

Non perderti in un bicchiere!

Campagna di informazione e prevenzione sull'abuso di alcol



La campagna «Non perderti in un bicchiere», promossa dall'Istituto Superiore di Sanità e dall'agenzia di stampa Dire-Diregiovani, è stata realizzata nell'ambito della campagna di comunicazione per la lotta all'abuso di alcol del Ministero della Salute – presentata il 12 maggio 2015 presso il Liceo Scientifico Statale J.F. Kennedy di Roma insieme ai testimonial «Elio e le storie tese» – per sensibilizzare e informare i giovani sui rischi derivanti dal consumo di alcol.

L'iniziativa è nata con l'obiettivo di diffondere su tutto il territorio nazionale una corretta informazione ed educazione sulle conseguenze derivanti dal consumo di alcol e contrastare e ridurre la diffusione del fenomeno soprattutto fra i giovani (di età compresa fra i 12 e i 18 anni). La campagna ha coinvolto **le scuole superiori di primo e secondo livello e tutti i ragazzi** che, attraverso attività online e nelle scuole, hanno avuto la possibilità di raccogliere informazioni utili, leggere gli approfondimenti, consultare il materiale esplicativo, visionare le interviste ad esperti del settore, dialogare con una equipe di psicologi e partecipare al concorso «Indipendenza alcolica».

Nell'ambito del progetto sono stati organizzati **eventi di sensibilizzazione e incontri nelle scuole** di varie città italiane, per approfondire i



temi proposti sul web attraverso l'intervento frontale e interattivo gestito dal dott. Emanuele Scafato, Direttore dell'Osservatorio Nazionale Alcol dell'ISS. Gli incontri sono stati video ripresi per essere diffusi sul web e hanno coinvolto direttamente nelle scuole **oltre 4.000 studenti** che hanno avuto l'opportunità di dialogare direttamente con l'esperto. Nelle scuole è stato inoltre somministrato un questionario conoscitivo per realizzare una indagine sulle conoscenze, le abitudini e le percezioni dei giovani sul consumo di alcol.

La campagna è stata veicolata a livello nazionale attraverso i canali di comunicazione Dire-Diregiovani: i siti **www.dire.it** e **www.diregiovani.it**, i canali youtube (Dire e Diregiovani), i lanci di agenzia e le newsletter settimanali inviate gratuitamente a tutte le



scuole d'Italia e a oltre 140.000 enti, istituzioni e operatori del settore (newsletter DireScuola, DireSanità e Diregiovani). La divulgazione attraverso il web, e soprattutto attraverso il portale diregiovani.it (con oltre 7 milioni di contatti l'anno), ha permesso la diffusione in rete dei contenuti della campagna che sono stati ripresi e rilanciati da giornali e altri portali on-line di informazione.

La campagna ha dunque raggiunto anche un pubblico «adulto» (il mondo della scuola e le associazioni, gli enti e le istituzioni del territorio che operano con gli adolescenti e si occupano della loro salute) per comunicare loro cosa pensano i giovani del problema dell'alcol.

Sono state realizzate interviste e 50 pillole-video informative del dott. Emanuele Scafato, sui principali temi riguardanti "alcol e giovani", che sono



state divulgate nelle scuole e on-line per una informazione mirata rivolta ai ragazzi.

Obiettivo primario della campagna, oltre a quello di informare i giovani e renderli più consapevoli delle conseguenze dei comportamenti dannosi per la loro salute, è stato il coinvolgimento diretto dei ragazzi che hanno inviato slogan, vignette e testi originali per esprimere il loro punto di vista e farsi portavoce del messaggio della campagna.

I NUMERI DELLA CAMPAGNA

- 15 incontri frontali
- 4.000 i ragazzi raggiunti direttamente nelle scuole e negli eventi di sensibilizzazione
- 200 lanci di agenzia
- oltre 800.000 pagine visionate sui siti **www.dire.it** e **www.diregiovani.it**
- 50 pillole video dell'esperto (dott. Emanuele Scafato) veicolate sul web e nelle scuole

