

BRIEF CAMPAGNA COMUNICAZIONE AMIANTO

Concorso per realizzazione di un progetto di comunicazione per la sensibilizzazione sul tema dell'amianto e di *fund raising* per il finanziamento di progetti di ricerca sulla prevenzione e la cura delle malattie Asbesto-correlate

ALCUNI CENNI SULL'AMIANTO

L'**asbesto**, meglio conosciuto come amianto, è un materiale molto comune in natura. La sua resistenza al calore e la sua struttura fibrosa lo rendono adatto per indumenti e tessuti da arredamento ignifughi, ma la sua ormai accertata nocività per la salute ha portato a vietarne l'uso in molti Paesi.

Le polveri di amianto respirate, provocano infatti l'asbestosi, nonché tumori della pleura, ovvero il mesotelioma pleurico e dei bronchi, ed il carcinoma polmonare. Una fibra di amianto è 1300 volte più sottile di un capello umano e non esiste una soglia di rischio, al di sotto della quale, la concentrazione di tale materiale nell'aria, non sia pericolosa. Fino agli anni Ottanta del secolo scorso, l'amianto è stato utilizzato per produrre una miscela con il cemento (l'Eternit) per la coibentazione di edifici, tetti, navi e treni; come materiale per l'edilizia (tegole, pavimenti, tubazioni, vernici, canne fumarie), nelle tute dei vigili del fuoco, nelle auto (vernici, parti meccaniche), ma anche per la fabbricazione di corde, plastica e cartoni. Inoltre, la polvere di amianto è stata largamente utilizzata come coadiuvante nella filtrazione dei vini.

La prima nazione al mondo a riconoscere la natura cancerogena dell'amianto è stata la Germania, mentre in Italia l'impiego dell'amianto è illegale, solo dal 1992.

L'asbestosi è stata la prima malattia professionale amianto-correlata riconosciuta dall'INAIL; dal 1994 sono altresì tabellate, come tali, anche il mesotelioma (pleurico, pericardico e peritoneale) ed il carcinoma polmonare.

Le zone, con mortalità da amianto più elevata, sono la provincia di Gorizia (Monfalcone) e Trieste, gran parte della Liguria, Genova e soprattutto La Spezia e la provincia di Alessandria nel nord ovest, Massa Carrara, Livorno e Pistoia, Taranto, Siracusa con lo stabilimento Eternit, Pistoia, sede di Breda Costruzioni Ferroviarie e, infine, uno dei siti maggiormente colpiti, Casale Monferrato, sede per circa 80 anni della più grande fabbrica di cemento-amianto della Eternit spa, (imputata nel processo, istruito presso il Tribunale di Torino, in ordine al quale, il prossimo 13 febbraio, è attesa la sentenza).

Per qualche informazione in più, si allega scheda sintetica con dati sul fenomeno.

CHI È ANMIL → L'Associazione Nazionale fra Lavoratori, Mutilati e Invalidi del Lavoro (ANMIL) opera dal 1943 ed è attualmente riconosciuta come un Ente morale con personalità giuridica di diritto privato, cui è affidata, con D.P.R. 31 marzo 1979, la tutela e la rappresentanza di coloro che sono rimasti vittime di infortuni sul lavoro, delle vedove e degli orfani.

Dal 1° maggio 1999, l'ANMIL è entrata nel Consiglio di Indirizzo e Vigilanza (CIV) dell'INAIL quale unico rappresentante degli invalidi del lavoro. Attualmente l'ANMIL conta circa 450.000 iscritti e rappresenta e tutela una categoria composta da oltre 875.000 titolari di rendita tra infortunati sul lavoro, superstiti di caduti sul lavoro e lavoratori, che hanno contratto una malattia professionale.

L'ANMIL si finanzia per quasi il 75% delle sue necessità attraverso le quote associative degli iscritti e per la quota restante attraverso contributi pubblici e privati.



Con quasi 200 dipendenti e circa 180 professionisti nel ruolo di consulenti dell'Associazione (principalmente legali, medico legali e diversi psicologi) e grazie alle sue **106 sedi provinciali**, l'ANMIL offre servizi ed assistenza su tutto il territorio nazionale. **A supportare l'attività delle Sezioni ci sono oltre 3.000 volontari, vittime del lavoro ma non solo.**

LINGUAGGI COMUNICATIVI → L'ANMIL è sempre stata innovativa nelle sue campagne di comunicazione/sensibilizzazione per il raggiungimento delle proprie finalità sociali, ricorrendo sia a mezzi e linguaggi tradizionali sia a forme di comunicazione non convenzionale (alcuni esempi di campagne e di altre iniziative dell'ANMIL sono e saranno pubblicate sul sito istituzionale a completamento del brief).

OBIETTIVI → Sensibilizzare l'opinione pubblica, in particolare i giovani, nel *target* compreso tra i 18 e i 35 anni, sul delicato tema dell'amianto e delle sue conseguenze sulla salute, cercando di contribuire alla creazione di una più solida coscienza sociale sul problema e, al contempo, realizzare una campagna di *fund raising* finalizzata al finanziamento di progetti di ricerca per la prevenzione e la cura delle malattie asbesto-correlate.

DESCRIZIONE PSICO-DEMOGRAFICA DEGLI UTENTI → Opinione pubblica, con specifico riguardo alla fascia di età compresa tra i 18 ed i 35 anni, senza distinzione di nazionalità, sesso e provenienza geografica.

PRODOTTO RICHIESTO → I concorrenti sono invitati a realizzare una campagna di comunicazione sociale volta al raggiungimento degli obiettivi già specificati. La campagna si andrà ad inserire in un più ampio progetto di comunicazione integrata, che si articolerà in diverse iniziative (conferenze stampa, seminari/convegni, eventi vari). Tra quelle in calendario si segnala il 3° Giro d'Italia HandBike (competizione sportiva riservata ai disabili privi dell'uso delle gambe) con 10 tappe sul territorio nazionale tra le quali una prevista il 15 maggio a Casale Monferrato, uno tra i siti più colpiti da questo problema.

DURATA DELLA CAMPAGNA → Dal 28 aprile al 14 novembre 2012.

BUDGET → Euro 16.500,00 compresi gli oneri di produzione più IVA.

Grazie alla sua notorietà e alla sua funzione assistenziale, l'ANMIL ha sempre ottenuto, a titolo gratuito, gli spazi promozionali dedicati alla comunicazione sociale su tutte le emittenti televisive e radiofoniche nazionali e locali e sostenendo esclusivamente la copertura delle spese vive di produzione per la realizzazione delle campagne pubblicitarie. Gli spazi concessi nel 2011: RAI dal 22 al 24 settembre; La7, dal 24 settembre al 9 ottobre; OPUS, in 57 sale cinematografiche, dal 26 settembre al 9 ottobre. Negli anni precedenti sono stati anche concessi da Mediaset, Sky, Autostrade per l'Italia, Uffici Poste Italiane, Telesia - Tv indoor per aeroporti e metropolitane.

In media sono state concesse 2 settimane di messa in onda degli spot con 10-15 passaggi al giorno.

VINCOLI DA RISPETTARE → La raccolta fondi verrà gestita dalla Fondazione attraverso liberalità su conti correnti postali e bancari nonché attraverso donazione tramite SMS per gli utenti Vodafone. La campagna non dovrà in alcun modo offendere il senso del pudore, rispettare l'appartenenza religiosa, non essere in alcun modo offensiva nei confronti dello Stato delle sue istituzioni e dei suoi rappresentanti, né discriminatoria. Si preferisce evitare messaggi e campagne particolarmente cruento.



SCADENZA PRESENTAZIONE CONCORSO → 6 marzo 2012 (date di spedizione e consegna a mano)

MODALITA' PRESENTAZIONE PIANO → Il modulo di iscrizione è scaricabile dal sito www.anmil.it nell'area dedicata e dovrà essere, debitamente compilato in ogni sua parte, firmato e spedito entro il 6 marzo 2012, a mezzo raccomandata (farà fede il timbro postale) o consegnato a mano a: Fondazione ANMIL "Sosteniamoli Subito" Onlus – via A. Ravà, 124, 00142 Roma – indicando la dicitura "Concorso Campagna Amianto".

Il modulo di iscrizione dovrà essere corredato dalla documentazione seguente:

- il progetto che, pena l'esclusione dal concorso, deve essere allegato in una copia cartacea e in n. 2 copie digitali. I formati ammessi sono: Word, Pdf, PowerPoint, JPG, QuarkXPress, InDesign;
- fotocopia di un documento di identità in corso di validità e debitamente firmato di chi presenta il progetto.

Saranno, inoltre, accettati i progetti consegnati tramite persona incaricata, purché munita di fotocopia di un documento di identità del candidato in corso di validità.

I suddetti materiali non verranno restituiti. I costi di spedizione saranno a carico del mittente. L'invio della documentazione incompleta comporterà la non ammissione a partecipare al Concorso.

Per dubbi e chiarimenti relativi al Regolamento e al brief è possibile inviare una mail a segreteriafondazione@anmil.it