

Ausl Piacenza nel Progetto Partner in Sanità

ieri alle 19:53 | Sezione: [Quotidiano](#) | Categoria: [Salute](#), [Servizi ai cittadini](#) | [0 commenti](#)

Di **Redazione VicenzaPiù**

Meneghini & Associati

L'Ausl Piacenza entra nel Progetto Partner in Sanità

M&A diventa concessionaria degli spazi pubblicitari dell'Ausl Piacenza

Meneghini & Associati, agenzia di comunicazione veneta, independent partner del gruppo Publicis, si è aggiudicata la concessione triennale per la vendita degli spazi pubblicitari presso l'Ausl Piacenza. Questa nuova azienda sanitaria va ad aggiungersi all'Asl di Ravenna ed al Policlinico Universitario S.Orsola Malpighi di Bologna, partner consolidati in Emilia Romagna da più di cinque anni. Cresce ulteriormente il "Progetto Partner in Sanità - per un ospedale a misura d'uomo" raggiungendo, oltre al presidio Ospedaliero di Piacenza centro, gli ospedali di Borgonovo, Villanova, Bobbio, Fiorenzuola, l'Ospedale San Giovanni e distretti sanitari di grandi dimensioni come quello di Ponente, Levante e di Piacenza Centro.

Il "Progetto Partner in Sanità - per un ospedale a misura d'uomo", gestito in esclusiva dall'Agenzia Meneghini & Associati di Vicenza, coinvolge ad oggi ben quattro regioni, Veneto, Emilia Romagna, Friuli Venezia Giulia, Lombardia e più di un centinaio di strutture sanitarie.

Attivo dal 2001 in Veneto, dove è oggi una realtà consolidata, nel tempo il Progetto ha saputo attirare l'interesse di molte realtà Sanitarie che hanno potuto aprirsi al mercato pubblicitario e alle sponsorizzazioni, all'interno dei propri spazi comuni, escluse però le aree di degenza. Questi spazi sono infatti percorsi giornalmente da un pubblico numeroso ed eterogeneo, composto per lo più di persone non degenti.

Le aziende sanitarie possono così contare su risorse finanziarie importanti da destinare ad iniziative altrimenti non realizzabili con i fondi disponibili, destinati totalmente all'attività di cura e assistenza.

L'impostazione creativa dei messaggi veicolati sono sotto la supervisione di un apposito Comitato Pubblicità, interno alle strutture sanitarie partner.

Molti sono i progetti concretizzati negli anni: sale d'attesa più accoglienti, nuova segnaletica, corsi di formazione, asili nido per il personale, campagne informative all'utenza e di prevenzione sanitaria.

Oltre alla pannellistica statica tradizionale l'esposizione pubblicitaria è evoluta nella pubblicità dinamica, rappresentata dal progetto di digital signage "M&A Channel", con l'installazione, all'interno delle sale d'attesa, di monitor di ultima generazione che veicolano all'utenza informazioni sanitarie, campagne di prevenzione e messaggi pubblicitari. Una piattaforma digitale consente la gestione in concessione di uno o più monitor da un unico server remoto, differenziandone però i contenuti e soprattutto eseguendo aggiornamenti in tempo reale.

Molto interessante è, infine, la possibilità di utilizzare per gli inserzionisti gli spazi del periodico o della newsletter aziendali, i cui costi di realizzazione vengono ricoperti in toto o parzialmente dagli introiti pubblicitari.

Per le aziende sanitarie PPS rappresenta una svolta significativa nella gestione dei servizi sanitari, per i privati inserzionisti/sponsor è un'opportunità sempre più sentita per collegare l'investimento pubblicitario ad attività di rilevante interesse pubblico e sociale.