

Załącznik nr 3 do ogłoszenia o przeprowadzeniu wstępnych konsultacji rynkowych

## **Założenia dotyczące kampanii informacyjno-edukacyjnej „Legitna praca” adresowanej do młodych pracowników**

Według Europejskiej Agencji Bezpieczeństwa i Zdrowia w Pracy (EU-OSHA) **prawdopodobieństwo poważnego wypadku w pracy jest wyższe** w przypadku osób w wieku 18–24 lata niż starszych pracowników. Młodszy pracownicy mogą być narażeni na złe warunki pracy, prowadzące do rozwoju chorób zawodowych jeszcze w młodości lub na późniejszym etapie życia. **Młodym pracownikom może brakować doświadczenia, a często również dojrzałości fizycznej i psychicznej.** Nie zawsze traktują oni poważnie zagrożenia. Wśród innych czynników, które narażają młodych ludzi na większe ryzyko, można wymienić:

- niedostateczne umiejętności i przeszkolenie,
- brak świadomości swoich praw i obowiązków pracodawcy,
- brak pewności siebie, aby wyrażać swoje opinie i egzekwować prawa,
- lekceważenie przez pracodawców konieczności zapewnienia młodym pracownikom dodatkowej ochrony.

W trosce o młodych pracowników Państwowa Inspekcja Pracy zaczęła w 2022 r. ogólnopolską trzyletnią kampanię społeczną „**Legitna praca**”.

### **CELE STRATEGICZNE KAMPANII:**

1. **Upowszechnianie** wiedzy o przepisach prawa pracy dot. zatrudniania.
2. **Kształtowanie świadomości** zagrożeń zawodowych występujących w środowisku pracy.
3. **Informowanie** o możliwościach skorzystania z pomocy merytorycznej udzielanej przez Państwową Inspekcję Pracy przy eliminowaniu nieprawidłowości w zatrudnieniu.
4. **Tworzenie kultury bezpieczeństwa** wśród młodych pracowników, poprzez kreowanie postaw i wartości związanych z eliminowaniem ryzyka zawodowego.

### **GRUPY DOCELOWE KAMPANII W KOMUNKACJI MIEJSKIEJ**

**Osoby w wieku 14-24 lata**, które są w trakcie edukacji lub podejmują pierwszą pracę (uczniowie ostatnich klas szkół ponadpodstawowych i studenci).

### **Natomiast cała kampania „Legitna praca” ma szersze grono odbiorców.**

1. **Główna grupa docelowa:** osoby uczące się w wieku 14-24 lata, które są w trakcie edukacji lub podejmują pierwszą pracę. Przede wszystkim:
  - ✓ młodzież szkół podstawowych, głównie uczniowie klas ósmych,
  - ✓ uczniowie szkół ponadpodstawowych (szkoły branżowe I i II stopnia, technika oraz licea),
  - ✓ studenci.
2. **Dodatkowi adresaci przekazu:**
  - ✓ nauczyciele i wykładowcy akademicki,
  - ✓ pracodawcy zatrudniających młodych pracowników.

### **NAJWAŻNIEJSZE DZIAŁANIA W RAMACH KAMPANII**

1. Program edukacyjny „Kultura bezpieczeństwa” w szkołach ponadpodstawowych i na uczelniach wyższych. Zajęcia prowadzone są w placówkach edukacyjnych, zarówno przez kadrę dydaktyczną, jak i inspektorów pracy. Ich głównym celem jest zainteresowanie młodych osób prawem pracy i zasadami bezpiecznego jej wykonywania na różnych stanowiskach.
2. Promocja w mediach upowszechniająca wśród młodzieży wiedzę w zakresie prawa pracy i bhp.
3. Konkursy wiedzy z dziedziny prawa pracy.
4. Publikacje edukacyjne i inicjatywy popularyzacyjne, jak targi, dni kariery.
5. Seminaria, konferencje, spotkania informacyjne – przy współudziale partnerów.
6. Promocja przekazu kampanii na stronie [www.prawawpracy.pl](http://www.prawawpracy.pl).

W 2024 r. oprócz kampanii w komunikacji miejskiej planowana jest promocja kampanii w Internecie (m. in. w mediach społecznościowych).

**Kampania została wsparta przez Pierwszą Damę RP, która w krótkim materiale filmowym (do pobrania ze strony [www.prawawpracy.pl](http://www.prawawpracy.pl)) zwracając się do młodych osób, informuje o kampanii i zachęca do skorzystania z jej materiałów i pomocy. W ramach realizacji kampanii Państwowa Inspekcja Pracy planuje współpracę z organizacjami pracodawców i związków zawodowych, instytucjami działającymi na rzecz młodzieży na rynku pracy, instytucjami naukowymi zajmującymi się tematyką kształtowania warunków pracy wśród ludzi młodych.**