



4° LABORATORIO di MARKETING SOCIALE

17 novembre 2011

VERBALE

Hanno partecipato **34 operatori** provenienti da 8 ASL piemontesi (ASL TO1, ASL TO3, ASL TO4, ASL TO5, ASL BI, ASL CN1, ASL AL, ASL NO); LILT, Comune di Torino.

Nel 4° Laboratorio di Marketing Sociale è stato presentato il progetto **“www.consultoriogiovani.aslcn1.it: un’esperienza di promozione della salute sul Web fra relazione ed intimità”**. Si tratta di un progetto che nasce dall’esperienza dei Consulenti Familiari dell’ASL CN1 in tema di promozione della salute sessuale ed è stato creato per offrire delucidazioni e consigli in tema di affettività e sessualità a ragazzi che desiderino condividere un dubbio, una preoccupazione, o porre uno specifico quesito in un clima di attenzione e riservatezza.

PRESENTAZIONE

Il progetto è stato presentato in modo approfondito con l’ausilio di materiale documentale (poster, locandine, segnalibri, ...) e attraverso la navigazione commentata del sito web. Le caratteristiche del progetto hanno permesso di approfondire due elementi del marketing mix quali il **“prodotto”** e il **“prezzo”**.

L’esperienza è stata presentata da:

Daniele Nunziato

Psicologo – Psicoterapeuta, SSD Consultorio Familiare - ASL CN1

APPROFONDIMENTO TEORICO

Il momento formativo si è incentrato sull’analisi delle caratteristiche del **“prodotto”** e del **“prezzo”** e del loro ruolo nell’ambito di una strategia di marketing sociale.

E’ stata inoltre presentata una rassegna di risorse on-line e spunti dalla letteratura sul tema dei giovani e la salute sessuale.

LAVORI DI GRUPPO

I partecipanti sono stati suddivisi in quattro gruppi. I gruppi, con l’ausilio di una scheda di lavoro, hanno descritto le caratteristiche del **PRODOTTO** e analizzato gli elementi riferiti al **PREZZO** di un progetto di promozione della salute sessuale.

Due gruppi hanno lavorato sulla promozione dell’utilizzo del preservativo per gli studenti delle scuole secondarie di II grado; due gruppi sull’adesione al test HIV per gli studenti universitari. L’esito della discussione è stato presentato in plenaria.

SINTESI DEI RISULTATI DEI LAVORI DI GRUPPO

Mandato di lavoro:

- **PRODOTTO:** descrivere il **comportamento** (*prodotto reale/effettivo*) che si richiede di adottare ai destinatari e individuare eventuali **oggetti tangibili e servizi** (*prodotto ampliato/aumentato*) che possano favorire l'adozione del comportamento proposto.
- **PREZZO:** analizzare gli elementi della teoria dello scambio riferiti al comportamento proposto ai destinatari del progetto:
 - **Benefici** che i destinatari ottengono aderendo al comportamento proposto.
 - **Costi** (economici, psicologici, ...) che i destinatari devono sostenere per aderire al comportamento proposto.
 - **Concorrenza** (i comportamenti che i destinatari preferiscono adottare rispetto a quello suggerito dal progetto)

Gruppi 1 e 2

Descrivere le caratteristiche del **PRODOTTO** e analizzare gli elementi riferiti al **PREZZO** di un progetto di promozione della **salute sessuale** attraverso l'utilizzo del **preservativo**, rivolto agli studenti delle scuole secondarie di secondo grado.

| PRODOTTO | |
|--|---|
| Reale/effettivo (Comportamento che si richiede di adottare ai destinatari) | Ampliato/aumentato (Oggetti tangibili e servizi che possono favorire il cambiamento di comportamento) |
| Utilizzo del preservativo Corretto utilizzo del preservativo | Distribuzione gratuita del preservativo Servizi consultoriali territoriali Centri di aggregazione Preservativi a basso costo |

| PREZZO (teoria dello scambio) | |
|---|--|
| Benefici <i>Che cosa "guadagna/ottiene" il destinatario mettendo in atto il comportamento proposto?</i> | Serenità nei rapporti sessuali (emozione) Facilità dell'utilizzo rispetto ad altri contraccettivi Rapporti giocosi / ludici Protezione dalle MST e dalle gravidanze indesiderate Ragazze: sentirsi più considerate dall'altro sesso. Maggiore consapevolezza da parte dei ragazzi Favorisce la condivisione nella coppia Sessualità spontanea Rispetto dell'altro |
| Costi <i>(economici, psicologici, fisici e qualunque altro effetto legato allo scambio e percepito come negativo es. perdita di tempo, cambio di abitudini, fatica, timore di effetti spiacevoli,...)</i> | Prezzo del preservativo Imbarazzo: al momento dell'acquisto, durante il rapporto sessuale Paura di un fallimento contraccettivo (paura che si rompa durante il rapporto) Raffreddamento intimità, piacere per interruzione rapporto Difficoltà nell'utilizzo Perdita di tempo per comprarlo Cambio di abitudini |
| Comportamento/i concorrenti <i>(che i destinatari preferiscono adottare rispetto al comportamento proposto)</i> | Coito interrotto Rapporto libero Astinenza / Religione; Retaggio culturale Delegare la contraccezione solo alle ragazze Ignoranza (non parlare di preservativi) Amore per il rischio/sfida tipico del target |

| STRATEGIE/ATTIVITA' Per ridurre i COSTI (barriere al cambiamento) e mettere in evidenza i BENEFICI (vantaggi) derivanti dal cambiamento di comportamento |
|---|
| 1. Operatori sanitari: interventi nelle scuole (più figure professionali); formazione di peer educator; distribuzione preservativi nelle scuole e nei luoghi di aggregazione |
| 2. Case produttrici di preservativi che comunicano l'importanza del sesso sicuro Campagne del Ministero della Salute; Materiali di facile fruizione (video,...) Incontri con i genitori |

Gruppi 3 e 4

Descrivere le caratteristiche del PRODOTTO e analizzare gli elementi riferiti al PREZZO di un progetto di promozione della **salute sessuale** che intende indurre gli studenti universitari ad effettuare il **test HIV**

| PRODOTTO | |
|--|---|
| Reale/effettivo (Comportamento che si richiede di adottare ai destinatari) | Ampliato/aumentato (Oggetti tangibili e servizi che possono favorire il cambiamento di comportamento) |
| Aderire al test Conoscere il motivo (perché è necessario fare il test) | Pieghevole consegnato al momento dell'iscrizione all'Università Materiali da dare ai docenti prima delle lezioni Link sul sito Unito Sportello informativo per un periodo limitato all'interno dell'Università Numero verde Segnalare associazioni "importanti" per il tema a cui fare riferimento Segnalazione dei servizi dove poter effettuare il test Associazioni quali Avis e Vidas Accesso facilitato nelle strutture dove si effettua il test |

| PREZZO (teoria dello scambio) | |
|---|--|
| Benefici <i>Che cosa "guadagna/ottiene" il destinatario mettendo in atto il comportamento proposto?</i> | Maggiore conoscenza del tema Consapevolezza Conferma di una "sicurezza" percepita rispetto alla propria salute Autoefficacia (posso fare qualcosa di positivo per la mia salute) Sollievo nel conoscere risultato negativo In caso di test positivo avere tutte le informazioni necessarie e sapere a chi rivolgersi Il test positivo non è sinonimo di morte Sicurezza della Privacy |
| Costi <i>(economici, psicologici, fisici e qualunque altro effetto legato allo scambio e percepito come negativo es. perdita di tempo, cambio di abitudini, fatica, timore di effetti spiacevoli,...)</i> | Resistenza culturale (non mi riguarda, è lontano da me e dal mio mondo,..) Barriere di tipo religioso Paura – Panico – Ansia, Giudizio sociale, "Violazione" della sfera intima, profonda, Invasione, Costi di tempo, Difficoltà nell'accedere ai servizi (quali?, burocrazia, accessibilità...), Necessità di impegnarsi personalmente, Meccanismo di negazione |
| Comportamento/i concorrenti <i>(che i destinatari preferiscono adottare rispetto al comportamento proposto)</i> | Scarsa conoscenza dovuta anche a scarsa informazione da parte dei Media e di altri soggetti (Aspetti economici) Riferimenti culturali del mondo giovanile: sfida, potenza,..... False convinzioni |

| STRATEGIE/ATTIVITA' Per ridurre i COSTI (barriere al cambiamento) e mettere in evidenza i BENEFICI (vantaggi) derivanti dal cambiamento di comportamento |
|---|
| 1. Coinvolgimento dei Professori universitari affinché parlino del tema Coinvolgimento Avis e organizzazioni di volontariato Associazioni studentesche che si occupano del "problema" (percezioni tra gli studenti) e che offrono servizi di informazione (pieghevoli,...) Peer educator Coinvolgimento dei servizi che hanno contatti con gli studenti |
| 2. Agevolazioni per gli studenti che vogliono sottoporsi al test Collegamento con i Crediti universitari, incentivi |
| 3. Accompagnamento anche dopo il test, se risulta positivo |

VALUTAZIONE ECM

Al Laboratorio sono stati assegnati 4 crediti formativi ECM (per tutte le professioni sanitarie), e pertanto sono stati distribuiti ai partecipanti sia il questionario di gradimento dell'incontro sia il questionario di apprendimento da compilare al termine del Laboratorio.

DOCUMENTAZIONE

Durante l'incontro è stato presentato e distribuito il documento:

- "Giovani, Web ed Educazione sessuale - risorse online", a cura di DoRS

SINTESI DEL QUESTIONARIO DI GRADIMENTO

Descrivi con tre aggettivi la tua valutazione in merito alla formula del Laboratorio quale percorso di condivisione tra pari e di accompagnamento di progetti

Chiarezza; Semplicità dei contenuti; Disponibilità; Partecipazione; Condivisione e condivisibilità; Collaborazione; Molto interessante; Coinvolgente; Efficace; Utile; Costruttivo; Piacevole; Arricchente; Gratificante; Attivo; Socializzante; Motivante; Interattiva; Flessibile; Multidisciplinare; Disponibilità; Libera; Comunicativo; Molto gradevole; Accessibilità; Confronto; Nuove idee; Aggiornamento; Sostegno; Innovativo; Stimolante; "Work in progress"; Esplicativo; Sintesi; Leggero; Immaginativa.

Ci sono temi inerenti il marketing sociale e la comunicazione per la salute che vorresti approfondire nei prossimi Laboratori?

- Salute dei lavoratori
- Internet: uso/abuso da parte delle nuove generazioni
- La P di prezzo
- La promozione della salute degli amministratori pubblici e dei rappresentanti politici (Salute in tutte le politiche)
- Prevenzione incidenti domestici
- Fumo – educazione
- Formazione in sede per attuare nel nostro territorio innovazioni per gli adolescenti
- Tabagismo, consumo di alcol, prevenzione disturbi dell'alimentazione, sostegno alla genitorialità
- Multiculturalità
- Passaggio di informazioni di salute in ambienti culturali "chiusi" (comunità cinesi in Italia)
- Vaccinazione HPV
- Uso della creatività e dell'arte terapia nelle politiche sanitarie

Come valuti l'esperienza di questo incontro? Hai qualche suggerimento per la realizzazione dei prossimi Laboratori?

- Interessante l'esperienza "pratica" riportata: esposta in modo semplice e non ridondante
- Interessante – mi è piaciuta anche l'organizzazione
- Molto interessante ma il tempo è sempre ridotto
- Molto utile
- Ricca di spunti da poter utilizzare come strumenti nell'attività lavorativa
- Positiva per il lavoro di gruppo
- Più interessante del previsto, esperienza metodologicamente trasferibile in altri ambiti, molto pertinente rispetto agli aspetti di prodotto e prezzo. Possibilità di migliorare lo scambio. Maggior puntualità! Verifica rete territoriale
- I gruppi di lavoro dovrebbero essere dislocati in ambienti separati per non disturbarsi a vicenda durante la discussione
- Positiva
- La giusta evoluzione
- Positiva per l'esperienza pratica esposta con semplicità e chiarezza
- E' troppo breve, meriterebbe dedicare più tempo agli incontri
- Molto valido. Grazie!
- Completa
- Positiva. Basta guardarsi intorno con le "antenne aperte"
- Presentazione di più casi
- Sarebbe interessante la rivalutazione del progetto nel tempo
- Dedicare più tempo perché occorre allenarsi e sperimentare di più

Elisa Ferro – elisa.ferro@dors.it Eleonora Tosco – eleonora.tosco@dors.it