

**CONFERENZA STAMPA DI PRESENTAZIONE DELLA  
69ª GIORNATA ANMIL PER LE VITTIME DEL LAVORO****SCHEDA CAMPAGNA DI SENSIBILIZZAZIONE ANMIL  
“NON RACCONTIAMOCI FAVOLE”**

Al fine di sensibilizzare l'opinione pubblica sul tema della prevenzione e della sicurezza sul lavoro, in particolare in occasione della 69ª Giornata per le Vittime degli Incidenti sul Lavoro, l'ANMIL ha fatto realizzare una **Campagna multisoggetto che consiste in 3 spot della durata di 30 secondi ciascuno.**

La Campagna - ideata dal regista Marco Toscani - si intitola **‘Non raccontiamoci favole’** e l'idea creativa mira a comunicare con ironia e delicatezza l'importanza della salute e la sicurezza sul lavoro richiamando alla memoria il mondo delle favole.

L'intento del regista è, dunque, quello di offrire allo spettatore un'occasione per riflettere sulla diffusa percezione che l'eventualità di un grave infortunio sul lavoro sia un accadimento che non li riguarda. I tre spot richiamano in chiave “lavorativa” tre fiabe: **Pinocchio, La bella addormentata nel bosco e Peter Pan attraverso il personaggio di Capitan Uncino** e condividono lo slogan **‘Non raccontiamoci favole...sul lavoro non c'è sempre il lieto fine’.**

Gli **attori** della Campagna, che si sono resi disponibili a titolo gratuito, sono: Alessandro Opizzi nel personaggio del Principe Azzurro, Camilla Schiavi nella Bella addormentata nel bosco, Stefano Scotti è Pinocchio e Mario Calderaro interpreta Capitan Uncino.

Per sottolineare la valenza universale di questo drammatico tema, si è deciso di **tradurre i tre spot in varie lingue:** l'attore invalido del lavoro Franco Trevisi - da anni vicino all'Associazione - ha prestato la sua voce per la versione italiana e inglese; Kyoko Mino per la versione giapponese; Federico Sanna per quella in spagnolo.

Gli spot in inglese permetteranno all'ANMIL di partecipare a Concorsi internazionali e insieme a quelli in spagnolo e in giapponese, saranno divulgati su YouTube e sui social per essere condivisi nel modo più ampio possibile.

**La Campagna ha iniziato ad andare in onda dal 1° settembre e continuerà fino al 13 ottobre su oltre 200 schermi posizionati negli Autogrill di tutta Italia, grazie al sostegno della società ‘Autostrade per l'Italia’, mentre la Rai ha approvato il passaggio sulle proprie reti dello spot ‘Pinocchio’ dal 7 al 13 ottobre.**

**Anche emittenti televisive pubbliche e private locali manderanno in onda gli spot a ridosso della Giornata.**

**Marco Toscani**

Nasce a Catanzaro il 30 novembre 1966, ma non fa in tempo a vedere il mare. Dal giorno dopo cresce e vive a Piacenza. Mostra curiosità verso il cinema, ma nessuno se ne accorge e, soprattutto, lui neppure, quindi “...sciupo banalmente il tempo a fare altre cose”. Solo nel 2006 decide di aprire quel ‘cassetto’. Incomincia a realizzare una serie di lavori impegnati.

La sua predisposizione verso i temi sociali, lo conduce a scrivere il docu-film sui senzatetto ‘Alla fine dei sogni’. Nel 2011 realizza il cortometraggio ‘I Soliti Noti’ sul tema delle truffe agli anziani, sua opera prima, con cui vince l'Imperia International Film Festival e si candida al Cavallo di Leonardo da Vinci al Milano Film Festival Awards.



Con 'Ti ho incontrata domani' (2015) il cui tema è la malattia di Alzheimer, Toscani ritira a Cannes il premio "Best Director" al Festival Global Short Film Festival Awards. Nel 2017 realizza il reportage "Quelli che restano" (Alzheimer) tra i vincitori del Reporter- Day (Il Giornale) a Milano. Nello stesso anno dirige 'Il sogno di Mariuccia', un cortometraggio per promuovere il primo Alzheimer Fest, (Media-Partner Corriere della Sera).

Nel 2018 realizza il film 'Senza...peccato', un cortometraggio in cui si parla della sessualità nella disabilità. Selezionato in vari Festival internazionali, il corto vince il premio come miglior cortometraggio al festival 'Uno sguardo raro - The Rare Disease International Film festival' di Roma. Tra giugno e luglio del 2019 scrive e dirige due importanti spot: uno sugli infortuni sul lavoro per conto di ANMIL Onlus che sarà diffuso sui canali Rai e Sky e l'altro sul tema dell'Alzheimer, uno spot per Alzheimer Italia Bari e Sipaa di Trento, divulgato su CorriereTV.

All'orizzonte due nuovi importanti cortometraggi: 'Giorni di Cenere' e 'Contami'.

