



perugia | 21-25 april 2010

international journalism festival

IV EDITION



venerdì 23 aprile | ore 15.30 | Centro Servizi G. Alessi via Mazzini,16

L'INFORMAZIONE DELLA SALUTE: GIORNALISMO E MARKETING SOCIALE

Per riflettere su cosa accade quando la salute va oltre la sanità e informa/comunica su alcol, fumo, alimentazione, attività fisica, ambiente e prevenzione delle malattie a trasmissione sessuale. La promozione di stili di vita sostenibili anche attraverso le leve del marketing sociale.

Amelia Beltramini, Caporedattore di Focus
Giuseppe Fattori, Responsabile del Coordinamento Nazionale Marketing Sociale, Italia
Bruno Gambacorta, RAI 2
Nick Tancock, Senior adviser - Social Marketing, Alcohol & Drugs Programme, Department of Health, England
Fabio Veronesi, Università degli Studi di Perugia

introduzione **Paolo Di Loreto**, Direttore Direzione Regionale Sanità e Servizi Sociali

www.festivaldelgiornalismo.com

La correttezza e la completezza della notizia in campo medico e scientifico sarà al centro del panel discussion **L'INFORMAZIONE DELLA SALUTE: GIORNALISMO E MARKETING SOCIALE**, che si terrà venerdì 23 aprile alle 15.30 – Centro Servizi G. Alessi - nell'ambito del Festival Internazionale del Giornalismo, in collaborazione con la Regione Umbria - Direzione Regionale Sanità e Servizi Sociali.

Per riflettere su cosa accade quando la salute va oltre la sanità e informa/comunica su alcol, fumo, alimentazione, attività fisica, ambiente e prevenzione delle malattie a trasmissione sessuale. La promozione di stili di vita sostenibili anche attraverso le leve del marketing sociale.

“Abbiamo lavorato negli anni – ha sottolineato **Giuseppina Manuali**, responsabile comunicazione Direzione Sanità – affinché anche la comunicazione medico scientifica, attraverso il Festival Internazionale del Giornalismo, trovasse uno spazio importante di discussione con l'opinione pubblica. In particolare quest'anno interverranno tra i più importanti esperti di giornalismo del marketing sociale come **Giuseppe Fattori** responsabile del Coordinamento Nazionale Marketing Sociale, Italia e **Nick Tancock** consulente di Social Marketing per il programma Droga e Alcol del Servizio Sanitario britannico”.

Il marketing sociale può definirsi come l'utilizzo delle strategie e delle tecniche del marketing per migliorare il comportamento umano al fine di ottenere un beneficio per i singoli individui o la società nel suo complesso. Il marketing sociale suscita oggi un interesse crescente nella prevenzione e promozione della salute, intervenendo sulle barriere di tipo ambientale, socio-economico e personale che rendono più difficoltoso mettere in atto sani stili di vita.

Per creare un Servizio Sanitario più vicino ai cittadini e più efficace nel rispondere ai loro bisogni di salute, si rende indispensabile un deciso **salto qualitativo e quantitativo della comunicazione pubblica**, possibile solo con un forte intervento di potenziamento, coordinamento e miglioramento dei servizi di comunicazione, al fine di fornire una corretta informazione con contenuti appropriati.

Compito delle organizzazioni sanitarie è quello di rendere la comunicazione per il **diritto alla salute** efficace e culturalmente appropriata, elaborando un linguaggio comprensibile ad ampie fasce di popolazione con differenti competenze linguistiche e comunicative.

La comunicazione/informazione volta a promuovere comportamenti salutari è uno strumento strategico che, se utilizzato propriamente, consente alle Aziende Sanitarie di mettersi in rete con gli altri attori sociali per costruire azioni integrate ed efficaci nel migliorare la salute della popolazione.

Ne parleranno **Amelia Beltramini**, caporedattore Focus, **Bruno Gambacorta**, Tg2, **Paolo Di Loreto**, Direttore Direzione Regionale Sanità e Servizi Sociali e **Fabio Veronesi**, Università degli Studi di Perugia, con cui è stata avviata una collaborazione anche per crediti formativi ECM per studenti che interverranno al panel del Festival.

In questa occasione, inoltre, il Festival e la Direzione Regionale Sanità lanciano la prima edizione del **premio PREVENZIONE NEI COMPORTAMENTI E NEGLI STILI DI VITA**. Tre le sezioni: Mass Media, Comunicazione Marketing Sociale negli enti pubblici e Università.

LA PARTECIPAZIONE ALL'APPUNTAMENTO PER GLI STUDENTI DELLA LAUREA MAGISTRALE IN SCIENZE DELL'ALIMENTAZIONE E DELLA NUTRIZIONE UMANA RIENTRA NELLE ATTIVITA' SEMINARIALI dei 120 CFU.