

OSSERVATORIO NAZIONALE SCREENING

COMUNICARE CON TUTTI

**PROGRAMMA DELLA REGIONE BASILICATA PER LA
PREVENZIONE DEI TUMORI DEL COLON-RETTO:
“STRATEGIA DI COMUNICAZIONE “**

FINALITA'

Finalità del progetto è quella di supportare adeguatamente ed efficacemente sul piano della comunicazione la campagna di prevenzione dei tumori del colon-retto della Regione Basilicata negli anni 2005-2006

CRITERI

I criteri cui il progetto si ispira sono quelli che afferiscono alla sfera peculiare , ed in costante evoluzione, della comunicazione in ambito sanitario.

CRITERI

Il cittadino “paziente” viene inteso come persona e come soggetto portatore di diritti

Il cittadino “paziente” ha diritto ad una informazione appropriata che adotti una comunicazione efficace in relazione alle diverse caratteristiche di ognuno

(linguistiche, culturali, di età, ecc ...)

CRITERI

Il percorso di promozione della salute si basa essenzialmente sul mutamento del paradigma di salute, che si evolve a partire a metà degli anni settanta da assenza di malattia a stato di benessere della persona.

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

La pianificazione di una strategia di comunicazione nell'ambito della prevenzione sanitaria comporta la considerazione di problematiche molto peculiari di ordine etico che possono risultare determinanti nelle scelte strategiche

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

Il primo di questi problemi è quello della leicità del messaggio che cerca “ l’efficacia ad ogni costo” facendo eccessiva leva sulla emotività degli interlocutori (la paura); nello stesso tempo è bene considerare che la pura e semplice informazione non sortisce risultati apprezzabili.

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

L'argomento di questo studio reca un ulteriore elemento di difficoltà che è quello connesso alla prova prevista dallo screening (l'esame del sangue occulto nelle feci e l'eventuale colonscopia)

PERCORSO CREATIVO

Il target di riferimento della campagna è composto da uomini e donne di età compresa tra i cinquanta ed i settanta anni residenti in Basilicata.

Tale nucleo si presenta eterogeneo sul piano culturale, della capacità di relazioni sociali e della conoscenza del problema.

PERCORSO CREATIVO

- 1) Elaborazione di un messaggio diretto, chiaro e credibile.**
- 2) Utilizzo di immagini legate al contesto sociale dei destinatari.**
- 3) Rendere ben definibile il soggetto proponente.**
- 4) Risorse da utilizzare: 20.000 €**
- 5) Tempi di attuazione: 24 mesi**

MEZZI PRESCELTI

Nella fase di preparazione

1) Lettera rivolta a tutte le famiglie

Contenuti:

a) Informazioni sull'iniziativa;

b) Le caratteristiche dell'esame (specificare la gratuità)

c) Informazioni sull'età di riferimento;

d) Informazioni sulle modalità di svolgimento e fruizione;

e) Informazioni sul valore sociale;

f) Assicurazioni sulla riservatezza.

MEZZI PRESCELTI

Nella Fase di avvio e di svolgimento

2) Campagna di comunicazione

- a) Stampa: pubblicità sui principali giornali locali e distribuzione depliant attraverso settimanali e mensili locali;**
- b) Radio: redazionali sulle radio locali;**
- c) Televisione: Interviste e redazionali nell'ambito della Rai regionale;**
- d) Distribuzione diretta materiali informativi: Depliant (presentati in apposito espositore verticale) e manifesti posti all'interno degli studi dei Medici di famiglia, delle ASL, delle Farmacie, degli uffici postali;**

MEZZI PRESCELTI

Nella Fase di avvio e di svolgimento

2) Campagna di comunicazione

Depliant informativo

Contenuti del Depliant:

- **Obiettivo del programma di screening;**
- **A chi è rivolto;**
- **Caratteristiche dell'esame e modalità di esecuzione;**
- **Informazione sulla diagnosi e l'incidenza del tumore colon rettale;**
- **Informazione sull'efficacia dell'esame;**
- **I vantaggi della diagnosi precoce;**
- **Le motivazioni della scelta della popolazione target.**

MEZZI PRESCELTI

Nella Fase di avvio e di svolgimento

3) Affissione

**Campagna di affissione manifesti in tutti i 131 Comuni della
Regione Basilicata**

MEZZI PRESCELTI

Nella Fase di avvio e di svolgimento

4) Informazione mobile

Punti informativi e cartelloni pubblicitari nei mercati dei singoli Comuni

MEZZI PRESCELTI

Nella Fase di avvio e di svolgimento

4) Newsletter on-line

**Informazioni on-line sul sito della Regione Basilicata a cura dell'Ufficio
Stampa dell'Ente.**

MEZZI PRESCELTI

Nella Fase di avvio e di svolgimento

5) Verifica e monitoraggio delle attività realizzate

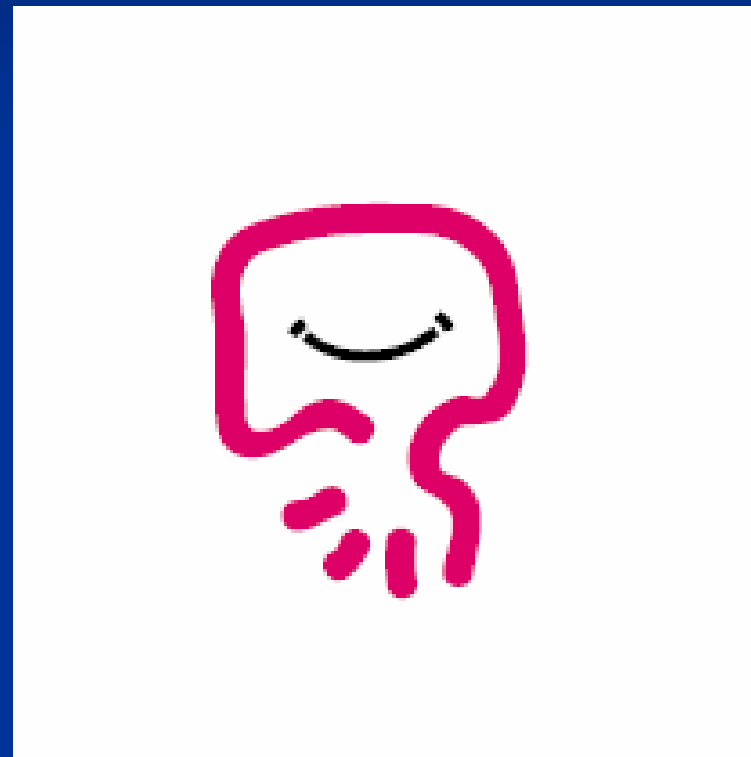
Il monitoraggio e la verifica degli esiti ottenuti si basa sui dati di partecipazione dei cittadini e sulla somministrazione di un modulo agli stessi per verificare la fonte dell'informazione

OSSERVATORIO NAZIONALE SCREENING

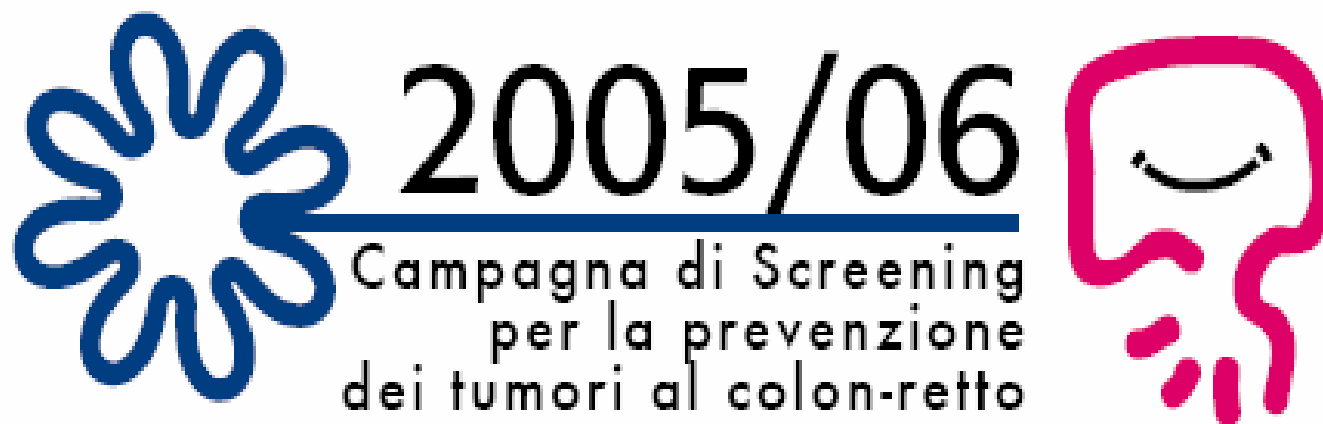
L'immagine e il messaggio

Ideogramma

L'ideogramma si compone della silhouette del colon, creando un personaggio che allude sorridendo ad uno stato di benessere



OSSERVATORIO NAZIONALE SCREENING



Ideogramma e logo identificativo della campagna

Nel logo l'ideogramma si lega al fiore elemento grafico già presente nelle precedenti campagne di screening della Regione Basilicata nel segno della continuità

OSSERVATORIO NAZIONALE SCREENING

L'immagine ed il messaggio

OSSERVATORIO NAZIONALE SCREENING

Noi sorridiamo perché
qualcosa di buono è successo.



un semplice esame
ci ha salvato la vita.

OSSERVATORIO NAZIONALE SCREENING

Immagine 2006

OSSERVATORIO NAZIONALE SCREENING

Coltiva
la tua **salute**



Una semplice prova
può salvarti la **vita**.