



# La rivista aziendale

**Tavola rotonda**

Comunicare la salute: gli strumenti

Modena, 30 ottobre 2003

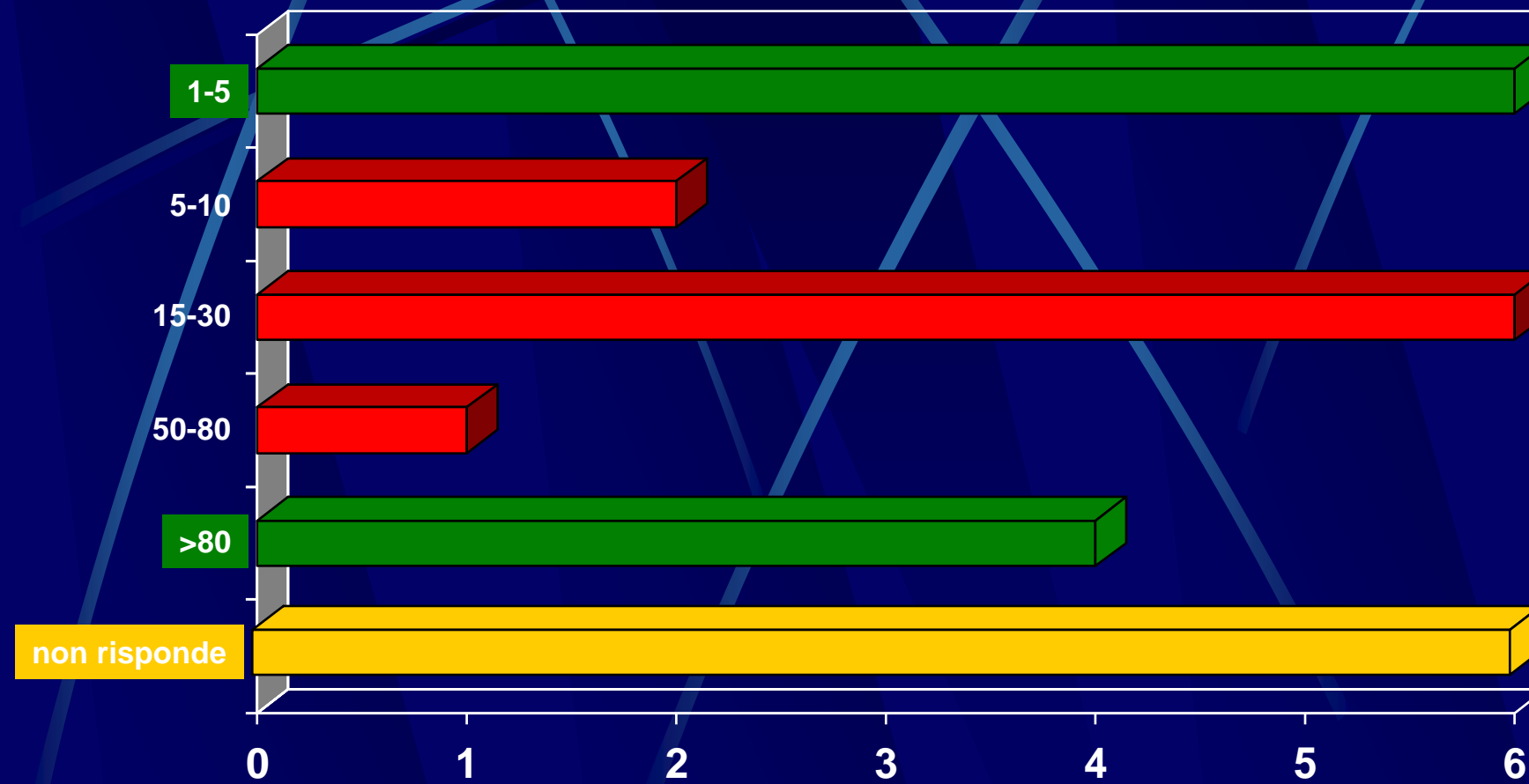
## Conflitti d'interesse del relatore

- Il relatore è amministratore dell'Agenzia Zadig di giornalismo scientifico, consulente editoriale della ASL di Bologna, per conto della quale realizza la rivista OdV, destinata agli operatori sanitari dell'area bolognese

## Tre spunti per meditare

- Quanto costa una rivista aziendale?
- Come trovare i fondi per pubblicarla?
- Come capire se la rivista aziendale è uno strumento efficace di comunicazione?

# Quanto costa una rivista?



Dati in milioni di lire, da *Le iniziative di informazione del Servizio sanitario italiano: i risultati di un'indagine nazionale*

# Come trovare i fondi per pubblicarla?

- Fondi pubblici dell'istituzione
- Fondi stanziati da "sponsor" (per esempio banche, fondazioni)
- Fondi derivanti dalla pubblicità
- Abbonamenti pagati dai cittadini

# Fondi pubblici - 1

## ● Elementi positivi

- ❖ E' la soluzione migliore per garantire l'indipendenza dei contenuti
- ❖ Permette di tracciare una strategia pluriennale, destinando fondi a questo tipo di iniziative di informazione con l'obiettivo anche di ridurre i consumi sanitari non giustificati

## Fondi pubblici - 2

### ● Elementi negativi

- ❖ La rivista diventa un costo per l'istituzione
- ❖ L'istituzione deve impiegare parte dei propri fondi sottraendoli ad altre attività di tipo assistenziale
- ❖ I costi legati alla produzione della rivista potrebbero essere tra i primi a subire tagli in caso di necessità

# Fondi da “sponsor”

## ● Elementi positivi

- ❖ L'istituzione non attinge dai propri fondi o lo fa in maniera solo parziale

## ● Elementi negativi

- ❖ Lo stanziamento dei fondi potrebbe esserci un anno ma non il successivo. In questo caso la decisione di continuare o meno la rivista è più nelle mani dello sponsor che dell'istituzione
- ❖ Se lo sponsor cessa la sponsorizzazione che cosa accade?



# Fondi dalla pubblicità - 1

## ● Elementi positivi

- ❖ L'istituzione non attinge dai propri fondi o lo fa in maniera solo parziale
- ❖ La pubblicità sulla rivista può rientrare in accordi più ampi che riguardano la pubblicità all'interno di ospedali e ASL

## Fondi dalla pubblicità - 2

### ● Elementi negativi

- ❖ Occorre selezionare la pubblicità, evitando i farmaci, i prodotti sanitari, i centri di fitness, dimagrimento eccetera
- ❖ Il lettore, visto che si tratta di una rivista istituzionale è convinto che la pubblicità – se di ambito sanitario – sia in qualche modo “approvata” e condivisa dalla ASL
- ❖ La raccolta pubblicitaria può essere molto variabile e rendere quindi poco stabile il progetto a lungo termine della rivista

# La trasparenza è d'obbligo

- Il cittadino deve sapere con quali fondi viene realizzata la rivista

## la nostra salute

Anno V - numero 16

Autorizzazione del Tribunale di Modena del 10/8/98 n.1444

Invio postale senza indirizzo

**la rivista è diffusa in**

275.000 copie

**è stata chiusa in redazione il**

15 ottobre 2002

**è scritta**

con il contributo di molti dipendenti dell'Azienda

**è spedita**

a tutte le famiglie della provincia di Modena (oltre 255.000)

**è finanziata**

dalla pubblicità degli inserzionisti

# Publicità non adatte



Problemi di udito? Oggi la soluzione c'è!

Apparecchi acustici invisibili completamente automatici a tecnologia digitale sono la miglior soluzione ai problemi di udito.

**PROVALI SENZA IMPEGNO A CASA TUA PER UN MESE**

**Centro Acustico Italiano**  
Corso Canalgrande 28 - Modena  
059/ 23.71.77

Visita il nostro sito internet: [www.centroacustico.it](http://www.centroacustico.it)  
Convenzionati USL e INAIL



**PHILIPS**

**Novità Mondiale**  
**Per Chi Sente Poco:**  
**Gli Apparecchi Acustici DIGITALI**

*Microcomputers invisibili e completamente automatici, sono avanguardia nella soluzione del problema uditivo.*

**PROVALI SENZA IMPEGNO A CASA TUA PER UN MESE**



 **amplifon**  
**DIRITTO ALL'UDITO**



**SORDITÀ? PROBLEMI DI UDITO?**

*Il programma esclusivo per risolvere i problemi della sordità.*

Così il nuovissimo sistema digitale automatico i nostri apparecchi acustici su misura Le consentiranno **un ascolto perfetto.**

**Prove gratuite a casa Vostra.**

 **BIOACUSTICA Scapini**  
STUDIO SORDITÀ

Via Riva Murri, 25 - Modena  
**Tel. 059.210.289**

Convenzionato USL e INAIL

# Il messaggio trasmesso

- Smettere di fumare è positivo per la salute, una ASL dovrebbe però informare i cittadini sui metodi di provata efficacia, evitando pubblicità come questa, che propone metodi neppure specificati per “smettere definitivamente di fumare”



*Il fumo,  
in un quadro di  
Guttuso, diventa  
un'opera d'arte*

**MA NEI TUOI  
POLMONI ?**

*Per smettere  
definitivamente  
di fumare:*

**Antismoking Center**  
di Via Nonantolana 314, Modena

I benefici per chi smette di fumare:

- Entro 3 ore: Il battito cardiaco ritorna a quello inibito il processo di deidrobalcatone. Si normalizza il livello di ossigeno nel sangue.
- Entro 48 ore: Diminuisce il rischio di attacco cardiaco. Migliorano i seni dell'olfatto e del gusto. Si completa il processo di ricambio di rigenerazione delle endorine che eliminano la dipendenza dalla nicotina.
- Entro 72 ore: Si rilassano i bronchi facilitando la respirazione. Migliora l'alta e l'alta capillare il riduce l'infiammazione.
- Entro 3 mesi: Migliora la circolazione. Si conclude il processo di deidrobalcatone. Si assai uno sviluppo, respiro serio e forte. Aumenta il livello di energia generale.
- Entro 6 mesi: La mortalità di tumore polmonare per il fumatore medio diminuisce dell'80%.
- Entro 12 mesi: Le cellule precancerose vengono rimpiazzate. Diminuisce il rischio di altri tumori.

*presenti anche a:*

**Sassuolo**, Presso Euromedical - Via Tienanmen, 9  
**Vignola**, Presso Remark - Via Puccini, 151

**059.25.47.87**



# Fondi da abbonamenti - 1

## ● Elementi positivi

- ❖ Chi si abbona a una rivista lo fa perché l'apprezza e la legge. Una rivista che arriva a casa gratuitamente ha meno "valore" di una acquistata
- ❖ Gli abbonamenti darebbero il polso di quanto la rivista è realmente apprezzata e considerata utile

## Fondi da abbonamenti - 2

### ● Elementi negativi

- ❖ Nessun cittadino sarebbe disposto a pagare l'abbonamento a una rivista prodotta dalla propria ASL
- ❖ Non si può distribuire la rivista solo agli abbonati
- ❖ I cittadini già pagano le tasse e non si capisce perché dovrebbero spendere altri soldi per un servizio della ASL

## Fondi da abbonamenti - 3

- L'idea di trovare i fondi attraverso gli abbonamenti è in realtà una provocazione che dovrebbe far riflettere su quale sia il ruolo cardine della ASL nella comunicazione sulla salute e quanto sia importante che la ASL investa a questo fine



# Soluzioni percorribili

- Considerata la scarsità dei fondi pubblici occorre trovare una soluzione mista a due o a tre componenti:

- ❖ **A due componenti**

Fondi istituzione + fondi sponsor  
Fondi istituzione + fondi pubblicità

- ❖ **A tre componenti**

Fondi istituzione + fondi sponsor  
+ fondi pubblicità

## Nodi sostanziali

- L'Istituzione deve investire: è l'unico modo per garantire l'impegno della ASL. In caso contrario si tratta più di un'operazione commerciale che di un'iniziativa culturale informativa
- Non si può fare a meno di fondi altri, derivanti da sponsor o da pubblicità, ma occorre fare in modo di avere un controllo sui temi della pubblicità ed evitare eventuali possibili confusioni tra contenuti e messaggi promozionali

## La rivista aziendale serve?

- Visto che nella rivista aziendale vengono investiti anche o soprattutto soldi pubblici, occorre avere un ritorno in termini di salute, di buon uso dei servizi o di conoscenze sulla salute dall'investimento fatto
- Il ritorno di immagine non dovrebbe essere tra gli obiettivi di una rivista di una ASL rivolta al pubblico

## La rivista aziendale serve?

- Quando si progetta una nuova rivista (ma ciò vale ovviamente anche per quelle già esistenti) si dovrebbe prevedere un'indagine sull'effetto della medesima attraverso questionari del tipo prima-dopo
- Occorre avere presenti i bisogni informativi dei cittadini della propria ASL e soddisfare questi bisogni laddove possibile, utilizzando anche in questo caso questionari del tipo prima-dopo

# Un programma di lavoro - 1

## ● Obiettivi

- ❖ chiarire da subito il destinatario e il ruolo della rivista
- ❖ conoscenza dei bisogni della popolazione cui è rivolta

## ● Caratteristiche (periodicità, tiratura, foliazione, carta, formato):

- ❖ occorre stabilirle nel dettaglio nella fase di progettazione. Influenzano molto i costi

# Un programma di lavoro - 2

## ● **Taglio**

- ❖ la rivista non è uno strumento “politico”
- ❖ la rivista deve essere una guida pratica, utile al cittadino
- ❖ pensata come se dovesse essere venduta in edicola

## ● **Scrittura**

- ❖ semplice, diretta, giornalistica, precisa, accessibile a chiunque, toni non trionfalistici

# Un programma di lavoro - 3

## ● **Contenuti**

- ❖ consigli di educazione alla salute
- ❖ schede che spieghino gli esami
- ❖ diritti e doveri del malato
- ❖ informazioni pratiche (liste d'attesa, qualità delle prestazioni etc.)



# Un programma di lavoro - 4

## ● Budget

- ❖ adeguato al progetto, taglio sprechi

## ● Struttura

- ❖ ruolo chiave del giornalista
- ❖ collaborazione tra “Ufficio comunicazione” della ASL e una redazione/editore professionale (ricordo a tutti il conflitto di interesse iniziale del relatore)



«Le **virtù**  
si perdono  
nell'**interesse**  
come i fiumi  
nel mare»

F. de La Rochefoucauld, Massime (n. 171)