



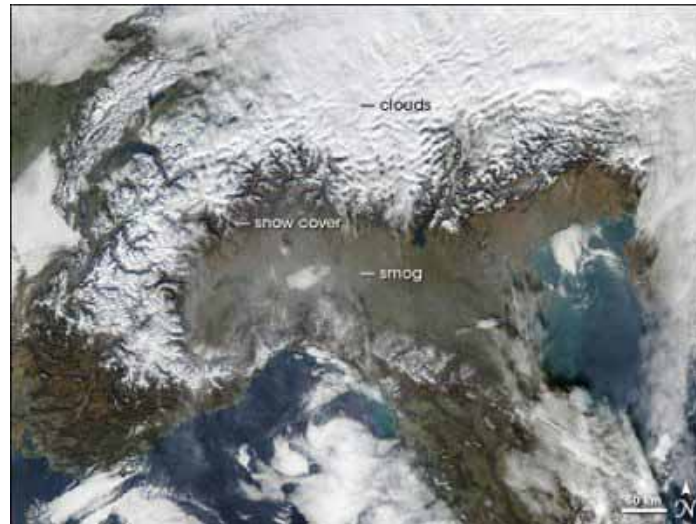
Gruppo di lavoro
“Ambiente salute e Agenda 21”

Dott. Giuseppe Fattori
Programma Interaziendale “Comunicazione e promozione della salute”

Rimini, 6 giugno 2008

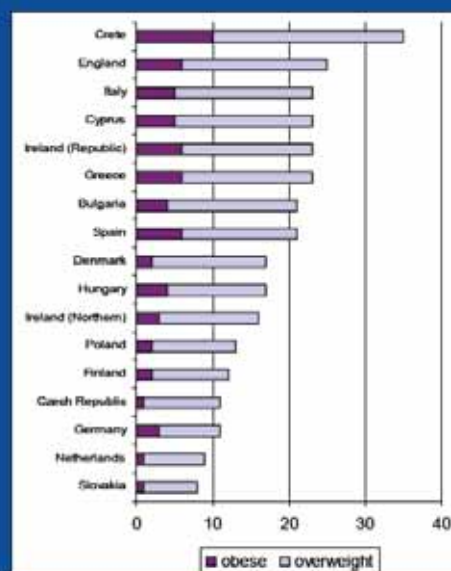
il contesto

NASA Natural Hazard: Smog in ValPadana



http://earthobservatory.nasa.gov/NaturalHazards/shownh.php3?img_id=13294

Childhood obesity in Europe – age 13-17



L'iniqua salute

I ricchi sono più sani e longevi
La povertà è «fattore di rischio»



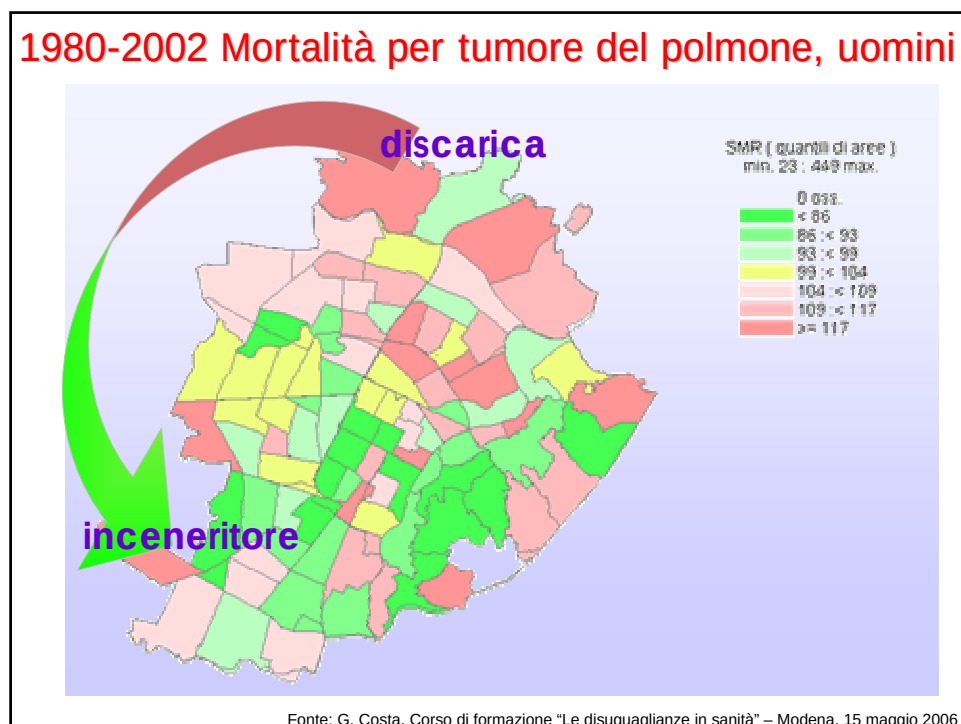
La salute è un lusso?



-4 anni di vita

LE DIFFERENZE
Ricerche condotte a Torino e a Milano hanno scoperto che fra chi abita nei quartieri alti e chi vive in quelli popolari l'aspettativa di vita è diversa: si accorcia in media di 4 anni passando dalle aree ricche a quelle povere

Corriere della Sera
Domenica 30 marzo 2008



I determinanti della salute

Non Modificabili	Socio economici	Ambientali	Stili di vita	Accesso ai servizi
• Genetica • Sesso • Età	• Povertà • Occupazione • Esclusione sociale	• Aria • Acqua e alimenti • Abitato • Ambiente sociale e culturale	• Alimentazione • Attività fisica • Fumo • Alcool • Attività sessuale • Farmaci	• Istruzione • Tipo di sistema sanitario • Servizi sociali • Trasporti • Attività ricreative

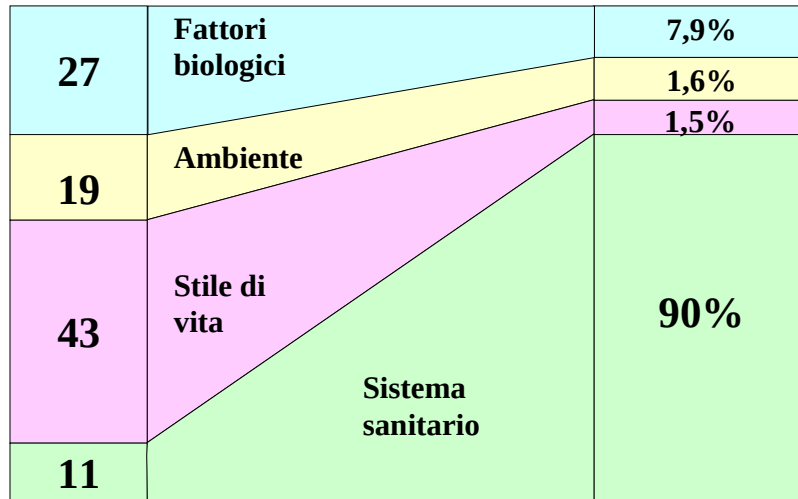
Patto per la salute						
	Enti Locali	Aziende Sanitarie	Terzo Settore	Imprenditori	Università	Individui -singoli -associati
Socioeconomiche						
Ambientali						
Stili di vita						
Servizi sanitari						

DETERMINANTI DI SALUTE

GRAFICO DI DEVER

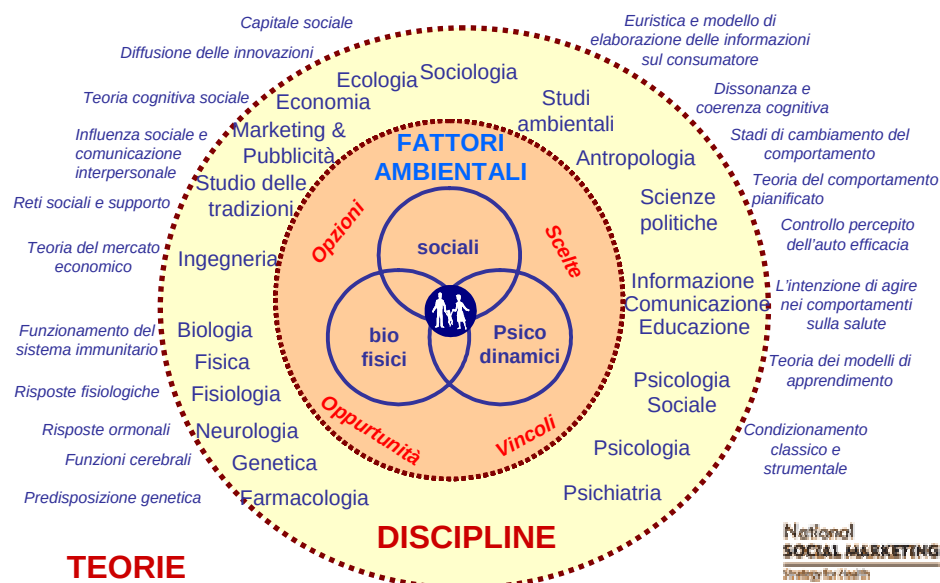
Riduzione % della mortalità

Costi in percentuale

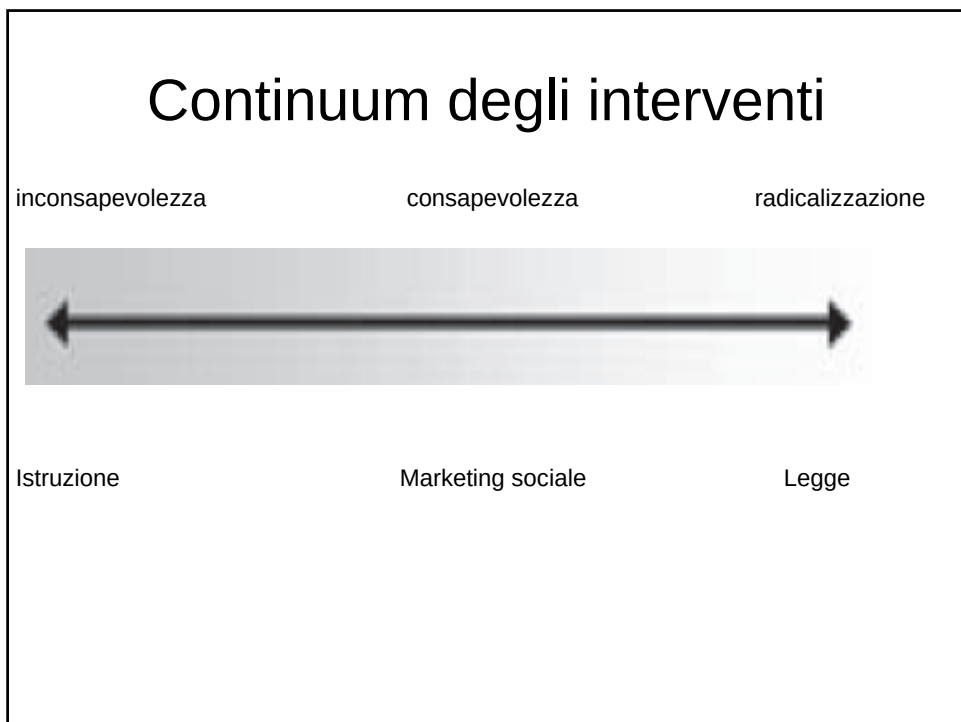


I fattori che influenzano i comportamenti

La complessa interrelazione che emerge dalle teorie e dalle diverse discipline







Strategie per promuovere comportamenti salutarì in rapporto di continuità

	Educazione	Marketing	Politica/ Leggi
Atteggiamento del target: disponibilità ad adottare il comportamento proposto	Propensione	Né propensione, né resistenza	Resistenza
Vantaggio percepito: possibilità di rendere percepibili i benefici del comportamento proposto	Facilmente possibile	Possibile, ma aumentando l'offerta	Non possibile attraverso la sola offerta
Concorrenza: forza della concorrenza (comportamenti non salutarì concorrenti)	Debole	Attiva	Ingestibile

Modificato da: Maibach E.W. tavola rotonda sul marketing sociale – Ottawa 23-24 settembre 2003

'From rhetoric to reality'
2nd National Social Marketing Conference
Oxford, 24th – 25th September 2007

**National
Social Marketing
Centre**

CLIMATE CHANGE: MARKETING & COMMUNICATION'S GREATEST CHALLENGE (& OPPORTUNITY)



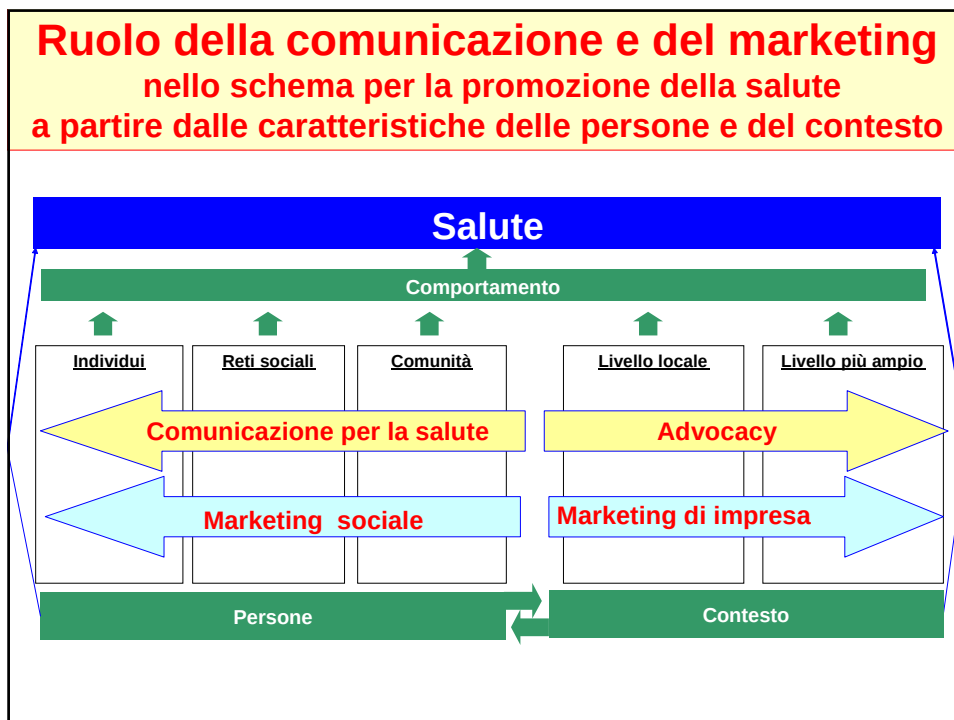


Ed Maibach
Center of Excellence in Climate Change
Communication Research



The NSM Centre is a strategic partnership
between the Government and the NCC.





Le attività

Integrazione tra i livelli di programmazione





Ambiente e salute a Salutando
 Appuntamenti con la salute
 al centro commerciale

Distributori automatici

VIDEO

BOLLINO

Scegli la Salute

BICCHIERI

LOCANDINE





Educazione alla salute nelle scuole

6. Consulenza a progetti sull'educazione alla mobilità sostenibile

A cura di ARPA EM

Rivista a: docenti delle Scuole Primarie e Secondarie di I e II grado della provincia, educatori in genere, con il coinvolgimento dei professori che hanno aderito al progetto GTAS (Gestione del Traffico, Ambiente e Salute), progetto biennale sull'educazione alla mobilità sostenibile rivolto alle Scuole Secondarie di II grado di Modena e provincia.

Obiettivi: L'intervento ha lo scopo di fornire consulenza agli educatori che intendono realizzare progetti relativi all'educazione alla mobilità sostenibile. La consulenza avverrà mediante la condivisione del sapere e delle competenze che ARPA possiede sulle tematiche che sono alla base della mobilità sostenibile, con particolare riferimento all'esperienza del progetto GTAS. ARPA, inoltre, attraverso le sue relazioni con il rete regionale e nazionale INFEA (Informazione, Formazione, Educazione Ambientale), e con la rete delle altre Agenzie Ambientali Regionali, può facilitare l'accesso ad informazioni e ad opportunità formative specifiche. In particolare si propone di offrire e insegnare l'utilizzo del "kit didattico" che costituisce la materializzazione del progetto GTAS.

Strumenti: Materiali messi a disposizione da ARPA, da utilizzare con i ragazzi dell'esperienza tra cui i materiali didattici di consultazione prodotti durante l'area concettiva dell'esperienza GTAS; consulenza dei professori che sono stati i relatori di progetto.

Programma: La consulenza prevede incontri informativi e formativi, supporto alla progettazione di interventi, messa a disposizione di materiali e di esperienze; organizzazione di momenti informativi di gruppo.

Adesioni a: ARPA Emilia Romagna Struttura Tecnica di Epidemiologia Ambientale, Area Educazione Ambientale di via Ansaldo Corbelli di Francesco Savero Aguzzese Tel. 059 433 624, 059 433 632 agenziaemiliana.arpasrl.it agenziaemiliana.arpasrl.it

7. Ambiente e salute: Elementi utili per progettare interventi educativi

A cura di ARPA, Servizio Tecnico di Epidemiologia Ambientale, Area Educazione Ambientale

Rivista a: insegnanti di Scuole Secondarie di I e II grado, educatori, operatori di centri di educazione ambientale, funzionari delle amministrazioni pubbliche che operano nel settore ambientale e sanitario, operatori di servizi sanitari impegnati in campo educativo della provincia.

Obiettivi:

- Conoscenza dei principi di fondo che legano il tema della salute a quello dell'ambiente.
- Conoscenza delle relazioni tra salute e ambiente con riferimenti specifici ad alcune tematiche di rilevante interesse come i rischi determinati da impianti di trattamento dei rifiuti, da campi elettromagnetici, da traffico, da inquinamento atmosferico.
- Modalità di progettazione di interventi di educazione alla salute e allo sviluppo sostenibile con esempi di progetti realizzati.

Verifica: Test di ingresso e finale.

Adesioni e informazioni a: ARPA Emilia Romagna Struttura Tecnica di Epidemiologia Ambientale, Area Educazione Ambientale di via Ansaldo Corbelli di Francesco Savero Aguzzese Tel. 059 433 624, 059 433 632 agenziaemiliana.arpasrl.it agenziaemiliana.arpasrl.it



Concorso



GAZZETTA DI MODENA
QUOTIDIANO D'INFORMAZIONE
CRONACA DI MODENA

LA NOSTRA SALUTE
Evitare i colpi di calore
Tanti consigli pratici. Più a rischio anziani e bambini

RELLIANOCI AL DOLORE
M...

La guida per conoscere il mare
Dolce, battello oceanografico, ti dice dove andare

“La Nostra salute”
Appuntamento settimanale sulla “Gazzetta di Modena”

Lo ‘sviluppo sostenibile’ nella vita quotidiana
Ecco l’attività svolta dall’Agenda 21 locale

Raggiungere obiettivi di sviluppo sostenibile non è un percorso immediato, definito e lineare. E’ nei fatti un percorso dinamico, complesso, incerto e contraddittorio nei risultati e nelle modalità, così come negli attori coinvolti, siano essi enti pubblici, imprese, associazioni organizzate o singoli cittadini. Per fare ciò, la Provincia di Modena ha intrapreso dal 1997 il percorso di Agenda 21, giungendo all’approvazione del piano d’azione operativo nel 2001, e contribuendo a realizzare, con il coinvolgimento di oltre 100 organizzazioni multisettoriali, numerosi progetti, in partnership o in modo autonomo. Da ultimo sulla scia del pioghevole “80 cose da fare: la mia AZI quotidiana”, si è deciso di riattivare la partecipazione dei cittadini, coinvolgendoli direttamente nel progetto “80 cose giuste da fare: stili di vita responsabili e sostenibili”, in una serie di incontri, non soltanto informativi, ma anche di sperimentazione.

Se osservi di cosa è possibile fare nei gesti e nei comportamenti quotidiani, dalla casa all’ufficio, dagli acquisti alle vacanze, agli investimenti. Per il momento, è partito il gruppo di lavoro che riguarda famiglie e condomini, ma è in corso la raccolta di adesioni per attivare altri gruppi, come “parrocchie sostenibili” e “sostenibilità multiculturale” rivolto in particolare agli immigrati. Aspetto fondamentale di AZIL è la diffusione dei risultati ottenuti, delle cosiddette buone pratiche di sostenibilità. La Provincia di Modena ne ha raccolte 21 sotto forma di video in un cd-rom, realizzato nel 2003, ed è ora in corso una nuova ricognizione delle migliori esperienze in tema di sostenibilità, per realizzare una nuova versione in formato dvd (info 059 306491, su internet www.agenda21.provincia.modena.it)
dott. Elisa Rossi
assessore ambiente
Provincia di Modena

Ambiente e Salute
Fiorano, Capri e Spezzano 9 maggio
CONFERENZA PUBBLICA con amministratori, esperti di Ausl, Arpa e imprenditori
Iniziativa del Comune di Fiorano Modenese

TRC

Rubrica settimanale su

“Vivo”

Giornale “free press”

Trimestrale

“La Nostra Salute”

Inviato gratuitamente a
tutte le famiglie modenesi



Convegni

Provincia di Modena **Agenda 21** PROVINCIA DI MODENA

Piano per la salute **pps** PROVINCIA DI MODENA

SERVIZIO SANITARIO REGIONALE EMILIA-ROMAGNA Assemblea Unita Socio-sanitaria Locale di Modena

LA QUALITA' DELL'ARIA NELLA PROVINCIA DI MODENA

Modena
21 Febbraio 2006 - Incontro pubblico

PROMOTORI : Provincia di Modena, Azienda USL di Modena Piano per la salute, Agenda 21 Provincia di Modena

AMBITO : ambiente e sani stili di vita

OBIETTIVI : proposte di risanamento della qualità dell'aria e sostenibilità degli stili di vita



Sono stati presentati i dati relativi a :

- le emissioni antropiche e i cambiamenti climatici
- la qualità dell'aria nel territorio modenese
- il rapporto tra salute e malattie causate dalla cattiva qualità dell'aria



Proposti gli obiettivi e i Progetti Piano di Risanamento Aria della Provincia di Modena e la Comunicazione per promuovere sani stili di vita dei cittadini

Distributori automatici



educazione ambientale 10+

VIDEO

BOLLINO

Seegli la Salute



BICCHIERI



LOCANDINE



I valori

• **Attenzione al rapporto alimentazione - salute.**

L'obiettivo è promuovere la salute consentendo, anche attraverso la distribuzione automatica, l'accesso all'offerta di prodotti freschi, locali, provenienti da agricoltura biologica o dal commercio equo solidale.

• **Valorizzazione delle produzioni alimentari (locali (frutta, verdura e acqua)).**

Si propone di favorire il consumo di prodotti locali, tipici e tradizionali, intesi quali patrimoni culturali, gastronomici ed economici da conservare.

• **Tutela ambientale**

Garanzie a protezione dell'ambiente possono essere criteri di attribuzione dell'appalto.

La filiera corta, che assicura distanze più brevi tra il luogo di produzione e quello di consumo, può ridurre l'inquinamento e aumentare la sostenibilità ambientale del servizio.

Sevilla 2007 Health Promotion and Disease Prevention through the Vending Industry

A Proposal of Healthy Public Procurement for Vending Machines

Developed from a National Network agreement:

Alfonso Pérez, Director General of Public Health Services, Madrid Area, IMIS (an acronym of IMIS-Formosa);
 Carlos González, Director of Food Services, San Sebastián University of Basque Government, President of the Food Services, Spanish Cities Vending Association;
 Giovanni Rossi, Head, Foodservice Unit, Regione di Milano;
 María García, Vice President of the Government of Catalonia (Government Association).

THE VALUES

Conformity with the National Foodservice Program and with "Building capacity: The European Strategy for the Prevention and Control of Noncommunicable Diseases".

- **taking care of nutrition and health** by increasing the possibilities of access to fresh, local, biological and fair trade products through vending machines;
- **enhancing local products** in particular typical and traditional foods (fruits, vegetables and water);
- **protecting the environment** by introducing guarantees for environmental preservation among the selection criteria (i.e. short distance from places of production to points of purchase).

THE SUMMARY OF SCORES

Criteria for Evaluation	Best Score
Economic Offer	
- A.1 Annual fee	A.1
- A.2 Prices for consumers	A.2
Total	50
Qualitative Offer	
- B.1 Characteristics of the products	
- Fruit based	
- Fruit based	
- Fruit-vegetables	
- Smoothie with Flavourings	
- Smoothie with hot and cold butter	
- 100% full juice	
- Local products (fruits, vegetables and water)	
- Imported products	
- Fair trade foods	
Sub-Total	40
- B.2 Service Utilities	5
- B.3 Quality Certifications	4
Total	50

for more information: www.ausi.mo.it/tips

MIKES **fare** **La Seguros** **COOPERS** **EUROPEAN VENDING ASSOCIATION**

Siviglia, 21-24 marzo 2007
Quinta Conferenza Europea
delle Città Sostenibili

Laboratori Educazione Ambientale

workshop

**Rete e partecipazione
per l'Educazione alla sostenibilità**

12-13 giugno 2008, LEA di Marzaglia
Marzaglia Nuova, Modena



workshop

workshop

**Rete e partecipazione
per l'Educazione alla sostenibilità**

12-13 giugno 2008, Istituto Carlo Sigonio, Modena

Organizzato da ARPA E/R, CEASS L'OLMO del Comune di Modena con la partecipazione delle Agenzie Ambientali delle Regioni italiane, APAT, il Sistema Infea e altre Organizzazioni interessate alla Educazione alla Sostenibilità.

Il workshop sarà articolato in 3 gruppi di lavoro

Educazione e Salute

Quale sistema di rete come strumento di partecipazione

Educazione e Territorio

Quale sistema di rete come strumento di partecipazione

Educazione e Clima

Quale sistema di rete come strumento di partecipazione

Concorso “Marketing per la salute”



- 4 edizioni realizzate
- oltre 200 partecipanti



www.marketingsociale.net

Speciale Ambiente



L'organizzazione





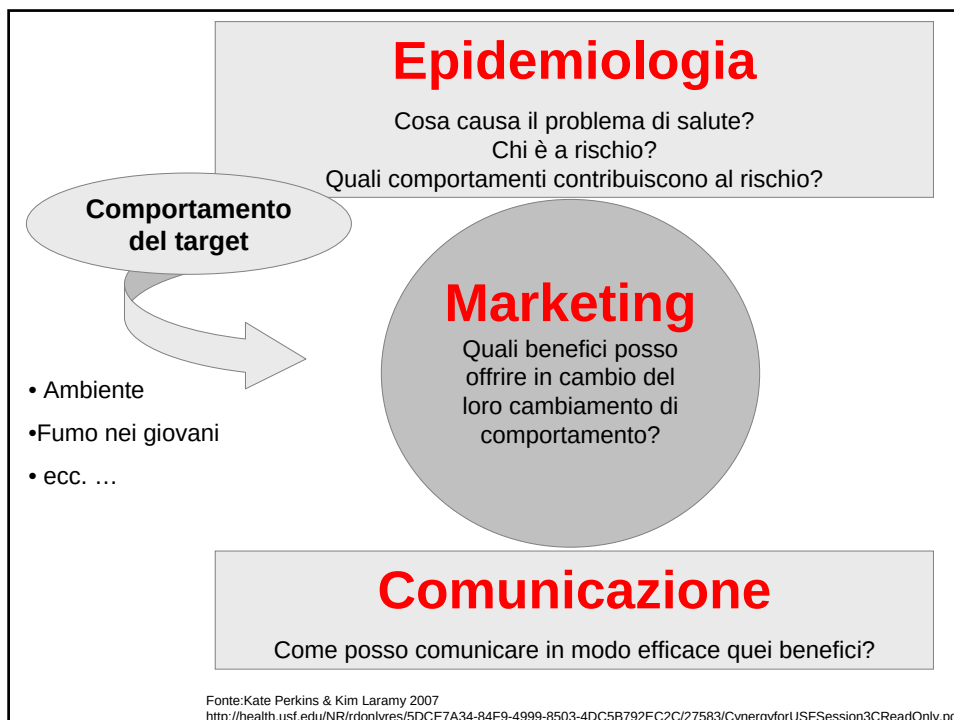
IL PROGRAMMA È ...

orientato su **temi trasversali** coinvolgenti diverse competenze professionali di più strutture organizzative o Dipartimenti

DGR Emilia-Romagna 2011/2007

una configurazione organizzativa che assicura **unitarietà di programmazione, organizzazione e valutazione per processi** organizzativi in aree problematiche o percorsi assistenziali per popolazioni bersaglio, che necessitano del contributo coordinato ed integrato di una pluralità di competenze appartenenti a **strutture organizzative o settori di attività diverse**.

Atto aziendale AUSL Modena



La proposta

INTEGRAZIONE AMBIENTE - SALUTE

1- Integrazione tra livelli di **programmazione**



2- Integrazione nella **comunicazione**



3- Integrazione nell'**educazione**



4- Integrazione nel **marketing sociale** (ricerca)



5-Integrazione delle **attività** (setting)





**Vision senza azione
è solo sogno**

**Azione senza
visione
è solo agitarsi**

**Visione e azione
possono cambiare
il mondo**

Joe Barker