

A ENEL IL PREMIO SODALITAS PER LA SETTIMANA INTERNAZIONALE SULLA SICUREZZA

L'iniziativa Enel - che si è svolta dal 24 al 30 novembre 2008 con oltre 350 eventi in tutto il mondo dedicati al tema della sicurezza – ha vinto il Sodalitas Social Award, il riconoscimento che premia l'impegno delle aziende per la responsabilità sociale

Roma, 29 maggio 2009 - Va all'**International Safety Week (la Settimana Internazionale sulla sicurezza)** di Enel il primo premio per il miglior *Programma volto alla Valorizzazione del Capitale Umano* nell'ambito della settima edizione del **Sodalitas Social Award** per le buone pratiche di responsabilità sociale. Si tratta di un ambito riconoscimento promosso dalla Fondazione Sodalitas, che opera per la promozione della CSR (Corporate Social Responsibility) e il trasferimento di cultura manageriale alle organizzazioni senza scopo di lucro.

L' **International Safety Week** – la cui prima edizione si è svolta dal 24 al 30 novembre 2008 - è nata per diffondere la cultura della sicurezza a tutti i livelli e contribuire a raggiungere un obiettivo prioritario per l'azienda: quello degli 'zero infortuni'. Sono state organizzate in tutto il mondo Enel oltre 350 iniziative per aumentare la consapevolezza delle persone, cambiando le loro attitudini e comportamenti verso la sicurezza e accrescendo il senso di responsabilità personale, non solo sul lavoro ma anche nel privato. Una sicurezza 24 ore al giorno, 7 giorni alla settimana.

L'evento di premiazione si è svolto a Milano in occasione del convegno **Sostenibilità: il punto di svolta** che ha offerto l'occasione per conoscere il punto di vista di istituzioni e imprese su come la sostenibilità potrà essere nei prossimi anni il motore del Sistema Paese.

Tra le attività svolte durante la settimana, oltre 70 *safety walks* con il *top management* e più di 90 simulazioni di sicurezza, ma anche *workshop* tematici con esperti di sicurezza, tavole rotonde con istituzioni, *family day* presso gli impianti, incontri con ditte appaltatrici, scuole, associazioni e sindacati. L'iniziativa è stata supportata da una campagna di comunicazione - tradotta in 10 lingue - diffusa in tutte le sedi con l'obiettivo di avere massima visibilità: 'balloon', poster, *brochure*, manuali, filmati, un sito intranet dedicato, una serie di approfondimenti sui media interni, una campagna specifica sull'alimentazione e un concorso fotografico.