

**SANITÀ** ❖ Aggiudicato il bando elaborato dagli uffici dell'azienda

# Ambulatori Asl 3

## In sala d'attesa

### arrivano gli spot

*Spazi per cartelloni e monitor. Il ricavato coprirà parte delle spese di comunicazione*

**MIRIANA REBAUDO**

Qualche monitor (otto, al momento) è già pronto; il completamento dell'installazione si farà in settimana, da oggi a giovedì, quando verrà avviata anche la parte strumentale per la pubblicità cartacea (spazi adeguati per i cartelloni, qualche totem). A questo punto, nella sala d'attesa degli ambulatori principali dell'Asl 3, risuoneranno i primi spot e, contestualmente, appariranno i poster pubblicitari: parte infatti (le prime "reclame" sono attese per lunedì prossimo) la pubblicità. Nessun "Carosello", naturalmente, anche perché dovranno essere messaggi promozionali in linea con l'ambiente e non "concorrenziali", adeguati insomma, come fa rilevare Natascia Massoc-

De Ferrari  
e Feelbetter  
i vincitori

I primi  
annunci già  
lunedì 21

co, responsabile del settore marketing e comunicazione dell'azienda sanitaria genovese nonché curatrice dell'intero progetto: «Dovrò autorizzare ogni tipo di spot» dice. La prima pubblicità in ambito genovese arriva dunque un anno e mezzo (circa) dopo la pubblicazione del bando predisposto dall'Asl 3 che prevede campagne promozionale

con il doppio sistema, cartaceo e attraverso il video (di qui i monitor, appunto). «Alla fine vincitori sono risultati la De Ferrari e Devega, quale capofila per la parte cartacea e la Feelbetter di Rapallo, per quella "visiva"» prosegue Massocco. Si tratta della storica casa editrice genovese e di un'azienda più giovane, specializzata in software e, in senso più generale, nella comunicazione attraverso le tecnologie più innovative. La gara promossa dall'azienda era stata avviata poche settimane dopo il via libera dato dalla giunta regionale, attraverso una delibera del 23 aprile 2009 e, poi, una serie di incontri (a partire da giugno) con le aziende private interessate. Perché se è vero che la sponsorizzazione non può risolvere il problema delle spese, e soprattutto dei tagli, nella sanità, è altrettanto vero che comunque una risorsa in più non fa certo male. Lo riconosce lo stesso assessore Claudio Montaldo («Di questi tempi è una notizia positiva») ed è soddisfatta del progetto il direttore generale Renata Canini, che fin dall'inizio lo ha sostenuto, vincendo anche qualche diffidenza. E che la strada non sia solo percorribile, ma anche in grado di produrre sviluppi interessanti lo dimostra il fatto che fin da questo primo "contatto", da parte delle aziende si è palesato un grande interesse. Ora le due aziende vincitrici avranno in esclusiva,

per due anni, il settore pubblicità negli ambienti esterni ed interni dell'Asl genovese, una delle più grandi d'Italia «e il ricavato andrà a coprire parte delle spese di comunicazione dell'azienda, tanto più dopo che per effetto del decreto 78 queste devono essere abbattute del 20% rispetto all'anno precedente» sottolinea la Massocco che in questi giorni è impegnata a comunicare l'avvio del progetto ai direttori di distretto e ai direttori degli ospedali dell'Asl, mentre personale del suo ufficio sta seguendo le fasi di installazione. Entro la prima settimana di marzo tutto sarà pronto, anche se lunedì prossimo nella metà circa degli ambulatori scelti sarà già possibile leggere i manifesti o assistere agli spot tv. In tutto, saranno una ventina le sale d'attesa interessate, «si tratta degli ambulatori più grandi e frequentati, negli ospedali, nelle piastre e nei "palazzi della salute"» dicono dall'Asl, sicuri che questa iniziativa susciterà sicuramente non solo la curiosità, ma anche l'attenzione dei pazienti e degli accompagnatori in attesa. Anche perché basta aver "frequentato" un po' questi locali per sapere che, spesso, ci si immerge nella lettura di tutti i cartelloni affissi, compresi quelli che spiegano, in puro burocratese, cosa e come fare per ottenere i certificati sanitari. Ora si cambia, e in sala d'attesa irrompe lo sponsor.



La responsabile del progetto  
«Ogni spot sarà autorizzato»

I messaggi promozionali dovranno essere in linea con l'ambiente e non "concorrenziali". Ogni tipo di spot dovrà essere autorizzato dal nostro ufficio Marketing e Comunicazione



Renata Canini



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.