



9° laboratorio di marketing sociale



2005 - 2008

In Italia si inizia a parlare di Marketing Sociale applicato al mondo della salute pubblica.

Il gruppo comunicazione Dors comincia ad occuparsi di M.S. attraverso attività di ricerca e formazione da parte di esperti nazionali e la collaborazione con l'area di ricerca Marketing Sociale di Giuseppe Fattori (Modena)

2006

Il Marketing Sociale entra nei termini del **Glossario O.M.S.** della Promozione della salute

2008 - 2009

2 corsi di formazione agli operatori delle asl piemontesi sul Marketing Sociale applicato alla prevenzione e alla promozione della salute

2010



Durante il seminario di restituzione dei contenuti dei corsi a circa 60 operatori piemontesi, viene riletto, secondo la teoria e la pratica del Marketing Sociale, il progetto **“io lavoro sobrio”** (Asl CN2) che aveva come obiettivo l'aumento di percezione del rischio, con particolare riferimento a quello infortunistico, derivante dall'assunzione di bevande alcoliche nei luoghi di lavoro

2011

Dors partecipa alla **II Conferenza Mondiale di Marketing Sociale** a Dublino ed entra nel Network di professionisti della Comunicazione per la salute e del Marketing Sociale

2014

Conferenza Europea di Marketing Sociale a Rotterdam.
Presentazione esperienza laboratori

Perché un laboratorio?



luogo di approfondimento,
riflessione e confronto



partecipazione attiva



spazio di sperimentazione



creatività

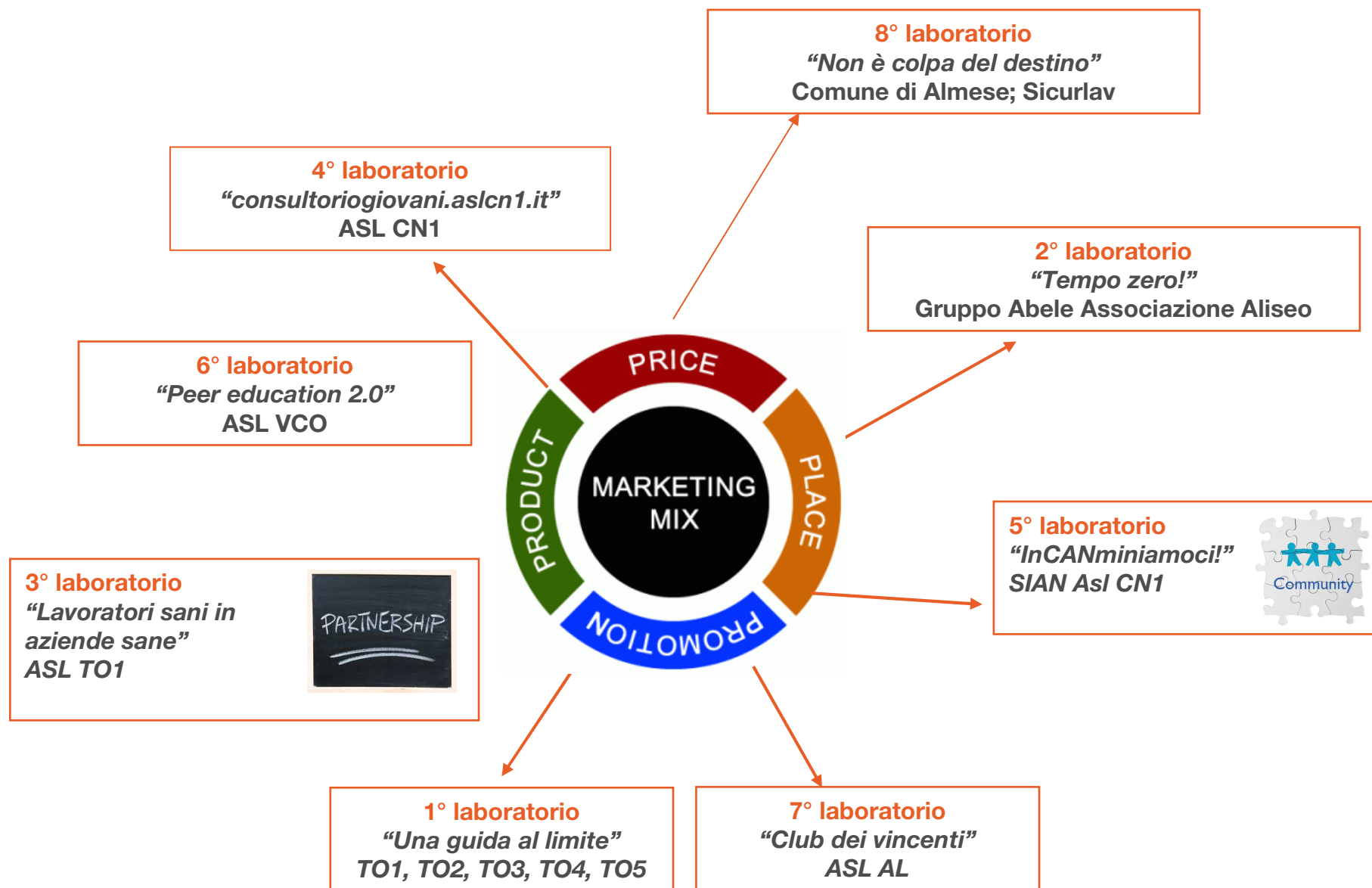


socializzazione delle esperienze

Da cosa siamo partiti?



I temi dei laboratori precedenti....





0,5g/l

Con il tasso alcolemico non si scherza.

**SE SEI FUORI
NON CI STAI DENTRO.**

progetto "Sguardi
multicentrici" in collaborazione con




**CHI BEN CAMMINA
MEGLIO LAVORA**

Ecco come un'Azienda sanitaria locale di Torino ha deciso di far guadagnare salute ai suoi dipendenti

fitwalking

L'Assessorato alla Salute e al Benessere dell'ASL di Torino ha deciso di far guadagnare salute ai suoi dipendenti. Per questo ha lanciato il progetto "Fitwalking", che consiste in una serie di percorsi a piedi da fare durante la giornata lavorativa. I percorsi sono stati progettati in modo da essere divertenti e stimolanti, e sono stati realizzati in collaborazione con i dipendenti stessi. Il progetto ha l'obiettivo di promuovere lo stile di vita sano e attivo, e di migliorare la salute e il benessere dei dipendenti.

"Guadagnare Salute - rendere facili le scelte salutari", invita e indirizza i dipendenti di lavoro a farsi carico del miglioramento dello stile di vita dei propri dipendenti

Dieci promotori veri, diversi, ma con un obiettivo comune: migliorare la qualità della vita dei propri dipendenti. Per questo hanno fatto in "un'attività gratuita", perché non lo fosse.

1 Promozione

Elementi per l'analisi dei materiali di comunicazione: promuovere e diffondere i messaggi di salute



“Una guida al limite”
ASL TO1,2,3,4,5



2 Luogo

Il luogo e la situazione in cui il gruppo target potrebbe essere coinvolto nel comportamento di salute che gli si chiede di attuare, modificare o abbandonare

“Tempo zero!”

Gruppo Abele – Associazione Aliseo



3 Partnership

Per produrre dei cambiamenti spesso è necessario collaborare con altri enti/organizzazioni che possono fornire **risorse aggiuntive**, maggiore **credibilità**, **esperienze** e **competenze** che un'organizzazione da sola può non possedere. Alcune realtà possono inoltre dare accesso a **canali distributivi** che consentono di ridurre le barriere, incrementare i vantaggi e trasmettere i benefici ai destinatari in modo efficace.

“Lavoratori sani in aziende sane”
ASL TO1



4 Prodotto e prezzo:

Il prodotto è il comportamento che si intende promuovere presso il target e i relativi benefici che ne derivano dall'adesione ad esso. Talvolta può essere associato ad un prodotto tangibile o ad un servizio che facilitano il cambiamento.

Il prezzo è l'insieme dei costi economici, psicologici, fisici, di tempo e di energia che i destinatari devono sostenere per attuare il cambiamento richiesto.



Un progetto del Consultorio Familiare Mondovì-Savigliano e Cuneo

Direttore DMI: Luigi Besenon - Responsabile SSD Consultorio Familiare: Miriam Di Vita - Responsabile Progetto: Daniele Nunziato

5 Community based social marketing ovvero il marketing sociale nella comunità

“...le iniziative che promuovono un cambiamento di comportamento sono più efficaci quando sono realizzate a livello di comunità e comprendono un contatto diretto con le persone” [Doug Mc-Kenzie Mohr, 1999]

“InCANminiamoci!”

ASL CN1

SIAN e Servizio Veterinario



6

Salute 2.0

“L’insieme di tutte quelle applicazioni, servizi e strumenti basati sul web che sono rivolti ai consumatori, ai pazienti, agli operatori sanitari e ai ricercatori biomedici e che fanno uso delle tecnologie del web 2.0 per favorire l’aggregazione, la partecipazione e la collaborazione all’interno di ciascun gruppo di utenti e tra i diversi gruppi” [G. Eysenbach, 2008]

*“Nel momento in cui l’estensione della comunicazione giovanile si avvale di sempre nuovi terminali tecnologici che ne ampliano le possibilità e ne modificano le modalità con codici specifici (dal Sms al video, dalla chat alle multimodalità dei social network) una **strategia adeguata di peer education (PE 2.0)** deve essere in grado di ripensarsi rifocalizzando, alla luce dei cambiamenti introdotti dall’estensione del mondo digitale, gli **elementi base dei suoi interventi**. In particolare: gruppo dei pari, ambito/i di intervento, formazione dei peer, formazione degli adulti, tipologia e manutenzione dei “prodotti” preventivi, possibilità di sperimentazione. Con la consapevolezza che, rispetto alla realtà digitale ed alle sue potenzialità, è proprio la rete degli adulti ad essere maggiormente in ritardo.” [GM Ottolini, 2013]*

Prevenzione 2.0

ASL VCO

dors

7 Promozione

Edutainment e il testimonial di fantasia



“Club dei vincenti”
ASL Alessandria



Riconoscibilità
Ricordo
Associazioni
Attrattività
Complicità
Storia
Emozione



dors

LEARN
BY DOING

dors

8 Prezzo e teoria dello scambio



 **Non è colpa del destino**



Concorso a premi per gli studenti delle Scuole Secondarie di primo grado della Provincia di Torino relativo a lavori o progetti sul tema della sicurezza e della salute nei luoghi di lavoro.

Anno scolastico 2013 - 2014

 **PREVEN GO!**

Andare verso la prevenzione delle patologie da lavoro

'LA SICUREZZA TI PREMIA'
per ogni informazione vai sul sito www.sicurlav.it

 **Comune di Almese** 

