



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

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

