

# **Bando di concorso**

L'Azienda USL di Modena e l'Associazione Italiana Comunicazione Pubblica e Istituzionale nell'ambito delle attività del Coordinamento Nazionale Marketing Sociale organizzano il

## **Concorso "Marketing per la salute" IV edizione**

Il concorso "Marketing per la salute" nasce con lo scopo di valorizzare e stimolare la realizzazione di progetti di promozione della salute che prevedono l'utilizzo dei principi del marketing sociale. Il premio si propone infatti di dare visibilità ai progetti che si sono maggiormente contraddistinti, oltre che per lo spirito creativo ed il carattere innovativo, per il rigore scientifico nello sviluppo di strategie di promozione della salute modulate sulla base dei bisogni e delle caratteristiche specifiche dei gruppi target e secondo le tradizionali fasi del marketing (analitico, strategico e operativo).

Le precedenti edizioni del concorso, che si sono concluse a COM-P.A. con la premiazione dei vincitori, hanno ottenuto un'ampia partecipazione con oltre 50 progetti che hanno aderito ad ognuna di esse. Alla luce dell'interesse suscitato e dei risultati conseguiti, viene proposta l'edizione 2007.

# Regolamento<sup>1</sup>

## Modalità di partecipazione

Il concorso si articola in due sezioni:

- la prima è rivolta a tutte **le Aziende, gli Enti, le Associazioni pubbliche e private profit e non profit, gli Istituti Scolastici di ogni ordine e grado (anche come singole classi)**;
- la seconda è aperta a tutti gli **studenti** che al momento della presentazione del progetto sono iscritti a corsi di laurea, di perfezionamento, scuole di specializzazioni e master nel cui piano di studi sono previsti insegnamenti di comunicazione e marketing. Sono inoltre ammessi tutti coloro che hanno concluso uno dei corsi sopra citati dopo il 1 gennaio 2006. Gli studenti possono partecipare singolarmente o a gruppi composti al massimo da 6 persone.

I progetti devono essere finalizzate a favorire l'adozione di sani stili di vita e possono riguardare:

- alimentazione,
- ambiente,
- attività motoria,
- cultura della pace,
- dipendenza da sostanze come tabacco, alcol, droghe o altro,
- donazione di sangue e organi,
- guida sicura,
- prevenzione delle principali malattie,
- qualità della vita,
- sicurezza sul lavoro,
- volontariato.

Per partecipare è necessario spedire:

1. la scheda di adesione compilata in tutte le sue parti;
2. la descrizione del progetto articolata secondo lo schema allegato n. 1;
3. un abstract del progetto secondo lo schema allegato n. 2 (max 4.500 battute)

**esclusivamente via e-mail** alla Segreteria Organizzativa **entro il 29 settembre 2007**.

È possibile presentare anche più di un progetto.

---

<sup>1</sup> Gli aggiornamenti saranno disponibili all'indirizzo [www.marketingsociale.net](http://www.marketingsociale.net)

## **Modalità di selezione**

I progetti verranno valutati da una giuria, composta da esperti e studiosi di promozione della salute, di marketing e di comunicazione sociale, sulla base dei seguenti aspetti:

- criteri di scelta del problema;
- capacità progettuale (es.: coerenza tra obiettivi e azioni, fattibilità, chiarezza sui criteri di analisi e verifica, etc.);
- innovazione e creatività;
- estendibilità del progetto ad altre realtà.

## **Giuria**

### **Presidente:**

- Giuseppe Fattori: Responsabile Coordinamento Nazionale Marketing Sociale - Direttore Sistema Comunicazione e Marketing, Azienda USL di Modena

### **Componenti:**

- Eva Benelli: Responsabile Redazione Epicentro, Istituto Superiore di Sanità
- Marco Biocca: Agenzia sanitaria regionale, Regione Emilia-Romagna;
- Paolo Camerieri: Direttivo nazionale Agenda 21;
- Sergio Cherubini: Professore Ordinario di Marketing Università Tor Vergata, Roma;
- Carla Collicelli: Vice Direttore Censis;
- Giulio D'Ari: Responsabile Marketing, Policlinico Universitario Tor Vergata, Roma;
- Roberto D'Elia: Direzione Generale Prevenzione Sanitaria, Ministero della Salute
- Pina Lalli: Presidente Laurea specialistica "Scienze della comunicazione pubblica, sociale e politica", Università di Bologna;
- Erika Mallarini: Docente Area Pubblica Amministrazione, Sanità e non profit, SDA Bocconi, Milano;
- Francesca Moccia: Coordinatrice Nazionale Tribunale per i diritti del malato;
- Giancarlo Pocetta: Centro Sperimentale per l'Educazione Sanitaria interuniversitario, Università di Perugia
- Sandro Spinsanti: Direttore della rivista "Janus - medicina: cultura, culture";
- Sergio Talamo: Responsabile Comunicazione FORMEZ;
- Stefania Tamborini: Associazione Italiana per la Comunicazione Pubblica e Istituzionale, Delegato Regione Lombardia.
- Claudio Tortone: Dors – Documentazione Regionale Salute, Regione Piemonte

## **Premiazione**

I vincitori verranno premiati in occasione del convegno sulla promozione della salute che si terrà a Bologna il giorno 7 novembre 2007, all'interno della XIV edizione di COM-P.A. - Salone europeo della Comunicazione Pubblica, dei Servizi al Cittadino e alle Imprese (quartiere fieristico, piazza della Costituzione 6). La cerimonia di premiazione sarà presieduta da:

- Mario Morcellini: Presidente Conferenza Nazionale corsi di laurea in Scienze della Comunicazione.

La Segreteria Organizzativa avrà cura di contattare i vincitori del concorso almeno 7 giorni prima della data prevista per la premiazione.

## **Segreteria Organizzativa:**

**Paola Artoni - Paola Cavazzuti**

Sistema Comunicazione e Marketing - Azienda USL di Modena

Via San Giovanni del Cantone 23, 41100 Modena

Tel. 059-435677 – Fax 059-435327

e-mail: [scm@ausl.mo.it](mailto:scm@ausl.mo.it)

## **Concorso "Marketing per la salute" - IV edizione**

### **Scheda di adesione - Sezione per Aziende/Enti/Associazioni/Scuole**

Titolo del progetto \_\_\_\_\_

Nome e cognome del responsabile del progetto \_\_\_\_\_

Ente/Organizzazione/Associazione /Scuola di appartenenza \_\_\_\_\_

Ufficio (Macrostruttura/Unità Organizzativa/Classe) proponente \_\_\_\_\_

Indirizzo \_\_\_\_\_

CAP \_\_\_\_\_ Città \_\_\_\_\_ Prov. \_\_\_\_\_

Tel. \_\_\_\_\_ Fax \_\_\_\_\_ E-mail \_\_\_\_\_

Sito Internet \_\_\_\_\_

Altri Enti/Organizzazioni/Associazioni coinvolti \_\_\_\_\_

Indicare come si è venuti a conoscenza del concorso "marketing per la salute" \_\_\_\_\_

Il progetto affronta il seguente tema :

- alimentazione
- ambiente
- attività motoria
- cultura della pace
- dipendenza da sostanze come tabacco, alcol, droghe o altro
- donazione di sangue e organi
- guida sicura
- prevenzione delle principali malattie
- qualità della vita
- sicurezza sul lavoro
- volontariato

Il referente del progetto indicato nella presente scheda si assume ogni responsabilità per il contenuto dello stesso e per la dichiarazione di "paternità dello stesso". Acconsente inoltre alla divulgazione ed alla pubblicazione del progetto o di una sua sintesi, in forma gratuita e secondo le modalità che verranno ritenute più opportune dall'organizzazione del concorso.

Ai sensi del D. Lgs. 196/03 e successive modificazioni si autorizza il trattamento dei dati personali ai soli fini del concorso in oggetto:

Si

No

# Concorso "Marketing per la salute" - IV edizione

## Schema per la presentazione del progetto – Allegato n. 1

### Sezione per Aziende/Enti/Associazioni/Scuole

#### 1. Generalità:

titolo del progetto

nome e cognome di chi presenta il progetto e di altri eventuali

2. **Finalità del progetto** (ed eventuale base argomentativa di partenza)

3. **Criteri che lo ispirano**

4. **Enti/Organizzazioni/Associazioni** che si prevede di coinvolgere e loro ruolo nel progetto

5. **Descrizione del progetto** organizzata in modo da evidenziare la propria proposta di articolazione delle diverse fasi, precisandone via via i contenuti, le metodologie, i canali privilegiati, il ruolo degli attori coinvolti o da coinvolgere; a mero titolo esemplificativo si indicano qui le tradizionali fasi del marketing di cui si può tenere conto :

- analitica (analisi del contesto)
- strategica (segmentazione, targeting, posizionamento)
- operativa (marketing mix: prodotto, prezzo, promozione, distribuzione)
- verifica/monitoraggio delle attività realizzate

La presentazione deve avere una lunghezza massima di 5 fogli formato A4, scritti in Times New Romans 12, interlinea 1,5.

# Concorso "Marketing per la salute" - IV edizione

## Schema per l'abstract del progetto – Allegato n. 2

### Sezione per Aziende/Enti/Associazioni/Scuole

#### 1. Generalità

- Nome e cognome dei responsabili del progetto
- Ente/Organizzazione/Associazione/Scuola di appartenenza
- Macrostruttura, Unità Organizzativa, Ufficio, Classe proponente
- Altri Enti/Organizzazioni/Associazioni coinvolti

#### 2. Il progetto

- finalità
- criteri ispiratori
- fase analitica (analisi del contesto)
- fase strategica (segmentazione, targeting, posizionamento)
- fase operativa (marketing mix: prodotto, promozione, prezzo, distribuzione)
- verifica

La presentazione deve avere una lunghezza massima di 4.500 battute (spazi inclusi).

## Concorso "Marketing per la salute" - IV edizione

### Scheda di adesione - Sezione per studenti

Titolo del progetto \_\_\_\_\_

Nome e cognome di chi presenta il progetto \_\_\_\_\_

Indirizzo \_\_\_\_\_

CAP \_\_\_\_\_ Città \_\_\_\_\_ Prov. \_\_\_\_\_

Tel. \_\_\_\_\_ Fax \_\_\_\_\_ E-mail \_\_\_\_\_

Corso a cui si è iscritti \_\_\_\_\_

Facoltà /Istituto \_\_\_\_\_ Sede di \_\_\_\_\_

Indicare come si è venuti a conoscenza del concorso "marketing per la salute" \_\_\_\_\_

Il progetto affronta il seguente tema :

- alimentazione
- ambiente
- attività motoria
- cultura della pace
- dipendenza da sostanze come tabacco, alcol, droghe o altro
- donazione di sangue e organi
- guida sicura
- prevenzione delle principali malattie
- qualità della vita
- sicurezza sul lavoro
- volontariato

Il referente del progetto indicato nella presente scheda si assume ogni responsabilità per il contenuto dello stesso e per la dichiarazione di "paternità dello stesso". Acconsente inoltre alla divulgazione ed alla pubblicazione del progetto o di una sua sintesi, in forma gratuita e secondo le modalità che verranno ritenute più opportune dall'organizzazione del concorso.

Ai sensi del D. Lgs. 196/03 e successive modificazioni si autorizza il trattamento dei dati personali ai soli fini del concorso in oggetto.

Sì

No

# Concorso "Marketing per la salute" - IV edizione

## Schema per la presentazione del progetto – Allegato n. 1

### Sezione per studenti

#### 1. **Generalità:**

titolo del progetto

nome e cognome di chi presenta il progetto e di altri eventuali autori

#### 2. **Finalità del progetto** (ed eventuale base argomentativa di partenza)

#### 3. **Criteri che lo ispirano**

#### 4. **Enti/Organizzazioni/Associazioni** che si ipotizza di coinvolgere e loro ruolo nel progetto

5. **Descrizione del progetto** organizzata in modo da evidenziare la propria proposta di articolazione delle diverse fasi, precisandone via via i contenuti, le metodologie, i canali privilegiati, il ruolo degli attori coinvolti o da coinvolgere; a mero titolo esemplificativo si indicano qui le tradizionali fasi del marketing di cui si può tenere conto:

- analitica (analisi del contesto)
- strategica (segmentazione, targeting, posizionamento)
- operativa (marketing mix: prodotto, prezzo, promozione, distribuzione)
- verifica/monitoraggio delle attività realizzate

La presentazione deve avere una lunghezza massima di 5 fogli formato A4, scritti in Times New Romans 12, interlinea 1,5.

# Concorso "Marketing per la salute" - IV edizione

## Schema per l'abstract del progetto – Allegato n. 2

### Sezione per studenti

#### 1. Generalità

- titolo del progetto
- nome e cognome degli studenti che presentano il progetto
- istituto, facoltà, corso di laurea

#### 2. Il progetto

- finalità
- criteri ispiratori
- Enti/Organizzazioni/Associazioni coinvolte
- fase analitica (analisi del contesto)
- fase strategica (segmentazione, targeting, posizionamento)
- fase operativa (marketing mix: prodotto, promozione, prezzo, distribuzione)
- verifica

La presentazione deve avere una lunghezza massima di 4.500 battute (spazi inclusi).