



Anche quest'anno a COM-PA (Bologna, 7,8 e 9 novembre) si parlerà di marketing per la sanità. L'occasione è il concorso "Marketing per la salute" giunto alla sua terza edizione, con un bilancio positivo di interesse e partecipazione. Le tematiche del marketing sociale ormai attraversano la comunicazione in sanità e l'intera attività dell'Unione Europea. Questo conferma che l'intreccio tra salute e malattia, comunicazione e servizi, pubblici di riferimento e interlocutori settoriali, sta producendo una vera e propria disciplina. Una disciplina che può e deve rappresentare un percorso attento nella costruzione di concetti nuovi rispetto alla tradizionale visione della sanità, nell'individuazione di relazioni positive tra strutture, operatori e utenti di quel prodotto fondamentale che è la salute. L'Associazione Italiana della Comunicazione Pubblica e Istituzionale ha, sin dall'inizio, favorito lo sviluppo di questa strategia che è ricerca, studio e pratica ad un tempo. Ieri, contribuendo all'istituzione del Coordinamento nazionale sul marketing sociale e poi collaborando all'organizzazione del concorso "Marketing per la salute". Più recentemente, dando vita alla Commissione Sanità e Salute e approvando il Manifesto della comunicazione pubblica in Sanità. Si tratta di passaggi che ritengo fondamentali nel processo di crescita non solo degli operatori del settore ma, più in generale, dell'intero sistema della comunicazione sanitaria. La nostra Associazione è consapevole che il cammino che ci sta davanti è ancora lungo e non facile. Basterebbero i segnali delle Leggi finanziarie che non sembrano davvero annunciare tempi sereni per la comunicazione pubblica. Ma siamo anche convinti che, proprio in fasi complesse come quella che viviamo, non si può né si deve cedere al riflusso burocratico che ci vorrebbe tutti gestori di procedure e compilatori di pratiche spesso inutili e quasi sempre obsolete. Promuovere le tematiche della salute, valorizzare stili di vita diversi, cercare di modificare comportamenti non sono attività di pubbliche relazioni ma il nostro contributo professionale per ridurre gli sprechi, migliorare la qualità dei servizi, aumentare la soddisfazione nostri cittadini. Anche per questo abbiamo voluto che lo scenario su cui fare agire il Premio "Marketing per la salute" fosse

## **A COM-PA il Marketing per la salute.**

Di Alessandro Rovinetti

Venerdì 13 Ottobre 2006 11:20

---

COM-PA, la più importante manifestazione in Italia e in Europa sulla comunicazione e sulle strategie innovative della pubblica amministrazione. I comunicatori pubblici hanno un obiettivo comune che il documento, approvato nel 2006, così enuncia "È tempo di promuovere una fase nuova e straordinaria di crescita e di radicamento delle funzioni informative e comunicative all'interno del sistema sanitario e delle singole strutture, consentendo alle stesse di svolgere il loro peculiare e insostituibile ruolo nei processi di innovazione e miglioramento dell'intera organizzazione sanitaria e delle singole strutture". Tutti assieme confermeremo, a Bologna, la nostra volontà di procedere in questa direzione. Anche questo sarà un ulteriore elemento per non mancare all'appuntamento di novembre.