



La rivista aziendale

Tavola rotonda
Comunicare la salute: gli strumenti
Modena, 30 ottobre 2003

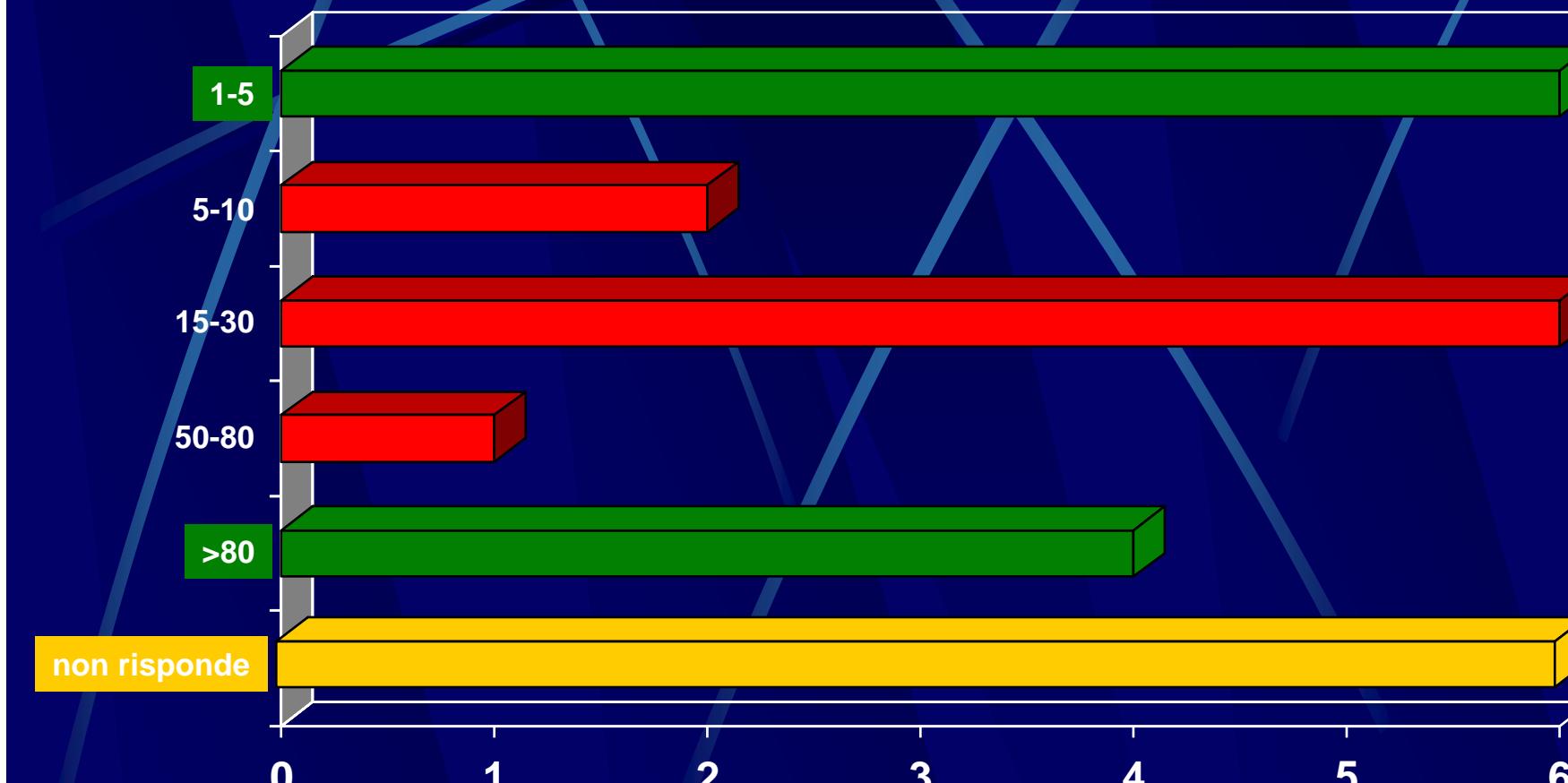
Conflitti d'interesse del relatore

- 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**

Pubblicità 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
Cors. Canalgrande 28 - Modena
059/23.71.77

Visitate il nostro sito internet: www.centraudi.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.

Con il nuovo nostro sistema digitale automatico i nostri apparecchi acustici su misura lo consentiranno un **ascolto perfetto**.

Prove gratuite a casa Vostra.

BIOACUSTICA Serpini
Studio-Sorveglianza

Via Riva Mur, 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”



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)