

La comunicazione: efficacia dell'azione comunicativa della FNOMCeO

Roma 12 dicembre 2024



Metodologia



- ✓ **Data di rilevazione: tra 11-13 giugno 2024**
- ✓ **Tecnica di somministrazione delle interviste: CAWI**
- ✓ **Estensione territoriale: Nazionale**
- ✓ **Consistenza numerica del campione: 1.000 interviste**

Le principali evidenze



Per alcune domande di particolare interesse sono state presentate delle polarizzazioni che indicano i cluster di utenti che registrano valori più alti

Che voto darebbe in generale alla comunicazione in ambito sanitario, di sensibilizzazione e informazione di ambito socio-sanitario che viene proposta sui diversi media?

VOTO MEDIO **6,32**

→ 6,54 tra i 18-24 anni



Secondo Lei chi dovrebbe operarsi per fornire una comunicazione sanitaria adeguata ed efficace che coinvolga il maggior numero possibile di cittadini? **AMMESSE RISPOSTE MULTIPLE**

Ministero della Salute	68,6%
Aziende Sanitarie Locali	39,9%
Medici di base	37,8%
Presidi Ospedalieri (Policlinici, Istituti di ricerca e cura,...)	23,3%
Assessorati alla Salute	21,8%

23,2% tra i 18-24 anni
e gli over 65 anni

Ordini Professionali delle professioni mediche e sanitarie	20,7%
--	-------

Altre voci: 19,0%

Non sa / non risponde: 3,8%



A tutti gli intervistati sono state mostrate le immagini e i video delle 6 campagne realizzate tra il 2020 e il 2024 e per ciascuna è stata chiesta una valutazione sull'efficacia del messaggio e sul sentiment associato.



Campagna 1: OGNI VITA CONTA 2020	Campagna 2: E POI LA VITA CHI TE LA SALVA? 2020	Campagna 3: MASCHERE 2021	Campagna 4: INVISIBILI 2022	Campagna 5: MILIONI 2022	Campagna 6: ABBANDONO 2024
---	---	---------------------------------	-----------------------------------	--------------------------------	----------------------------------

EFFICACIA (voto medio)	7,17	7,15	7,12	7,34	7,07	<u>7,64</u>
*SENTIMENT POSITIVI	<u>70,1</u>	68,6	67,5	48,4	66,8	36,3
*SENTIMENT NEGATIVI	26,3	27,2	27,1	47,9	28,6	<u>60,7</u>**
*Nessuna sensazione	3,6	4,2	5,4	3,7	4,6	3,0

****Le emozioni «negative» registrate rispetto a questa specifica campagna devono essere lette come stimolo e riflessione sulle aggressioni al personale medico. Ciò che appare come un sentimento «negativo» (rabbia, tristezza, sfiducia, ...) in realtà è da leggere come una scossa che esorta all'azione e all'intraprendere nuove iniziative a favore del lavoro e dell'operato di tutte le professioni sanitarie**

* I dati sono stati ripercenualizzati (la domanda sul sentiment per ciascuna campagna prevedeva più possibilità di risposta)



OGNI VITA CONTA (2020)

Le immagini mostrate hanno subito riportato alla mente quello che ognuno ha potuto vivere e conoscere anche in maniera diretta durante e dopo il Covid e il lockdown e che oggi a tratti cerchiamo di archiviare senza successo. Il tributo alle centinaia di operatori sanitari che hanno perso la vita per salvarne altre lascia un retrogusto amaro facendo riflettere su quelle promesse mai mantenute e sulle difficoltà che vive ogni giorno chi ha deciso di intraprendere un cammino nel mondo sanitario

EFFICACIA VOTO MEDIO

7,17



Che sentimenti le trasmette questa campagna?

AMMESSE RISPOSTE MULTIPLE

SENTIMENT POSITIVI		SENTIMENT NEGATIVI	
Speranza	31,6%	Tristezza	18,8%
Professionalità	29,3%	Ansia	12,9%
Solidarietà	27,5%	Rabbia	6,7%
Fiducia	22,7%	Sfiducia nei confronti dello Stato e delle Istituzioni	6,0%
Orgoglio	14,1%	Indifferenza	3,7%
Ottimismo	11,7%	Noia	3,2%
Non mi trasmette nulla		FNOMCeO	7,0%

FNOMCeO
Federazione Nazionale
degli Ordini dei Medici Chirurghi
e degli Odontoiatri



E POI LA VITA CHI TE LA SALVA? (2020)

Lo spot dedicato al tema della violenza contro gli operatori sanitari mandato on air nel febbraio 2020 denuncia l'importanza della professione del medico e promuove la necessità di proteggere la sua persona da possibili aggressioni...il tema delle aggressioni sarà poi ripreso nella comunicazione FNOMCeO anche durante il 2024, segno che questa emergenza durante gli ultimi 4 anni non si è ridotta

**EFFICACIA
VOTO MEDIO**

7,15



Che sentimenti le trasmette questa campagna?

AMMESSE RISPOSTE MULTIPLE

SENTIMENT POSITIVI		SENTIMENT NEGATIVI	
Solidarietà	28,0%	Tristezza	14,5%
Speranza	27,2%	Rabbia	10,3%
Professionalità	24,5%	Ansia	9,6%
Fiducia	23,6%	Sfiducia nei confronti dello Stato e delle Istituzioni	7,0%
Ottimismo	11,6%	Indifferenza	4,7%
Orgoglio	10,1%	Noia	3,5%
Non mi trasmette nulla			7,6%

NEL 2018 GLI OPERATORI SANITARI IN ITALIA HANNO SUBITO 1200 AGGRESSIONI*

E POI LA VITA CHI TE LA SALVA?

CHI AGGREDISCE UN MEDICO FERISCE TUTTI NOI
CHIUDIAMO LA FEDELAZZA PER SEMPRE.



MASCHERE (2021)

La campagna sottolinea l'importanza di affidarsi ad un medico di professione e quindi alla scienza per tutelare la propria salute: tema molto sentito in un periodo in cui ci si sente smarriti e senza punti di riferimento

EFFICACIA VOTO MEDIO

7,12

DIFFIDA DEL TUTTO. AFFIDATI ALLA SCIENZA, AFFIDATI AI MEDICI.
PER TUTELARE LA SALUTE DI TUTTI.



Che sentimenti le trasmette questa campagna?

AMMESSE RISPOSTE MULTIPLE

SENTIMENT POSITIVI		SENTIMENT NEGATIVI	
Professionalità	29,4%	Tristezza	11,3%
Fiducia	25,3%	Ansia	11,1%
Speranza	23,4%	Rabbia	7,8%
Solidarietà	16,7%	Sfiducia nei confronti dello Stato e delle Istituzioni	6,8%
Ottimismo	12,5%	Indifferenza	6,3%
Orgoglio	9,3%	Noia	3,5%
Non mi trasmette nulla		Federazione Nazionale degli Ordini dei Medici Chirurghi e degli Odontoiatri	9,3%



INVISIBILI (2022)

Una seria e impattante accusa alla politica per non aver saputo difendere tutti coloro che hanno deciso di essere medici in Italia...questo si evince chiaramente dalla mappa delle percezioni rilevate che vedono in cima alla classifica proprio la «sfiducia nei confronti dello Stato e delle Istituzioni». Essere invisibili nella società odierna significa sentirsi ignorato, trascurato o non riconosciuto dagli altri e questo non può che deludere e confondere l'opinione pubblica. Ed è proprio l'invisibilità che porta alla sfiducia...

EFFICACIA VOTO MEDIO

7,34



Che sentimenti le trasmette questa campagna?

AMMESSE RISPOSTE MULTIPLE

SENTIMENT POSITIVI		SENTIMENT NEGATIVI	
Solidarietà	20,4%	Sfiducia nei confronti dello Stato e delle Istituzioni	25,0%
Professionalità	18,3%	Rabbia	23,6%
Speranza	17,3%	Tristezza	20,2%
Fiducia	12,9%	Ansia	9,2%
Orgoglio	9,5%	Indifferenza	4,5%
Ottimismo	8,5%	Noia	3,4%
Non mi trasmette nulla			6,7%

Federazione Nazionale degli Ordini dei Medici Chirurghi e degli Odontoiatri



MILIONI (2022)

Ancora una volta si è cercato di raccontare la professione del medico mettendo in risalto la maggior parte delle peculiarità della professione. Forte anche in questo caso il sentimento di sfiducia nelle Istituzioni e nello Stato, nonostante emergano in maniera importante sentimenti legati alla professionalità, alla speranza, alla solidarietà e alla fiducia

Che sentimenti le trasmette questa campagna?

AMMESSE RISPOSTE MULTIPLE

EFFICACIA VOTO MEDIO

7,07



SENTIMENT POSITIVI

- Professionalità **28,1%**
- Speranza **24,9%**
- Solidarietà **23,3%**
- Fiducia **19,2%**
- Orgoglio **14,3%**
- Ottimismo **10,2%**

SENTIMENT NEGATIVI

- Sfiducia nei confronti dello Stato e delle Istituzioni **17,1%**
- Tristezza **11,3%**
- Rabbia **11,2%**
- Ansia **5,3%**
- Noia **3,3%**
- Indifferenza **3,2%**
- Non mi trasmette nulla **8,3%**

80% DEGLI ITALIANI HA FIDUCIA NEI MEDICI
SOSTENIAMOLI CON PIÙ RISORSE, PIÙ PERSONALE,
PER GARANTIRE LA SALUTE DI TUTTI.



ABBANDONO (2024)

La visione del medico con il viso tumefatto ha stimolato emozioni «negative» che devono essere lette come il raggiungimento pieno dell'obiettivo: stimolare una riflessione importante sulle aggressioni al personale medico. Ciò che appare come un sentimento «negativo» (rabbia, tristezza, sfiducia,...) in realtà è da leggere come un sussulto che esorta all'azione e all'intraprendere nuove iniziative (anche – ma non solo – comunicative) a favore del lavoro e dell'operato di tutte le professioni sanitarie

EFFICACIA VOTO MEDIO

7,64



Che sentimenti le trasmette questa campagna?

AMMESSE RISPOSTE MULTIPLE

SENTIMENT POSITIVI		SENTIMENT NEGATIVI	
Solidarietà	31,5%	Rabbia	39,8%
Speranza	10,7%	Tristezza	33,6%
Professionalità	7,9%	Sfiducia nei confronti dello Stato e delle Istituzioni	16,8%
Fiducia	7,1%	Ansia	13,1%
Ottimismo	3,8%	Indifferenza	2,4%
Orgoglio	3,7%	Noia	2,4%
Non mi trasmette nulla			5,3%

TROPPE AGGRESSIONI. Diciamo basta

SALVIAMO IL SERVIZIO SANITARIO NAZIONALE BASTA ALLA FORZA CONTRO



Federazione Nazionale degli Ordini
dei Medici Chirurghi e degli Odontoiatri
www.fnomceo.it



I punti su cui si è sviluppata la comunicazione dei 6 filmati realizzati da FNOMCeO hanno offerto una maggiore comprensione di alcune sfide e necessità della professione medica.

Una **comunicazione completa e trasparente** sulla professione del medico **può influenzare positivamente le politiche sanitarie**, portando ad un sistema più equo, efficiente e sostenibile, con benefici sia per i pazienti sia per i professionisti del settore.

Il fatto che siano stati i cittadini a rimanere impressionati è di estremo rilievo: i legislatori e i politici che hanno il potere di assumere decisioni e scelte proprio sugli investimenti di denaro pubblico dovrebbero prestare attenzione a queste dichiarazioni perché è **proprio dalle Istituzioni che ci si attende una reazione, una risposta, un intervento legislativo.**

Ogni sforzo da parte della Federazione Nazionale degli Ordini dei Medici Chirurghi e degli Odontoiatri deve continuare ad essere rivolto proprio a sollecitare un intervento concreto e reale da parte del Governo Nazionale e dei Governi Regionali. **L'andrà tutto bene non basta più e, diciamolo, siamo perfettamente coscienti oggi – con il senno del poi – che non sia mai bastato!**



Thank You!

 **EUROMEDIA
RESEARCH[®]**

info@euromediaresearch.it
www.euromediaresearch.it