

**Laboratorio “Comunicazione e promozione della salute”**

---

***Web 2.0 e salute***  
***Venezia, 22 giugno 2012***

***Walter G. Locatelli***  
**Responsabile Laboratorio e Vice Presidente FIASO,  
Direttore Generale ASL Milano**

---

## Attività FIASO

Nella strategia culturale volta a far conoscere al “mondo esterno” il punto di vista delle Aziende della sanità pubblica, FIASO ha individuato quali modalità operative per la realizzazione degli approfondimenti tematici: **laboratori, osservatori, gruppi di lavoro, task force, progetti speciali.**

I risultati saranno successivamente oggetto di proposte FIASO da formulare a livello istituzionale, di confronto fra esperienze diverse (*benchmarking*), di lobbying culturale, di comunicazione.

Tra i diversi strumenti indicati, il **Laboratorio** di ricerca ha la sua ragione d'essere nel grado di “novità” nel panorama scientifico nazionale rappresentato dal tema oggetto dell'approfondimento e/o implementazione operativa.

---

## La comunicazione aziendale in sanità

**Comunicazione per la salute:** dalla tradizionale attività di educazione sanitaria, ne trasforma l'approccio come strumento di prevenzione primaria e la promozione di comportamenti di salute (risultato autonomo e indipendente rispetto ai processi sanitari)

**Comunicazione sanitaria:** accompagnando i processi sanitari di prevenzione, diagnosi, cura e riabilitazione, assume come interlocutori i soggetti portatori della domanda e può focalizzarsi sul posizionamento di prodotti e servizi oppure mirare a sviluppare l'empowerment dell'utente

**Comunicazione istituzionale** (*corporate identity*) che, a livello di azienda e/o sistema, ne favorisce la legittimazione nel rapporto con i diversi portatori di interesse e con i differenti pubblici di riferimento

---

## Patto fondativo del Laboratorio “Comunicazione e promozione della salute”

Un **processo di collaborazione** tra le aziende, Associazione Marketing Sociale e FIASO e tra aziende ...

... nel quale una ricerca scientifica rigorosa deve essere indirizzata ad indagare **oggetti di reale interesse** delle aziende ed in cui i **partecipanti siano attivamente coinvolti**

Le **aziende sono centrali** in tutto il processo

Parallelamente ai risultati scientifici il Laboratorio deve puntare a risultati concreti in termini di **accrescimento del capitale umano e relazionale dei partecipanti**

---

## Gli obiettivi del Laboratorio “Comunicazione e promozione della salute”:

- realizzare una mappatura e un’analisi delle diverse **modalità organizzative** per la comunicazione, l’educazione e la promozione della salute nelle Aziende Sanitarie rispetto agli obiettivi assegnati
- definire **linee di gestione condivise** per processi che affrontino in modo integrato e unitario le tematiche inerenti gli stili di vita
- condividere i **materiali** di comunicazione, educazione e promozione della salute tra le Aziende Sanitarie e Ospedaliere
- favorire la **collaborazione** tra i diversi attori e settori impegnati nella promozione della salute e contribuire a posizionare le Aziende Sanitarie in tale contesto

## Venezia, oggi

**Social Network, App, e-health literacy:** il workshop nasce dall'esigenza di condividere conoscenze, approcci e tecniche che già rappresentano una parte consistente delle strategie di promozione della salute presenti e si imporranno sempre più in quelle future. Relazione, mobilità, reputazione delle fonti e comunicazione sui sani stili di vita i principali temi affrontati dai relatori. **Tra le presentazioni, anche due progetti di Aziende aderenti a FIASO**



**Concorso #web2salute** (Promosso dall'Associazione "Marketing sociale" e patrocinato da FIASO)