

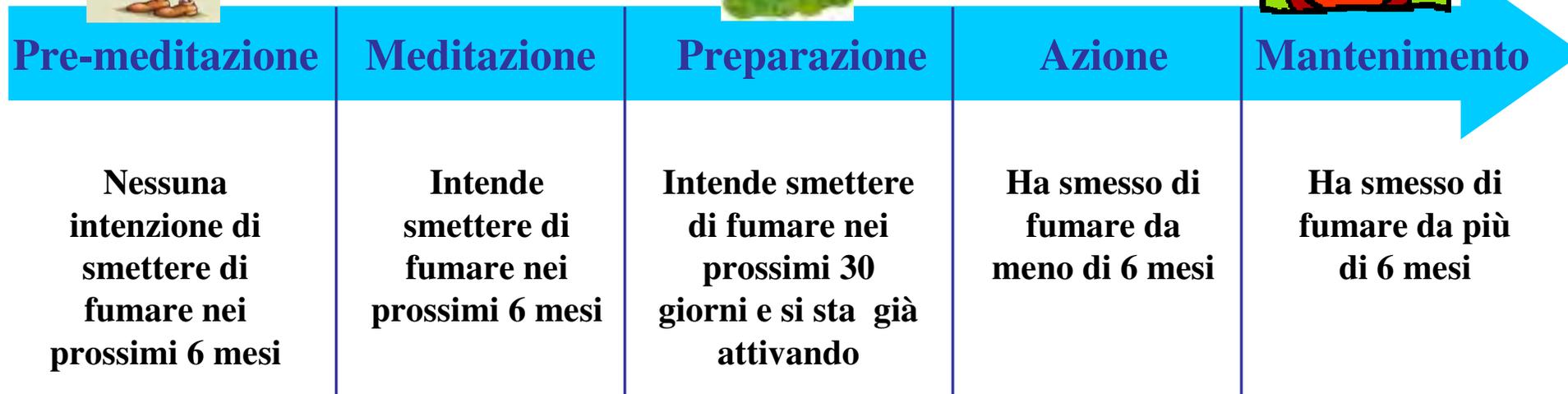
## Comunicazione e marketing sociale: strategie e attività per la promozione di sani stili di vita e la lotta al tabagismo (seconda parte)

**Giuseppe Fattori**

Responsabile Programma interaziendale “Comunicazione e Promozione della salute”  
Azienda USL di Modena



# Come cambiano i comportamenti? Il modello “transteoretico”



**1**

Secondo le stime DOXA (maggio 2008), fuma il 22% della popolazione adulta (15 anni e oltre).

In provincia di Modena, vivono 584.199 persone di 15 anni e oltre.

Quindi, si stima che in provincia di Modena i fumatori siano **128.523**.

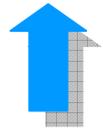
**2**

Secondo le stime DOXA (maggio 2008), il 10,7% dei fumatori sta pensando seriamente di smettere nei prossimi 6 mesi.

Quindi, si stima che in provincia di Modena **13.752 fumatori stiano seriamente pensando di smettere**.



# CANALE DI DISTRIBUZIONE



# PRODOTTO



smettere di fumare



# PREZZO



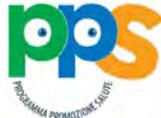
# PARTNER



# PROMOZIONE



**esempio**



SERVIZIO SANITARIO REGIONALE  
EMILIA-ROMAGNA  
Azienda Unità Sanitaria Locale di Modena

## STRUMENTI / CANALI DI COMUNICAZIONE

**RADIO**



**GIORNALI**



**STADIO**



**MERCATO**



**MONITOR**

- farmacie
- autobus
- supermercati



**CINEMA  
(in corso)**

**MEDICI**  
di medicina generale

**PEDIATRI**  
di libera scelta



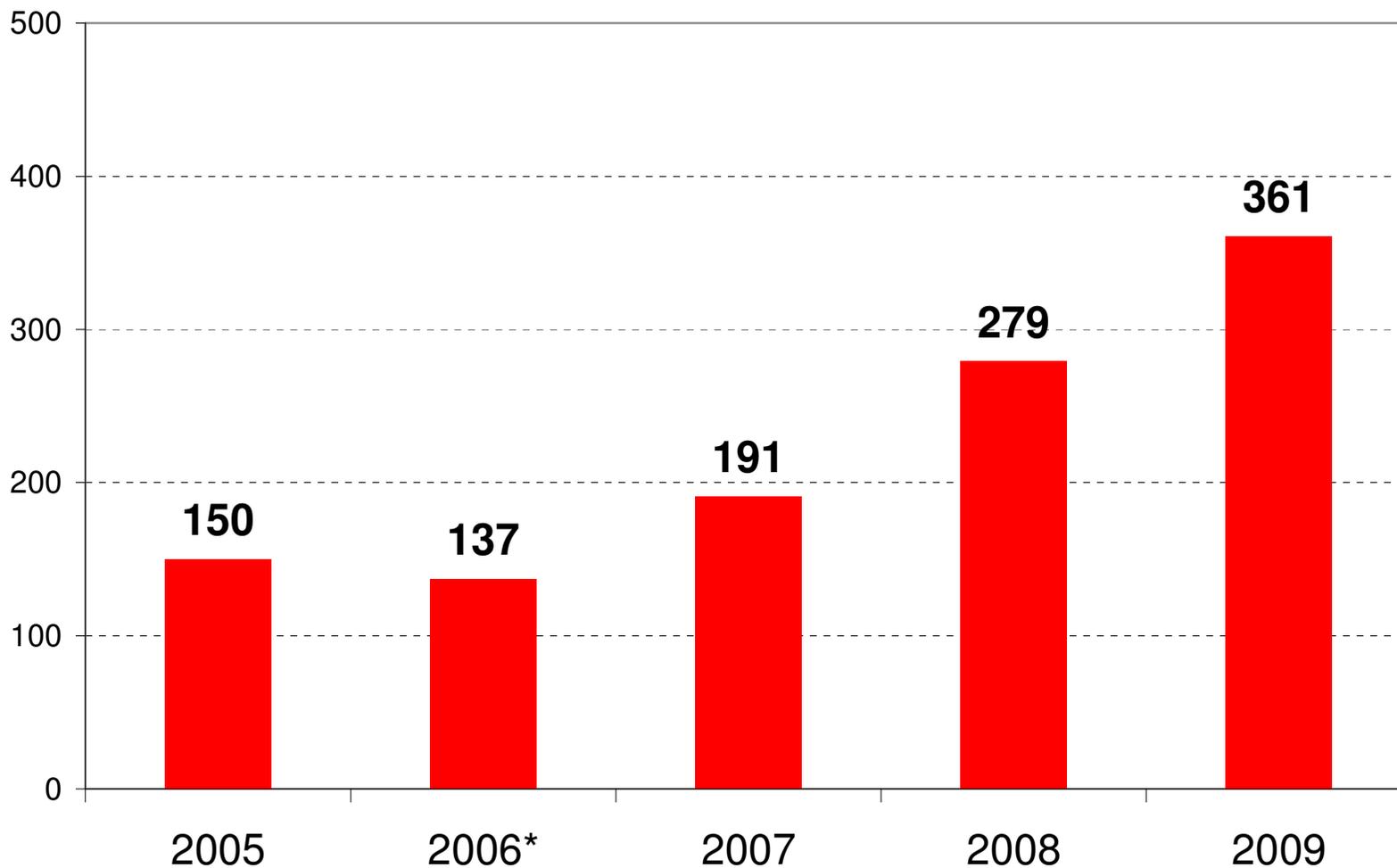
**WEB 2.0**

- forum
- blog
- video-interviste





## Iscritti al concorso “Scommetti che smetti?”



\* Nel 2006 si è aderito al concorso “Smetti e vinci”.

