



**A. Ulss n.6
"Vicenza"**

**e-mail: -alcol+gusto@ulssvicenza.it
info 0444.757550**



**campagna di
prevenzione**

-Alcol + Gusto

APRILE, mese dedicato alla prevenzione alcolica

Ritorna anche per **APRILE 2008** la campagna **"-Alcol + Gusto"** (mese dedicato a livello internazionale all'informazione e alla sensibilizzazione sulle problematiche legate al consumo di alcol) per lanciare **per il SESTO anno** un messaggio in controtendenza rispetto a quello che viene generalmente veicolato da una cultura che valorizza le bevande alcoliche come strumento di socialità ed etichetta spesso come antisociali i non bevitori.

Grazie a questa campagna, durante tutto il mese di **APRILE** sarà possibile interrogarci su quanto dipendiamo dalle sostanze per "stare bene", cercando soprattutto di valorizzare momenti di aggregazione all'insegna dell'analcolico mediante: spettacoli, gite in bicicletta, sfilate di moda, tornei di calcio, di scacchi, di biliardo, happy hour, feste, corsi di aperitivi e drink, arteterapia, biodanza, danzamentoterapia, rebirthing, arrampicata, ecc.

A Vicenza, il **gruppo Alcologia del Dipartimento dipendenze** ha scelto di incoraggiare e sostenere iniziative che nascono dal territorio, da associazioni, gruppi ed enti locali così da permettere di **veicolare un messaggio di promozione della salute in modo capillare ed efficace.**

Alcuni centri giovanili del territorio si sono organizzati per proporre eventi che sono rivolti ai giovani, ma soprattutto organizzati dai giovani: si tratta dello **SPAZIO GIOVANI "AAA cercasi: Alternative Altrettanto Allettanti"**. Questa presenza nella campagna è particolarmente importante perché ragazzi e giovani, che hanno sperimentato modi "altrettanto allettanti" di divertimento e non solo, **possono diventare testimoni di una cultura più critica nei confronti dell'uso di sostanze alcoliche.**

Dal 2007 la campagna si rivolge anche alle **scuole** e alle **altre agenzie formative** dei diversi Comuni dell'Ulss, in quanto operano a diretto contatto con i bambini, con gli adolescenti e con le loro famiglie. Infatti **l'aumento dell'uso di alcol tra i giovani e il progressivo abbassamento dell'età in cui avviene l'assunzione di alcolici** è un tema che diventa ogni giorno sempre più attuale.

Lo **SPAZIO SCUOLA evidenzia tutte le attività educative e ludico ricreative di promozione della salute** organizzate all'interno delle scuole stesse.

Continua l'attenzione su **"ALCOL e GUIDA"** (le statistiche infatti indicano come più del 40% degli incidenti stradali siano dovuti ad abusi alcolici) attraverso lo slogan **"Lascia a piedi l'alcol ... e vai!"** utilizzando **gli autobus** che circolano nel territorio dell'Ulss n.6 di Vicenza come **"veicolo informativo"** dotato di grande capacità comunicativa, indirizzata sia all'attenzione degli automobilisti sia dei pedoni.

Questa 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 -Alcol +Gusto – APRILE 2008

- Raddoppiati gli eventi della campagna: da 40 del 2007 a **80** di **APRILE 2008**
- Più che raddoppiate le adesioni delle scuole: da 6 del 2007 a **14** di **APRILE 2008**
- Più che triplicati gli eventi dello Spazio Giovani: da 6 del 2007 a **19** di **APRILE 2008**
- Patrocinio della **Provincia di Vicenza**
- Partecipazione in varie forme di:
 - Aim Vicenza (pubblicità negli autobus)
 - Assoartigiani (serata con Vincenzo Balestra nella scuola per genitori)
 - Centrale del Latte (offerta di prodotti)
 - Confcommercio e Confesercenti (corsi di cocktail analcolici per esercenti)
 - Ente Fiera di Vicenza (disponibilità di uno stand in "Fiera del tempo libero")
 - Fonti di Posina (stampa del logo della campagna nei prodotti)
 - Ftv Vicenza (pubblicità nei pullman di linea)
 - Latterie Vicentine (stampa del logo della campagna nei prodotti)
 - Leodari pubblicità (disponibilità gratuita di spazi pubblicitari)
 - Acegas-Aps di Padova (visita guidata alle prese dell'acquedotto di Padova)

I nuovi gadget di APRILE 2008

Il disco orario "Consumo di alcol e conseguenze legali"

Disco orario che permette indicativamente di capire il tasso alcolemico presente nel sangue in base alle unità alcoliche assunte sia a stomaco vuoto sia a stomaco pieno, relativo al proprio peso corporeo e al sesso di appartenenza.

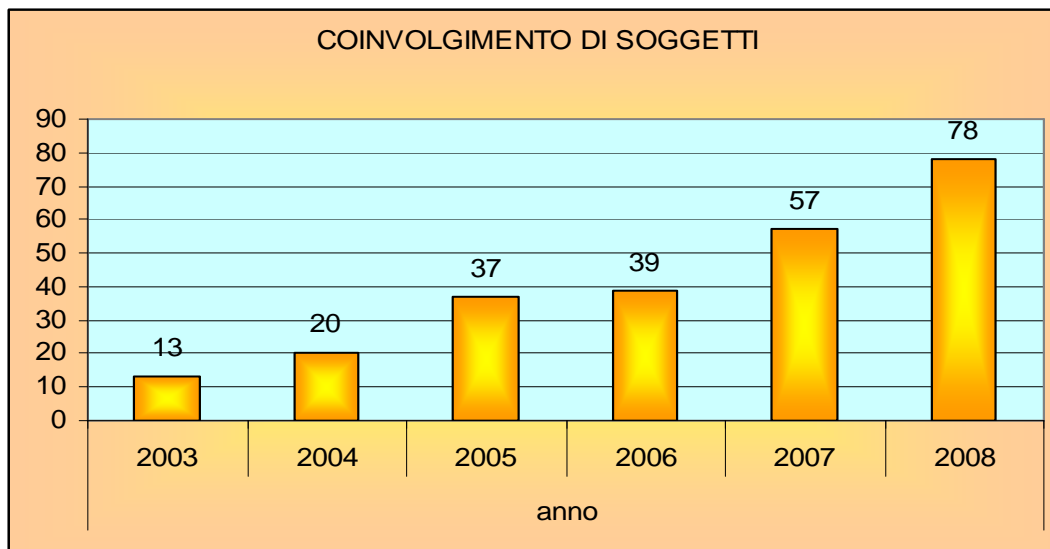


Il ricettario di aperitivi, cocktail e long drink analcolici

11 ricette facili e veloci per ottenere drink analcolici buoni, stuzzicanti e d'effetto

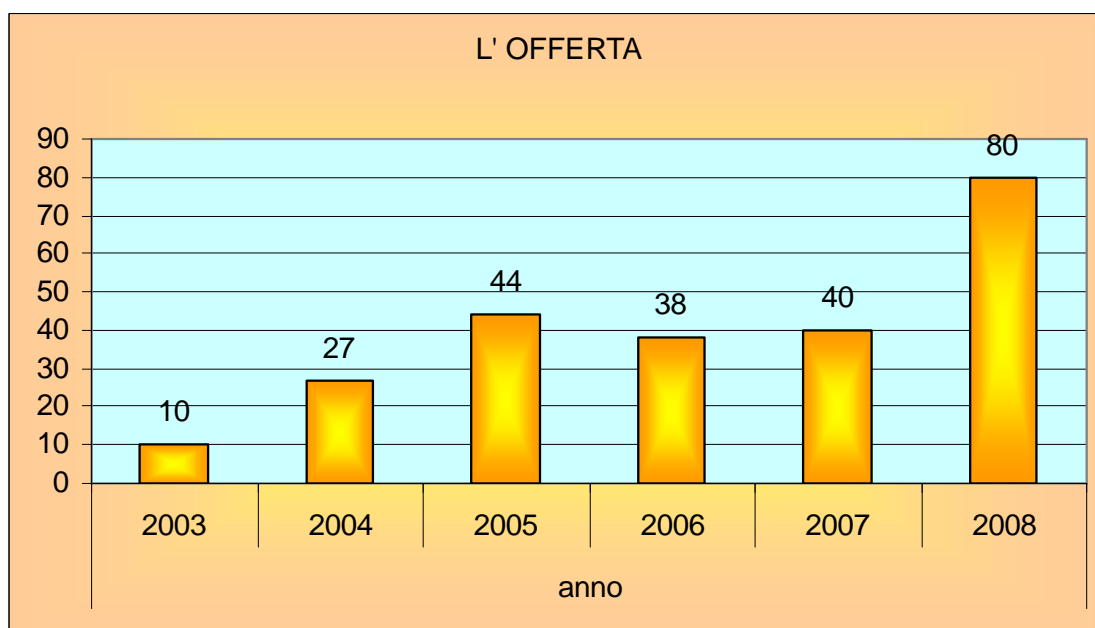
La crescita nel territorio di **-Alcol +Gusto** dal 2003 al 2008

COINVOLGIMENTO DI SOGGETTI DEL TERRITORIO: ovvero singoli, enti, gruppi e associazioni che hanno organizzato eventi all'interno dell'agenda o aderito alla campagna (APRILE 2008: 78 soggetti)



Al dato 2008 si devono aggiungere **38 enti e associazioni** che aderiscono dando visibilità alla campagna nei notiziari interni e nei propri siti internet.

L'OFFERTA: ovvero il numero di eventi organizzati (APRILE 2008: 80 eventi)





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



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



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