



A. Ulss n.6
"Vicenza"

www.menoalcolpiugusto.it
info 0444.757550

Ser.T.
Servizio per le
Tossicodipendenze
e l'Alcologia
ULSS 6 VICENZA

campagna di prevenzione



Ritorna ad **APRILE 2009** la campagna "**meno alcol PIU' GUSTO**". Tante le novità di questa SETTIMA edizione: il progetto "**... O BEVI A**: bevi semplice, bevi **Analcolico**", il sito internet, l'entrata in Facebook, la rubrica "Non solo Aprile: eventi collegati a meno alcol PIU' GUSTO", la collaborazione con il progetto della Provincia di Vicenza "Diamo strada alla sicurezza", 22 scuole coinvolte (+50% rispetto al 2008).

La campagna **meno alcol PIU' GUSTO** è un progetto di "**prevenzione universale**", cioè **rivolto a tutta la popolazione**, promosso dal Gruppo Alcologia del Dipartimento per le Dipendenze che sta raccogliendo, di anno in anno, un crescente successo che si estende anche oltre il territorio della nostra Ulss.

L'idea che piace e incontra sempre più consenso è quella di lanciare un messaggio in controtendenza rispetto a quello proposto dalla cultura che valorizza le bevande alcoliche come strumento di socialità. Vengono promosse tutte iniziative che sostengono l'idea che **senza**, ovvero con **meno alcol**, c'è **PIU' GUSTO !!!**

A riprova di ciò lo dimostra il fatto che è aumentata anche quest'anno "LA RETE" di **meno alcol PIU' GUSTO**, cioè gli Enti, Associazioni, Gruppi, persone che hanno deciso di coinvolgersi attivamente nella campagna divenendo a loro volta dei testimonial (103 soggetti; +32% rispetto al 2008).

Registrano un aumento, pertanto, anche gli eventi: 76 in programma ad Aprile e 15 giornate evento che si svolgeranno al di fuori del mese stesso (totale 91 eventi).

Da quest'anno, infatti, oltre allo Spazio Giovani, Spazio Città e Spazio Scuola, si è creata una nuova rubrica all'interno del calendario eventi: "**Non solo Aprile**: eventi collegati a **meno alcol PIU' GUSTO**". Sempre più risultano essere, appunto, le richieste di poter aderire alla campagna anche con eventi che si svolgono durante tutto il periodo dell'anno.

Del resto si stanno raggiungendo, passo dopo passo, gli obiettivi della campagna che si prefigge di incentivare stili di consumo analcolici. Già lo scorso anno infatti si era registrato un interesse per l'analcolico che aveva visto, per la prima volta, la sfida diretta con l'alcol: alcune feste giovanili avevano mantenuto la possibilità di consumazione di alcolici; tuttavia gli aperitivi, long drinks e cocktails analcolici erano stati di gran lunga più richiesti delle tradizionali birre.

Quindi dobbiamo constatare che fondamentalmente si tratta di proporre alternative valide e credibili ai giovani ed in particolare agli adolescenti che individuano il consumo-abuso di alcolici come rito d'iniziazione al mondo adulto. Pertanto, la scelta dell'analcolico può diventare "**di tendenza**" e fare cultura tra i giovani, solo se esce dalla connotazione che analcolico equivalga alle bibite gasate usate, in genere, dai bambini.

A tal fine si è promosso il progetto "**...O BEVI A**: bevi semplice, bevi **Analcolico**" che, grazie alla collaborazione con **Confcommercio** e **Confesercenti**, desidera proporre nei pubblici esercizi (bar, discoteche, ecc.) 4 nuove gustose bevande analcoliche per vivere il ritrovo con gli amici in tranquillità; **divertendosi** ! La visibilità del progetto troverà luogo anche in spazi pubblicitari evidenziati dalle partecipazioni, attraverso i patrocinii, di **Giornale di Vicenza** e **TVA Vicenza**.

Altra novità di Aprile 2009 è il sito internet www.menoalcolpiugusto.it all'interno del quale ognuno potrà scaricare direttamente da casa sua il depliant eventi, nonchè avere informazioni su tutta la campagna, con l'opportunità di lasciare un suo commento e di diventare lui stesso un testimonial inserendo una foto propria. Per chi lo desidera, inoltre, si può "**stringere amicizia**" con meno alcol **PIU' GUSTO**, attraverso FACEBOOK; diventa questo un modo per essere ancora più vicini ai giovani e ai loro genitori.

Continua l'attenzione della campagna su "ALCOL e GUIDA", che ha portato quest'anno ad una sinergia con il Progetto "**Diamo strada alla sicurezza**" della Provincia di Vicenza e l'Ulss n.4 "Alto Vicentino". In particolare i pullman FTV veicoleranno lo slogan "**Lascia a piedi l'alcol... e vai!**" per tutto il territorio della Provincia. Tale iniziativa si ritiene possa essere di grande importanza ed efficacia per la prevenzione degli incidenti stradali con un conseguente **aumento della sicurezza stradale per tutta la collettività**.

Le novità di meno alcol **PIU' GUSTO** – APRILE 2009

- **...O BEVI A:** bevi semplice, bevi **Analcolico**; 4 nuove gustose bevande analcoliche per vivere il ritrovo con gli amici in tranquillità; **divertendosi !**

...O BEVI

*bevi semplice, bevi **Analcolico***

PALLADIO
il cocktail

Raffreddate il bicchiere con qualche cubetto di ghiaccio. Decorazione con un acino d'uva, una fettina di anguria ed una mora, oppure con lampone e lime. Versate direttamente nel bicchiere gli ingredienti, mescolate e servite.

4/10 Succo D'Ananas
3/10 Succo di Pompelmo
1/10 Sciroppo di Lampone
2/10 Lemonsoda

campagna -ALCOL-+GUSTO • www.menoalcolpiugusto.it

- sito internet: **www.menoalcolpiugusto.it**
- entrata di **meno alcol PIU' GUSTO** in FACEBOOK per avvicinarsi ai giovani
- nuova rubrica del calendario eventi: **"Non solo Aprile: eventi collegati a meno alcol PIU' GUSTO"**
- sinergia con il Progetto **"Diamo strada alla sicurezza"** della Provincia di Vicenza

lascia a piedi l'alcol

e vai!

ALCOL - GUSTO

www.menoalcolpiugusto.it

PROVINCIA DI VICENZA
Assessorato alla Sicurezza

A. Ulss 6
Vicenza

ULSS
ALTOVICENTINO
A. Ulss 4
Alto Vicentino

ULSS 6 Vicenza - Dipartimento per le Dipendenze

- Partecipazione in varie forme di:
 - AIM Vicenza (pubblicità negli autobus)
 - Centrale del Latte (offerta di prodotti)
 - Confcommercio e Confesercenti (progetto **"...O BEVI A"**)
 - Ente Fiera di Vicenza (disponibilità di uno stand in Fiera "gitando.vi")
 - FTV Vicenza (pubblicità nei pullman di linea);
 - FESTIVAL BIBLICO Vicenza
 - Leodari pubblicità (spazi pubblicitari gratuiti);
 - NOI Associazione Vicenza
 - Vicenza.com

I nuovi gadgets di APRILE 2009

Il Menù per i pubblici esercizi

“...O bevi **A**: bevi semplice, bevi **Analcolico**”

CORSO
l'aperitivo



5/10 Succo d'arancia rossa
2/10 Succo tropical
3/10 Ginger (Sanbitter)

Bicchiere raffreddato con qualche cubetto di ghiaccio.
Decorato con buccia di limone o uno spicchio d'arancia.
Ingredienti mescolati direttamente nel bicchiere.

LA ROTONDA
long drink



5/10 Succo D'Ananas
3/10 Succo di Pompelmo
2/10 Sciroppo di Kiwi

Decorazione con uno spicchio di melone, una mora ed una ciliegia, oppure bordo del bicchiere con zucchero e fetta di lime o di arancia.
Ingredienti frullati con del ghiaccio a scaglie e versati senza filtrare nel bicchiere.

OLIMPICO
long drink



4/10 Succo D'Arancia
2/10 Sciroppo di Fragola
4/10 Acqua Tonica

Bicchiere raffreddato con qualche cubetto di ghiaccio.
Decorazione con acino d'uva, fettina di anguria ed una mora, oppure solamente una mora.
Ingredienti mescolati direttamente nel bicchiere.

PALLADIO
il cocktail



4/10 Succo D'Ananas
3/10 Succo di Pompelmo
1/10 Sciroppo di Lampone
2/10 Lemonsoda

Qualche cubetto di ghiaccio.
Decorato con un acino d'uva, una fettina di anguria ed una mora, oppure con lampone e lime.
Ingredienti mescolati direttamente nel bicchiere.

...O BEVI



*bevi semplice,
bevi Analcolico*

**4 NUOVE GUSTOSE BEVANDE ANALCOLICHE
PER VIVERE IL RITROVO CON GLI AMICI
IN TRANQUILLITA'. DIVERTENDOSI !**

In collaborazione con i Barman • Renato Cumerlato • Saverio Spornello

In collaborazione con i Barman • Renato Cumerlato • Saverio Spornello

SECRETARIA ORGANIZZATIVA: Sirt, Uiss & Vianca • INFO: 0441.727560

• campagna -ALCOL-GUSTO • www.menualcologusto.it

• campagna -ALCOL-GUSTO • www.menualcologusto.it

Il disco orario "Salva-patente"

Disco orario che, oltre a questa funzione, permette di stabilire indicativamente il rapporto tra quantità di alcolici assunti e l'alcolemia presente nel sangue.



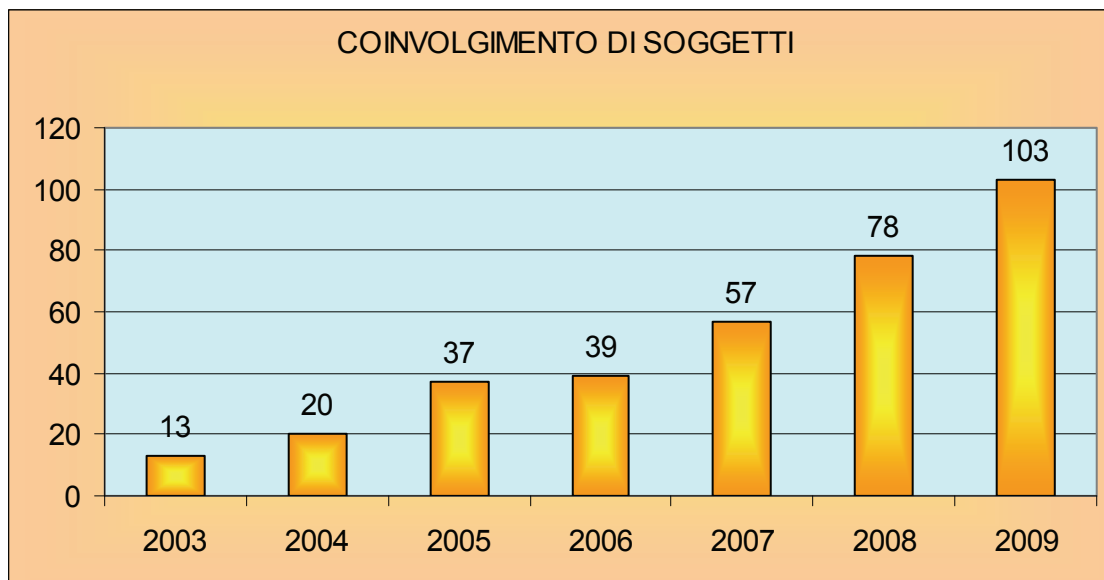
DISCO ORARIO
ORA D'ARRIVO

GUIDA E ALCOL
Sanzioni amministrative (art. 189)

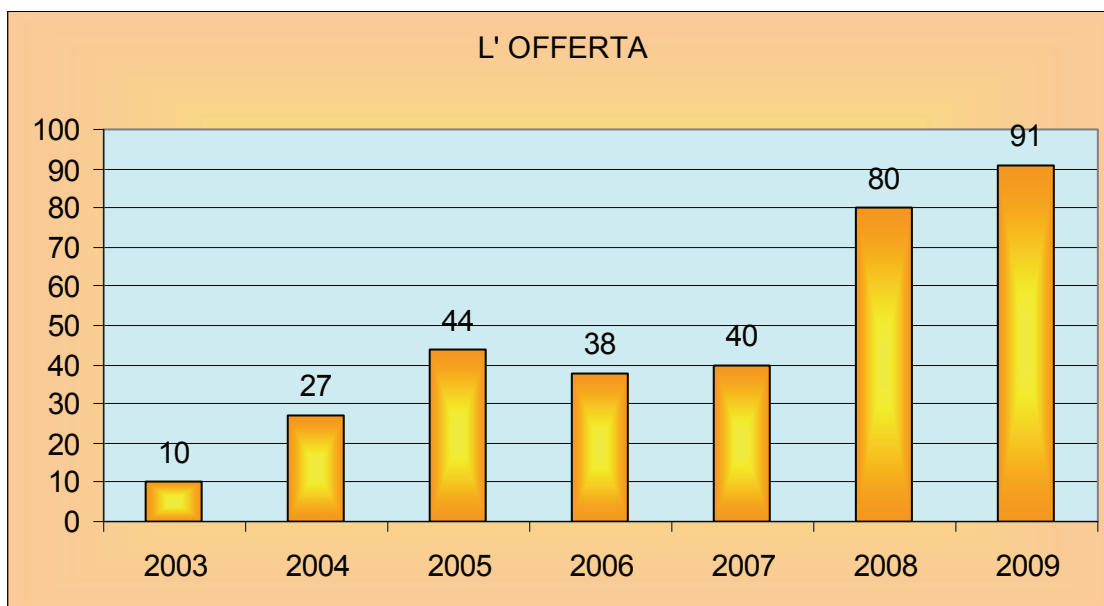
CONSUMO DI ALCOL E CONSEGUENZE LEGALI
TASSO ALCOLEMICO
TASSO ALCOLEMICO
UNITA' ALCOLICHE
CONSUMO DI ALCOL E CONSEGUENZE LEGALI

La crescita nel territorio di **-Alcol +Gusto dal 2003 al 2009**

COINVOLGIMENTO DI SOGGETTI DEL TERRITORIO: ovvero singoli, enti, gruppi e associazioni che hanno organizzato eventi all'interno dell'Agenda o aderito alla campagna
APRILE 2009 --> 103 soggetti (+32% rispetto al 2008)



L'OFFERTA: ovvero il numero di eventi organizzati
APRILE 2009 --> 91 eventi





Il messaggio di prevenzione su **alcol e guida** della campagna **"-Alcol +Gusto"**



messaggio di prevenzione della campagna **"-Alcol +Gusto"**



Il messaggio di prevenzione alcolica promosso da **"-Alcol +Gusto"** indirizzato al target **adolescenti**