

## **Premio nazionale “Marco Fabio Sartori 2018” VI edizione del concorso**

È indetta per l'anno 2018 la VI edizione del “Premio Marco Fabio Sartori”, con un concorso nazionale, in memoria del Presidente Inail Marco Fabio Sartori, per la realizzazione di un **cortometraggio** o di una **campagna di comunicazione** sul tema:

**“La promozione della salute e sicurezza negli ambienti di lavoro”**

### **1. Chi promuove il concorso nazionale**

L'Inail, Istituto nazionale per l'assicurazione contro gli infortuni sul lavoro, è un Ente pubblico non economico con personalità giuridica e autonomia finanziaria che gestisce in Italia, in via esclusiva, l'assicurazione obbligatoria contro gli infortuni sul lavoro e le malattie professionali. È sottoposto alla vigilanza del Ministero del Lavoro e delle Politiche sociali e del Ministero dell'Economia e delle Finanze.

Nel corso degli anni, per effetto di un importante processo di riforma, l'Inail ha ampliato la propria mission. Gli obiettivi principali dell'Ente sono:

- assicurare le lavoratrici e i lavoratori che svolgono attività a rischio;
- promuovere la cultura della salute e sicurezza nei luoghi di lavoro;
- erogare prestazioni economiche, sanitarie e integrative;
- garantire cure riabilitative e protesiche e il reinserimento nella vita sociale e lavorativa degli infortunati sul lavoro;
- realizzare attività di studio, ricerca scientifica e sperimentazione in materia di salute e sicurezza nei luoghi di lavoro.

Le funzioni istituzionali in materia di salute e sicurezza sul lavoro riguardano, in particolare, la promozione della cultura della prevenzione per ridurre gli infortuni sul lavoro attraverso l'informazione all'utenza, la formazione, l'assistenza e la consulenza alle imprese nonché attraverso azioni di sostegno alle aziende con incentivi economici “bandi ISI” finalizzati a realizzare progetti di investimento per migliorare le condizioni di salute e sicurezza negli ambienti di lavoro (v. link: <https://www.inail.it/cs/internet/attivita/prevenzione-e-sicurezza/agevolazioni-e-finanziamenti/incentivi-alle-imprese.html>).

### **2. Temi oggetto del concorso**

Il concorso nazionale ha lo scopo di sensibilizzare i partecipanti sui temi della salute e sicurezza nei luoghi di lavoro e sull'importanza della prevenzione come valore di riferimento per le imprese e per i lavoratori. In particolare, la prevenzione deve essere considerata dalle imprese come un fattore produttivo di crescita e dai

lavoratori come opportunità per l'adozione di comportamenti sicuri attraverso la maggior conoscenza e consapevolezza dei rischi sui luoghi di lavoro.

I settori/ambiti che presentano evidenti criticità legate agli infortuni e malattie professionali sono:

1. il settore "costruzioni", che storicamente rappresenta la priorità di rischio per frequenza e gravità in tutto il paese, motivazione per la quale sono stati promossi, anche in linea con le indicazioni dei Piani nazionali della prevenzione, appositi Piani nazionali di prevenzione in edilizia (il primo avviato nel 2010 ed il secondo nel 2018) che vedono il coinvolgimento, insieme all'Inail, del sistema delle Regioni e del Ministero della Salute. Si è trattato di una prima significativa esperienza di "azioni di sistema" articolata su tutto il territorio nazionale e finalizzata alla prevenzione in un settore a elevata criticità per l'incidenza del fenomeno infortunistico;
2. il settore "agricoltura", che ha visto negli ultimi anni una marcata riduzione degli infortuni a fronte di una difficoltà nel decremento degli infortuni mortali e gravi. L'agricoltura italiana, che ha una prevalenza di lavoratori autonomi, dove il calo degli infortuni è meno marcato rispetto ai lavoratori dipendenti, è caratterizzata da un grande frazionamento delle imprese e da carenze in materia di sorveglianza sanitaria. Inoltre tale settore è caratterizzato da un'attività particolarmente faticosa e usurante che, a fronte dell'aumento dell'automazione delle lavorazioni, è interessato anche da nuovi fattori di rischio. A fronte delle criticità del settore sono stati promossi i Piani nazionali della prevenzione agricoltura e selvicoltura, dapprima nel triennio 2010-2012, poi nel quadriennio 2014-2018 nell'ambito del quale vengono individuate e programmate azioni mirate a ridurre il rischio infortunistico nel comparto dell'agricoltura e selvicoltura;
3. il settore del "trasporto merci su strada", che si presenta tra i più pericolosi e per il quale sono stati previsti piani di azione specifici, anche a livello europeo. Gran parte delle attività lavorative vedono il coinvolgimento di veicoli di varia natura: mezzi di trasporto e macchine che ogni giorno circolano sulle strade quali ad esempio automobili, camion, taxi, autobus, moto, biciclette, veicoli di soccorso. I lavoratori adibiti all'uso dei suddetti veicoli sono esposti, tra gli altri, al rischio di incidenti stradali, possibili sia in occasione di lavoro, come nel caso dei lavoratori del settore dell'autotrasporto, sia in itinere. Alcuni determinanti di tali incidenti, sono legati alla persona, come le condizioni di salute, l'età, l'assunzione di farmaci compromettenti l'attenzione, l'equilibrio e i riflessi. Altri fattori di rischio sono riconducibili a possibili comportamenti scorretti alla guida (utilizzo dei cellulari, disattenzione, eccessiva velocità, mancato utilizzo dei sistemi di protezione). Possono altresì concorrere al verificarsi di incidenti cause attribuibili alla sicurezza delle strade e dei veicoli stessi. Per incidere sulla riduzione del numero e della gravità degli incidenti stradali è necessaria una pianificazione degli interventi di prevenzione, l'attuazione di specifiche misure di protezione e,

considerata la multifattorialità delle cause degli incidenti, l'attuazione di azioni che incidano simultaneamente su più fattori di rischio;

4. meritevoli di particolare attenzione sono, inoltre, gli infortuni che si verificano nei cosiddetti "ambienti confinati o sospetti di inquinamento", oggetto di specifiche previsioni normative (Dpr 14 settembre 2011, n. 177 - Regolamento per la sicurezza negli ambienti sospetti di inquinamento o confinati). Si tratta di luoghi chiusi e/o di dimensioni ridotte, come per esempio silos, serbatoi, pozzi, reti fognarie, cisterne, dove l'evento infortunistico assume carattere particolare sia in relazione alle caratteristiche dell'ambiente sia alle modalità di soccorso.

### **3. Oggetto e requisiti di partecipazione**

Possono partecipare al concorso coloro che abbiano un'età ricompresa tra i 18 e i 35 anni. La maggiore età deve essere compiuta dal concorrente entro la data di scadenza del presente bando.

Sono esclusi i componenti della giuria, i dipendenti Inail, compresi parenti e affini entro il terzo grado.

I vincitori delle precedenti edizioni possono partecipare con progetti diversi da quelli già presentati.

Ciascun partecipante può concorrere con una sola proposta per una sola sezione del bando su uno dei temi oggetto del concorso di cui al punto 2) del bando stesso:

- a) Sezione 1. cortometraggio audio-video;
- b) Sezione 2. campagna di comunicazione.

### **4. Requisiti delle opere ammesse al concorso**

a) Sezione 1. Cortometraggio audio-video:

- è un'opera audiovisiva inedita, realizzata in lingua italiana con le caratteristiche narrative e le tecniche di un documentario, di un film o di un reportage, della durata non inferiore a 3 minuti e non superiore a 10 minuti, comprensiva dei titoli di testa e di coda;
- **le opere** devono essere originali e possono essere realizzate da uno o più autori (massimo tre), con un linguaggio e un approccio rispettosi delle tematiche istituzionali trattate e delle sensibilità di tutte le categorie di soggetti coinvolti;

- **le opere** non possono contenere loghi commerciali o avere carattere pubblicitario e non possono essere derivate o contenere altre opere letterarie, musicali o filmiche coperte da diritti d'autore, salvo acquisizione della preventiva autorizzazione della SIAE e del relativo versamento da parte del concorrente del corrispettivo per i diritti d'autore;
- **le opere** devono essere accompagnate da un trailer o da un estratto, a discrezione dell'autore, di durata tra uno e due minuti, nonché da una relazione descrittiva di max 3 pagine, 5000 caratteri spazi inclusi.

b) Sezione 2. Campagna di comunicazione:

- la campagna di comunicazione è una serie coordinata di messaggi che, sostenuti da una comune idea creativa e veicolati attraverso uno o più media e verso uno o più target, mirano a raggiungere un obiettivo di comunicazione;
- il progetto della campagna di comunicazione deve contenere:
  - "brief" (max 6000 caratteri spazi inclusi) deve riportare: illustrazione del progetto che si intende realizzare con l'indicazione degli obiettivi di comunicazione in relazione al contesto di riferimento, la strategia da adottare, il target che si intende raggiungere, i prodotti da realizzare e il piano dei media con l'indicazione dei canali che si vogliono utilizzare per veicolare i messaggi prescelti;
  - documento di ideazione creativa (max 10 pagine complessive, comprensive di eventuali immagini, illustrazioni, grafici, ecc.) contenente: "concept" progettuale, descrizione dell'idea grafico-creativa; "razionale" che descrive le motivazioni delle scelte adottate rispetto al raggiungimento degli obiettivi prefissati;
  - prodotti realizzati tra i seguenti (uno o più, a scelta): annuncio pubblicitario (in uno o più formati, a scelta); banner pubblicitario internet (in uno o più formati, a scelta); spot radio di 30" (può essere presentato anche solo lo script, a discrezione); spot tv di 30" (può essere presentato anche solo lo storyboard, a discrezione); video informativo (può essere presentato anche solo lo storyboard, a discrezione) da un minimo di 60" a un massimo di 180". A discrezione del partecipante, è possibile presentare, in aggiunta, uno o più prodotti diversi da quelli elencati nella presente alinea, anche con riferimento a particolari sviluppi "social" della campagna o a eventuali parti di campagna cosiddette "non convenzionali";
  - un documento di pianificazione media (max 10 pagine complessive, comprensive di eventuali tabelle, illustrazioni, grafici ecc.) con l'indicazione dei canali di

comunicazione che si intendono utilizzare, in un'articolazione temporale di massimo un mese, considerando che l'ipotetico budget complessivo da utilizzare per l'acquisto degli spazi pubblicitari è compreso tra 300.000 e 700.000 mila euro;

Si precisa che **le opere e i prodotti trasmessi** all'Istituto per la partecipazione al concorso non saranno restituiti.