



Regione Campania
Azienda Sanitaria Locale Napoli I Centro



L'offerta attiva di salute mediante una campagna pubblicitaria per la promozione del Progetto Screening nella ASL NaI Centro

Papa R, Mele I, Galdieri A, Volpe G, Lodato S.

Obiettivi

Dimostrare l'efficacia della promozione dello screening mediante una campagna informativa rivolta alle donne della Città di Napoli utilizzando come indicatore il tasso di adesione al programma stesso attraverso l'utilizzo di un numero verde dedicato.

Materiali e metodi

La campagna di promozione prevedeva l'utilizzo dei seguenti strumenti comunicativi:

- Scelta di un testimonial che riprendesse lo spirito della città e nello stesso tempo ne fosse simbolo;
- Il claim scelto "pensa alla salute" riprende una frase comunemente in uso nel dialetto napoletano e che sottolinea l'importanza dello star bene e del prendersi cura di sé;
- Realizzazione di manifesti e video trasmessi soprattutto su radio e TV locali.
- Uno spazio del contact center dell'ASL NaI Centro dedicato al Progetto Screening

Risultati

I dati sono stati analizzati in tre finestre temporali per verificare l'efficacia della campagna pubblicitaria:

dal **01/01/2008**
al **01/04/08**
i contatti sono stati
8741
campagna pubblicitaria
da ottobre-novembre 2007

dal **01/07/2008**
al **01/09/08**
i contatti sono stati
4045
assenza di pubblicità

dal **02/09/2008**
al **31/12/08**
i contatti sono stati
10826
ripresa della
campagna pubblicitaria

L'adesione al Progetto durante la campagna ha mostrato un incremento rispettivamente del **50%** per il Pap-test e del **100%** per la Mammografia se confrontata a quella dello stesso periodo dell'anno precedente in assenza di promozione

Conclusioni

La nostra esperienza ha dimostrato che l'offerta di salute attraverso campagne di comunicazione adeguate consente non solo l'adesione a quel determinato test diagnostico, ma contribuisce a modificare la cultura della prevenzione che nella nostra realtà stenta ad affermarsi.

Contatti
per informazioni e
prenotazioni
31868 /anno

25 al giorno
con picchi
all'inizio settimana.
Singolare la richiesta di
informazioni da parte
dei partner

