

# Alla comunicazione Inail il premio innovazione dello Smau



Lo Smau premia la comunicazione Inail. Nell'ambito del 13esimo Salone internazionale della ricerca industriale e delle competenze per l'innovazione, in programma ieri e oggi nel **padiglione 33 di Bologna Fiere**, l'Istituto riceverà infatti il riconoscimento che punta a valorizzare i casi di successo di realtà di diversi settori – dall'agrifood al manifatturiero, dal chimico al fashion, fino agli enti pubblici – con l'obiettivo di innescare un processo emulativo virtuoso, spingendo altre aziende e amministrazioni a intraprendere la strada dell'innovazione.

**Le attività dell'ente raccontate da imprenditori, lavoratori e assistiti.** Il premio assegnato all'Inail, in particolare, è legato ai nuovi linguaggi narrativi utilizzati nei video-racconti delle campagne "Belle storie" e #storiediprevenzione. Lo scopo delle "Belle storie", una galleria di ritratti di assistiti Inail che dopo l'infortunio sono riusciti a riprendere il proprio posto nella società, è aumentare la conoscenza delle attività dell'Istituto per l'assistenza, la riabilitazione e il reinserimento sociale. Lo stesso format è alla base delle #storiediprevenzione che raccontano, attraverso la voce di imprenditori e lavoratori, l'esperienza di aziende che hanno scelto di investire in sicurezza partecipando alle varie iniziative del bando Isi, con cui l'Inail a partire dal 2010 ha messo a disposizione più di 1,8 miliardi per sostenere la realizzazione di interventi di miglioramento delle misure di prevenzione nei luoghi di

lavoro.

**Recupero: “Nuovi linguaggi per restare al passo coi tempi”.** Venerdì 8 giugno a ritirare il premio destinato all’Inail sarà Mario Recupero, direttore centrale vicario Pianificazione e Comunicazione: “Il ricorso a questi nuovi linguaggi, meno formali e più coinvolgenti – spiega – nasce dalla volontà di migliorare la condivisione delle informazioni e di creare un rapporto di fiducia più stretto con i nostri interlocutori: i cittadini, gli assistiti, i lavoratori e le imprese. In un’epoca caratterizzata dalla rapidità e dalla semplicità di condivisione delle informazioni sui social network, infatti, anche la pubblica amministrazione deve ampliare e aggiornare le modalità di diffusione dei suoi messaggi, se vuole continuare a essere ascoltata. Le campagne “Belle storie” e #storiediprevenzione sono l’ultima tappa di un percorso di innovazione che abbiamo avviato negli anni scorsi, con l’approdo su Facebook, YouTube, Twitter e Instagram”.