

Sistema Socio Sanitario



Regione
Lombardia

ATS Bergamo



#NonCiCasco

CAMPAGNA PER LA PREVENZIONE
DELLE CADUTE DALL'ALTO

IL CONTESTO

L'analisi dei dati infortunistici indica una lenta e progressiva riduzione nel corso degli anni dei casi di infortunio dovuti a cadute dall'alto. Il fenomeno richiede tuttavia ancora tanta attenzione non solo in settori nei quali in rischio di caduta dall'alto è ben noto (edilizia) ma anche in altri settori.

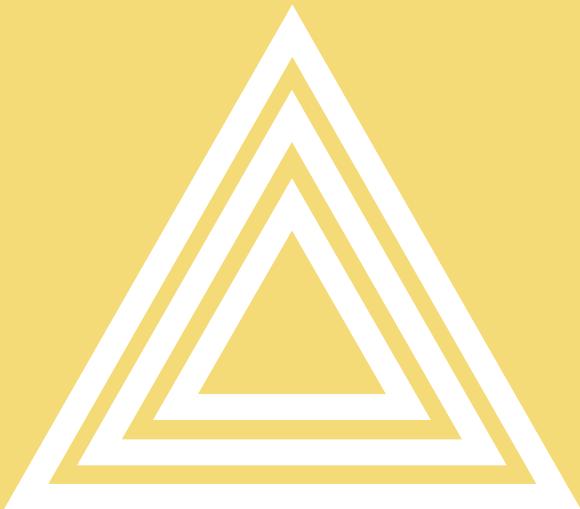
INFORTUNI - DATI IN BREVE

La distribuzione dei casi osservati nel quinquennio 2016-2020 indica quali settori maggiormente interessati

- Manifatturiero (24,4% dei casi) con particolare rilievo nella metalmeccanica
- Edilizia (21,6% dei casi)
- Commercio (10,9% dei casi)
- Trasporto e magazzinaggio (8,5% dei casi)

DIMENSIONI AZIENDE	TOTALE INFORTUNI DA CADUTA DALL'ALTO	PERCENTUALE DEL FENOMENO
autonomi	156	15,7%
1 - 30 addetti	518	52,2%
30 - 100 addetti	136	13,7%
101 - oltre 10000	182	18,4%

I casi d'infortunio da caduta dall'alto interessano in particolar modo **le piccole imprese che occupano da 1 fino ad un massimo di 30 lavoratori (52,2% dei casi)**. Sono coinvolti anche i lavoratori autonomi (15,7% dei casi). Per quanto riguarda l'età dei lavoratori, sono **maggiormente coinvolti lavoratori di età compresa tra i 40 e i 59 anni ed in particolar modo i soggetti di sesso maschile (75%)**. Gli esiti degli infortuni da caduta dall'alto, sono spesso gravi ed invalidanti e talvolta mortali.



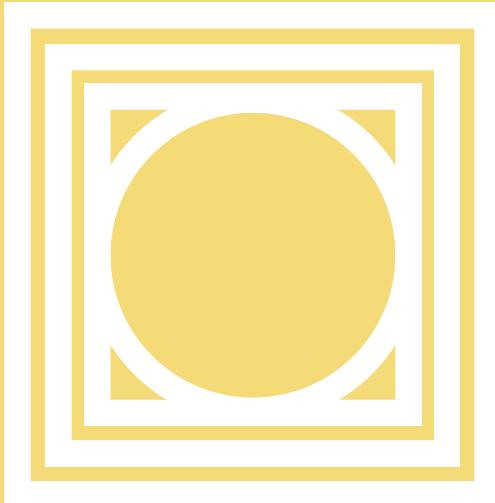
PAN ORA MICA

#NONCICASCO

è la **Campagna di Comunicazione per la Prevenzione delle Cadute dall'Alto** nata per rispondere all'esigenza di intervenire sulla grave problematica delle cadute dall'alto.

La partecipazione alla campagna coinvolge le principali associazioni datoriali e organizzazioni dei lavoratori, organismi paritetici ed istituzioni. Partendo dall'analisi dei dati infortunistici, in collaborazione con Università di Bergamo è stato condotto uno studio mediante l'analisi di alcune storie di infortunio e interviste a lavoratori sopravvissuti ad un infortunio da caduta dall'alto, i cui risultati hanno portato ad individuare alcuni aspetti utili per la realizzazione di una campagna di comunicazione mirata.

ATS Bergamo ha deciso quindi di condurre una campagna che ha la finalità di **sensibilizzare e suscitare coinvolgimento emotivo e consapevolezza e adeguate risposte nella popolazione target e sulla cittadinanza in generale rispetto alla cruciale tematica prevenzione delle cadute dall'alto in tutti i contesti produttivi**.



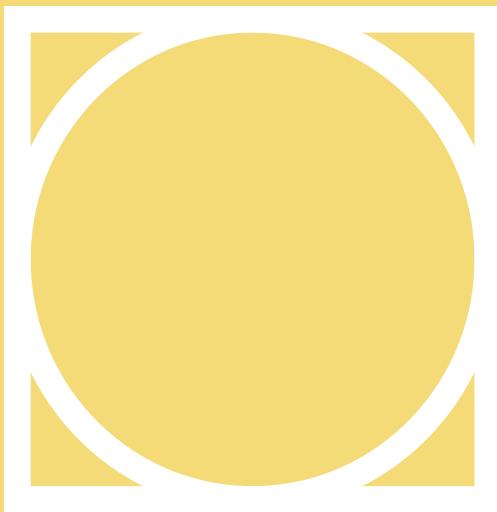
TAR GET

- ASSOCIAZIONI DATORIALI E IMPRESE
- LAVORATORI E LORO RAPPRESENTANTI
- CONSULENTI AZIENDALI PER LA SICUREZZA

TARGET SPECIFICO

- CITTADINANZA
- SINDACATI
- SCUOLE SUPERIORI
- C.F.P. (CENTRI DI FORMAZIONE PROFESSIONALE)

TARGET GENERALE



OBI
ETT
IVI

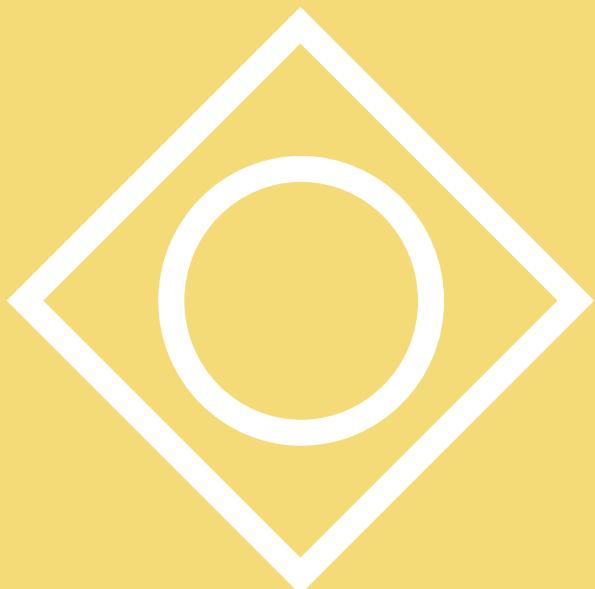
■ L'obiettivo è in primis

sollecitare l'immaginario e la risposta attiva dei Datori di Lavoro della Sicurezza dei Lavoratori e di tutti gli Operatori interessati, perché la materia della Sicurezza diventi oggetto centrale della comunicazione nelle aziende, affinché l'applicazione scrupolosa delle misure di prevenzione diventi prassi quotidiana ed inderogabile.

in questo senso ***alcune imprese potranno essere interessate direttamente nella partecipazione alla campagna, condividendo strumenti tempi, e spazi in cui le iniziative di sensibilizzazione avranno luogo.***

● In secondo luogo,

bersaglio della campagna sarà ***il territorio, in tutte le sue declinazioni socio demografiche*** con lo scopo di diffondere in tutta la comunità della provincia ***cultura della prevenzione e attenzione rispetto ai temi di Sicurezza e Prevenzione.***



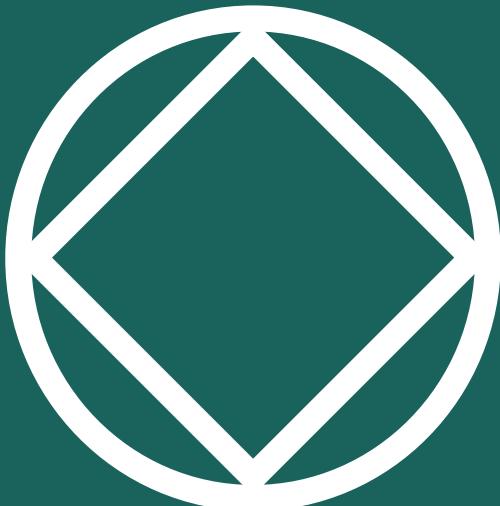
VI
SIO
N

0

In considerazione della propria funzione, ***ATS Bergamo si propone come Capofila della Campagna, impegnandosi a coordinare i percorsi di comunicazione***, in aperto dialogo con tutti i soggetti interessati che vorranno affiancarsi all'iniziativa, distribuendo i materiali, linee guida e tutte le indicazioni necessarie; integrando eventuali contenuti emersi nel gruppo di lavoro coniugati e secondo le formule dell'intero progetto. In questo modo si vuole far crescere la visibilità delle azioni, garantendo, proprio grazie alla **maggior penetrazione del messaggio, diffusione efficace, immediata riconoscibilità, e chiarezza**.

Per favorire l'immediata identificazione della campagna si lavorerà, in fase creativa, sull'**omogeneità della linea grafica**, utilizzando ad esempio gli stessi colori e caratteri; in questo senso verrà progettato inoltre un logo con un main claim che verrà utilizzato per identificare l'intera iniziativa.

A ZIO NI



1

Nello specifico verranno realizzati **materiali grafici da esporre sui teli di protezione delle impalcature** (ponteggi) degli edifici in costruzione e ristrutturazione.

Le **grandi dimensioni** delle affissioni e la **collocazione in situ** è pensata per creare un effetto ad alto impatto che "obbliga" lo sguardo degli operatori e dei passanti a prendere visione dei contenuti affissi.

L'installazione stessa dei cartelloni dovrà seguire alle procedure di messa in sicurezza del cantiere, ad ulteriore rinforzo dell'azione, anche in termini concreti rispetto all'oggetto della campagna.

Alcune delle affissioni raccoglieranno messaggi di carattere generale, altre rappresentavano delle vere proprie infografiche che riportano dati rilevanti per la tematica.

Sistema Socio Sanitario
Regione
Lombardia
ATS Bergamo



**Questo Manifesto
non può cadere.
Usa le Protezioni. Sempre.**

Campagna Per La Prevenzione Delle Cadute Dall'alto



CAMPAGNA PER LA PREVENZIONE DELLE CADUTE DALL'ALTO
**SE LAVORI IN QUOTA
INDOSSA SEMPRE I DISPOSITIVI ANTICADUTA**



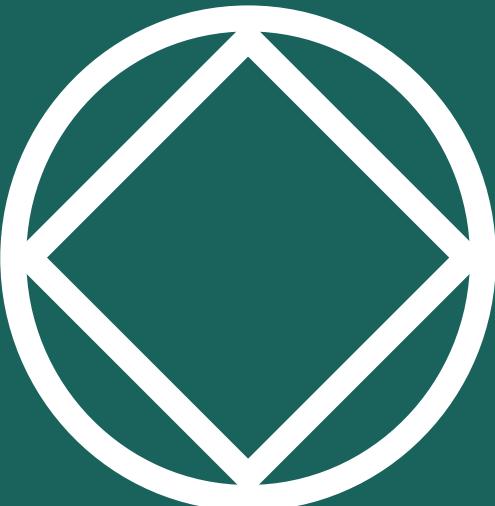
L'EVOLUZIONE DELLA SPECIE PASSA DALLA PROTEZIONE

Sistema Socio Sanitario
Regione
Lombardia
ATIS Bergamo



#INNOVQSAQ

A
ZIO
NI



2

Si è deciso di intervenire nel contesto interno alle imprese realizzando dei **totem sagomati a forma di lavoratori della sicurezza**, che indossano tutti i dispositivi di protezione individuale, e **che lanciano un messaggio** che colpisca gli operatori e li porti a fare attenzione ai propri comportamenti a rischio.

I messaggi come la mimica e le posture dei totem sono progettate per catturare gli sguardi del personale e catturare l'attenzione muovendo al sorriso ma facendo riflettere sui rischi presenti nella propria attività lavorativa.

Per questo si utilizzerà anche il ***dialetto locale (o altre lingue)*** in modo da rendere la comunicazione più vicina e contemporaneamente stimolante, inducendo al confronto tra gli operatori stessi che aiuteranno i colleghi nella traduzione e decodificazione del senso del messaggio.

Sistema Socio Sanitario
Regione
Lombardia
ATS Bergamo

#NonCiCasco



CAMPAGNA PER LA PREVENZIONE DELLE CADUTE DALL'ALTO

INDOSSA SEMPRE I DISPOSITIVI ANTICADUTA

2

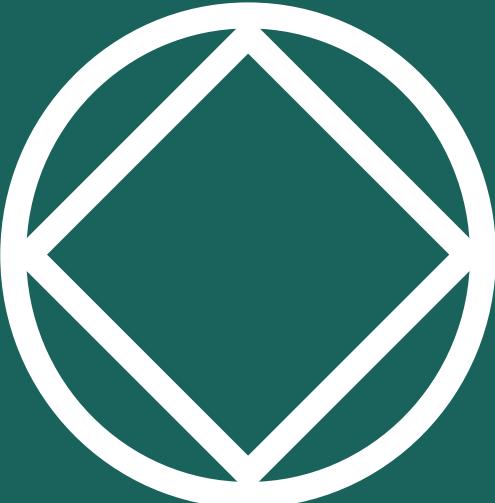
CAMPAGNA PER LA PREVENZIONE DELLE CADUTE DALL'ALTO

Sistema Socio Sanitario
Regione Lombardia
ATS Bergamo



SE LAVORI IN QUOTA
INDOSSA SEMPRE I DISPOSITIVI ANTICADUTA

AZIONI



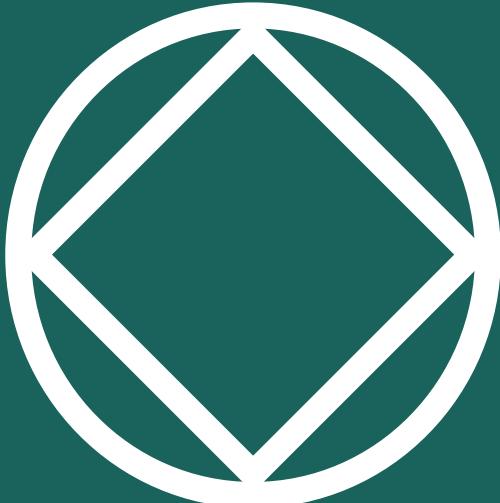
3

Verranno organizzati inoltre dei **Contest aziendali** che coinvolgano gli operatori perché realizzino dei **brevi contenuti video** (10 secondi) realizzati con il proprio cellulare, portando un messaggio di sensibilizzazione a tutti gli operatori di settore. Verranno in questo modo sollecitate le dinamiche di appartenenza di gruppo, sia all'interno delle aziende che su tutta la provincia, favorendo così l'***interiorizzazione dei messaggi non solo sul piano individuale ma anche al livello della socialità.***

4

Sul piano operativo procedurale, è importante un momento di confronto tra i rappresentanti/addetti alla comunicazione delle associazioni aderenti al progetto e l'Ufficio Comunicazione di ATS Bergamo, per **definire i contenuti ed intervenire in modo strategico rispetto all'efficacia dei messaggi.**

AZIONI



5

Coordinamento di un **network provinciale già definito nell'ambito del protocollo d'intesa**, composto dalle associazioni datoriali, sindacali, Inail e in generale dagli **stakeholder** per sincronizzare e condividere modalità tempi e luoghi delle azioni.

6

L'intera attività della campagna verrà promossa anche attraverso documentazione diffusa sui **canali di stampa ufficiali** e **attraverso i canali social** ed infine raccolta in un **sito dedicato** dove materiali e informazioni necessarie verranno raccolte e rese accessibili a tutti.

7

Sono infine in fase di progettazione e valutazione alcune altre azioni ad "alto impatto" tra cui la predisposizione di installazioni capaci di proiettare a terra l'ombra di un uomo che sta cadendo.

Ente Socio Sanitario
Regione
Lombardia
ATS Bergamo



**Quando scendi
e quando sali
Scegli Sempre
la Sicurezza**

Campagna Per La Prevenzione Delle Cadute Dall'alto



Sistema Socio Sanitario
Regione Lombardia
ATS Bergamo

BERGAMO

SOLO CON LE PROTEZIONI

SUBJECT FROM "LUNCH ATOP A SKYSCRAPER" - C. EBBETS (1932)

POW CRACK!

KABOOM CRASH!

SIAMO ALL'ALTEZZA DEL RISCHIO!

CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE PER LA PREVENZIONE DELLE CADUTE DALL'ALTO

L'UNA SCALA FUORI COME UN BALCONE

BALLANDO NELL'VUOTO

2

CAMPAGNA PER LA PREVENZIONE DELLE CADUTE DALL'ALTO

Sistema Socio Sanitario
Regione Lombardia
ATS Bergamo



#NonCiCasco



SE LAVORI IN QUOTA
INDOSSA SEMPRE I DISPOSITIVI ANTICADUTA

7

Sistema Socio Sanitario
Regione Lombardia
ATS Bergamo



Abbi cura della tua ombra...
Indossa Sempre le Protezioni!

Sistema Socio Sanitario
Regione Lombardia
ATS Bergamo

Abbi cura della tua ombra...
Indossa Sempre le Protezioni!