

LAVORO, SICUREZZA PRIMA DI TUTTO MA LA BUROCRAZIA METTE OSTACOLI

In aumento, purtroppo, gli incidenti mortali. Calderone: gli obblighi di legge vanno rispettati, ma si devono semplificare gli adempimenti per le Pmi. Formazione per far capire che la prevenzione non è un costo ma un'opportunità

di Isidoro Trovato

L'emergenza continua. Ne è piena la cronaca. Tra gennaio e luglio di quest'anno l'Inail ha registrato 599 infortuni mortali, il 2% in più rispetto allo stesso periodo del 2018. Pur essendo dati parziali, questi numeri confermano il trend negativo già registrato nel 2018, quando — secondo le elaborazioni realizzate dall'Osservatorio statistico dei Consulenti del Lavoro su dati Inail — il numero di incidenti mortali ha fatto un balzo in avanti del 10,1% rispetto al 2017. Gli infortuni sul lavoro rappresentano un problema aperto che nessuna normativa ha finora sanato. Negli anni è stato varato anche un Testo unico sulla sicurezza sul lavoro ma il problema resta quello della sua corretta applicazione.

È il settore agricolo a far registrare un aumento di 22 denunce mortali nei primi 7 mesi del 2019, a fronte di 10 casi in meno nell'industria e nei servizi. Anche



Idee
Marina Calderone, alla guida dei consulenti del lavoro. «Semplificare gli oneri burocratici e formali a carico delle Pmi e aumentare le sanzioni per chi elude l'obbligo»

gli incidenti «plurimi», ovvero quelli che coinvolgono almeno due lavoratori come quello verificatosi qualche giorno fa nel pavese, sono aumentati quest'anno: 12 casi tra gennaio e luglio che hanno provocato la morte di 24 persone. Nello stesso periodo del 2018, invece, i decessi erano stati 26 in 10 incidenti plurimi.

Imprenditori

Dagli ultimi episodi di cronaca emerge un dato significativo: a morire sul lavoro non sono solo dipendenti, ma anche imprenditori e lavoratori autonomi. I due morti nell'azienda agricola pavese, ad esempio, erano mungitori di nazionalità indiana che avevano rilevato l'azienda da alcuni anni. Un caso che evidenzia come il mancato rispetto delle norme sulla sicurezza metta a rischio la vita di tutti coloro che operano all'in-

terno delle imprese, senza distinzioni di livello o di ruolo. Ciò è quanto mai vero soprattutto nelle piccole e piccolissime imprese che operano nei settori più rischiosi, come l'agricoltura e l'edilizia, dove spesso il titolare d'azienda lavora alla stregua dei suoi pochi dipendenti o addirittura gestisce da solo l'attività.

Le proposte

Per la presidente del Consiglio nazionale dell'Ordine dei consulenti del lavoro, Marina Calderone il ripetersi di incidenti, spesso con esito mortale, è anche il risultato di una normativa troppo complessa e distaccata dalla realtà produttiva italiana. «Sebbene con il Testo unico sulla sicurezza sul lavoro il legislatore abbia cercato di razionalizzare l'impianto normativo — spiega Calderone —, ad oggi nelle realtà

aziendali piccole e piccolissime la legislazione è ancora poco diffusa e applicata o, cosa peggiore, è vista più come un obbligo costoso che come un'opportunità. Questo accade anche perché gli adempimenti burocratici, legati all'attuazione degli obblighi di legge, sono numerosi e farraginosi. Figli di un impianto normativo creato per le grandi aziende». Da qui le proposte dei consulenti del lavoro: «Serve una revisione del Testo unico che semplifichi gli oneri burocratici e formali a carico delle micro e piccole imprese, a cui deve corrispondere un incremento del regime sanzionatorio per chi elude l'obbligo. E poi è indispensabile far fare ai diretti interessati un salto culturale con cui mettere al centro la sicurezza. Noi stiamo investendo in formazione specialistica, strada maestra per avviare meccanismi virtuosi».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

NEWS DALLE AZIENDE

a cura di RCS PUBBLICITÀ

TEAM 7

60 ANNI di passione per il legno: l'azienda austriaca celebra i traguardi della propria storia

TEAM 7, azienda austriaca produttrice di mobili di design in puro legno naturale, festeggia 60 anni di storia. Fondata nel 1959 a Ried im Innkreis da Erwin Berghammer, TEAM 7 ha segnato una vera e propria svolta nel settore dell'arredo. Già dagli anni '80, infatti, ha deciso di votarsi alla sola produzione di mobili in puro legno naturale finito a olio, ed è stata inoltre in grado di integrare fin da subito, in ogni processo aziendale, una ferma politica di controllo degli sprechi e di ottimizzazione delle risorse. Un trend rivoluzionario che avrebbe poi contagiato l'intero settore. Oggi TEAM 7 è presente con le sue creazioni in oltre 30 Paesi e vanta più di 50 premi internazionali di design. È certificata dai più autorevoli istituti al mondo ed è considerata protagonista indiscussa nel settore dell'arredamento ecologico. Al centro, tre ingredienti fondamentali: puro legno naturale, design e una costante spinta innovativa. L'arrivo in azienda di Georg Emprechtinger (al centro nella foto in alto), entrato in



campo come amministratore delegato nel 1999 e divenuto proprietario unico nel 2006, ha dato la svolta decisiva al marchio, facendo debuttare TEAM 7 nel mercato dei mobili di design in legno naturale. Un incontro fra tradizione e modernità, come sintetizza Emprechtinger guardando al futuro dell'azienda: «Abbiamo radici solide, ma per essere efficaci dobbiamo saper pensare fuori dagli schemi, sia come azienda che come individui. Non dobbiamo mai perdere di vista la nostra società in costante evoluzione e restare aperti all'avvento di nuove tecnologie».

• www.team7.it •



SCHÜCO

Grande successo per la **UNIVERSAL DESIGN WEEK**

Dal 30 settembre al 6 ottobre scorsi si è tenuta a Venezia, con pieno successo, la prima Universal Design Week italiana. L'iniziativa, promossa da Schüco Italia e dall'associazione onlus "Lo Spirito di Stella", è creata con l'ambizione di diventare un appuntamento fisso, ha puntato a sensibilizzare sul valore dell'accessibilità e a generare conoscenza e cultura sulla progettazione inclusiva, sempre più centrale nell'architettura del domani. La scelta di Venezia come



cornice è significativa: la città, che nell'immaginario collettivo è il simbolo delle barriere architettoniche, dal 2009 ha reso accessibile alle persone con disabilità motoria circa il 70% della superficie del centro storico, divenendo esempio positivo da valorizzare. Il filo conduttore che ha guidato il ricco calendario di eventi, coinvolgendo anche il mondo della scuola e dell'università, è stato quindi la consapevolezza di quanto la corretta progettazione degli spazi possa fare la differenza non solo nel garantire il massimo benessere abitativo, ma anche nel rendere ogni ambiente "universale".

• www.schueco.it •

MADDALENA

Il leader nel settore degli strumenti di misura dell'acqua festeggia i suoi primi **100 ANNI**

Leader in Italia e in Europa nel settore degli strumenti di misura dell'acqua, Maddalena celebra 100 anni di attività: un traguardo raggiunto dopo una crescita esponenziale di un'azienda che è orgogliosa di essere rimasta, nel suo settore, una tra le poche di rilievo a conduzione familiare. Fin da quando, a inizio Novecento, l'avvocato friulano Giacinto Maddalena, intuendo le promettenti prospettive del nascente mercato, inizia la distribuzione in Italia dei contatori d'acqua, inizialmente con brevetto Schinzel e in seguito con tecnologia proprietaria. Nel tempo, poi, Maddalena



ha costantemente evoluto la sua struttura aziendale e la sua offerta di contatori per submetering e per le utility arrivando a produrre più di 3 milioni di strumenti all'anno. Lo sforzo crescente verso la ricerca di soluzioni tecnologiche per un reale connubio tra innovazione e sostenibilità è stato peraltro premiato di recente con il conferimento a Maddalena del Green Pride delle tecnologie acqua.

• www.maddalena.it •

JACOB COHEN

Un inedito bianco e nero carico di luce per la nuova campagna **AUTUNNO/INVERNO 2019/20** del brand

Minimale, ma d'impatto. Alla ricerca costante di un'eleganza essenziale — e a volte nascosta nei dettagli — rifuggendo il superfluo, l'inutile. Rispecchiano i valori del marchio le immagini dell'adv di Jacob Cohen per la stagione fredda. Per la prima volta ai colori si sostituisce un bianco e nero carico di luce, a segnare un cambio di passo nel segno della contemporaneità. Una scelta, quella cromatica, che è stata paradigma del lessico dei più grandi, compreso Richard Avedon, capace di raccontare



un'era senza dire nulla di più dello stretto necessario. In quel solco si inserisce la campagna di Jacob Cohen: dietro la macchina fotografica c'è Daniela Federici, due decenni passate negli Stati Uniti e un curriculum nel quale figurano servizi per Vogue Italia e GQ Giappone, Esquire e Interview, Vanity Fair e

Harper's Bazaar. Una lista che gareggia in lunghezza con quella dei volti da lei immortalati: tra gli altri, quelli di Alicia Keys, Lenny Kravitz, Naomi Watts, Prince.

• www.jacobcohen.it •