

LA COMUNICAZIONE SULL'ALIMENTAZIONE DEL MINISTERO DELLA SALUTE

Com.Lab – Saint Vincent 23 ottobre 2015

Ministero della Salute
Direzione Generale Comunicazione
e Relazioni Istituzionali - A.d'Ari.

UNIVERSO COMPLESSO

Corretta Alimentazione



Sicurezza Alimentare



Comunicare nelle situazioni di
emergenza sanitaria

Educazione alla cura
della propria salute

La diversa percezione del rischio

Mucca Pazza



163 morti

7 mila decessi l'anno
attribuibili all'influenza
stagionale

Vino al Metanolo



23 morti

369 morti

Aviaria



La comunicazione per promuovere la corretta alimentazione

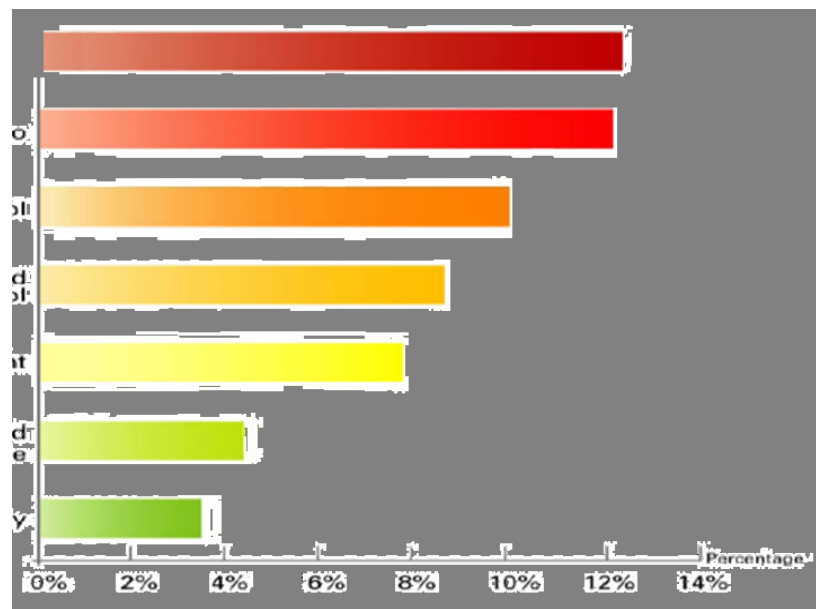
ALLO STESSO MODO LE PERSONE SOTTOVALUTANO O NON HANNO PROPRIO
CONSAPEVOLEZZA DELLA REALE DANNOSITA' DEGLI STILI DI VITA SCORRETTI

L'importanza degli stili vita

Le conoscenze scientifiche attuali dimostrano che l'incidenza di molte patologie (per lo più quelle croniche (che comportano il 75% dei costi del SSN) è legata agli stili di vita.

Secondo l'Organizzazione Mondiale della Sanità oltre la metà delle cause di morte più frequenti sono il risultato di 7 fattori di rischio. eliminabili:

ipertensione arteriosa
fumo di tabacco
elevato consumo di alcol
ipercolesterolemia
sovrappeso
scarso consumo di frutta e verdura
scarsa attività fisica



A FRONTE DI QUESTI DATI...

La parola chiave della comunicazione riguardante gli stili di vita è quindi *motivare* il singolo al cambiamento. Diffondere *empowerment*, per portare il cittadino ad assumere spontaneamente atteggiamenti e stili di comportamento tesi alla promozione della propria salute ma anche nei confronti della salute degli altri (soprattutto da chi dipende da noi come i bambini ad es. nella dieta quotidiana).



Ma qual è il contesto?

nel perseguire efficacemente l'obiettivo si incontrano 4 grandi criticità rappresentate da:

1. L'esistenza di una **Pluralità di Fonti di Informazione** spesso in contrasto tra loro e con le voci istituzionali (in Italia al 2008 il Censis ha censito 1015 siti riguardanti l'alimentazione e nel 2010, ben 59,8 milioni di pagine che rispondono alla voce «Medicina»)
2. Esistenza di **Modelli comportamentali** proposti dai media (in particolare Tv stampa e cinema ai giovanissimi)
3. **Difficoltà fisiologica** a modificare in senso virtuoso un comportamento scorretto. Si tratta, infatti di modificare comportamenti accettati e radicati nella società, proporre un cambiamento di abitudini del quale gli individui non sentono la necessità
4. insufficienza sempre più evidente **di fondi** per contrastare gli investimenti privati

1) La richiesta di informazioni sulla salute è alta

Tra le persone si registra una grande richiesta di informazioni riguardanti la salute:

- il 59,3% dichiara di prestare sempre attenzione quando si parla di salute
- il 38,1% degli italiani compra un quotidiano solo per i supplementi di salute (Corriere sera, Il sole 24 ore, La Repubblica)
- e per quanto riguarda le finalità, il 53,4 % ritiene che sia opportuno avere più informazioni riguardanti la salute in modo da poter decidere autonomamente

Fonte: Censis ricerca biomedica

1) Ma quali sono le fonti di informazione sulla salute?

fonti	%
Tv nazionale	42,9
Giornali e riviste specializzate	35,8
Medico medicina generale/ specialista	22,8
Familiari, amici	18,7
Internet	12,6
Farmacista	2,3
Radio	1,8
Associazioni pazienti	0,1



✓ Charles Seife «Le Menzogne del Web»

L'ISS americano il CDC nel 2008 svolse un'indagine su di una malattia assolutamente inventata dal web. Solo un anno prima una madre, il cui figlio soffriva di una malattia dermatologica, siccome non era soddisfatta dalle risposte dei medici curanti diede un nome inventato a questa presunta patologia, descrisse i sintomi e creò una fondazione in internet. Dopo due anni al CDC erano stati segnalati dai cittadini più di 1200 casi di «sindrome di Morgellons».

Fonte: Censis «Rapporto sulla situazione sociale del Paese, volumi 2010 e 2013»

2) I modelli proposti dai media: Tv, Cinema e gli stili di vita scorretti

Il cinema e la televisione sono i primi a dare il cattivo esempio.

Un'indagine dell'ISS, monitorando cinque televisioni nazionali (tre Rai e due Mediaset), ha rilevato che ogni **26 minuti** vengono trasmesse immagini di persone che fumano. Nei programmi dedicati ai giovani la frequenza aumenta moltissimo: questo tipo di immagini appare addirittura ogni **7 minuti** (molto più che nella media europea!). Per quanto riguarda gli atti-alcol i minuti scendono a **13!** L'atto è associato ad una personalità spesso positiva.



Tabella - Frequenza media* degli atti-alcol per emittente

Emittenti	Frequenza atti-alcol
Tutte le emittenti	1/13 min
Totale Rai	1/14 min
Totale Mediaset	1/14 min
TMC	1/12 min

Tabella - Atti-alcol: la personalità

Personalità	n. atti-alcol
Positiva	2491
Negativa	638
Perdente	564
Vincente	83
Vittima	62
Eroe	7
Altro	353
Totale	4198



Fonte: Istituto superiore di sanità- Osservatorio Fumo Droga Alcol, 2007

Ministero della Salute
Direzione Generale Comunicazione
e Relazioni Istituzionali - A.d'Ari.

Qual è il
risultato

Falsi Miti oggi: la Voce della Strada



lo scorso 22 aprile il Ministero ha voluto aprire una discussione sui FALSI MITI IN SANITA' con gli addetti ai lavori e i rappresentanti del mondo dell'informazione e dei media
Come nascono i luoghi comuni e le false credenze che riguardano la cura e la tutela della nostra salute?
Chi alimenta la loro diffusione?
Quali sono le circostanze che ne favoriscono il radicamento culturale in veri e propri falsi miti?

- ✓ *Il pesce è pieno di mercurio.*
- ✓ *Nelle mense (scolastiche o aziendali) ci danno cibo di scarsa qualità nutrizionale.*
- ✓ *L'allevamento intensivo e la produzione industriale non garantiscono sicurezza e qualità del cibo.*
- ✓ *I prodotti del contadino sono più sicuri e genuini.*
- ✓ *Il colesterolo dipende dai geni.*
- ✓ *Gli zuccheri fanno sempre male.*
- ✓ *Il latte fa male agli adulti.*



I singoli panel di discussione sono stati aperti dalla proiezione di una serie di interviste effettuate per la strada a persone di tutte le età.

Se nella maggior parte dei casi le dichiarazioni hanno evidenziato l'acquisizione, tra la gente comune, di una discreta conoscenza generale degli elementi di base che riguardano la prevenzione e la tutela della propria salute, dall'altra alcuni interventi hanno purtroppo confermato l'esistenza radicata di pericolosi luoghi comuni, convinzioni distorte ed una percezione della situazione della sanità italiana lontana da quella reale.

"Non sai mai cosa ci fanno mangiare"



«I prodotti del contadino sono più sicuri»



«meglio l'acqua nelle bottiglie che quella del rubinetto..»

"La mia dieta la gestisco io"

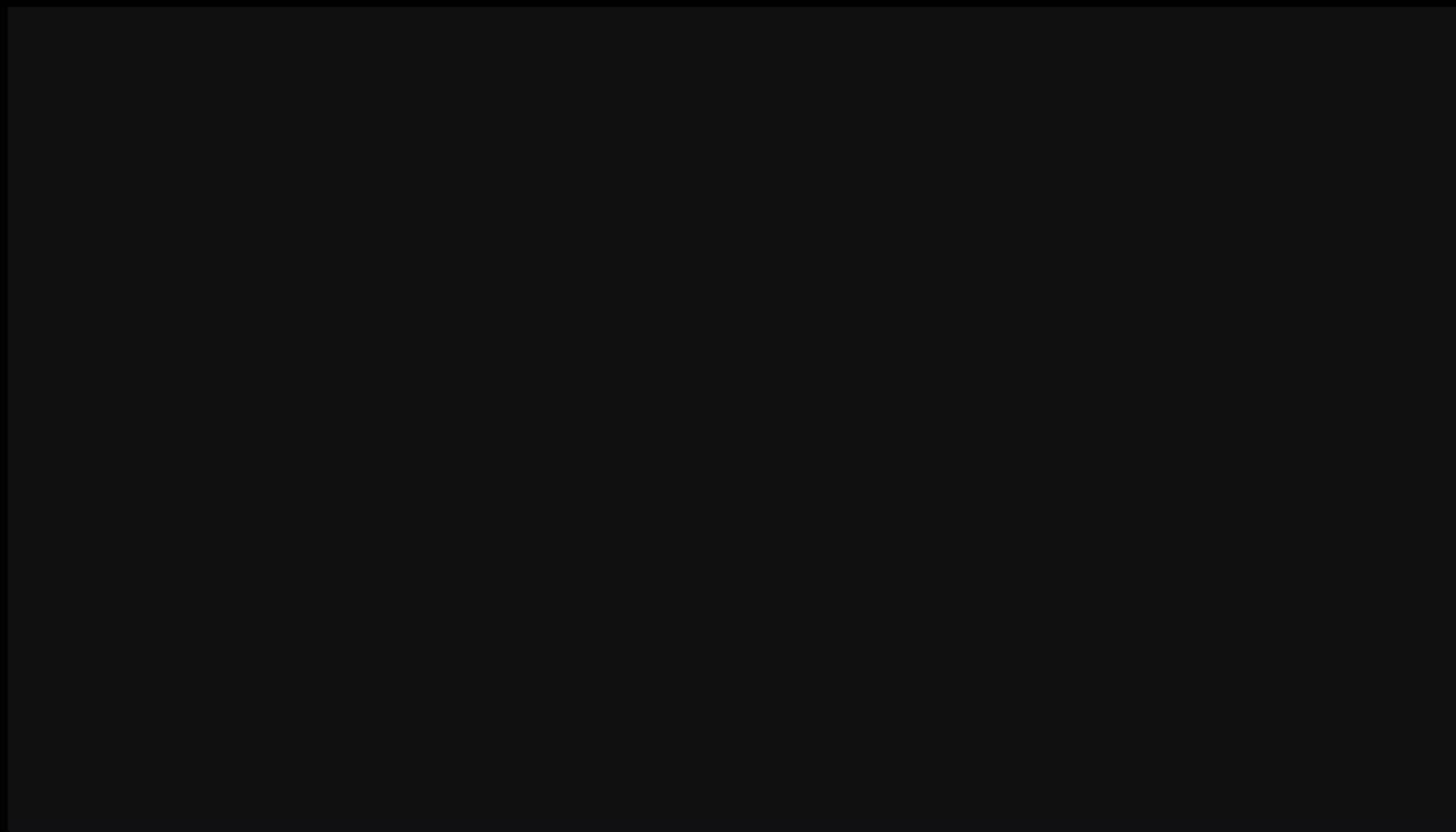


«un po' di alcol aiuta a digerire»



«La dieta mediterranea è mangiare la pasta»

ebbre e tutto passa.



n Italia

Gli errori medici uccidono

Insurrezione dei piccoli ospedali
a danno per la salute

Più Gli psicofarmaci
no sempre dipendenza

La strategia del Ministero per correggere la percezione sul rischio e promuovere gli stili di vita salutari

■ A) una visione a lungo termine

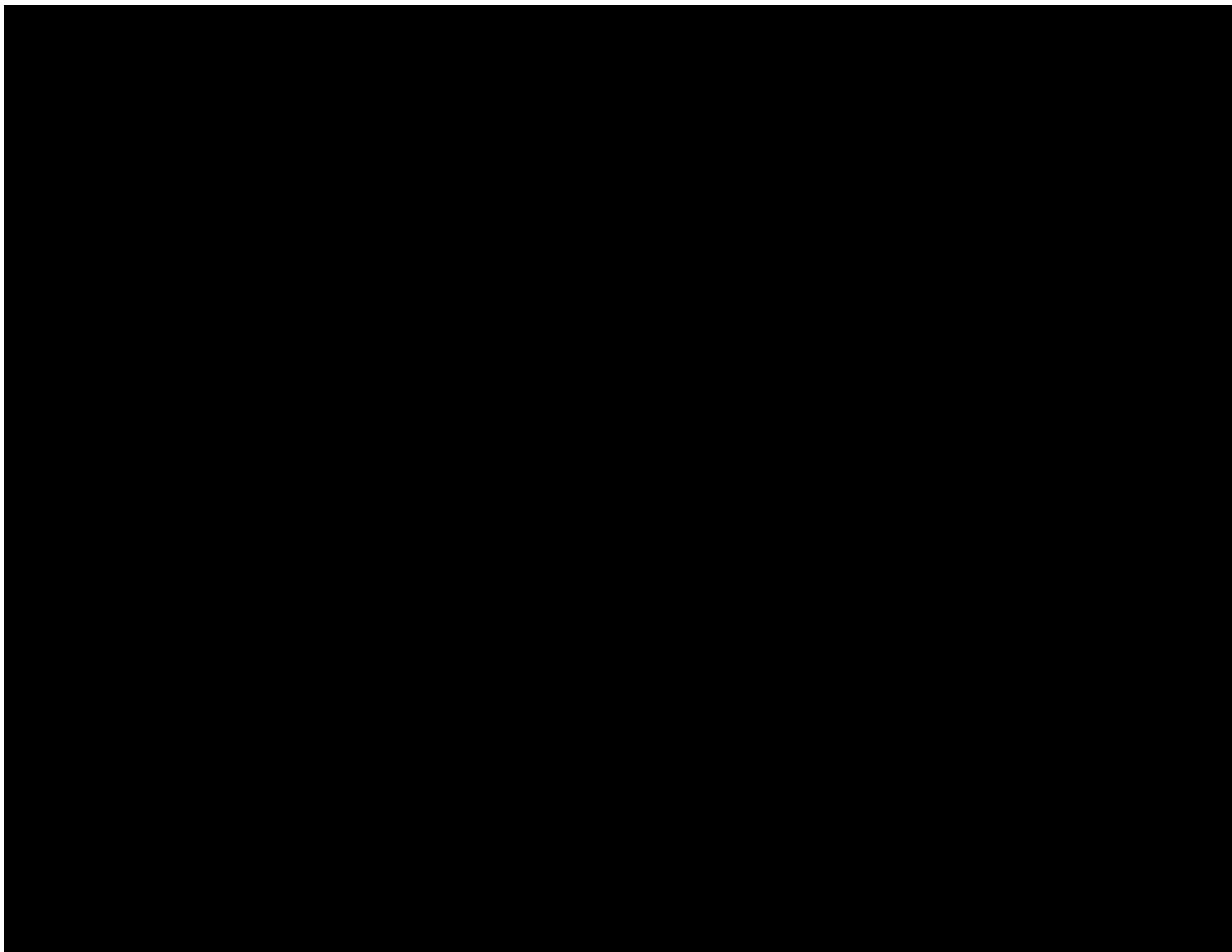
Lo sforzo per bilanciare la “controinformazione” commerciale che investe in modo imponente e dall'affollamento delle informazioni sui media spesso di dubbia attendibilità scientifica (diete fai da te)

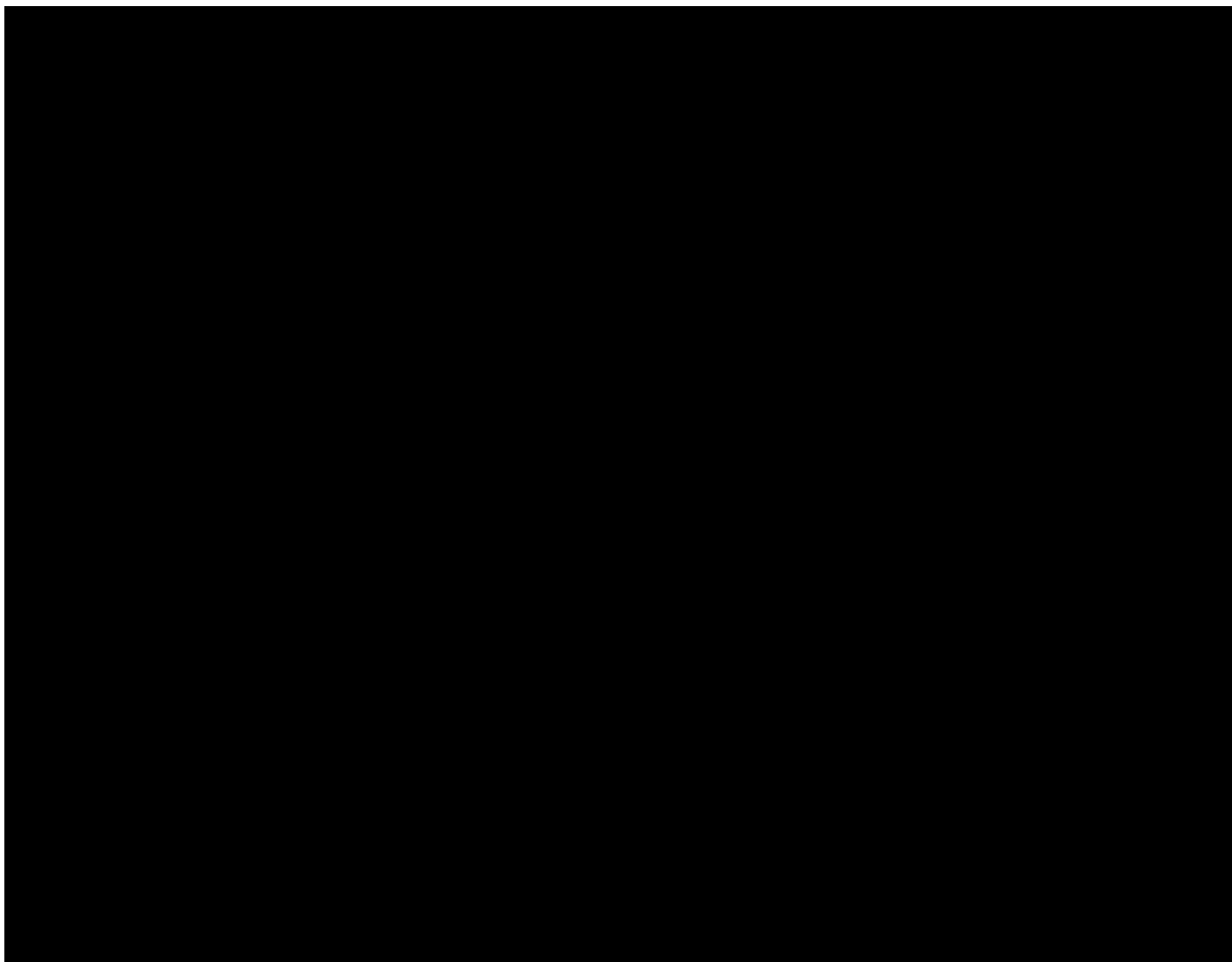
B) l'integrazione degli strumenti di comunicazione e l'adattamento degli stessi strumenti ai diversi Target della comunicazione

La campagna 2015 «*Mangia sano, investi in salute!*»

- ✓ **Tono: empatico, confidenziale, sfidante**
- ✓ **Contenuto; Promessa chiarissima** «*se fai così vivrai un futuro in forma!*»
«*..quindi....stai dalla parte giusta!*»

Lo spot della campagna 2015 «*Mangia sano, investi in salute!*» 170 passaggi RAI







Francesco



Chiara



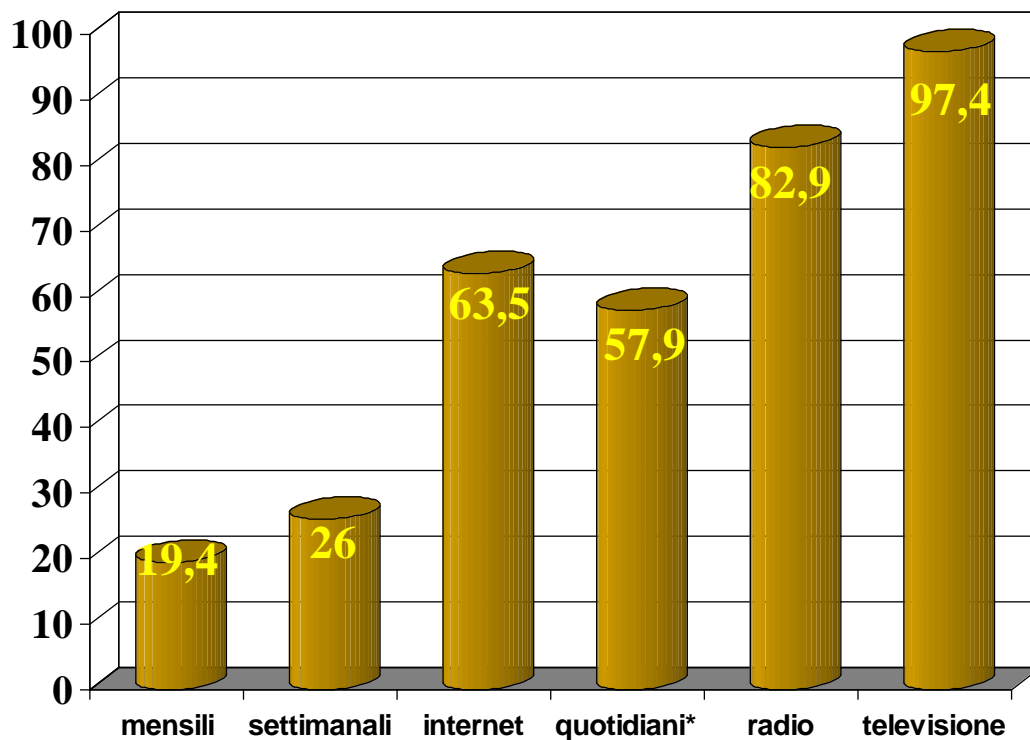
Capitan Kuk

26 puntate su
Rai YoYo
replicate



Come cambia il consumo dei mezzi: la Televisione è sempre efficace ma Internet lo sarà sempre di più

Utenti abituali per media – rapporto Censis 2013



* di cui 20,8% quotidiani on line

L'utenza complessiva di new media e quotidiani



Le fonti dell'informazione per età

14/29 anni		30/44 anni		45/64 anni	
Telegiornali	75%	Telegiornali	87,1%	Telegiornali	89,5%
Facebook	71%	Internet m.r.	66,2%	Radio	61,7%
Internet m.r.	65,2%	Radio	62,4%	Quotidiani	48,4%

Grazie per l'attenzione!