

INFORMAZIONI PERSONALI

Giuseppe Fattori

POSIZIONE RICOPERTA

- Professore a contratto, Corso di “Marketing sociale”, Laurea Magistrale in Comunicazione giornalistica, pubblica e d'impresa, Dipartimento di Scienze Politiche e Sociali. Università di Bologna
- Presidente "Coordinamento Nazionale Marketing Sociale”
- Chair of the “National Representatives and Volunteers Committees”
Board ESMA (European Social Marketing Association)

ATTIVITÀ DIDATTICA

Università di Bologna: Scienze Politiche

- A.A. 2024-25, 2023-2024, 2022-2023, 2021-2022, 2020-21, 2019-20, 2018-19, 2017-18, 2016-17, 2015-16: Professore a contratto, Corso di “Marketing sociale”, LM in Comunicazione giornalistica, pubblica e d'impresa. Dipartimento di Scienze politiche e sociali.
- A.A. 2014-15, 2013-14, 2012-13, 2011-2012: Professore a contratto, Corso di “Marketing sociale”, LM in Scienze della comunicazione Pubblica e Sociale, Facoltà di Lettere e Filosofia /Scuola di Lettere e Beni culturali
- A.A. 2010-11, 2009-10, 2008-09: Professore a contratto, Modulo nel corso di Comunicazione e marketing sociale, LM in Scienze della comunicazione Pubblica e Sociale, Facoltà di Lettere e Filosofia
- A.A. 2007-08, 2006-07: Tutor didattico Laboratorio Marketing sociale LS Scienze della comunicazione Pubblica, Sociale e Politica, Facoltà di Lettere e Filosofia

Università di Bologna: Medicina Chirurgia

- A.A. 2017-18 “Il ruolo dei social media nella comunicazione per la salute“ Master universitario di II livello in Health Services Management
- A.A. 2012-13 “La comunicazione finalizzata all’empowerment e ai processi partecipativi” Corso di Alta Formazione universitario in "Strumenti metodologici e operativi per la prevenzione e la promozione della salute"
- 2011-12“Comunicazione ai cittadini e ai pazienti”
Master di II livello (cod. 8546) in Funzioni direttive e gestione servizi sanitari
- 2011 “Introduzione al Marketing sociale e contestualizzazione nel panorama italiano con riferimento alla PA” - Corso per Dipartimenti Sanità Pubblica RER.
- 2011 “Il Marketing Sociale: Applicazioni nell’ambito della Sanità Pubblica” Corso per Dipartimento di Sanità Pubblica RER.

-A.A. 2010 -11 “La comunicazione per la salute e il marketing sociale “Master universitario di II livello in Health Services Management “Políticas y gestion en salud.”

SDA Bocconi

- 2022 “Community Based Social Marketing e promozione della salute” Riprogettazione dell’azione di advocacy & lobbying istituzionale
- 2021 “Promozione della salute e social media” Corso di formazione manageriale per direttori generali
- 2021 “Promozione della salute e social media” Formazione manageriale Regione Sicilia
- 2021 “Promozione della salute **onlife**”. Master EMMAS
- 2015 “I social network a supporto della prevenzione” Prodotti, servizi e customer solution nei CPS - Workshop OCPS
- 2014 Docente di "Nuovi setting e alleanze citizen included". Corso di Perfezionamento in Management dei Servizi Sociali e Socio Sanitari
- 2014 Docente di “Marketing sociale e promozione della salute” Osservatorio sui Consumi Privati in Sanità OCPS
- 2013 "Il nuovo marketing per la sanità" Master EMMAS
- 2013 “Attori e processi di influenza nella tutela della salute: il caso del Sistema comunicazione e marketing sociale della ASL di Modena” Master in Management per la Sanità” MIMS
- 2012 “Marketing sociale e promozione della salute” al corso “Un nuovo marketing per la sanità”
- 2011 “Il marketing per la salute” Le esperienze di marketing e comunicazione in sanità

ARES Sardegna

- 2022 Corso “Il marketing sociale nella promozione della salute”

Regione Emilia-Romagna – docenze:

- 2019 “Social media e promozione della salute” Nell’ambito del corso: Malattie trasmesse da vettori: empowerment e strategie comunicative;
- 2016 Workshop “Comunicare CON la comunità” - Costruire salute con le comunità: la promozione della salute in Emilia-Romagna”
- 2014 Corso di formazione “La comunicazione e l’informazione in rete”
- 2014 Corso di formazione “Health Literacy per il Servizio sanitario regionale”
- 2014 Corso di formazione per giornalisti “I social media per la comunicazione in sanità”
- 2007 Formazione per gli “Uffici stampa” delle Aziende Sanitarie dell’Emilia Romagna

Regione Sicilia - docenze: CEFPAS (Centro per la Formazione Permanente e l’Aggiornamento del Personale del Servizio Sanitario)

- 2019 “Il Marketing sociale applicato ai servizi socio sanitari”. Nell’ambito dell’Executive master in programmazione e gestione dei servizi socio-sanitari.

Regione Toscana - docenze: Azienda Ospedaliero Universitaria Pisana

-2018 “Comunicare la salute dall’analogico al digitale. L’esperienza di Aziende sanitarie, professionisti e pazienti”. Nell’ambito del corso: La comunicazione interna ed esterna: comunicare con i colleghi e con i cittadini. Open Data & Digital Story Telling.

Università degli studi Carlo Bo di Urbino:

-A.A. 2023-2024, 2022-2023, 2021-2022, 2020-21, 2019-20, 2018-19, 2017-18, 2016-17, 2015-16, 2014-15, 2013-14, 2012-13, Docente di “Marketing sociale”

- Master in “Management Innovativo delle Organizzazioni Sanitarie” MIOS, Dipartimento di Scienze della Comunicazione;

- A.A. 2023-2024, 2022-2023, 2021-2022, 2020-21, 2019-20, 2018-19, 2017-18, 2016-17, 2015-16: “Social media e salute” – Corso di alta formazione manageriale per dirigenti sanitari. Dipartimento di Giurisprudenza

- A.A. 2017-18: Professore a contratto, Corso di “Marketing dei servizi socio-sanitari e delle aziende sanitarie” - Master in “Management Innovativo delle Organizzazioni Sanitarie” MIOS, Dipartimento di Scienze della Comunicazione;

Università degli studi di Modena e Reggio Emilia

-A.A 2024-2025 Docente al Master di 2° livello in "One Health: sostenibilità ambientale e sanitaria delle produzioni alimentari”

- 2023-24 Il Festival di Ambiente e Salute

- 2022 Marketing sociale “On life” per la salute e

l’ambiente - Corso di perfezionamento in “Alimentazione, Salute e Sostenibilità: approfondimenti per operatori in ambito di Salute e Ambiente”

Divulgazione:

- 2021 Smart health: dalla telemedicina alla promozione della salute

- 2021 “I martedì della salute in 100 secondi”

- 2020 La comunicazione per promuovere l’ambiente e la salute: istruzioni per l’uso

Università degli Studi di Perugia. Facoltà di Medicina e chirurgia.

- A.A. 2018-19, 2017-18, 2016-17, 2015-16 2014-15, 2013-14, 2012-13, 2011-2012, 2010-11, 2009-10, 2008-09, 2007-08, 2006-07: Docente di “Marketing Sociale” MASTER in “Pianificazione, gestione e valutazione di azioni integrate di promozione della salute per la comunità. Community Health Promotion (CHP)”

Università Bicocca (Milano)

-A.A. 2018-19 Docenza di Marketing sociale al corso di “Web marketing”

Istituto di Ricerche Farmacologiche Mario Negri

- 2016 “Digital Health 2.0, presente e futuro della medicina digitale” I Social Media e il Mondo della Salute

- 2009 “La comunicazione pubblica” in Strategie di promozione della salute e delle malattie: quale spazio per le evidenze degli studi clinici

	<p><u>Università di Pisa – Osservatorio della comunicazione sanitaria</u> A.A. 2014-15, 2013-14, 2012-13, 2011-2012, 2010-11, 2009-10, 2008-09, 2007-08, 2006-07 Docente di “Marketing sociale e promozione della salute” nel Master in Comunicazione Sanitaria in ambito Biomedico, Sociale e Pedagogico</p> <p><u>DoRS - Centro Regionale di Documentazione per la Promozione della Salute-Torino</u> -2009 “Le strategie di marketing sociale” Docente al Corso di Formazione “Marketing Sociale e Promozione della Salute”</p> <p><u>Università della Svizzera Italiana, Institute of Public Communication</u> -2013 Docente “Marketing sociale e disuguaglianze socioeconomiche di salute” -2012 “Reflections on Social Marketing (health policies, organization, evaluation)”</p> <p><u>Regione Campania – docenze: Area Marina Protetta</u> -2019 Marketing sociale e comunicazione per l'ambiente</p> <p><u>International Social Marketing Association</u> -2022 Key concepts of social marketing</p>
--	--

ATTIVITÀ PROFESSIONALE (Marketing sociale e promozione della salute)	<p>2014-17 Direttore Programma “Promozione della Salute” - AUSL Modena – Struttura Complessa Responsabile della programmazione e del coordinamento delle attività di promozione della salute realizzate dall’Azienda USL di Modena in collaborazione con altri Soggetti del territorio.</p> <p>- 2016-17: Coordinatore del Programma Regionale denominato “Mappa delle opportunità di salute”, Regione Emilia-Romagna</p> <p>-2007-17 Coordinatore e Responsabile di Progetto del Counselling on line “Help-AIDS” Regione Emilia-Romagna</p> <p>- 2012-2017 Responsabile “Progetti per Guadagnare Salute in contesti di comunità” AUSL Modena</p> <p>- 2000-2013 Direttore del Sistema Comunicazione e Marketing Sociale-Struttura complessa AUSL di Modena</p> <p>- Nel corso degli anni, è stato/è Componente di varie Commissioni (Regione della Emilia-Romagna sui temi della prevenzione, della comunicazione per la salute e della protezione ambientale)</p>
---	--

ATTIVITÀ GESTIONALE	- 1994-2000 Direttore di Presidio Ospedaliero –AUSL Modena
ATTIVITÀ CLINICA	- 1982-1994 Assistente, Aiuto, Primario Anestesia Rianimazione (Cardiochirurgia/Ancona, Policlinico/AUSL Modena)

COLLABORAZIONI

- dal 2021 ad oggi Componente del Board ESMA (European Social Marketing Association)
- dal 2021 ad oggi “Chair of the National Representatives and Volunteers Committees ESMA)”
- dal 2017 ad oggi Componente dell'Advisory Board del “Social Marketing Quarterly” (Sage Publications)
- dal 2012 ad oggi Componente dell'Advisory Board del “Journal of Social Marketing (Emerald)
- dal 2010 ad oggi Componente del Comitato di Redazione della rivista Sistema Salute del Centro sperimentale per l'Educazione Sanitaria - Università degli studi di Perugia
- dal 2014 ad oggi Componente del Comitato Scientifico della Fondazione “Allineare Sanità&Salute”, Milano
- dal 2013 ad oggi Componente del Comitato Scientifico della Collana “Comunicazione e Salute” presso Aracne Editrice, in collaborazione con docenti dell'Università di Roma La Sapienza
- dal 2006 al 2018 Coordinatore Commissione Salute dell'Associazione Italiana Comunicazione Pubblica
- dal 2012 ad oggi Componente Commissione Etico Scientifica CONACUORE;
- dal 2010 al 2018 Responsabile Laboratorio FIASO “Comunicazione e Promozione della Salute”
- dal 2014 ad oggi Membro ISMA – International Social Marketing Association
- 2012 Partecipazione allo studio europeo Eatwell (Interventions to promote healthy eating habits)

**PUBBLICAZIONI
(Articoli e capitoli di libro)**

- Kotler P., Fattori G., “La battaglia tra il marketing commerciale e il marketing sociale” in Philip Kotler, Kotler umanista, Cultura e Salute Editore Perugia 2024 [capitolo di libro].
- Fattori G., Dossier “Il marketing sociale per One Health” in La Salute umana 2023; 291: 17-54
- Kotler P., Fattori G., “The Battle between Commercial Marketing and Social Marketing” in Sistema Salute, 67, 2, 2023: pp. 179-190
- Fattori G., French J., “Perché la politica sociale ha bisogno di marketing sociale” In La Salute umana 2022; 284: 13-16.
- French J., Fattori G., “Progettazione della politica sociale centrata sui cittadini. Il marketing sociale” in Sistema Salute, 2022; 65: 507-516.
- Fattori G., “Social Media and Health Promotion” in Carolyn Strong (a cura di), Handbook of Social and Ethical Marketing: Positive Contributions to Society, De Gruyter Oldenbourg Editor 2021[capitolo di libro].
- Fattori G., “Social media e promozione della salute” In La salute umana-Dossier 2020; 277: 33-74.
- Fattori G., Bazzo S., Daghio M., Cavazzuti P., “Social media e persone con HIV: risultati di una indagine italiana” In Recenti Prog Med 2019; 110: 86-88.
- Fattori G., Daghio M., “Università: 10 opportunità di salute. Didattica, ricerca e...responsabilità sociale” In La Salute umana 2017; 268: 41-43.
- Bazzo D., Black D., Mitchell K., Marini F., Moino G., Riscica P., Fattori G., "Too Young To Drink. An international communication campaign to raise public awareness of fetal alcohol spectrum disorders" in Public Health -Elsevier, Volume 142, January 2017, Pages 111–115.
- Fattori G., Bonì M., Daghio M.M., “La Salute tra Educazione e Marketing Sociale” in Sistema Salute, 60,1, 2016.

- Daghio M.M., Fattori G., “Al bivio l’Educazione alla Salute nella scuola? L’esperienza in progress dell’Azienda USL di Modena” in Sistema Salute, 59, 3, 2015.
- Fattori G., Daghio M.M., Vanoli M., “Are you ready for dance/change? Il “Programma Interdipartimentale Promozione della salute” dell’Azienda UsI di Modena: innovare l’organizzazione” in Sistema Salute, 57, 3, 2013.
- Fattori G., "La salute tra significati e comportamenti", in Comunicazione Pubblica - Numero Monografico Sistema Sanità, gennaio-aprile 2013, pp. 35-39.
- Fattori G., Vanoli M., "Il marketing sociale: opportunità e prospettive", in Cucco E., Pagani R., Pasquali M., Soggia A. (a cura di), Secondo rapporto sulla comunicazione sociale in Italia, Carocci Editore, Roma, 2011. [capitolo di libro]
- Fattori G., Giuliano S., Vanoli M., Canale A., Artoni P., "Strategie per la salute: il caso di 'Scommetti che smetti?', concorso a premi per chi lascia la sigaretta", Educazione Sanitaria e Promozione della Salute 2011, 34 (2-3): pp. 228-237.
- Fattori G., Carobbi M., Laviola M., Fin M., Finarelli A. C., Mignani R., "Lotta all'AIDS, l'esperienza dell'Emilia-Romagna", in Care Regioni, gennaio-febbraio 2009.
- Fattori G., "Le Regioni, i Piani sociosanitari e la comunicazione", in Comunicazione Pubblica, novembre-dicembre 2008 / gennaio-febbraio 2009, pp. 53-55.
- Fattori G., Nora E., Zacchi G. "Ambiente, Salute e Stili di Vita: attività di integrazione in provincia di Modena", in Centocieli, dicembre 2008, n. 2.
- Vanoli M., Canale A., Lugli N., Balli F., Artoni P., Fattori G., Caroli G., Cencetti S. "Crescere in salute: comunicazione e promozione di sani stili di vita a una fiera per bambini", in Salute umana, novembre-dicembre 2008, 216.
- Fattori G. "Sanità e partecipazione", in Janus, Autunno 2008; Volume 31: pp. 45-48.
- Fattori G., Carobbi M., "Aziende Sanitarie Modenesi e Subsonica insieme", in Comunicazione Pubblica, settembre-ottobre 2008.
- Fattori G., Daghio M.M. "L'impatto economico del diabete", in Care Regioni, maggio-giugno 2008.
- Tritta G., Artoni P., Sighinolfi G., Di Michele P., Fattori G., Provitera C., “Sorridenti alla prevenzione: progetto interattivo con innovativi strumenti educativi e di comunicazione per la prevenzione della carie”, in Educazione Sanitaria e promozione della salute, 2008, vol. 31, n° 2, pp. 107-117.
- Fattori G., Artoni P., Vanoli M., Giuliano S., “Marketing sociale: nuove strategie per la prevenzione e la promozione della salute negli ambienti di vita e di lavoro”, in Lavoro e Salute, 2007, n° 3, pp. 4-7.
- Daghio M.M., Fattori G., Ciardullo A.V., “Evaluation of easy-to-read information material on healthy life-styles written with the help of citizens’ collaboration through networking”, in Promotion & Education, 2006, Vol. XIII, n°3, pp 191-196.
- Fattori G, Caroli G., “Comunicazione pubblica e rendicontazione sociale: il bilancio di missione dell’Azienda USL di Modena” in Comunicazione Pubblica, Dicembre 2006, n° 99, pp. 17-48.
- Daghio M.M., Fattori G., Ciardullo A.V., “Assessment of readability and learning of easy-to-read educational health materias designed and written with the help of citizens by means of two non-alternative methods”, in Advances in Health Sciences Education, 2006, Vol. 11, pp. 123-132.
- Fattori G., Artoni P., Tedeschi M., "Choose Health in Food Vending Machines: Obesity Prevention and Healthy Lifestyle Promotion in Italy", in Hong Cheng,

	<p>Philip Kotler, Nancy Lee (a cura di) Social Marketing for Public Health: Global Trends and Success Stories, Jones and Bartlett Publishers, 2009. [capitolo di libro]</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fattori G., Cannella C., “Marketing sociale per la promozione della salute e la prevenzione dell’obesità tramite la distribuzione automatica di alimenti” in Tarsitani G., Pocetta G., Garista P. (a cura di) Alimentare il benessere della persona, Roma, SEU, 2009. [capitolo di libro] • Fattori G., Artoni P., “Marketing sociale per la prevenzione e la promozione della salute” in Marino V. e Serpelloni G. (a cura di), Marketing preventivo, Varese, Galli e C. srl, 2007. [capitolo di libro] • Daghio M.M., Fattori G., “Il coinvolgimento dei cittadini nella comunicazione per la salute. L’esperienza del Laboratorio per il Cittadino Competente dell’AUSL di Modena”, in Salute e Società, Milano, 2007 n° 1 pp 158-167. • Carrozzi G., Fattori G., “La documentazione tecnica per le scelte di priorità: i Profili di salute”, in Salute e Società, 2006 pp. 208-217. • Fattori G., Artoni P. “Comunicare la salute”, in Gabardi E. (a cura di) Comunicazione Pubblica, Milano, Franco Angeli, 2005: pp. 38-58. [capitolo di libro] • Fattori G., Artoni P. “Distribuzione automatica di alimenti e promozione della salute”, in Comunicazione Pubblica, 2005, n° 91, pp. 27-28 • Fattori G, Artoni P, “Le nuove frontiere della promozione della salute”, in Comunicazione pubblica, 2004, n°85, pp. 31-32. • Fattori G, “Diversi attori sulla scena del rischio”, in Janus, 2004, n° 13, pp. 96-99. • Fattori G, Miozzo A, “Promuovere la salute”, in Gestione e qualità, 2004 n° 2, pp. 20-23. • Fattori G, “La comunicazione alla base del patto di salute”, in Comunicazione pubblica, 2003, n° 82 pp. 19-21. • Fattori G, Carrozzi G, Artoni P, Mallarini E, “Il Piano per la Salute nella provincia di Modena: l’integrazione del marketing istituzionale con il marketing sociale”, in Epistula Alass, 2003, n° 54.
<p><u>Libri</u></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lee N.L., Kotler P., Colehour J., Fattori G., (a cura di). Marketing Sociale: Inclusione Equità Sostenibilità. Independently published 2024. • Fattori G., Social Marketing for One Health. Cultura e salute Editore Perugia 2023. • Fattori G., Manuale di marketing sociale per la salute e per l’ambiente. Cultura e salute Editore, Perugia 2020. • Fattori G., French J., Blair-Stevens C., Guida operativa al Marketing Sociale. Artestampa Editore Modena 2009.
<p><u>E-book</u></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fattori G., Social media e promozione della salute, Kindle Edition 2021
<p>ARTICOLI SU STAMPA PERIODICA</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fattori G., Pinelli N., Marcotullio S., “Dalle App di servizio alle App di relazione: come cambia il rapporto medico-paziente” in Il Sole 24 Ore Sanità, 3 Settembre 2018 • Fattori G., Donti A., “Medici social, si ma con prudenza” in Il Sole 24 Ore Sanità, 10-16 Ottobre 2016. • Fattori G., Bonì M., Canale A., De Angelis G., “Twitter triplica nelle Aziende” in Il Sole 24 Ore Sanità, 3-9 Dicembre 2013. • Fattori G., Pinelli N., “ASL e ospedali ai tempi di Twitter” in Il Sole 24 Ore Sanità, 29-29 Luglio 2013.

- Fattori G., Conti L., Caroli G., Cencetti S., "Quando il gioco saluta. Due progetti valorizzano la buona alimentazione e l'attività sportiva", in Il Sole 24 Ore Sanità, 20 dicembre 2011-2 gennaio 2012.
- Fattori G., Papouchado F., "Merendine sane contro l'obesità", in Il Sole 24 Ore Sanità, 14-20 Settembre 2010.
- Fattori G., "Comunicazione protagonista del nuovo PSSR" in Il Sole 24ore Sanità, 15-21 luglio 2008
- Fattori G., Canale A., Reggiani Della Gala M., Vanoli M., Carobbi M., Artoni P., "Sapere&Salute l'offerta formativa per la prevenzione nella scuola" in Panorama della Sanità, 2008, n° 47
- De Luca M.L., Artoni P., Vanoli M., Daghighio M.M., Fattori G., "I consigli per un cuore in salute", in Panorama della Sanità, novembre 2008, n 44.
- Daghighio M.M., Vanoli M., Giuliano S., Canale A., Gualmini G., Artoni P., Fattori G., "Nuove strategie di comunicazione del Bilancio di Missione", in Panorama della Sanità, 24 settembre 2007, n° 35, pp. 40-41
- Fattori G., Rovinetti A., "Prevenire: l'arma migliore è la comunicazione", in Il Sole 24 Ore Sanità, 20-26 marzo 2007, p. 12.
- Fattori G., "Nuove strategie di prevenzione dell'obesità", in Panorama della Sanità , ottobre 2006, n. 39.
- Fattori G., "Così una comunicazione mirata tutela la salute", in Il Sole 24 Ore Sanità, 9-15 settembre 2008.
- Fattori G., Caroli G., Cencetti S. "Programma interaziendale Comunicazione e promozione della salute. Un nuovo modello organizzativo per Guadagnare Salute", in Panorama della Sanità, luglio 2008, n. 28: pp. 38-39.
- Fattori G., Rovinetti A., "Spiegare la salute fa bene. Il ruolo della comunicazione pubblica come leva per la prevenzione e per il benessere", in Il Sole 24 Ore Sanità, 7-13 novembre 2005.
- Fattori G., "Promuovere la salute attraverso le opportunità offerte dal marketing sociale", in Il Sole 24 ore Terzo settore, 2004, n° 5, pp. 11-12.

Abstract and Poster in Atti di convegno

- Bertin L., Claut C., Gallo G., Giancecchi E., Mengoli E., Laghi A., Fattori G., "Social Marketing and Environment: "FilGreen", a project that aims to give a second chance to used clothes", Abstract Book 5th European Social Marketing Conference, Salonico, 2022
- Bandini M., Brini M., La Vecchia G., Ottardi S., Palombo M., Pirazzini M., Turco R., Fattori G., "Community Based Social Marketing. Promoting blood donation among young people" Abstract Book 7th World Social Marketing Conference, Brighton, 2022
- Gaiga G., Guarino E., Pugliese S., Scarpa J., Taiti E., Vanni F., Fattori G., "Community based social marketing: recycle and reuse of second hand children's clothes and toys", Abstract Book 5th European Social Marketing Conference, Salonico, 2022
- Berarducci R., Fois N., Rossello M., Scandarola S., Torchio I., Fattori G., "Give your old clothes a new life "Vieni al punto!", Abstract Book 7th World Social Marketing Conference, Brighton, 2022
- Milli L., Mattioli S., Pietrantonio A., Fattori G., Social Marketing: strategies and tools to promote HIV prevention. In Abstract Book 10° Congresso nazionale ICAR, Roma, 2018

- Donti A., Boni M., DaglioM., Cavazzuti A., Fattori G., Social media and people with HIV. Results from an Italian survey. In Abstract Book 9° Congresso nazionale ICAR, Siena, 12-14 giugno 2017
- Boni M, De Angelis G., Daglio M.M., Canale A., Mussini C., Fattori G., An Organizational Model to Prevent HIV/AIDS in a Community Context: The Case “AIDS Commission”, in Abstract Book 7° Congresso nazionale ICAR, Riccione, 17-19 maggio 2015
- Daglio M.M., Vanoli M., Ciardullo A.V., Fattori G., “The theater for health promotion: a strategy for social inclusion of the community tested by the Local Health Unit of Modena (Italy), in Abstract Book The 22nd International Conference on Health Promoting Hospitals & Health Services, Barcellona (Spagna), 23-25 Aprile 2014
- Fattori G., Vanoli M., Boni M., "Social Marketing & Health Promotion: designing a public health model", Abstract Book World Social Marketing Conference, Toronto, 2013 (ISBN 978-0-9576830-0-6).

<p><u>RUBRICA SU RIVISTA DIVULGATIVA</u></p>	<p>• TecnoLab di “Starbene” (22 numeri) http://bit.ly/Starbene</p>
<p><u>RUBRICA AL “Green social festival”</u></p>	<p>2020-2024 “Ambiente e salute in 100 secondi” 70 clip video di marketing sociale https://marketingsociale.net/zorba/</p>
<p><u>NEWSLETTER</u></p>	<p>Responsabile della Newsletter: “<i>Italian Social Marketing Association</i>” 219 numeri dal 2004 ad oggi https://bit.ly/41oHy7D Responsabile della Newsletter: “<i>One Health News: salute, ambiente e società</i>” https://onehealthnews.blog/</p>

<p><u>FORMAZIONE</u></p>	<ul style="list-style-type: none"> - 2002-2004 Corso avanzato “Social Marketing” Université en administration et gestion des services sanitaires - Institute of Public Communication, Università Svizzera Italiana; - 2000 “Corso Informazione e Comunicazione in Sanità” Regione Emilia-Romagna - 1998 “Master in Economia Etica e Management” CEDIS – Istituto Giano Roma - 1997 “Master in Comunicazione Sanitaria” Università LUISS Management – Roma - 1996 “7°Master in Economia Sanitaria” Università Tor-Vergata – Roma - 1995 Corso “Marketing nelle Aziende Sanitarie” Università Bocconi – SDA – Milano - 1994 Corso “Management in comunicazione e Marketing” Università Bocconi-SDA Milano - 1992 Specializzazione in Igiene, epidemiologia e sanità pubblica,
---------------------------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> - 1989 Specializzazione in Scienza dell'alimentazione e dietetica, - 1986 Specializzazione in Biotecnologie, - 1983 Specializzazione in Anestesia e rianimazione; - 1980 Laurea in Medicina e Chirurgia, Università di Bologna.
<p><u>DIVULGAZIONE</u></p>	<p>Ha partecipato in qualità di relatore/organizzatore a congressi nazionali e internazionali tra cui:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 2023 Esperienze sul campo di marketing sociale - Giornata di Studio: La funzione pubblica della comunicazione. UNIBO - 2022 Il Marketing Sociale e l'Interazione Uomo/Ambiente – Istituto Superiore di Sanità Roma - 2022 Best in Media Communication – Fortune, Roma - 2022 7th Word Social Marketing Conference - Brighton - 2022 5th European Social Marketing Conference – Salonicco - 2021 Smart Life – Modena - 2019 Marketing e comunicazione sociale per la promozione della salute – Istituto Superiore di Sanità Roma - 2019 Milano heart week - 2018 Forum della comunicazione - Milano - 2017 Web Marketing Festival Rimini - 2017 ComLab “Associazione Italiana Comunicazione pubblica”, Aosta - 2016/15/13 Festival internazionale del giornalismo Perugia - 2016 e-Sanit@ - IT e Change Management. Mutamenti di visione e di competenze per la connected care. Bari - 2016 e-Sanit@ - Comunicazione digitale in Sanità e Corporate reputation. Bari - 2016 Exposanità “Dalla Sanità Digitale alla #SanitàKmZero” Bologna - 2015 Expo - Km Rosso: #IOT Internet of things, Bergamo - 2015 Expo - Laboratorio Comunicazione FIASO - 2015 Social Media Week Milano - 2015 Social Media Week Roma - 2013 Green Social Festival - Ambiente, salute, donazione. Earth&Health promosso dalla Associazione Marketing Sociale e Comunicazione per la Salute (MKTS), Bologna - 2012 Festival della Salute - “La salute ai tempi del web 2.0”, Pietrasanta - 2011 Festival della Salute - “Il Ministero della Salute e i giovani” Viareggio - 2010 Fiera CCM “Guadagnare salute: i progressi delle aziende sanitarie in Italia” Napoli <p>Ha organizzato il concorso</p> <ul style="list-style-type: none"> - 2022 Social marketing for One Health. Digital Poster contest 2022 (e altre 7 edizioni da 2004 al 2022) <p>Ha organizzato per l'AUSL di Modena la partecipazione a:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 2 edizioni della “Fiera del Levante” Bari - 3 edizioni di Cernobbio - 4 edizione di Forum PA Roma - 7 edizioni di COM-PA, Bologna - 5 edizioni di “Sicura” Modena

	<ul style="list-style-type: none"> - 3 edizioni Exposanità Bologna - 9 incontri Laboratorio FIASO “Comunicazione e Promozione della Salute” - 15 Edizioni del Concorso “Scommettichesmetti”
<p>PREMI E RICONOSCIMENTI</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 2017 Outstanding Reviewer – Journal of Social Marketing. - 2011 Premio “Web 2.0 e Salute” – Festival del giornalismo Perugia. Il progetto per la lotta al tabagismo coordinato dal Dr. Fattori vince il primo premio. - 2009 “15 storie di successo di marketing sociale nel mondo”. Il progetto “Scegli la salute”, realizzato per promuovere stili di vita salutari attraverso la distribuzione automatica di alimenti, è stato inserito nel libro di Philip Kotler, padre del marketing sociale, tra i 15 casi nel mondo che hanno applicato con maggior efficacia la disciplina. - 2009 Premio Formez dedicato alle migliori esperienze di prevenzione sul territorio coerenti con “Guadagnare Salute“; - 2009 Premio alle migliori pratiche per Guadagnare Salute. A Forum PA - 2009 Individuato tra i “20 italiani che cambieranno l’Italia”. Ricerca “Il Corriere della Sera Magazine”. - 2008 “100 progetti, soggetti, soluzioni innovative” Renato Brunetta, Ministro della Funzione Pubblica, con il Progetto ”Guadagnare salute nell’Azienda USL di Modena” inserisce le attività del dott. Giuseppe Fattori tra gli esempi di buona PA. - 2007 Premio “Una PA da favola” Luigi Nicolais, Ministro per la pubblica amministrazione e l’innovazione, premia il Progetto «Sorrìdi alla prevenzione» Educazione alla salute Modena. - 2007 8a edizione del Premio per le eccellenze nei servizi sanitari Patrocinato dal Ministero della Salute per il progetto «Guadagnare salute in un’Azienda sanitaria: il programma “Prevenzione e promozione della salute”» - 2006 Premio Progetti di Sostenibilità Sociale di Cittadinanza 2005-2006 “Buone Pratiche di cambiamento e di sostenibilità sociale e ambientale sul territorio modenese” - 2004 - 5a edizione del Premio per le eccellenze nei servizi sanitari. Gerolamo Sirchia, Ministro della Salute, premia Giuseppe Fattori (AUSL Modena) per il progetto “Comunicare la salute: l’esperienza del Piano per la Salute (PPS) della provincia di Modena. Progetto per la promozione di sani stili di vita”.
<p>VOLONTARIATO</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ISDE (International Society of Doctors for the Environment) dal 2017 ad oggi - Fondatore e Presidente dell’Associazione di promozione sociale “Marketing sociale e comunicazione per la salute” 2004 ad oggi (iscritta al Registro Unico Nazionale del Terzo Settore); - Fondatore Associazione “ALGOS” (Cure palliative 1987/2010); - Partner “European HIV-Hepatitis Testing Week“ dal 2015 al 2019; - Partner “TYTD” Too Young to drink. International Campaign to Raise Awareness of the Risks of Drinking in Pregnancy dal 2014 al 2018; - Associazione Nazionale CONACUORE dal 2012 ad oggi.

Sitografia di riferimento:

- www.marketingsociale.net
- <http://www.slideshare.net/Fattori>
- <http://www.scoop.it/u/social-marketing>

Twitter

<https://twitter.com/mktsociale>

10/10/2024

Si autorizza il trattamento dei dati personali