti contattati
TONO	Realistico, rassicurante e collaborativo
PORTAVOCE/TESTIMONIAL	Squadra di calcio, rugby pallavolo (perché la prevenzione è un gioco di squadra)
INTERMEDIARI	Addetti ufficio tecnico comunale, professionisti del settore, associazioni di categoria, ordini professionale, ecc
CANALI DI COMUNICAZIONE	Poster e opuscoli informativi e lo slogan scelto per il seminario sul Committente e la relativa data dell'incontro verrà veicolato attraverso vari i canali: televisione, radio, affissioni, sito web enti che patrocinano l'evento.

Eventualmente può essere utilizzata la griglia, di seguito riportata, per effettuare un pre-test dei materiali di comunicazione impiegati.



Obiettivo	Domande
Capire se il target di riferimento riesce ad individuare l'invito all'azione	Secondo te, che cosa si vuole dire alle persone attraverso la pubblicità/brochure? Qual è l'idea principale che si vuole trasmettere?
Capire se l'invito all'azione crea confusione nel target	Che cosa ti fa pensare che voglia proprio dire _____? C'è qualche elemento che confonde? Quale parte della pubblicità/brochure te lo fa pensare?
Capire se il target riconosce i benefici che vengono offerti	Secondo la pubblicità/brochure che cosa otterranno le persone se faranno [quello che viene chiesto loro di fare]?
Capire se il target è attratto dai benefici che vengono offerti	Cosa pensi dei [benefici che vengono descritti]?
Capire se il target crede nella promessa che gli viene fatta	Credi a quello che viene detto nella pubblicità?
Capire se il messaggio è persuasivo per il target	Credi che le persone otterranno [dei benefici] se faranno [quello che viene richiesto loro di fare]? Un possibile follow-up indaga su: Che cosa ti fa pensare che li otterranno/non li otterranno? Che cosa dovrebbe dire la pubblicità per rendere le persone più propense ad [agire]? Adesso che hai visto questa pubblicità/brochure, quanto sei propenso ad [agire]? Un possibile follow-up indaga su: Che cosa dovrebbe dire la pubblicità per renderti più propenso ad [agire]?
Capire se il testimonial è una persona alla quale il target crederà e della quale si fiderà	Cosa pensi del testimonial [narratore, ecc.]? Un possibile follow-up indaga su: In cosa ti assomiglia? Non ti assomiglia? A quale testimonial credi di più? Cosa ti fa credere in lui/lei? Che tipo di persona dovrebbe utilizzare l'agenzia di pubblicità al suo posto?
Capire se il messaggio è rilevante per il target	Secondo te, a chi si rivolge la pubblicità? Che tipo di persone dovrebbero vedere questa pubblicità? E le persone come te? In che cosa le persone presenti in questa pubblicità ti assomigliano/sono diverse da te?
Capire il livello generale di interesse del target e le sue sensazioni rispetto alla pubblicità proposta	Cosa pensi di questa sezione? Che cosa non ti piace? Che cosa andrebbe modificato? Che cosa trovi interessante in questa pubblicità? Quali parti sono noiose? Offensive? Irritanti?

5.0 Barriere e benefici per i potenziali destinatari e la concorrenza

5.1 Barriere percepite all'attuazione del comportamento desiderato:

nella scuola: mancato riconoscimento al docente e classe che attua specifici progetti in tema di SSL;

mondo del lavoro: mancata comunicazione dell'evento ad aziende e lavoratori

5.2 Potenziali benefici derivanti dall'adesione al comportamento desiderato

sviluppare la consapevolezza, sia nelle scuole che nel mondo del lavoro, che esistono Enti e Associazioni a cui rivolgersi in merito alle problematiche della SSL

6.0 Posizionamento

Si desidera che i partecipanti all'evento siano consapevoli che la prevenzione nei luoghi di lavoro è possibile anche e soprattutto attraverso l'azione congiunta di ognuno, al fine di affrontare nel modo più idoneo le problematiche relative alla SSL. Dal momento che l'evento vuol essere proprio un'occasione per pubblicizzare i migliori progetti e le buone pratiche relative ai temi SSL, si auspica che i vari partecipanti si rendano conto che collaborare insieme in modo corretto sia una strategia migliore e più economica.



7.0 Strategie i marketing mix (4P)

7.1 Prodotto:

Essenziale: -chi parteciperà alla mostra e i convegni (lavoratori, professionisti, committenti, ecc) avrà l'opportunità di conoscere gli enti a cui rivolgersi per i temi relativi alla SSL;
-le scuole che parteciperanno con i loro progetti avranno la possibilità di rendere visibili i progetti di buone pratiche e quelle che parteciperanno agli eventi e visiteranno la mostra potranno avere spunti per nuovi progetti da inserire nel POF
-gli studenti avranno l'opportunità di mettersi in condizione di ricerca e confronto attivo relativamente ai comportamenti corretti per la prevenzione degli incidenti/infortuni e malattie
Ampliato: se ci saranno adeguati finanziamenti verranno prodotti gadget con lo slogan dell'evento e i riferimenti degli enti a cui rivolgersi per continuare nel tempo il messaggio trasmesso in tema di SSL

7.2 Prezzo:

—

7.3 Distribuzione:

La mostra situata all'interno dell'ASO MAGGIORE DELLA CARITA' di Novara facilita la visibilità dell'evento. La campagna pubblicitaria dovrebbe creare l'interesse per visitare la mostra e partecipare agli eventi.

7.4 Promozione:

Una comunicazione efficace sarà possibile attuarla se vi saranno adeguati finanziamenti come da budget allegato.

In particolare per la buona riuscita del progetto, anche con poche risorse finanziarie sarà possibile attuare quanto segue:

- piccoli manifesti con lo slogan e le iniziative dell'evento saranno distribuiti sugli autobus della zona di Novara,
- sul sito dell'ASL e dell'ANMIL verranno segnalati i documenti di riferimento, il calendario delle attività svolte, le news e altre informazioni
- sul notiziario della ASL verrà pubblicato il calendario delle attività svolte
- comunicazione delle date dell'evento attraverso i pannelli luminosi della Provincia

Sulla base dei fondi a disposizione ,poi, sarà attuato quanto segue:

- predisposizione e distribuzione di materiale illustrativo sull'iniziativa e su alcune iniziative in particolare es. brochure del committente da distribuire a tutti i partecipanti dell'evento;
- gadget quali penne, borse, chiavette USB con logo evento e numeri utili in tema di SSL;
- campagna pubblicitaria su reti televisive e giornali locali;
- distribuzione di poster in tutte le scuole e i comuni della provincia di Novara