

67ª Giornata Nazionale per le Vittime degli Incidenti sul Lavoro, 8 Ottobre 2017

Scheda campagna ANMIL “Cambiamo la storia”

Per promuovere la 67ª edizione della Giornata Nazionale per le Vittime degli Incidenti sul Lavoro - giornata istituzionalizzata nella seconda Domenica di ottobre con D.P.C.M. nel 1998, su richiesta della nostra Associazione – che ricorre l'8 ottobre, l'ANMIL ha prodotto uno spot televisivo di 30”, dal titolo “Cambiamo la storia”.

La campagna, che non ha alcuna finalità di raccolta fondi, intende sensibilizzare l'opinione pubblica sul drammatico fenomeno degli infortuni sul lavoro e delle malattie professionali, nonché sull'importanza della prevenzione.

Il target che lo spot intende colpire è molto ampio in quanto non sono solo i lavoratori a dover prestare attenzione alla sicurezza in ambito lavorativo, ma anche i giovani che devono vedere nella prevenzione degli infortuni e delle malattie professionali un valore da tener sempre presente per proteggersi ed essere protagonisti della loro stessa salvaguardia.

L'utilizzo dei cartoni per lo spot è stato scelto per dare volutamente alla campagna (di cui si allega anche il manifesto coordinato) un tono “leggero”, data l'intrinseca gravità del tema. Lo spot è stato concepito per poter essere fruito anche in condizioni di audio difficoltose, mentre la base musicale è stata scelta per essere un classico del “gusto” moderno, in grado di distinguersi dalle varie melodie degli spot più recenti in onda.

In pieno spirito solidaristico, merita di essere sottolineata la collaborazione per la realizzazione dello spot di professionisti che, a titolo gratuito, hanno dato un prezioso contributo e ai quali va la nostra più sentita gratitudine. La campagna è nata da un'idea di Marco di Campli ed Enrico Parenti, mentre la grafica dello spot è firmata da Igor Cicconcelli e dal Laboratorio delle Idee, la voce fuori campo è dell'attrice Laura Torresin e la canzone "I'll be a friend with pleasure" del trombettista *Bix Beiderbecke* è stata appositamente arrangiata dalla Bix Age Band per l'ANMIL.

Lo spot, caratterizzato da uno stile semplice e asciutto, è ambientato in varie epoche storiche, nelle quali i protagonisti si ritrovano alle prese con infortuni sul lavoro, dimostrando che questi ultimi sono sempre esistiti, ma il positivo messaggio che ANMIL vuole dunque lanciare è che tutti noi possiamo cambiare la storia, investendo in sicurezza.

La campagna, che si completa con il manifesto istituzionale, è veicolata attraverso tutti i canali di comunicazione dell'ANMIL (sito, newsletter, Twitter, Instagram) e il video può essere visionato sul sito www.anmil.it.

Per qualsiasi necessità al riguardo è possibile contattare il nostro Ufficio Comunicazione e Relazioni esterne (resp. Marinella de Maffutiis – tel. 06.54196205/334 – cell. 329.0582315) presso la Direzione generale a Roma.