

Titolo della ricerca	Coordinamento scientifico e valutazione di attività seminariali dedicate al tema dell'influencer marketing nelle life sciences
Responsabile	Elisabetta Locatelli
Tipologia di ricerca	Commessa esterna privata
Durata	Da 15 maggio 2025 a 31 ottobre 2025
Partecipanti	Elisabetta Locatelli [ricercatrice RTD-A, responsabile di RA]
SSD di riferimento	GSPS-06/A
Facoltà di riferimento	Lettere e Filosofia
Descrizione sintetica	<p>Il progetto di ricerca si offre di fornire al committente un supporto per il coordinamento delle attività seminariali previste nell'ambito del progetto <i>"Influenze. L'etica del contagio"</i> di Fattore Digital con la sua divisione Fattore Mamma e Honboard rendendo l'Università Cattolica del Sacro Cuore Academic Partner del progetto. <i>Influenze</i> ha l'obiettivo di costituire un tavolo di lavoro che propone occasioni di riflessione periodiche sul tema delle opportunità e delle regole dell'influencer marketing nel settore delle life sciences, promuovendo un approccio trasparente e includendo nuove sfide per il settore, come l'Intelligenza Artificiale. Fra i soggetti partecipanti figurano aziende farmaceutiche, istituti di ricerca, associazioni di categoria, università, liberi professionisti che si occupano di questi temi. Gli incontri si alternano periodicamente fra seminari aperti solo agli aderenti al progetto ed eventi pubblici.</p> <p>Partendo dalle ricerche già svolte in ateneo sugli health influencer che operano nell'ambito genitorialità, della nutrizione nella prima infanzia e della salute riproduttiva, il coordinamento scientifico fornisce un raccordo fra i diversi contributi dei soggetti partecipanti al tavolo di lavoro al fine di realizzare un evento congiunto aperto al pubblico, che si terrà presso l'Ateneo il 31 ottobre 2025. L'evento si propone di costituire un momento di disseminazione al pubblico delle principali evidenze raccolte dai diversi soggetti e stimolare un dibattito presso gli stakeholder di settore coinvolgendo i partner del progetto, docenti e ricercatori universitari e professionisti di settore. Obiettivo dell'evento è anche presentare e condividere un documento di "Buone pratiche" da adottare nel campo dell'influencer marketing in ambito salute e life sciences.</p>
Parole chiave	Influencer, marketing, life sciences, divulgazione, etica
Output 2026: convegni	
Output 2026: pubblicazioni	Curatela degli atti del convegno
Output 2026: terza missione	Evento di public engagement "Salute, influencer, imprese. Opportunità e regole per una collaborazione trasparente nel rispetto dei consumatori", 31 ottobre 2025, Università Cattolica del Sacro Cuore
Output ipotizzati 2027-2028	
Altri progetti di ricerca collegati	D3.2 Comunicare la scienza. Salute, comunicazione, media
Note	Partnership/altre indicazioni