

Comunicato stampa

Vaccini anti-Covid19: Fondazione Onda premia le campagne di comunicazione più significative degli ospedali con Bollini Rosa

Premiati da Fondazione Onda, Osservatorio nazionale sulla salute della donna e di genere, gli ospedali con Bollini Rosa che si sono distinti per la comunicazione a sostegno della campagna vaccinale anti-Covid-19

Il riconoscimento è stato consegnato in occasione della presentazione del V Congresso Nazionale della Fondazione Onda, “Cronicità e differenze di genere”

Milano, 27 settembre 2021 – Fondazione Onda, Osservatorio nazionale sulla salute della donna e di genere, premia le migliori attività di comunicazione a sostegno della campagna vaccinale anti-Covid19 promosse dagli ospedali Bollini Rosa. Il riconoscimento è stato consegnato oggi, in occasione della presentazione del V Congresso Nazionale della Fondazione Onda, “Cronicità e differenze di genere”, alle 5 strutture che hanno realizzato le iniziative più significative per promuovere l’importanza della vaccinazione presso il personale sanitario e la popolazione.

*“Dopo un anno complesso”, spiega **Francesca Merzagora**, Presidente di Fondazione Onda, l’Osservatorio nazionale sulla salute della donna e di genere “l’arrivo dei vaccini ci ha consentito di intravedere un po’ di luce nel lungo percorso verso la cosiddetta normalità. La campagna informativa lanciata nel 2021 da Fondazione Onda si proponeva di fare chiarezza su questo tema sfatando le principali fake news sui vaccini, circostanziando l’opportunità di vaccinarsi contro il Covid-19 e soprattutto invitando a essere fiduciosi nella scienza perché ognuno di noi si senta portavoce responsabile dei benefici per sé e per gli altri. Abbiamo quindi deciso di premiare le migliori campagne di comunicazione messe in atto dagli ospedali con i Bollini Rosa. Una voce autorevole e soprattutto vicina alla comunità dei pazienti che ha dimostrato il proprio valore impegnando al massimo le proprie risorse, non solo in corsia”.*

I Bollini Rosa sono un riconoscimento che dal 2007 viene conferito agli ospedali italiani per l’attenzione alle specifiche esigenze dell’utenza femminile, con l’obiettivo di individuare, collegare e premiare le strutture ospedaliere che offrono servizi dedicati alla prevenzione, diagnosi e cura delle principali patologie in ottica di genere e di interesse femminile.

Le campagne sono state valutate in base a criteri di efficacia, completezza e esaustività delle informazioni fornite, innovazione dei mezzi utilizzati per raggiungere la popolazione e autorevolezza scientifica, da una giuria composta da quattro esperti del settore: **Salvatore Carrubba**, Professore di sociologia e Direttore della scuola di comunicazione IULM a Milano, Presidente del Piccolo Teatro di Milano ed editorialista presso Il Sole 24 Ore, **Gilberto Corbellini**, Direttore del dipartimento di scienze sociali e umane, patrimonio culturale (Dsu) del Consiglio Nazionale delle Ricerche, **Andrea Gori**, Direttore di UOC malattie infettive, presso la Fondazione IRCCS Ca’ Granda, Ospedale Maggiore Policlinico di Milano e infine **Elisabetta Soglio**, Giornalista del Corriere della Sera.

Le campagne delle strutture premiate hanno sfruttato al meglio i propri canali digitali pubblicando contenuti sulle relative pagine social (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn e Youtube), sul sito istituzionale e sulla propria intranet. Per raggiungere la popolazione off-line sono stati utilizzati spot televisivi, campagne stampa, poster e cartellonistica. Inoltre, le cinque strutture selezionate, sono state in grado di rinnovare la comunicazione sfruttando canali alternativi e cercando l'interazione diretta con la popolazione con la diffusione di podcast su Spotify, ponendo domande e risposte ad esperti su TikTok, ma anche attraverso hashtag e gif create appositamente, e ancora interviste ad esperti e video-testimonianze per rispondere ai dubbi e dare chiarimenti ma soprattutto per coinvolgere un pubblico eterogeneo di persone appartenenti a diverse fasce di età. Alcuni ospedali hanno voluto dare un valore aggiunto alla loro campagna realizzando contenuti dal forte impatto visivo come murali o donando spillette al personale vaccinato.

“La campagna di Onda ha svolto un ruolo essenziale per il consolidamento di un’opinione pubblica informata e responsabile, risorsa insostituibile per una società aperta al confronto e fiduciosa nella scienza e nelle competenze”, commenta **Salvatore Carrubba**, Direttore Scuola di Comunicazione IULM Milano e editorialista il Sole 24 Ore.

“Il Covid ha messo all'angolo la prevenzione, penalizzando fortemente le donne”, conclude **Carola Salvato**, Presidente di AssoHealth e CEO di Havas Life Italia. *“Essendo infatti la donna più soggetta a controlli diagnostici nelle diverse fasi della vita, le conseguenze si sono manifestate sia in termini di rallentamento di cura e controllo delle patologie conclamate sia delle fondamentali attività di prevenzione. Un esempio di approccio di genere distintivo e di prossimità verso le donne sono state le campagne promosse dagli ospedali con i Bollini Rosa.”*

Le strutture premiate sono:

1. Gruppo San Donato con la campagna “Io mi vaccino perché”,
2. Presidio S. Camillo De Lellis di Rieti con la campagna “#IOmiVACCINO”,
3. Istituto Clinico Humanitas di Rozzano con la campagna “Arrivano i nostri - Faccia a faccia con il vaccino anti-Covid”,
4. Ospedale Di Vaio di Fidenza con la campagna “Il vaccino ti avvicina”,
5. Ospedale Maggiore di Modica con la campagna “Vaccini antiCovid19”.

Ufficio stampa

HealthCom Consulting

Laura Fezzigna, mob. +39 347 4226427 email laura.fezzigna@hcc-milano.com

Carlotta Freri, mob. +39 333 4642368 email carlotta.freri@hcc-milano.com

Maria Chiara Sommariva, mob. +39 340 5926048 email mariachiara.sommariva@hcc-milano.com