

1° Laboratorio di Marketing Sociale

Torino, 19 maggio 2010

**Documentazione di approfondimento sul tema disponibile
nell'Area Focus Marketing Sociale del sito
www.dors.it/marketingsociale**

CAST: un progetto europeo per valutare l'efficacia delle campagne sulla sicurezza stradale il progetto di ricerca è mirato a contribuire al miglioramento della situazione dell'incidentalità su strada attraverso efficaci campagne di comunicazione per la sicurezza stradale.

Sicurezza stradale: gli effetti della comunicazione intimidatoria sulla prevenzione degli incidenti il Report dell'Istituto Superiore di Sanità del 2008 analizza l'efficacia degli appelli alla paura utilizzati nelle campagne di prevenzione degli incidenti stradali.

Piano di Prevenzione Attiva Incidenti Stradali: esiste un' alternativa ai messaggi pubblicitari che evocano paura? Sintesi in italiano dell'articolo "Promoting Public Health Messages: Should We Move Beyond Fear-Evoking Appeals in Road Safety?", pubblicato sulla rivista *Qualitative Health Research* (2007) che presenta i risultati di un'indagine sull'efficacia e sul ruolo dei messaggi che evocano emozioni positive, rispetto a quelli che evocano paura, nella promozione della sicurezza stradale.

La prevenzione degli incidenti stradali: il ruolo delle comunicazioni di massa

Chi si trova ad operare nel campo del cambiamento sociale e vuole utilizzare i mass media, deve sapere quali sono le possibilità ed i limiti che caratterizzano questi mezzi di comunicazione, i cui effetti sono spesso sopravvalutati o comunque considerati in maniera alquanto stereotipata (Istituto Superiore di Sanità, 2003).

Influenza delle caratteristiche individuali nella valutazione dell'efficacia dei messaggi persuasivi sul rischio stradale negli adolescenti Sintesi dell'articolo pubblicato sulla rivista *Psicologia della Salute* incentrato su una ricerca che ha analizzato l'importanza di alcune caratteristiche individuali nella valutazione dell'efficacia dissuasiva di due messaggi sul rischio stradale in un gruppo di adolescenti.

Criteri per analizzare i messaggi di comunicazione per la salute

Traduzione italiana del documento "Health Communication Message Review Criteria", della *Dalla Lana School of Public Health dell'Università di Toronto*.

E' molto difficile riuscire ad elaborare messaggi di comunicazione per la salute che siano davvero efficaci, qualunque sia il cambiamento che si tenti di promuovere presso il pubblico di riferimento. La sfida è ancora più grande se si vuole ottenere un cambiamento di comportamento. La classificazione di McGuire è una teoria che aiuta a spiegare le ragioni della riuscita o dell'insuccesso dei messaggi.

Progettare materiale comunicativo efficace di educazione alla salute: pre-test sperimentale di una brochure basata su teorie specifiche per aumentare le conoscenze Sintesi in italiano dell'articolo "Designing effective health education materials: experimental pre-testing of a theory-based brochure to increase knowledge", pubblicato sulla rivista *Health Education Research* (2008) incentrato sull'utilizzo della brochure come strumento efficace per l'incremento delle conoscenze. Lo studio, utilizza i principi della psicologia cognitiva per migliorare la comprensione del messaggio di una brochure olandese sulla prevenzione dell'abuso di alcol tra gli studenti universitari.