

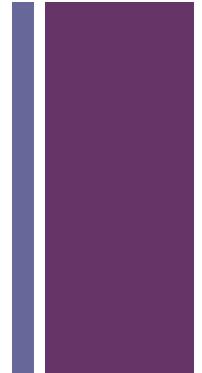


# AIDS

## Aiuto e Prevenzione



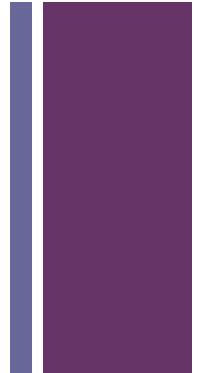
# CHI SIAMO?



Un'Associazione studentesca nata all'interno  
dell'Università degli studi di Bologna che realizza un  
progetto di marketing sociale in collaborazione con  
l'Azienda Unità Sanitaria Locale di Bologna, enti  
pubblici e associazioni locali.



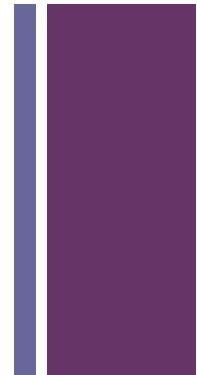
# OBIETTIVI



- ◆ Informare i giovani universitari sul virus dell' HIV
- ◆ Aumentare la consapevolezza dei comportamenti a rischio
- ◆ Informare sui metodi di prevenzione del virus
- ◆ Incentivare i giovani ad eseguire il test dell'Hiv



# TARGET



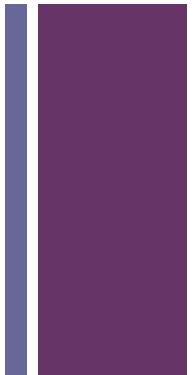
## ◆ STUDENTI UNIVERSITARI

Gli ultimi dati del 2009 evidenziano un aumento della diffusione del virus dell'HIV nella fascia 20-29 anni

	2006			2007			2008			2009			2006-2009		
	N	%	Inc.	N	%	Inc.	N	%	Inc.	N	%	Inc.	N	%	Inc.
Maschi	250	70,0	12,3	266	71,1	12,9	305	73,5	14,7	296	72,9	14,0	1.117	72,0	13,5
Femmine	107	30,0	5,0	108	28,9	5,0	110	26,5	5,0	110	27,1	4,9	435	28,0	5,0
<20	3	0,8	0,4	2	0,5	0,3	2	0,5	0,3	4	1,0	0,5	11	0,7	0,4
20-29	42	11,8	9,7	55	14,7	13,1	64	15,4	15,3	75	18,5	17,9	236	15,2	14,0
30-39	125	35,0	18,0	131	35,0	18,9	147	35,4	21,2	150	36,9	21,7	553	35,6	20,0
40-49	105	29,4	16,4	115	30,7	17,5	126	30,4	18,6	109	26,8	15,6	455	29,3	17,0
50 e +	82	23,0	4,7	71	19,0	4,0	76	18,3	4,3	68	16,7	3,8	297	19,1	4,2
Italiani	239	66,9	6,1	268	71,7	6,9	311	74,9	8,0	284	70,0	7,3	1.102	71,0	7,1
Stranieri	118	33,1	40,8	106	28,3	33,3	104	25,1	28,4	122	30,0	28,9	450	29,0	32,3
<b>Tot. residenti</b>	<b>357</b>	<b>8,5</b>	<b>374</b>	<b>8,8</b>	<b>415</b>	<b>9,7</b>	<b>406</b>	<b>9,3</b>	<b>1.552</b>					<b>9,1</b>	



# POSIZIONAMENTO

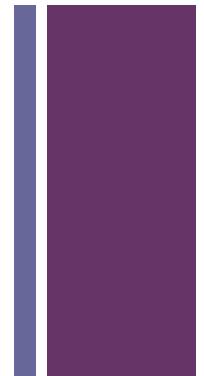


- ◆ Vogliamo che i giovani abbiano una maggiore consapevolezza del rischio al punto da considerare il test dell' HIV come una pratica normale e consolidata
- ◆ **Comportamenti competitori:** Rifiuto a considerare il problema come proprio «Tanto a me non può succedere»



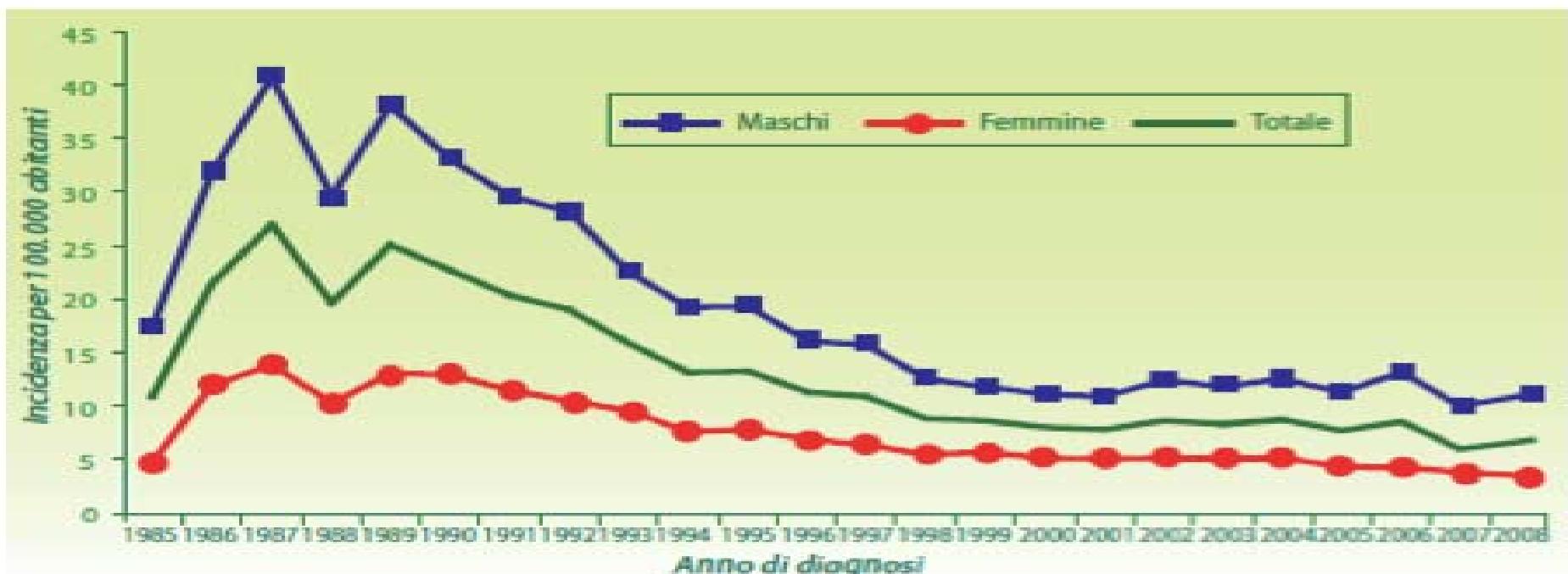


# ANALISI DEL CONTESTO ATTUALE: DATI ANALITICI



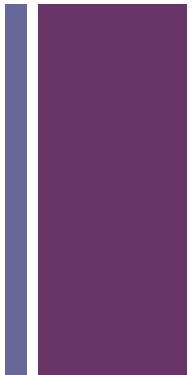
## IN ITALIA:

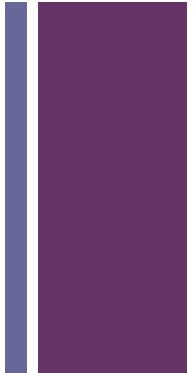
- ◆ Nel 2008 2.012 nuove diagnosi di infezione da HIV nei residenti, pari a un'incidenza di 6,7 per 100.000 abitanti residenti
- ◆ Andamento incidenza nuove diagnosi di infezione da HIV nel periodo 1985-2008



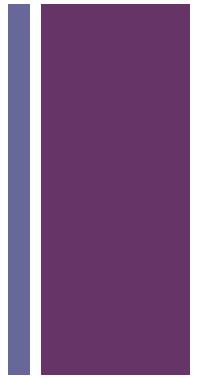


# Tasso annuale di incidenza di nuove infezioni da HIV, 2008 (per 100.000 residenti)





- ◆ Fascia più colpita sono i maschi
- ◆ Età media al momento della diagnosi: - nel 1985 maschi 26 anni, femmine 24 anni
  - nel 2008 maschi 38 anni, femmine 35 anni
- ◆ **Principali modalità di trasmissione:**
  - ❖ Diminuisce la trasmissione tramite l'uso di droghe per via endovenosa, dal 74,6% nel 1985 fino al 7,7% nel 2008
  - ❖ Aumenta notevolmente la trasmissione per via sessuale dal 7,8% al 75,7%
- ◆ I dati del Centro Operativo AIDS (COA) dell'Istituto Superiore di Sanità, aggiornati al 31/12/2009, documentano come in Italia ci siano stati oltre 61 mila casi di AIDS dall'inizio dell'epidemia, con più di 39mila decessi

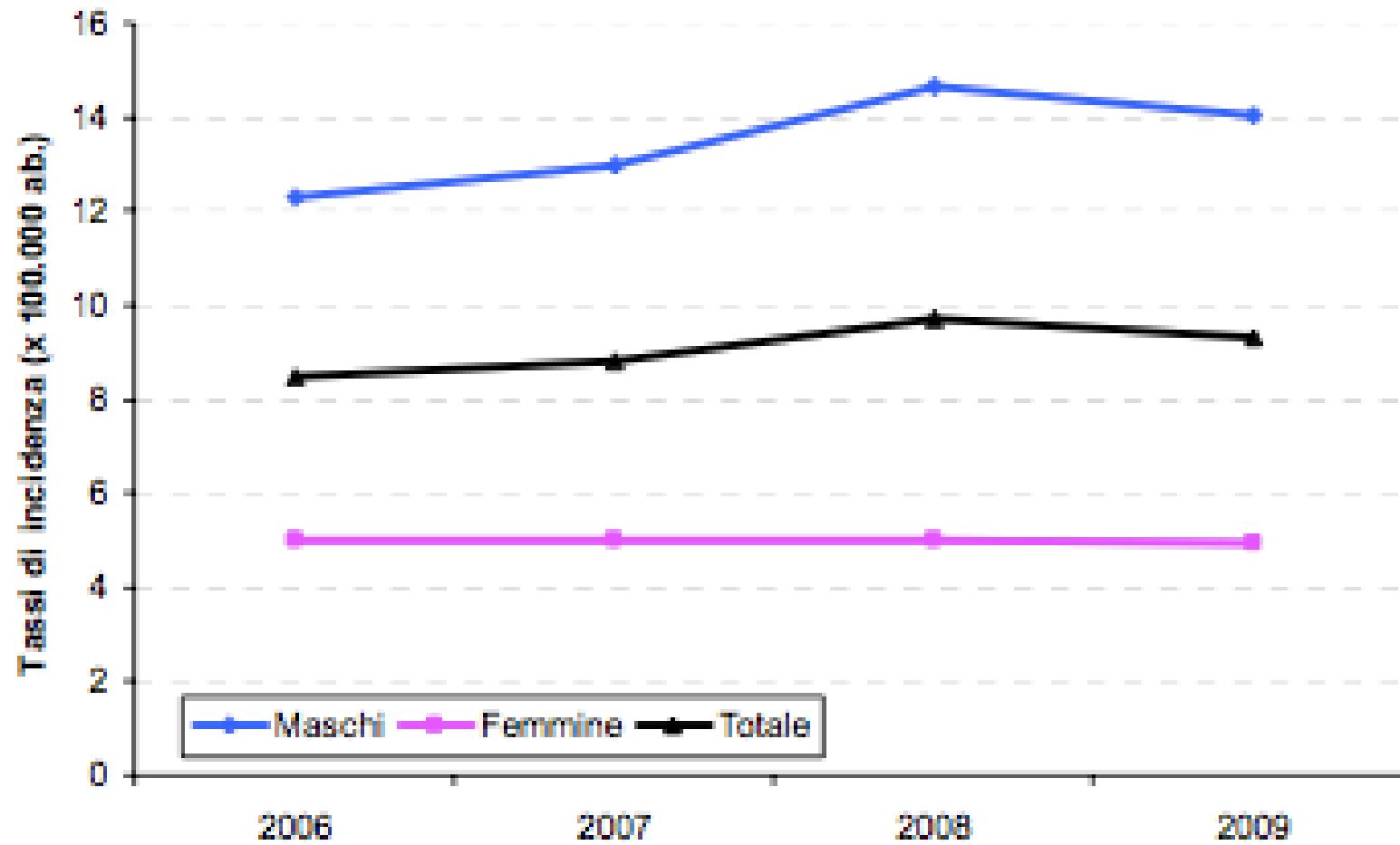
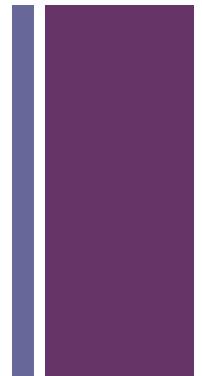


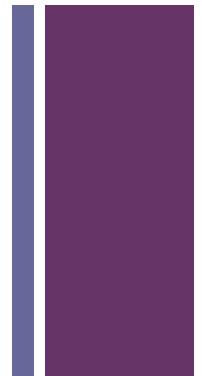
## IN EMILIA ROMAGNA:

- Nel 2009 al quinto posto con un tasso di incidenza di Aids pari a 2,3 casi per 100.000 abitanti, dopo Liguria (4,1), Lombardia (3,2), Lazio (3,0) e Toscana (2,7)
- Nel quadriennio 2006-2009 1.752 nuove diagnosi di infezione da HIV
  - ❖ l'88,6% riguarda i residenti in regione
- Modalità di trasmissione principalmente per via sessuale: l'84% di tutte le diagnosi (56% trasmissione eterosessuale e 28% trasmissione omo-bisessuale)
- Solo il 5,4% dei casi per uso di droghe iniettive

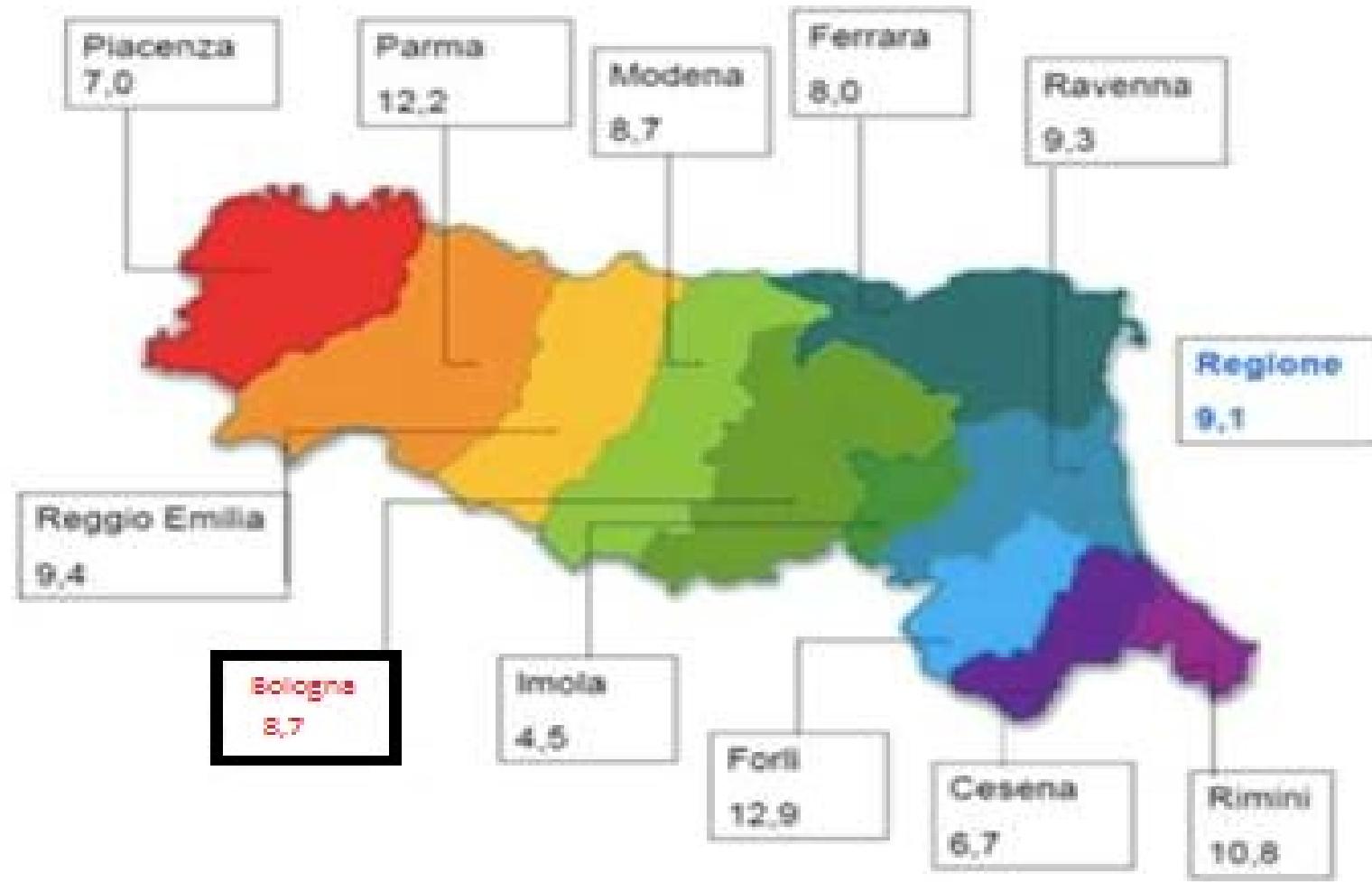


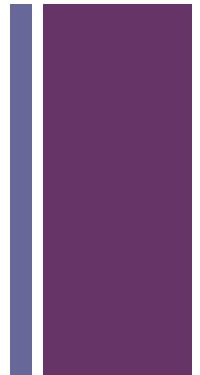
# Tassi d'incidenza per sesso 2006-2009





## CONFRONTO SUBREGIONALE





## MOTIVO ESECUZIONE TEST (EMILIA ROMAGNA)

- Il 42,1% per sospetta patologia HIV-correlata o per sospetta Malattia Sessualmente Trasmissibile (MST)
- In oltre un quinto delle diagnosi totali (22,5%), il test è stato eseguito per percezione del rischio
- Nel 6,5% dei casi infezione diagnosticata in uno dei due genitori durante un controllo ginecologico in gravidanza
- L'82,5% di coloro che hanno eseguito il test per percezione del rischio ha un'età superiore ai 30 anni



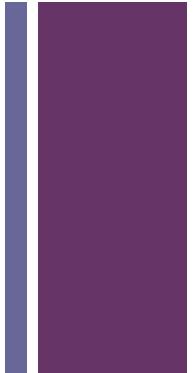
# PARTNER

- ◆ Cassero (Circolo Arcigay - Associazione solidaristica di promozione sociale)
- ◆ InformaGiovani (Punto di ascolto e di consulenza per i giovani)
- ◆ Flashgiovani ( Network metropolitano giovani on-line)
- ◆ Farmacia *Dalle Due Torri* e Farmacia Zarri
- ◆ Radio Città Del Capo
- ◆ LILA (Lega Italiana Lotta Aids)
- ◆ AUSL Bologna
- ◆ Università degli Studi di Bologna





# RISORSE



## ◆ ECONOMICHE:

Fondi provenienti dai partner

Consulenze esterne

## ◆ NON ECONOMICHE:

Concessione da parte dei partner di materiale per l'evento

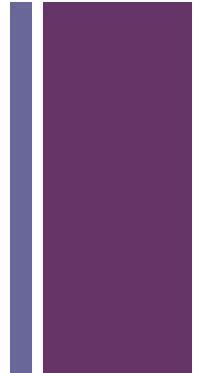
Aule e materiali da parte dell'università

Medici messi a disposizione dell'AUSL di Bologna

Personale messo a disposizione dai partner



# PRODUCT



- ◆ Informare e sensibilizzare i giovani sulle modalità di diffusione e i metodi di prevenzione del virus dell' HIV



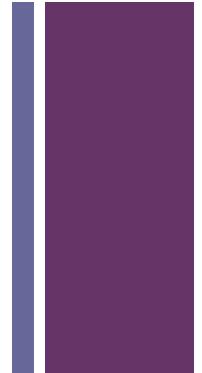


# PRODUCT

- **Augmented product:** consulenze, siti internet, gadgets , volantini, poster...
- **Actual product:** uso del preservativo ed esecuzione del test dell'Hiv
- **Core product:** benefici per la salute e benefici sociali



# PRICE



## COSTI ECONOMICI:

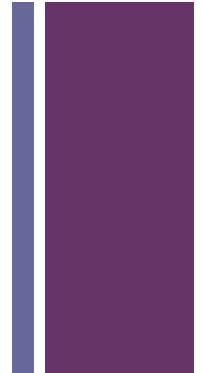
- ◆ Comunicazione dell'evento attraverso stampa e radio locale
- ◆ Creazione di brochure, manifesti, volantini, adesivi e segnalibri
- ◆ Personale esperto (medici, operatori sociali, ...)

## COSTI BARRIERE/OPPORTUNITÀ:

- ◆ **Per l'Università:** tempo e risorse da togliere all'attività didattica
- ◆ **Per i ragazzi:** Costo elevato dei preservativi in Italia, “Senza è più bello”, Disinformazione su modalità e luoghi di diagnosi e controllo
- ◆ **Per il progetto:** possibile disinteresse da parte dei ragazzi e scontri per motivazioni religiose



# PROMOTION

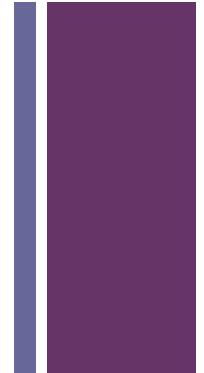


Ideazione di una campagna di marketing sociale sulla prevenzione dell'AIDS che si terrà 14 febbraio 2011, giornata internazionale del preservativo

- ◆ Conferenza “*Lottiamo insieme contro l'AIDS: Informati e previeni!*”
- ◆ Informare sul virus dell' HIV
- ◆ Promuovere la prevenzione e i centri di diagnosi
- ◆ Sensibilizzare i giovani alla percezione del rischio



# PROMOTION



Programma della conferenza:

**9.30 – 10.00** Introduzione a cura dell' Ausl di Bologna

**10.00 – 11.30** Proiezione del film documentario “+ o – Il sesso confuso”  
a cura di Andrea Adriatico e Giulio Maria Corbelli

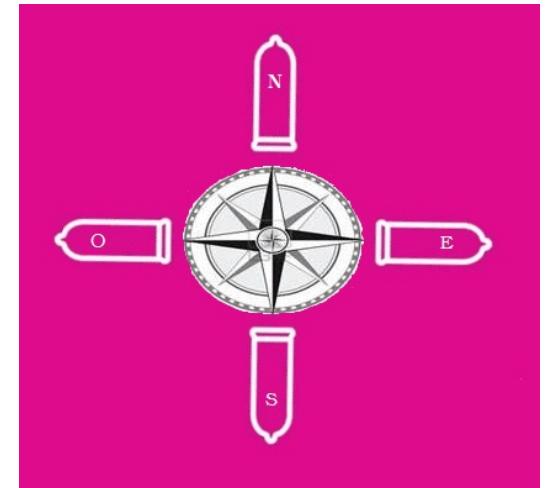
**11.30 – 12.30** Incontro/dibattito con i registi ed operatori del Circolo  
Arcigay Cassero e Lila





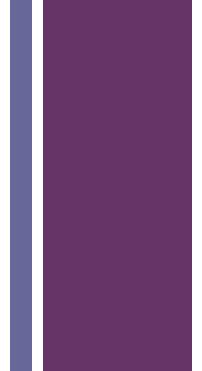
# PROMOTION

- ◆ Volantinaggio
- ◆ Passaparola
- ◆ Distribuzione gratuita di un campione di profilattici
- ◆ Diffusione dell'evento attraverso i Social Network , siti dei partner e spot radiofonici
- ◆ Promozione Telefono Verde Aids e sito [www.helpaids.it](http://www.helpaids.it)
- ◆ Allestimento stand informativo
- ◆ Iniziativa di marketing non convenzionale:  
*“Sesso sicuro in tutte le direzioni”* posto in  
Piazza Maggiore





# PLACE

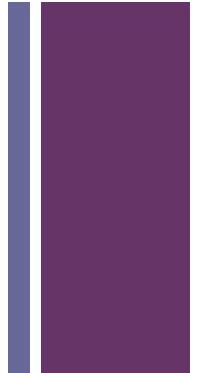


- ◆ Distribuzione opuscoli e volantini nei luoghi frequentati dai giovani: locali, aule studio, biblioteche, centri sportivi
- ◆ Conferenza negli spazi messi a disposizione dall'Università



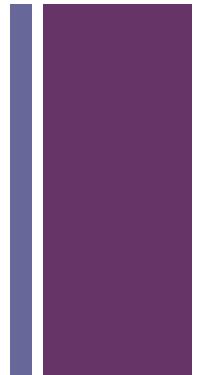


# VALUTAZIONE



- ◆ Valutazione in corso d'opera dei partecipanti alla conferenza e rilevazione delle presenze agli stands
- ◆ Confrontare il numero dei test effettuati nel trimestre che precede la campagna con i dati relativi al trimestre seguente





# Progetto di Marketing Sociale a.a. 2010/2011

**Realizzato da:**

Vincenzo Alghieri

Filippo Arioli

Silvana Summa

Giorgia Mione

Michael Di Pietro