



Alcohol  
Prevention  
Day



WHO COLLABORATING  
CENTRE FOR RESEARCH AND  
HEALTH PROMOTION ON ALCOHOL  
AND ALCOHOL-RELATED  
HEALTH PROBLEMS



Ministero del Lavoro  
della Salute  
e delle Politiche Sociali

Roma, 23 aprile 2009

## Alcol e marketing sociale

Tiziana Codenotti

**eurocare**  
European Alcohol Policy Alliance

# Contesto della discussione sul marketing sociale



Forum Alcol e Salute

- Organismo individuato all'interno della Strategia Europea sull'alcol, rappresentativo di tutti gli stakeholders, nel quale le parti coinvolte si impegnano a portare il proprio contributo per ridurre i danni alcolcorelati.
- Task force on marketing communication

ISM

Institute for Social Marketing

Gerard Hastings & Ross G



UNIVERSITY OF  
STIRLING



The Open University

# Marketing sociale

**Marketing** : strategie usate dal settore commerciale per incoraggiare il consumo di un prodotto e per influenzare i comportamenti dei consumatori

**Il marketing sociale** utilizza gli stessi principi per influenzare i comportamenti in ambito sociale e sanitario dei singoli individui e della comunità, invece che quelli del consumatore.

## Definizione

« Social marketing is a process that applies marketing principles, tools and techniques to create, communicate and deliver value in order to influence target audience behaviors that benefit society (public health, environment...) »

*Kotler and Lee (2008), Social marketing, Sage.*

## Strumenti e principi del marketing sociale:

- 1- Ricerche sui consumatori / Analisi del contesto
- 2- Segmentazione della popolazione target del programma (per sesso, età, gruppo etnico,....., oppure per figure chiave: educatori, professionisti della salute, giornalisti, ..... )
- 3- Definizione degli obiettivi, che devono essere realistici e misurabili
- 4- Le « 4P » : Product, Price, Place & Promotion
- 5- Valutazione del programma

# Promozione

## Mass media

TV, radio, print, billboard, cinema



## Press relations



## Events



## La Clean Party

France - Belgique - Luxembourg

## Website & Viral Campaign



Karin Galloel-Morvan - European Alcohol and Health Forum, November 2008

## Ratio of alcohol prevention messages is needed

- 1 anti tobacco message to break...



- ...4 positive tobacco messages from tobacco industry

Lewit, Coate & Gossman (1981)

# Observation of the market



A very competitive environment for social marketing programs

**1,4 billion Euros a year on alcohol advertising**

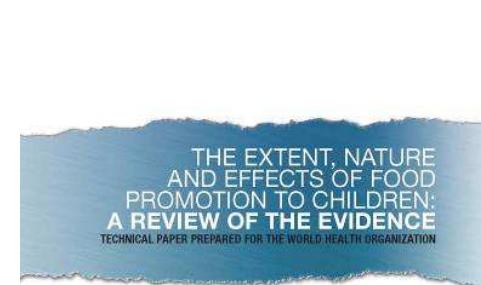
Alcoholic Drinks							
2007							Million euros
Country	Television	Newspapers	Magazines	Outdoor	Radio	Cinema	Total
Belgium	25.87	4.33	4.67	11.63	3.10	4.67	54.27
France	0.34	3.62	5.55	18.62	4.98	0.00	33.11
Germany	361.83	19.99	59.84	62.97	42.99	3.65	551.27
Italy	134.86	9.04	12.09	5.30	7.24	0.88	169.41
Netherlands	60.29	2.79	7.29	6.43	2.45	5.20	84.45
Spain	93.81	33.07	14.69	35.38	19.95	1.72	198.62
Sweden	41.31	14.04	7.09	0.46	0.00	0.05	62.95
Switzerland	4.17	9.42	9.94	2.92	0.60	0.92	27.97
UK	134.33	40.01	21.22	51.32	6.15	23.31	276.34
Grand total	856.81	136.31	142.38	195.03	87.46	40.40	1458.39

# Does marketing influence young people?

The short answer is yes

The question has been asked and answered for

- tobacco ✓  
(Cochrane Collab, 2004)
- energy dense food ✓  
(WHO, 2006)
- alcohol ✓  
(JPHP 2005)



G. Hastings, R. Gordon 2008

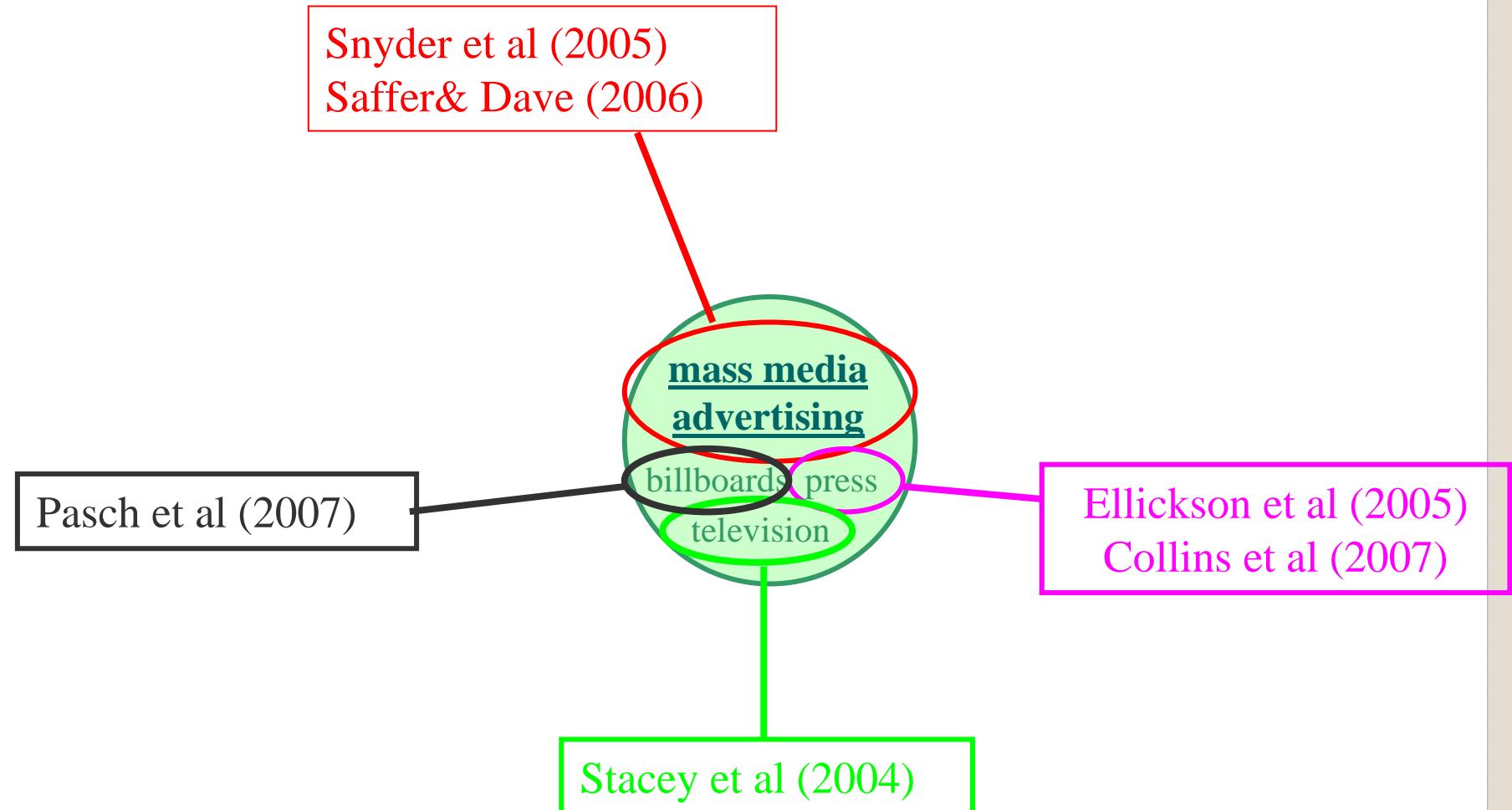
**Alcohol advertising influences adolescents' alcohol consumption, concludes Science Group of Alcohol and Health Forum. 11<sup>th</sup> March 2009**

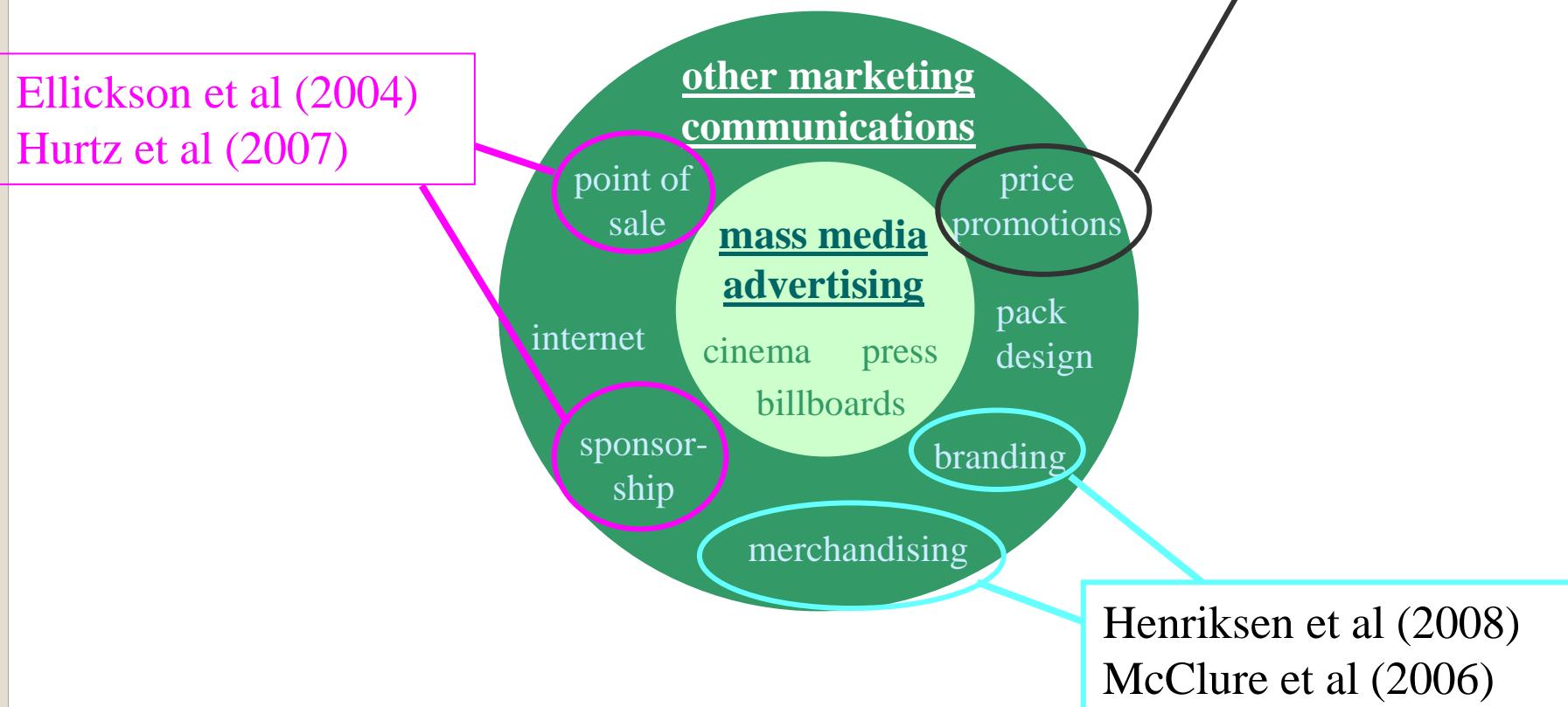
*The Science Group, composed of public health as well as industry affiliated scientists, unanimously adopted the report, thus going against the long standing stance of the industry that advertising only serves to reinforce brand allegiance, but does not lead to increased consumption. The overall description of the studies found consistent evidence to demonstrate an impact of alcohol advertising on the uptake of drinking among non drinking young people, and increased consumption among their drinking peers.*

*Longitudinal studies consistently suggest that exposure to media and commercial communications on alcohol is associated with the likelihood that adolescents will start to drink alcohol, and with increased drinking amongst baseline drinkers.*

*We conclude that alcohol advertising and promotion increase the likelihood that adolescents will start to use alcohol, and to drink more if they are already using alcohol.*

Anderson P. de Bruijn A. Angus K. Gordon R. and Hastings G.  
Impact of Alcohol Advertising and Media Exposure on Adolescent Alcohol Use: A Systematic Review of Longitudinal Studies.  
Alcohol and Alcoholism, pp. 1- 15, 2009.







Cumulative impact: these communications are designed to reinforce and support one another

G. Hastings, R. Gordon 2008

## Efficacia del marketing sociale in ambito alcologico (?)

Gordon R et al. 2006, Stead et al. 2007  
Effetti positivi degli interventi di marketing sociale sull'aumento delle conoscenze, sul cambiamento degli atteggiamenti e dei comportamenti, compresi anche gli interventi sull'alcol

# Conclusioni: marketing sociale?

1. Le strategie di marketing hanno un impatto sui consumi giovanili.
2. Il marketing sociale può controbilanciare in modo efficace la promozione degli operatori economici
3. Necessità di risorse significative per l'implementazione di programmi di marketing sociale

4. Indipendenza delle fonti d finanziamento: gli obiettivi di salute pubblica e quelli della produzione possono in qualche caso sovrapporsi, ma non possono coincidere.
5. L'efficacia del markeing sociale è strettamente correlata ad una regolamentazione di tipo legislativo (no codici di autoregolamentazione).
6. Marketing sociale = elemento aggiuntivo, non alternativo, alla regolamentazione del marketing commerciale

*Grazie per l'attenzione*