

Comunicare la salute

Analisi dell'esperienza dell'Azienda
USL di Modena “Distribuzione
automatica e promozione della salute”

di Pina Lalli e Marco Vanoli

Dipartimento Discipline della Comunicazione

Università di Bologna

STRATEGIE COMUNICATIVE
degli Attori Istituzionali

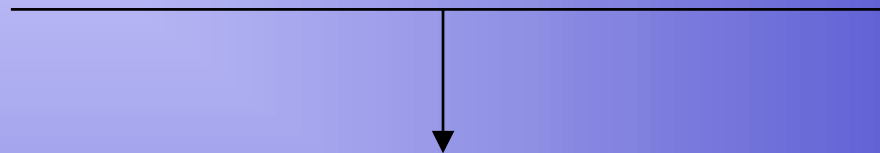
Modalità di accesso, impatto nel

**Processo collettivo di definizione
dei TEMI DI INTERESSE PUBBLICO**

COMPETENZE e AZIONI dei cittadini

Cornici interpretative applicate alla sperimentazione

**DISTRIBUZIONE AUTOMATICA
E PROMOZIONE DELLA SALUTE**



ALLEANZA - OPPORTUNITÀ

**ESPERIENZA PRATICA: Mangiare/Bere
COMUNICAZIONE ESPERIENZIALE
Processi di appropriazione**



**ISTITUZIONE
GARANTE**

RISPETTO DEL CITTADINO

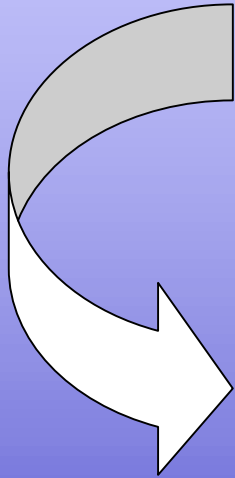
SCELTA

**CANALE
COMUNICATIVO**



RILEVAZIONE DEI DATI:

- **Dati di consumo**
- **Risultati questionario**
- **Osservazione etnografica del contesto**
- **Interviste a testimoni significativi**



MODALITÀ DI APPROPRIAZIONE

**Del'OFFERTA
ALTERNATIVA**

**Del CONTESTO
INFORMATIVO**

Cosa influenza il “fatto comunicativo?”

**VISIBILITÀ OTTENUTA E
NOTIZIABILITÀ DELLA SPERIMENTAZIONE**

**UGUAGLIANZA DI OPPORTUNITA'
COMUNICATORE COME FACILITATORE E
GATEKEEPER**