

Il concorso nazionale Web 2.0 e salute: i progetti premiati



Concorso #web2salute

Social network, mobile & App, gamification per la promozione di stili di vita sani e sostenibili e il contrasto alle disuguaglianze di salute

Si tratta di un concorso nazionale, organizzato dall'Associazione di promozione sociale "Marketing sociale e comunicazione per la salute" (MKTS), patrocinato della Federazione Italiana Aziende Sanitarie e Ospedaliere (FIASO), dell'Associazione Italiana "Comunicazione pubblica" e del Corso di Laurea in Scienze della comunicazione pubblica e sociale (COM.PASS) dell'Università di Bologna.

Obiettivo: valorizzare e premiare l'impatto comunicativo e relazionale nell'ambito della promozione di stili di vita sani e sostenibili e del contrasto alle disuguaglianze di salute, ottenuto anche grazie all'utilizzo di strumenti/canali web 2.0 digitali e interattivi (social network, microblogging, video sharing, applicazioni per smartphone e tablet, gamification digitale, siti dedicati).

Il concorso si articola in due sezioni:

1. la prima rivolta a **Aziende pubbliche e private**, Enti e Pubbliche Amministrazioni, Associazioni e Terzo Settore, Istituti Scolastici (anche come singole classi);
2. la seconda aperta a tutti gli **studenti** che al momento della presentazione del progetto sono iscritti a corsi di laurea, di perfezionamento, scuole di specializzazione e master nel cui piano di studi sono previsti insegnamenti di comunicazione e marketing.



All'iniziativa si sono iscritti oltre **60 progetti**.



I vincitori sono stati premiati a Venezia, il 22 giugno 2012, al termine dell'incontro FIASO "Web 2.0 e salute", che si è svolto nell'ambito della manifestazione del Programma Interministeriale Guadagnare Salute, "Le sfide della promozione della salute: dalla sorveglianza agli interventi sul territorio".



A piedi per Bolzano - Zu Fuß durch Bozen

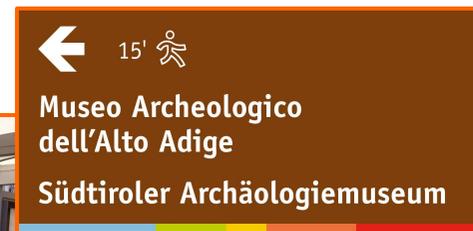
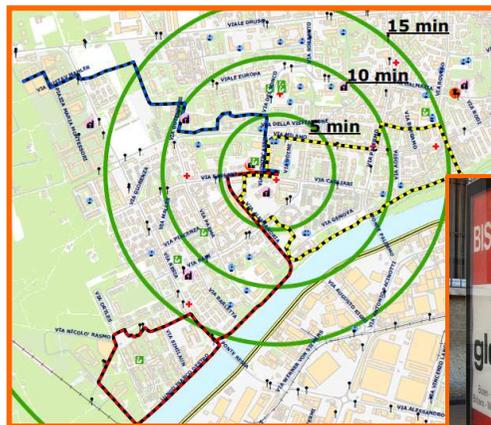
Il progetto per promuovere il movimento attraverso il camminare. Comune di Bolzano, 2011-2013

Obiettivo: Promuovere la mobilità sostenibile in condizioni di sicurezza nel contesto urbano tra la **popolazione locale**, incentivando la pratica del camminare come stile di vita virtuoso per il singolo individuo e per la collettività, con ricadute positive sulla salute, sull'ambiente e sulla qualità della vita.

Per valorizzare e incentivare il movimento a piedi è stata utilizzata una strategia di sensibilizzazione ed informazione pubblica, anche attraverso i nuovi canali di comunicazione.

La strategia comprende:

- percorsi “**BO-WALKING**” nella circoscrizione più popolare di Bolzano
- **cartelli direzionali** con l'indicazione dei tempi di percorrenza a piedi per raggiungere siti turisticamente rilevanti nel centro storico
- nelle piazze e alle pensiline degli autobus, totem di illustrazione del progetto con la **mappa della città** segnala i luoghi pubblici o di interesse turistico della città distanti 5, 10, 15 minuti a piedi.
- **adesivi** da applicare sugli ascensori e **poster** negli ambulatori medici
- **Festival del Camminare** (20-22 Aprile 2012)



Tra i diversi **siti internet** attivati sul progetto, di particolare rilevanza quello che ha promosso il Festival del Camminare: realizzato in versione bilingue (italiano e tedesco), ha utilizzato una pluralità di canali di comunicazione per promuoverne l'interattività e la partecipazione attiva dell'utente: **facebook, blog, twitter, Youtube, pagine interattive per partecipare al concorso** “la camminata dell'anno”.

Risultati:

Nei soli due mesi che hanno preceduto le giornate del festival:

- sito visitato da più di 16.000 utenti
- la pagina Facebook circa 300 fan

Al festival hanno partecipato circa 1.600 persone.





Qwert

Il social network dedicato ai ragazzi delle scuole medie.
Azienda USLL Treviso, 2011-2012

Obiettivo: favorire dinamiche di scambio tra pari in merito a tematiche utili allo sviluppo di capacità protettive rispetto a comportamenti a rischio a favore dei **preadolescenti (11-14 anni)**.

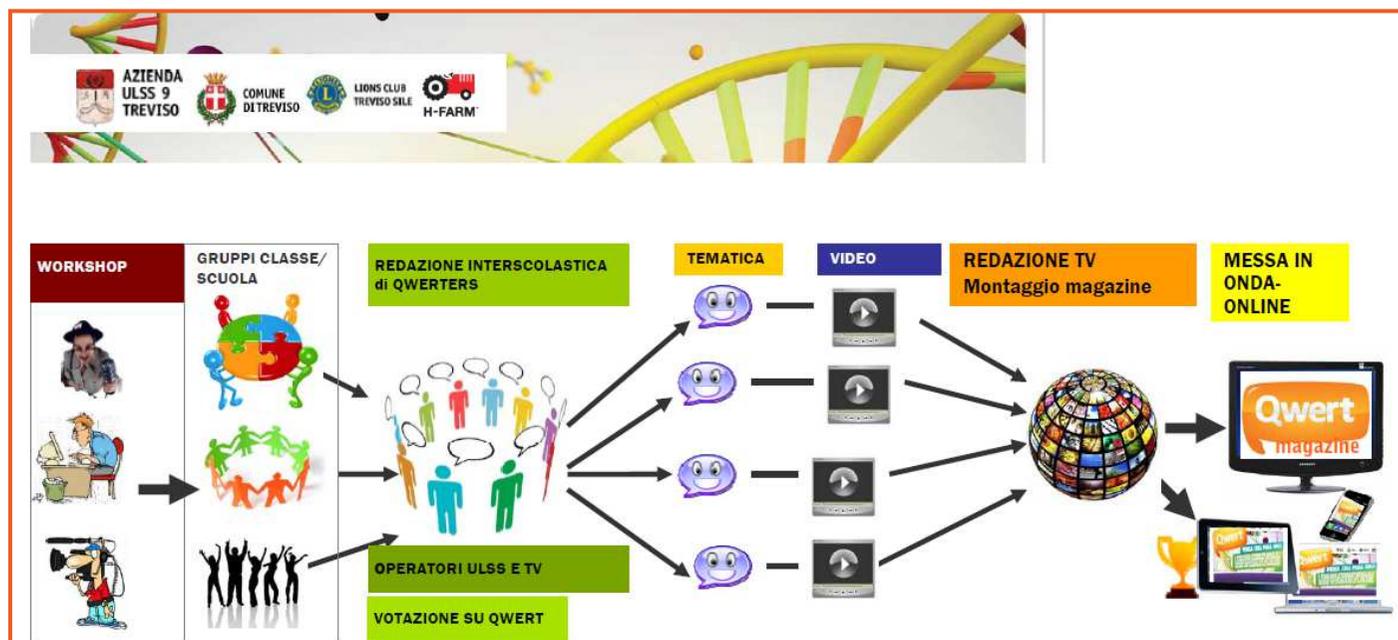
Per raggiungere i “nativi digitali” è stato scelto il mezzo più efficace, un social network che favorisca lo sviluppo delle life skill.

La gestione dei contenuti e le attività sono decise dalla comunità dei “Qwerters”. Il sistema offre le applicazioni tipiche dei social network: *gruppi, chat, messaggi privati, forum, gallerie di video e immagini, concorsi, test*. Favorisce inoltre la socializzazione e il contatto con gli operatori attraverso un avatar “Qwerty”, senza identità fisica, che ricopre il ruolo di facilitatore nelle discussioni.

Risultati:

La sperimentazione partita a gennaio 2011 ha portato dopo 1 anno:

- ✓ 874 studenti di Treviso (30% del bacino potenziale)
- ✓ 1945 gruppi e corrispondenti tematiche
- ✓ 1,5 milioni di pagine viste e circa 250 ragazzi online al giorno
- ✓ 3 eventi online



Qwert

PENSA, CREA, PARLA, GIOCA!

IL NUOVO SOCIAL NETWORK PER RAGAZZI DA 11 A 14 ANNI TUTTO DA INVENTARE. PER CONOSCERE PERSONE NUOVE DELLA TUA ETÀ, PER STARE INSIEME, PER CONDIVIDERE ED INFORMARSI.

Nome utente

Password

Ricordami **Collegati**

Hai perso la password?

Perchè QWERT: **PER I GENITORI** **PER I PROFESSORI** **GUARDA IL VIDEO** Per saperne di più

Se hai dai 11 ai 14 anni, frequenti una scuola del Comune di Treviso e vuoi entrare in QWERT, consegna alla tua scuola di appartenenza la libreria correttamente compilata e firmata da un genitore. [Scarica qui il modulo](#)

Qwert

HOME PAGE

Home **Barbora** **Qwert** Gruppi **Parliamo di** Chat **Aiuto**

Il nuovo social network per ragazzi da 11 a 14 anni tutto da inventare. Per conoscere persone nuove della tua età, per stare insieme, per condividere ed informarsi.

Ecco l'idea vincitrice del concorso: **"Tutti per uno & uno per Tutti"** proposto da **Greto Guidolin**. A breve i Soci di Qwert vi incontreranno nelle vostre scuole per organizzare e realizzare insieme l'idea, in occasione dell'evento in Piazza del 13 giugno.

Vince il concorso Greto Guidolin
 L'idea vincitrice del concorso è: Tutti per uno & uno per tutti.

Cosa c'è di nuovo QWERT?

Seleziona: **Mio Profilo** Invia Aggiornamento

Tutti i Member (891) **11 mesi Anni (23)** **11 mesi Gruppi (211)** **Chatbox @qwerty**

Zanfia Bianca e **esistono gruppo M4**
 20/06/2010, 16:01
 Supporto **Parla** **Risposta**

Zanfia Bianca e **esistono gruppo M4**
 20/06/2010, 16:01
 Supporto **Parla** **Risposta**

Qwert **Chat**

CHAT

QWERTER CRONOLOGICAMENTE ONLINE



Di testa mia

Il campus virtuale della salute dei giovani. Associazione Health Promoting Guys, 2011

Obiettivo: Il progetto www.ditestamia.it è nato dall'idea di creare un campus virtuale dove i **giovani (16-21 anni)**, incontrandosi, possano sviluppare idee e produrre contenuti sulla promozione della salute.

In particolare:

- **creare una community** virtuale di ragazzi che sviluppino idee e discussioni sul benessere dei giovani e quindi sulla loro salute;
- **fornire contenuti informativi** sui temi della salute e del benessere dei giovani in 5 aree tematiche individuate: amore e sessualità, individualità e conformismo, reti e relazioni, corpo e immagine, rischio e divertimento;
- **sfruttare l'attività di tutor peer educator** (moderatori del forum) per favorire processi educativi all'interno della community.

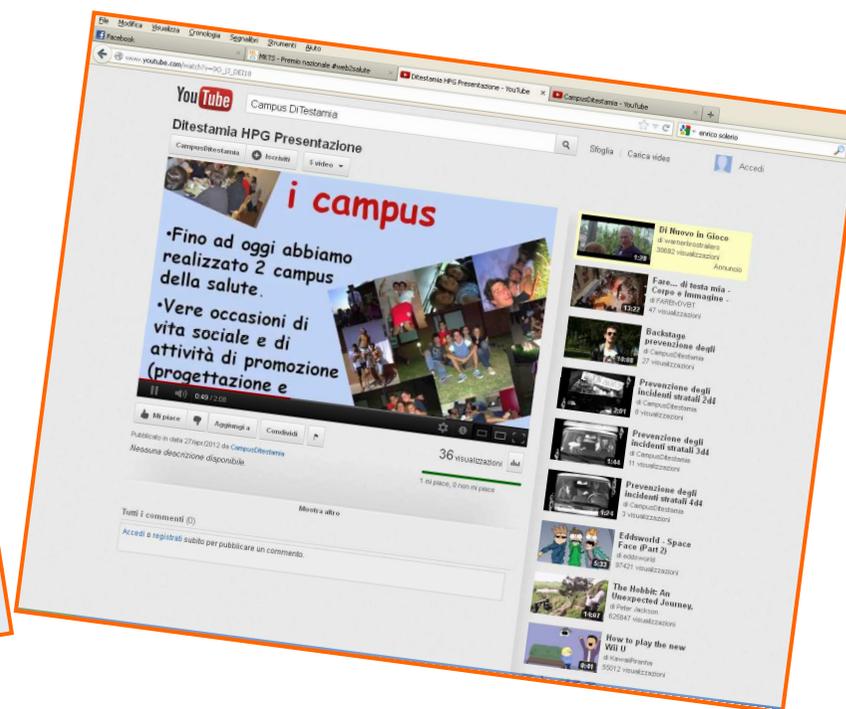
Il progetto prevede:

- un **sito** sviluppato sulle 5 aree tematiche (i contenuti sono prodotti nei linguaggi mediatici più consoni ai i giovani - grafica studiata con tecniche di user-experience, testi brevi con l'utilizzo di materiale video);
- un **forum**, strutturato per le stesse aree tematiche del sito, moderato da 10 tutor peer educator;
- una **mediateca** del materiale educativo ed esperienziale prodotto dalla Regione Toscana e dagli enti del SSR;
- uno **spazio agenda** per segnalare i principali eventi socializzanti destinati ai giovani;



- un canale **Youtube** collegato al sito, una pagina **Facebook**, un account **Twitter** e una pagina **Google+**;
- utilizzo della **piattaforma TapaTalk** per la visualizzazione del forum su dispositivi mobile dei più comuni SO;

Il sito è stato sviluppato con la consulenza di esperti nella promozione della salute e di 10 esperti nelle 5 aree tematiche



Risultati:

Il sito è online dal 30 Aprile 2012:

- 84 utenti, aperte 88 discussioni e postati 793 messaggi
- dal 30 aprile al 23 maggio 2012 hanno visitato il sito 442 utenti per un totale di 2010 pagine visitate con una media di 4,55 pagine/per utente; l'85% degli utenti è stato geo-localizzato in Toscana; il 7% dei visitatori è di lingua Inglese;
- obiettivo in un anno di attività: raggiungere 1000 iscritti al forum





I Think Pink

Un progetto multicanale dedicato alla salute della donna.

Studenti Università di Bologna, 2011-2012

Obiettivo: Il progetto è realizzato da un gruppo di giovani donne che, attraverso l'uso di **social network**, cercano di sensibilizzare **tutte le donne in rete** a prendere posizione a favore della diagnosi precoce del tumore al seno e della prevenzione di questa patologia.

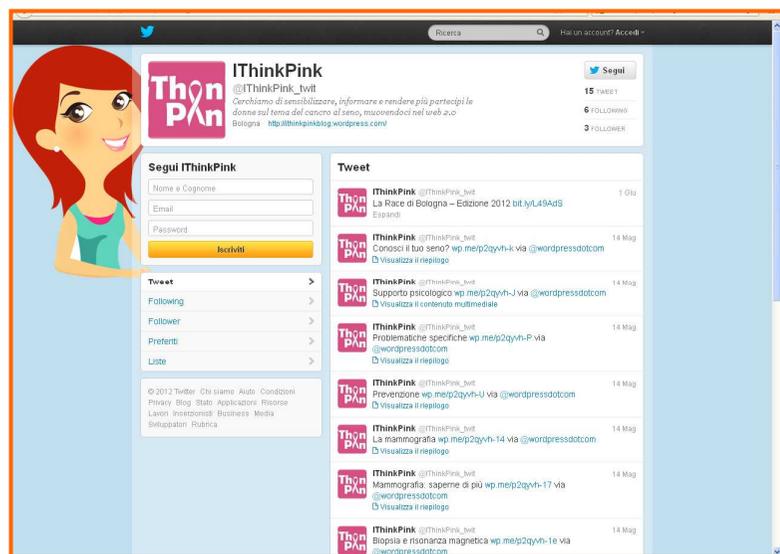
L'obiettivo è proprio quello di costituire una vera e propria arena e spazio di dialogo, anche su tematiche che riguardano argomenti meno trattati in altre piattaforme (ad esempio le varie controversie su terapie ecc), sollecitando le donne ad incontrare e confrontarsi con chi sta vivendo o ha già vissuto questa esperienza.

Il racconto di esperienze di prevenzione, scoperta, sofferenza e cura del tumore, inserito da donne di tutte le età, rafforza la condivisione e la partecipazione all'iniziativa.

Il progetto prevede una **campagna di comunicazione su web 2.0:**

✓ **blog** aggiornato a cadenza settimanale con post, articoli, notizie, ricerche e interviste e con la segnalazione di tutti gli eventi promossi da altri siti e associazioni affermate e operanti nel settore: nastrorosa.it, pazienti.it, komen.it, alfemminile.com, tumoreal seno.it.

✓ account **Facebook e Twitter**



- e la realizzazione dell' **App “ iThinkPink”**:
 - **video dimostrativo** di come effettuare correttamente l'autopalpazione al seno
 - **notifiche** push: l'app, una volta inseriti dati relativi a sesso ed età, fornisce consigli, testimonianze e informazioni sui controlli nell'ambito della prevenzione del tumore al seno e la periodicità con cui farli.
 - possibilità di creare un **profilo/diario personale** e attraverso foursquare, indicare la propria posizione nei punti di interesse (Usi, ospedali, manifestazioni, eventi) per invogliare le donne alla partecipazione.





Help AIDS

Motore di Informazioni del Servizio Sanitario Regionale
Regione Emilia-Romagna, 2000

Sito di informazione e di servizio
per la lotta all'AIDS.

Obiettivi:

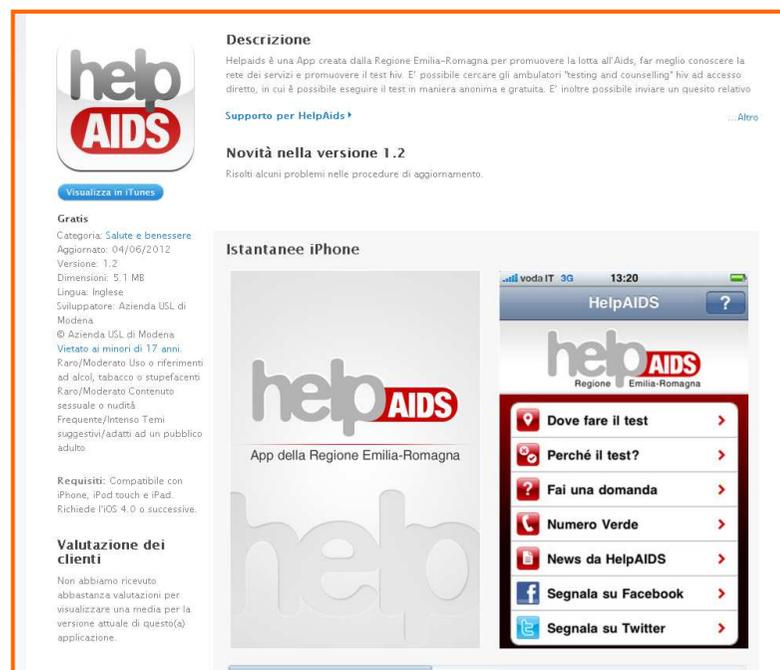
- ✓ Contatto con gli esperti – counselling online
- ✓ Informazione efficace – Come e quando curarsi? Come evitare l'infezione? Dove eseguire il test?
- ✓ Punto di incontro per operatori sanitari
- ✓ News e appuntamenti

The screenshot shows the Help AIDS website interface. At the top, there's a navigation bar with the 'help AIDS' logo and the text 'motore di informazioni del Servizio Sanitario Regionale'. Below this, a search bar is present. The main content area is divided into several sections: 'CHIEDI ALL'ESPERTO' with a text prompt 'Formula i tuoi dubbi e le tue domande sul problema della prevenzione e del controllo sull'HIV.', 'GLI INTERVENTI DELLA REGIONE', and 'LA RETE REGIONALE DEI SERVIZI' which includes a map of the Emilia-Romagna region. On the right side, there's an 'AGENDA' section with dates and events, and a 'NOTIZIE' section with various news items. A sidebar on the left contains a 'Cerca con Google' search bar, a language selection dropdown, and a list of navigation links like 'Home', 'Chiedi all'esperto', 'Prevenzione', etc. At the bottom, there's a 'DOVE FARE IL TEST' section with a 'FILO DIRETTO' and a phone number '800.856080'. The browser's address bar shows the URL 'www.helpaids.it/it/cn/pages/Server/08.php3/IT/IDPagina/1'.

HelpAids sbarca su iPhone e iPad:

La Regione Emilia-Romagna mette gratuitamente a disposizione sull'App Store l'applicazione che permette di:

- ✓ promuovere la lotta all'Aids
- ✓ far conoscere meglio la rete dei servizi
- ✓ promuovere il test hiv



Funzionalità:

- ✓ cercare gli ambulatori Hiv ad accesso diretto in cui è possibile eseguire il test in maniera anonima e gratuita;
- ✓ inviare quesiti su diverse tematiche attraverso il tasto “**fai una domanda**”;
- ✓ chiamare il **numero verde Aids** della Regione Emilia-Romagna, per informazioni e per prenotare il test Hiv, sempre in forma anonima e gratuita.



Gioco online #web2salute

Per coinvolgere le nuove generazioni, ragazze e ragazzi nativi digitali e indigeni della rete, in una riflessione sulla propria salute e sui principali fattori che la determinano.



Festival della Salute Junior 2012, Marina di Pietrasanta 25-27 settembre 2012

Cosa si vince?

Ricariche per cellulari (ai vincitori di ciascuno dei 4 temi), chiavette Usb con materiali di approfondimento su adolescenti e salute (per tutti i docenti delle classi partecipanti).

Come si partecipa?

Inviare un **tweet** che contenga **#web2salute** e **@mkt sociale** con una frase o un'immagine su:

Cosa suggeriresti ad un tuo compagno o coetaneo per:

- ✓ non fumare o smettere di fumare (Fumo)
- ✓ tenere una sana alimentazione (Mangiar sano)
- ✓ svolgere sport ed attività motoria (Attività fisica)
- ✓ non consumare bevande alcoliche (Alcol)

Chi può partecipare?

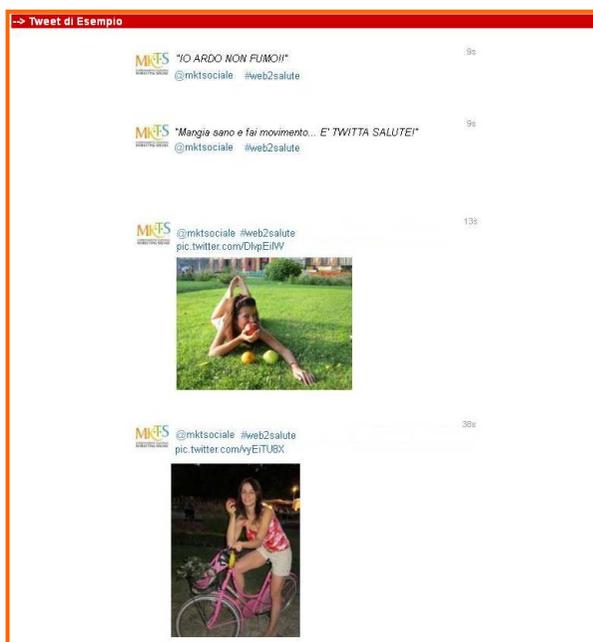
Gli studenti degli istituti coinvolti nel Festival della salute Junior 2012 e partecipanti all'incontro "La salute ai tempi del web 2.0"

Quando?

Dal 12 al 21 settembre 2012.

Le premiazioni dei tweet migliori:

il 27 settembre alle ore 10 durante il Festival della Salute Junior al "Caffè della Versiliana" a Marina di Pietrasanta (LU), nel corso dell'incontro "La salute ai tempi del web 2.0".





BANDO CONCORSO • TERZA EDIZIONE • 26 aprile 2013

PREMIO NAZIONALE COMUNICAZIONE NUOVI MEDIA E INFORMAZIONE PER LA SALUTE

Il premio nasce dall'intento di favorire processi efficaci d'informazione e comunicazione della salute, che vedono il cittadino quale interlocutore sempre più consapevole, capace e culturalmente competente nel fare scelte per la propria salute.

Art. 1. Premilo

È bandeda la TERZA edizione del Premio NAZIONALE COMUNICAZIONE, NUOVI MEDIA E INFORMAZIONE PER LA SALUTE, istituito dalla Regione Umbria - Direzione Regionale Sanità, coesione sociale e società della conoscenza - Strategia di Comunicazione.

Art. 2. Obiettivi

Il Premio nasce con l'intento di riflettere su cosa accade quando la salute va oltre la sanità e informa/comunica ai principali fattori di rischio: fumo, abuso di alcol, sedentarietà e alimentazione scorretta per costruire una nuova cultura della salute, attraverso la promozione di stili di vita sani. I dati dei laureati sono parte attiva in questo percorso e quindi protagonisti delle scelte sulla propria salute. Compito dell'organizzazione è assicurare quello di rendere la comunicazione per il diritto alla salute efficace e culturalmente corretta, elaborando un linguaggio comprensibile ad ampie fasce di popolazione con diverse abilità linguistiche e comunicative. Scopo della comunicazione, quindi, deve essere soprattutto il target-cittadino in un alleato convinto per la promozione di stili di vita. La comunicazione/informazione volta a promuovere comportamenti salutari è uno strumento strategico che, se utilizzato programmaticamente, consente alle organizzazioni sanitarie di mettere in rete con gli attori sociali per costruire azioni integrate ed efficaci nel migliorare la salute della popolazione.

Un quinto della popolazione mondiale è presente sulle piattaforme sociali online: il Premio intende quindi raccogliere le più innovative esperienze di promozione della salute che, attraverso nuove forme di comunicazione e di marketing sociale realizzate tramite i nuovi media e il web 2.0, sorreggono il movimento e la sana alimentazione, la lotta al fumo, all'abuso di alcol, a FADIS e alle Malattie Sessualmente Trasmissibili, il rispetto dell'ambiente. Il Premio vuole mettere in luce e valorizzare le esperienze positive della complessa realtà della comunicazione e informazione sul mondo della Salute, premiando i giornalisti, gli interventi e le iniziative che hanno saputo raccontarlo in modo più rappresentativo. L'iniziativa premia l'impatto con i cittadini e sul territorio nell'ambito della promozione di stili di vita. In particolare, si propone l'obiettivo di premiare i media, social media, le campagne pubblicitarie e i giornalisti che hanno raccontato con forza comunicativa, rigore e accuratezza la realtà al centro dell'iniziativa.

Art. 3. Comitato Promotore

Il Comitato Promotore è costituito dai soggetti promotori del bando: Regione Umbria Direzione Regionale Sanità, coesione sociale e società della conoscenza, Festival Internazionale del Giornalismo. Coordinamento scientifico: Giuseppina Marsiani - Dipendente Strategico di Comunicazione Direzione Regionale Sanità, Eva Rinaldi - Agente di editoria scientifica Zeddy Roma.

Art. 4. Giuria

La giuria è composta dai rappresentanti dei soggetti promotori dell'iniziativa: Eva De Ceali - Agente di editoria Zeddy Roma, Maria Cioci - Presidente Associazione Scenari Umbria, Alfredo d'Ami - Direttore Ufficio di Comunicazione e Informazione Dipartimento Prevenzione e Comunicazione Direzione Generale delle Relazioni Istituzionali - Ministero della Salute Emilio Duca - Direttore Strategie di Comunicazione - Direzione Regionale Sanità, coesione sociale e società della conoscenza Regione Umbria Giuseppina Marsiani - Dirigente Servizio di Comunicazione Direzione Regionale Sanità, coesione sociale e società della conoscenza Regione Umbria, Lella Marzulli - Professoressa Ordinaria di Sociologia della Comunicazione e Direttore dell'Istituto per lo Studio del Giornalismo di Urbino "Carlo Bo", Gianna Milano - Giornalista Scientifica, Eugenio Santoro - Responsabile del laboratorio di Informatica medica dipartimento di Epidemiologia - Istituto Nicotri Negri/Mario. La giuria è presieduta dalla Presidente della Regione Umbria Caduca da Martini. Spetta alla Giuria valutare i lavori selezionati e stabilire i vincitori dei premi di merito a ciascuna categoria. La decisione della Giuria è definitiva e non è impugnabile, anche in caso di mancata assegnazione di uno o più premi nell'ambito di una stessa edizione.

Art. 5. Struttura del Premio e valutazione dei lavori

Il Premio si articola in tre sezioni:

1. Campagne di comunicazione: iniziative e progetti di marketing per la promozione della salute, di Aziende sanitarie, Enti locali, ANPA e mondo dell'ambiente, Organizzazioni non profit, Scuole e Università, Aziende private, pubbliche amministrative centrali (ministeri).
2. Nuovi media marketing per la promozione di stili di vita e progetti di promozione della salute attraverso i social media da parte di Aziende sanitarie, Enti locali, ANPA e mondo dell'ambiente, Organizzazioni non profit, Scuole e Università, Aziende private, pubbliche amministrative centrali (ministeri).
3. Mondo dell'informazione - nuovi media: articoli e/o rubriche giornalistiche comparsi su quotidiani, settimanali e mensili, radio, Tv, tale di agenzie di informazione, testate online.

Al fine della massima trasparenza, la valutazione dei lavori presentati sarà basata sui seguenti criteri: rilevanza e originalità del contenuto, rigore, completezza e accuratezza dell'informazione, forza comunicativa e aderenza ai temi del bando. Gli aspetti analizzati confluiranno in una valutazione finale espressa in sessantasette.

Art. 6. Cerimonia di premiazione

La cerimonia di premiazione si terrà venerdì 26 aprile 2013 alle ore 15.30 presso il Centro Servizi Caraccioli G. Alessi, via Manzoni, 10 - Perugia, durante il Festival Internazionale del Giornalismo. Tutti i candidati saranno invitati alla cerimonia di premiazione e alla Tavola Rotonda che si svolgerà subito dopo, studiata per rispondere ai loro interessi di soggetti che fanno parte della comunicazione e dell'informazione.

Art. 7. Destinatari del Premio e modalità di partecipazione

La partecipazione alle tre sezioni si può articolare: il Premio è gratuito e si rivolge a tutti i soggetti che fa e/o parte del mondo della comunicazione del sociale in senso lato (ed in chi, iniziative, organizzazioni o gruppi che a livello locale e nazionale operano nella Comunicazione, Nuovi media, e Informazione e per la Salute. Ogni cosa comunicata può presentarsi al massimo e in elaborato, pubblicato, trasmesso e diffuso nel periodo compreso tra il 1 gennaio 2012 e il 31 dicembre 2012. I progetti dovranno essere inviati in supporto ottico magnetico (DVD, CD, USB) alla sede della segreteria organizzativa del Festival Internazionale del Giornalismo - Via Ascoli 90, 05000 Trogiano (PG) e invio raccomandata con ricevuta di ritorno entro e non oltre il giorno 15 marzo 2013. Sarà fissa il diritto di voto. Ogni candidato dovrà essere accompagnato dalla scheda di partecipazione in allegato. I progetti inviati non saranno restituiti. Per ulteriori informazioni e la gestione del concorso è a cura della Staff Comunicazione Direzione Regionale Sanità - Regione Umbria e del Festival Internazionale del Giornalismo. Contatti mail: ifestival@gmail.com

Art. 8. Dotazione del Premio

Il premio di 4.500,00 euro sarà così ripartito:
Sezione: Campagne di comunicazione € 1.500,00 euro
Sezione: Nuovi Media € 1.500,00 euro
Sezione: Mondo dell'informazione - nuovi media € 1.500,00 euro. Gli importi sono da intendersi al netto delle imposte relative. Saranno inoltre assegnati per ciascuna sezione 10 Mentori Speciali ai progetti ritenuti, a giudizio della giuria, meritevoli per aspetti particolari.

Art. 9. Utenario

La partecipazione al Premio implica l'accettazione di tutte le norme contenute nel bando e l'autorizzazione all'impiego dei lavori presentati per i iniziative connesse alle finalità del Premio e alla promozione delle successive edizioni.