



## Comunicare il messaggio Promuovere attraverso campagne informative la SSL nel settore del trasporto stradale

La presente scheda informativa riporta alcuni risultati di un rapporto che contiene esempi di campagne e di iniziative tese al miglioramento della sicurezza e della salute sul lavoro (SSL) nel settore del trasporto stradale (1).

Efficienti strumenti di comunicazione sono importantissimi per garantire che i conducenti e i loro datori di lavoro siano pienamente a conoscenza dei pericoli associati al trasporto stradale e abbiano un'adeguata comprensione di cosa si possa fare per migliorare la sicurezza. Tuttavia, per una serie di motivi, la diffusione di informazioni nel settore del trasporto stradale è particolarmente difficile. La maggior parte delle aziende sono piccole imprese, con meno di 10 dipendenti, e molti conducenti sono autonomi. I conducenti, spesso, lavorano lontano da una base fissa e molti di loro hanno esperienze di lunga data e sono abituati a lavorare in modo molto indipendente.

Questa autonomia, insieme alla natura altamente competitiva del settore del trasporto stradale, può anche rendere i conducenti e i loro datori di lavoro restii ad attuare nuovi metodi di lavoro. I conducenti tendono ad affidarsi per lo più alla propria esperienza e sono restii ad accettare i consigli sulla SSL forniti da organismi esterni, pur essendone consapevoli. E sembra mancare la comunicazione sulla SSL fra i conducenti e i loro datori di lavoro e dirigenti o, nel caso dei conducenti autonomi, le aziende per le quali prestano servizio. Quelli che lavorano nel trasporto stradale sono più inclini a notare le informazioni pratiche e visive, purché le considerino pertinenti.

Gli esempi illustrati nel rapporto hanno utilizzato una grande varietà di approcci.

- 44 casi hanno adottato un approccio individuale, con l'obiettivo di modificare la conoscenza o gli atteggiamenti. Questo approccio richiede relativamente poche risorse e può essere un modo vantaggioso sul piano economico per raggiungere una vasta popolazione.
- 12 casi hanno adottato un approccio collettivo, con l'obiettivo di realizzare cambiamenti strutturali e/o culturali. Questo approccio ha spesso dimostrato di offrire importanti miglioramenti nella SSL.
- 4 casi hanno adottato un approccio concertato, teso a modificare sia la conoscenza sia gli atteggiamenti, lottando nel contempo per suscitare cambiamenti strutturali e culturali. Questo approccio richiede maggiori risorse, ma si ritiene che abbia il maggiore impatto.

Gli esempi consentono di individuare una serie di fattori di successo e di proporre un certo numero di suggerimenti, che è possibile suddividere in diverse tematiche chiave collegate fra loro:

- ricorrere ad un approccio pratico, basato sulle prove e sulla gestione del rischio;



Wiktor Pawlik

Max Skorwider

Michał Krakowiak

© Per gentile concessione del concorso di manifesti per la sicurezza sul lavoro, organizzato dall'Istituto centrale per la tutela del lavoro — Istituto nazionale di ricerca, Polonia.

- prestare un'attenzione speciale al raggiungimento del pubblico destinatario;
- impegno e partenariato;
- adattare le azioni al pubblico;
- usare una vasta gamma di misure e di mezzi di comunicazione.

Le caratteristiche sopra menzionate dei conducenti, così come la loro esperienza e autonomia, hanno diverse implicazioni per la comunicazione, ad esempio:

- servirsi dei luoghi che essi frequentano: aree di sosta per camion sulle autostrade ecc.;
- garantire che gli approcci siano pratici, ma non paternalistici;
- garantire che i consigli e le soluzioni si basino sulle esperienze pratiche dei conducenti; far diventare sostenitori i conducenti;
- coinvolgere strettamente i conducenti nelle soluzioni: devono essere sviluppate soluzioni dai conducenti per i conducenti (usando metodi di partecipazione) per incorporare la loro esperienza ed ottenere la loro accettazione.

Il rapporto suggerisce che l'impegno e il partenariato dovrebbero andare al di là dei conducenti. Fra gli obiettivi potrebbero essere inclusi i datori di lavoro, i dirigenti, gli operatori dei veicoli, il personale addetto ai carichi e coloro che ricevono e consegnano le merci. I partenariati possono includere le organizzazioni attive nella SSL, le parti interessate del settore del trasporto stradale, comprese le parti sociali e le organizzazioni per la sicurezza stradale. Alcune attività possono essere mirate generalmente alle famiglie dei conducenti e al vasto pubblico.

Dagli esempi emergono approcci interessanti e caratteristiche innovative che comprendono:

- un approccio olistico per gli interventi; incentrandosi sia sulla prevenzione sia sulla gestione dei rischi nel luogo di lavoro e sulla strada;
- incorporazione di una varietà di partner esterni al settore del traffico stradale per contribuire a sostenere la promozione della salute e della sicurezza dei conducenti;

(1) Delivering the message — Programmes, initiatives and opportunities to reach drivers and SMEs in the road transport sector.

- eventi mirati non solo ai conducenti, ma più generalmente alle loro famiglie: il coinvolgimento della famiglia del conducente e del vasto pubblico può facilitare un maggiore interesse generale e la partecipazione al programma;
- uso di esercizi e dimostrazioni interessanti e peculiari nel corso delle manifestazioni per aumentare la partecipazione e l'interesse dei conducenti;
- puntare alle catene di approvvigionamento per diffondere le informazioni in modo più efficiente;
- promuovere lo scambio e la condivisione di esperienze, ad esempio attraverso reti e sistemi di premi per le migliori pratiche;
- servirsi dei luoghi che frequentano i conducenti: aree di sosta per parcheggiare i camion ecc.;
- adottare approcci pratici, ma non paternalistici;
- fornire consigli e soluzioni che si basino sulle esperienze pratiche dei conducenti e siano inerenti alla loro esperienza;
- fare diventare sostenitori i conducenti per comunicare informazioni sulle buone pratiche agli altri conducenti;
- coinvolgere i clienti;
- procedere al contatto personale con i conducenti nelle aree di sosta per camion: è una pratica relativamente costosa e può raggiungere solo un pubblico limitato, ma è uno dei modi migliori per ottenere l'impegno dei conducenti;
- offrire qualcosa di pratico e tangibile (servizi come test sanitari o test di guida) o una risorsa gratuita per sostenere la valutazione del rischio;
- aree di sosta per camion che forniscano possibilità di mangiare sano e che diffondano informazioni;
- un programma di «gestione responsabile» cui aderiscano i datori di lavoro;
- produrre informazioni in varie lingue se il pubblico destinatario è composto anche da lavoratori stranieri.

## Conclusioni

Nessuna tecnica di diffusione delle informazioni da sola costituisce una panacea per le sfide poste dal settore del trasporto stradale. Tuttavia, ogni tecnica specifica ha i propri meriti particolari. Il mezzo di comunicazione più idoneo dipende dal tipo e dalla complessità dell'informazione da diffondere, dal pubblico destinatario e dalla portata della campagna. Probabilmente, una combinazione di tecniche è più efficace per raggiungere i conducenti e quelli che li assumono o li impiegano. L'adozione di particolari metodi di comunicazione nei vari stadi di una campagna può contribuire a massimizzare il coinvolgimento.

Per le PMI in particolare, gli interventi che prevedono il contatto diretto con il datore di lavoro e i conducenti, specialmente se offrono un servizio o una risorsa, sono probabilmente più efficaci. Si ritiene che il contatto personale con i conducenti, sebbene sia relativamente costoso e raggiunga solo un pubblico limitato, sia il modo migliore per acquisire l'impegno dei conducenti.

Risulta utile sviluppare reti di trasferimento della conoscenza nell'industria e fra le parti sociali, al fine di sostenere la diffusione di informazioni, risorse e migliori pratiche. Questo dovrebbe includere la collaborazione fra le agenzie governative, gli intermediari e l'industria privata.

È chiaro che sono necessari approcci pratici che tengano conto delle realtà del settore e delle esperienze dei datori di lavoro e dei conducenti. Al riguardo, un maggior numero di soluzioni relative al cambiamento degli atteggiamenti dei datori di lavoro in materia di sicurezza e salute sarebbe un vantaggio.

Per migliorare le campagne in questo settore sono necessari:

- partenariati efficaci fra coloro che sono coinvolti nella promozione della sicurezza stradale, coloro che sono coinvolti nella promozione della SSL e le parti interessate del settore;
- lo scambio e la condivisione continui delle esperienze esistenti;
- ulteriori indagini per studiare i problemi e i fattori di successo nella promozione della SSL sia fra i datori di lavoro sia fra i conducenti.



© Per gentile concessione di Doc Stop

La campagna olandese «Fit on the road» (In forma sulla strada) si è avvalsa di varie strategie: in primo luogo sono state usate campagne itineranti e mezzi di comunicazione per destare l'attenzione dei conducenti, questi ultimi poi sono stati sensibilizzati attraverso test sanitari e di idoneità fisica. I singoli conducenti sono poi stati invitati a sessioni di fitness e hanno ricevuto assistenza e informazioni per aiutarli a seguire uno stile di vita sano.

## Per ottenere il rapporto

Il testo integrale del rapporto è disponibile in inglese all'indirizzo <http://osha.europa.eu/en/publications/reports/> e può essere scaricato gratuitamente.

La presente scheda informativa è disponibile in tutte le lingue dell'UE all'indirizzo:

<http://osha.europa.eu/en/publications/factsheets/>

## Agenzia europea per la sicurezza e la salute sul lavoro

Gran Vía, 33, 48009 Bilbao, SPAGNA  
Tel. +34 944794360, fax +34 944794383  
E-mail: [information@osha.europa.eu](mailto:information@osha.europa.eu)

© Agenzia europea per la sicurezza e la salute sul lavoro. Riproduzione autorizzata con citazione della fonte. Printed in Belgium, 2011

