



A. Ulss n.6
"Vicenza"



campagna di
prevenzione

- Alcol + Gusto 2007

APRILE, mese dedicato alla prevenzione alcolologica

Già da alcuni anni in Italia, come in molti altri paesi occidentali, il mese di **APRILE** è dedicato all'informazione e alla sensibilizzazione sulle problematiche legate al consumo di alcol: un tema che diventa ogni giorno sempre più attuale, per l'aumento dell'uso di alcol tra i giovani e per il progressivo abbassamento dell'età in cui avviene l'assunzione di alcolici.

La cultura del nostro territorio è così legata al bere come occasione di socialità e comunicazione che non è davvero facile, per i più, avere consapevolezza dei rischi connessi all'abuso, né comprendere eventuali segnali di rischio.

La campagna "**-Alcol + Gusto**" vuole lanciare con regolarità (almeno una volta all'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.



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

Grazie a questa campagna, durante tutto il mese di **APRILE** sarà possibile parlare non solo di aspetti problematici legati all'abuso ma anche di piacere, benessere e salute, interrogandoci su quanto dipendiamo dalle sostanze per "stare bene" e cercando di valorizzare momenti di aggregazione all'insegna dell'analcolico mediante: **gite in bicicletta, tornei di calcio, tornei di scacchi, di biliardo, di calcio balilla, feste analcoliche, corsi di cocktail, arteterapia, biodanza, danzamovimentoterapia, rebirthing, capoëira, arrampicata, ...**

-Alcol +Gusto, inoltre, si propone di aumentare le informazioni rispetto ai rischi connessi ad un uso indiscriminato di alcol, e all'esistenza di percorsi di aiuto per persone in difficoltà sul nostro territorio con serate a tema aperte a tutta la cittadinanza.

A Vicenza, il **Gruppo Alcologia del Dipartimento Dipendenze**, ha scelto di incoraggiare e sostenere iniziative che nascono dal territorio, da Associazioni ed Enti locali così da permettere di veicolare un messaggio di promozione della salute in modo capillare ed efficace.

Alcuni Centri Giovanili del territorio, poi, 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.



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

Per la campagna 2007 si è pensato di coinvolgere anche le **Scuole e 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.

In particolare **alcune ricerche hanno ribadito che l'età di avvicinamento all'alcol è davvero precoce**. Il "Primo Rapporto Nazionale sulla Condizione dell'Infanzia e della Preadolescenza" redatto da Telefono Azzurro ed Erispes (2000) ha sottolineato che i giovani si avvicinano all'alcol tra gli 11 e i 14 anni. Da un'indagine svolta nelle scuole elementari dal Ser.T. di Noventa, in collaborazione con l'Università di Padova, risulta che l'età di iniziazione, quando avviene l'avvicinamento e il primo contatto con la bevanda alcolica, è ancor più bassa collocandosi attorno agli 8 anni. Inoltre, sempre secondo il "Primo Rapporto Nazionale sulla Condizione dell'Infanzia e della Preadolescenza", l'iniziazione avviene in famiglia e solitamente in occasioni speciali.

A tal fine è stato creato lo **SPAZIO SCUOLA: area dedicata ad attività educative e ludico-ricreative di promozione della salute** organizzate, all'interno delle scuole stesse, sia dagli insegnanti, sia da coloro che si occupano di gestione di "doposcuola".

La campagna, infine da quest'anno, vuole mandare un messaggio di prevenzione e di promozione della salute anche rispetto al binomio "**ALCOL e GUIDA**" (le statistiche infatti ci indicano come più del 40% degli incidenti stradali siano dovuti ad abusi alcolici) attraverso lo slogan



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

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 che dei pedoni.

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.

Sempre in tema di prevenzione alcolologica quest'anno, per la prima volta, **-Alcol +Gusto** si rivolge ad interlocutori particolarmente qualificati come i **Sindaci e gli Assessori** competenti del territorio della nostra Ulss, per il ruolo importante che essi hanno nell'attivare iniziative locali di **prevenzione universale** quale strumento imprescindibile per la promozione della salute e di stili di vita sani.

Tale iniziativa dal titolo "**La prevenzione? Con o senza ... fa la differenza!**", promossa dal Presidente della Conferenza dei Sindaci dell'Ulss, si svolgerà **Sabato 21 Aprile** dalle ore 9.30 alle 13.00 presso la Sala Cinema-Teatro Lux di Camisano Vicentino.

Alcuni dati su “-Alcol +Gusto 2007”

- **COINVOLGIMENTO DI SOGGETTI DEL TERRITORIO:** ovvero singoli, enti, gruppi e associazioni che organizzano eventi all’interno dell’agenda o aderiscono alla campagna

N. 48

- **L’OFFERTA:** ovvero il numero totale di eventi organizzati

N. 40 (più di un evento al giorno !)

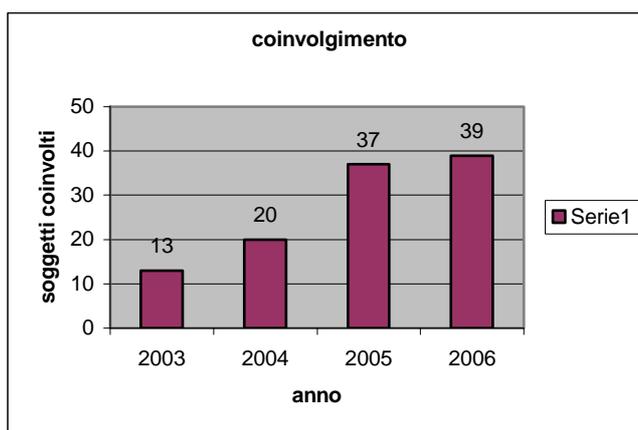
di cui n. 6 riguardano lo SPAZIO GIOVANI

- **SCUOLE COINVOLTE: N. 6**

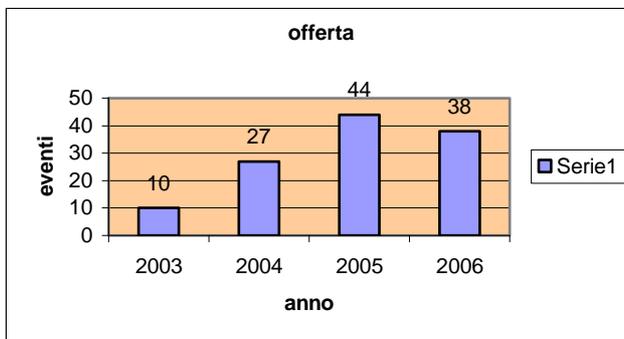
- **Un corso di cocktail analcolici per barman organizzato da CONFESERCENTI**

La crescita nel territorio di “-Alcol +Gusto” dal 2003 al 2006

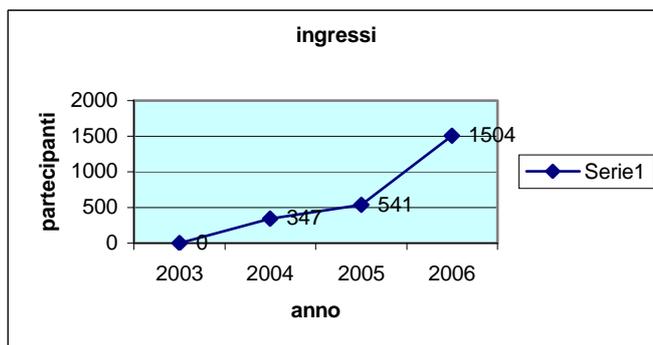
COINVOLGIMENTO DI SOGGETTI DEL TERRITORIO: ovvero singoli, enti, gruppi e associazioni che hanno organizzato eventi all’interno dell’Agenda o aderito alla campagna



L'OFFERTA: ovvero il numero di eventi organizzati



GLI INGRESSI: ovvero il numero di persone che hanno partecipato alle diverse iniziative



nota: il dato del 2003 non è disponibile

e-mail: -alcol+gusto@ulssvicenza.it
info 0444.757566