



Evento motivazionale per la promozione della salute

Opuscolo «Suggerimenti per gli organizzatori»

Raccomandazioni su contenuti e organizzazione

- concentrarsi chiaramente su uno specifico gruppo target (ad esempio, anziani, gioventù o genitori)
- formulare un titolo significativo, conciso e attrattivo.
- Scegliere un metodo interessante (ad esempio un filmato, un teatro di improvvisazione, una relazione interattiva, una lettura, una mostra, un caffè di narrazione o una living library, ecc.)
- Includere una tavola rotonda moderata tra persone interessate, familiari e professionisti (max. 4 partecipanti più la moderazione).
- Pianificare bene la durata dell'evento (ad esempio, brevi input tecnici e tempo sufficiente per lo scambio).
- Attivare e coinvolgere il pubblico (ad esempio, registrare le domande su una flipchart all'inizio dell'evento o in formato digitale su www.slido.com).
- Importante: creare un ponte con i servizi locali di consulenza, sostegno e tempo libero.
- Scegliere consapevolmente la data dell'evento (prestare attenzione a caccia, festività, vacanze scolastiche, altri eventi).
- Scegliere i locali adatti (dimensioni, buona acustica, sedie comode, tecnologia, temperatura, ecc.)
- Eventuale rinuncia all'iscrizione a favore di una bassa soglia (riduce la pianificabilità, soprattutto per la ristorazione)
- Segnalare bene la sede (ad esempio, cartelli ben visibili all'ingresso).

Relazioni pubbliche/pubblicità da parte degli organizzatori (in base alle possibilità finanziarie e di personale)

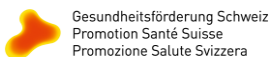
- L'invito personale tramite lettera ha un effetto maggiore (ad esempio, l'invio da parte del comune).
- Distribuire materiale pubblicitario (manifesti/volantini) attraverso i propri canali (analogici e digitali)
(se necessario, l'Ufficio dell'igiene pubblica produce volantini in formato A5 e piccoli manifesti in formato A4/A3 (impaginazione e stampa) in formato standard).
- Attirate l'attenzione sull'evento nella vostra homepage, nella newsletter/newsmail e nella vostra firma di posta elettronica.
- Comunicazione alle istituzioni e agli attori locali (ad esempio, il centro di consulenza regionale di Pro Senectute).
- Pubblicare su Facebook, Instagram e altri social media (invito/ promemoria)

- Utilizzare la propria rete personale (invito a voce o tramite WhatsApp, ecc.).
- Pubblicare nei calendari degli eventi (regionali, comunali) (ad es. chur.ch o alter.gr.ch)
- Pubblicità (cartacea e digitale, a seconda del budget previsto).
(se richiesto, l'Ufficio dell'igiene pubblica fornirà un annuncio pubblicitario (solo il design, senza l'inserzione) nel look standard)
- Articoli redazionali a pagamento, reportage pubblici, ecc. (a seconda del budget previsto)
- Comunicato stampa ai media locali, regionali e cantonali.
(se necessario, l'Ufficio dell'igiene pubblica fornirà un modello semplice).
- Informare i rappresentanti dei media locali e invitarli a segnalare l'evento (eventualmente fornendo testi già pronti e interlocutori per le interviste).

Dopo l'evento (la sera stessa, al massimo il giorno successivo)

- Inviare ai media locali un reportage autoprodotta, con foto.
- Pubblicare una rassegna sulla propria homepage
- Pubblicare una rassegna sui social media

Con il sostegno di



V09/2024