

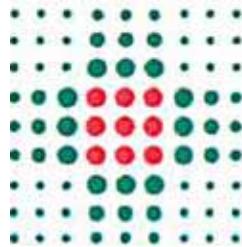
Alma Mater Studiorum
Università di Bologna

SPEGNI LA “COSA” GIUSTA

Di:

- Costea Nikifor
- De Leo Elena
- Maranzano Anna Maria
- Mollica Maria
- Ungari Silvia





SERVIZIO SANITARIO REGIONALE
EMILIA-ROMAGNA
Azienda Unità Sanitaria Locale di Bologna

Progetto realizzato dalla Azienda Usl di Bologna in applicazione al Piano regionale di intervento per la lotta al tabagismo (Delibera regionale n. 844/2008) rivolto a giovani adulti al fine di promuovere il processo di disassuefazione dal fumo.

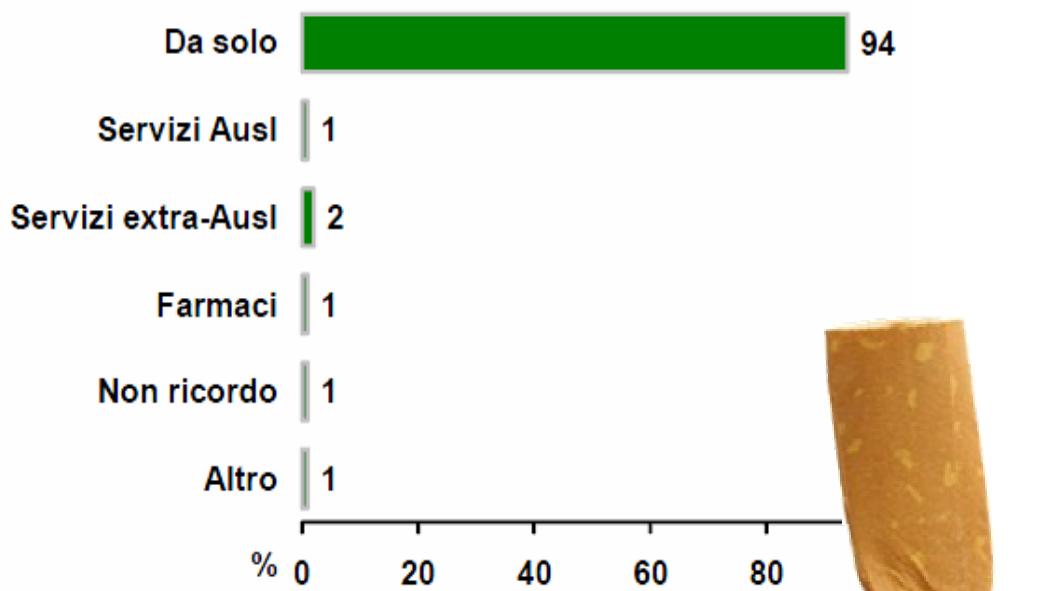


Come è distribuita l'abitudine al fumo in Emilia Romagna

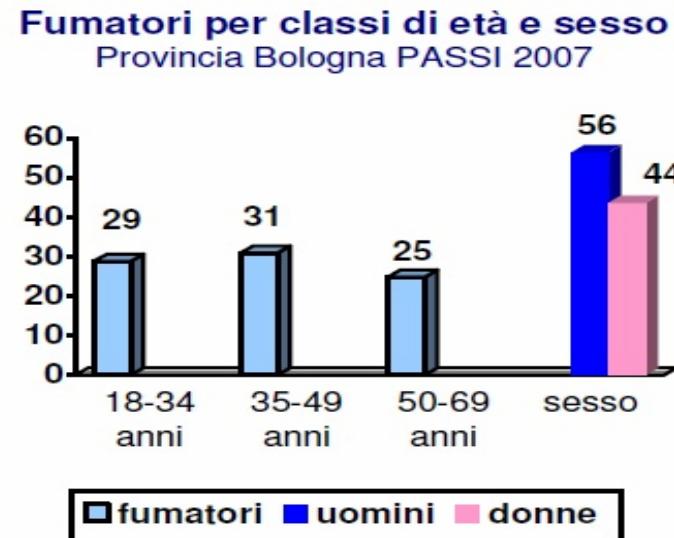
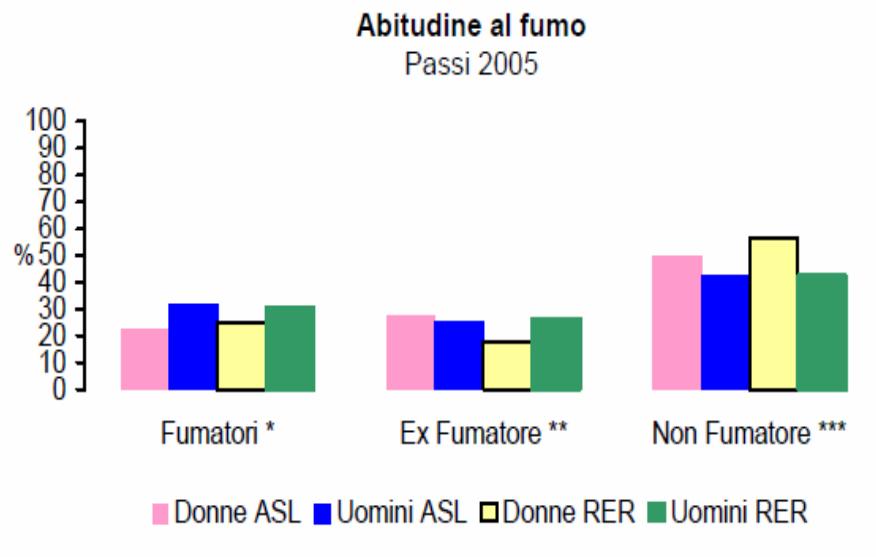
Fumatori		
Caratteristiche	Fumatori ^o	
	%	IC95%
Totale	30,3	28,7-31,9
Classi di età		
18 - 24	34,1	29,0-39,1
25 - 34	37,0	33,2-40,9
35 - 49	32,9	30,1-35,6
50 - 69	<u>23,3</u>	20,9-25,7
Sesso		
uomini	34,5	32,2-36,9
donne	<u>26,0</u>	23,9-28,1
Istruzione		
nessuna/elementare	23,9	19,9-27,9
media inferiore	<u>34,5</u>	31,5-37,5
media superiore	<u>31,1</u>	28,7-33,5
laurea	23,4	19,2-27,6
Difficoltà economiche		
molte	41,4	36,3-46,5
qualcuna	<u>31,4</u>	28,7-34,1
nessuna	27,1	25,0-29,2

Fumatore : soggetto che dichiara di aver fumato più di 100 sigarette nella sua vita e attualmente fuma tutti i giorni o qualche giorno (sono inclusi anche i fumatori in astensione)
La sottolineatura indica la significatività statistica rispetto alla prima modalità di ciascuna caratteristica (es. donne rispetto agli uomini)

Modalità di smettere di fumare negli ex fumatori (%)
Emilia-Romagna Passi 2008 (n=1.380)



Come è distribuita l'abitudine al fumo a Bologna



- Nell'Azienda Usl di Bologna:
 - I fumatori sono pari al 27%, gli ex fumatori sono pari al 26% ed i non fumatori al 47%.
 - L'abitudine al fumo è più alta tra gli uomini (32%) che tra le donne (23%).
 - Nelle 7 Aziende sanitarie della regione non emergono differenze statisticamente significative.

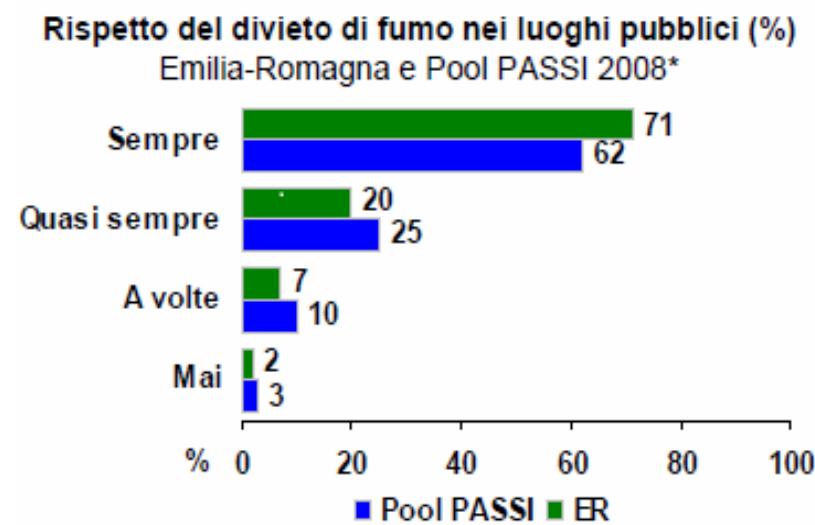
- Nell'Azienda Usl di Bologna:
 - I fumatori sono pari al 26%, gli ex fumatori sono pari al 20% ed i non fumatori ed i fumatori in astensione al 54%.
 - L'abitudine al fumo è più alta tra gli uomini (56%) che tra le donne (44%) e nella fascia 35 – 49 anni.
 - Tali valori indicano una minore diffusione dell'abitudine al fumo della Prov. di Bologna (26%) rispetto al dato regionale (31%)



La percezione del rispetto del divieto di fumo nei luoghi pubblici

A partire dal 10 gennaio 2005, data di entrata in vigore della legge n. 3 del 16 gennaio **2003** per la tutela della salute dei non fumatori, **è vietato fumare in qualsiasi locale chiuso**, ad eccezione di:

- quelli privati non aperti ad utenti o al pubblico (ad esempio le abitazioni);
- quelli riservati a fumatori e come tali contrassegnati.



La Legge per il divieto di fumo costituisce un vero e proprio strumento per “fare salute” e campagne promozionali mirate contribuiscono a rinforzare il messaggio.

- La maggior parte delle persone intervistate considera il divieto di fumare nei luoghi pubblici **rispettato sempre o quasi sempre** (91%); il valore è sovrapponibile a quello del 2007 (92%).

- Non sono emerse differenze significative tra le Ausl della regione.



Iniziative precedenti

“Dove ce l'hai la testa quando accendi una sigaretta ? ”

Fondazione Umberto
Veronesi

“Io non scappo”

Lega Italiana contro i tumori

Piano antifumo
USL di Bologna



OBIETTIVO

DIMINUIRE IL NUMERO DI FUMATORI TRA
I LAVORATORI DI BOLOGNA

→ COME ?

**Attraverso un'efficace promozione della campagna
Spegni
la “cosa” giusta nei luoghi di maggiore visibilità per il
target prescelto**



SEGMENTAZIONE

COMPONENTI :

SOCIO-DEMOGRAFICHE:

- Lavoratori di Bologna dai 25 ai 35 anni



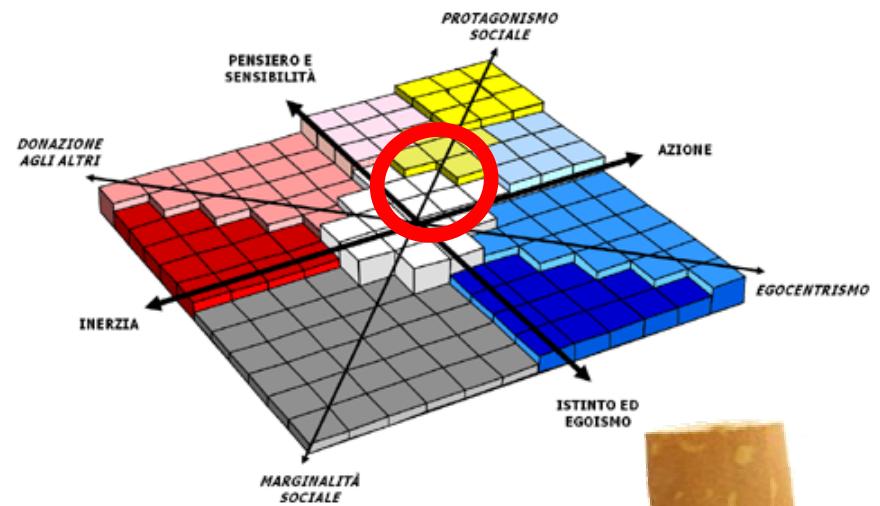
COMPORTAMENTALI:

- Fumatori



PSICOGRAFICHE:

- PERSONALITÀ: Eterogenea
- AUTONOMIA: indipendente
- LEADERSHIP: leader
- AMBIZIONE: elevata



FATTORI CHE INFLUENZANO

- STRESS
- ABITUDINE
- PIACERE
- COMPLETA ALTRE ATTIVITA' PIACEVOLI
- FAVORISCE LA CONCENTRAZIONE
- DIPENDENZA DA NICOTINA



POSIZIONAMENTO

SMETTERE DI
FUMARE

- PREVIENE PROBLEMI DI SALUTE
- PROTEGGE CHI CI STA VICINO
- MIGLIORA L'SPETTO ESTERIORE
- MIGLIORA L'ATTIVITA' FISICA
- MIGLIORA LA PRESTAZIONE SESSUALE
- FAVORISCE IL RISPARMIO ECONOMICO



PRODOTTO

Core product

- Benefici di salute
- Benefici sociali
- Benefici economici



PRODOTTO

Actual product

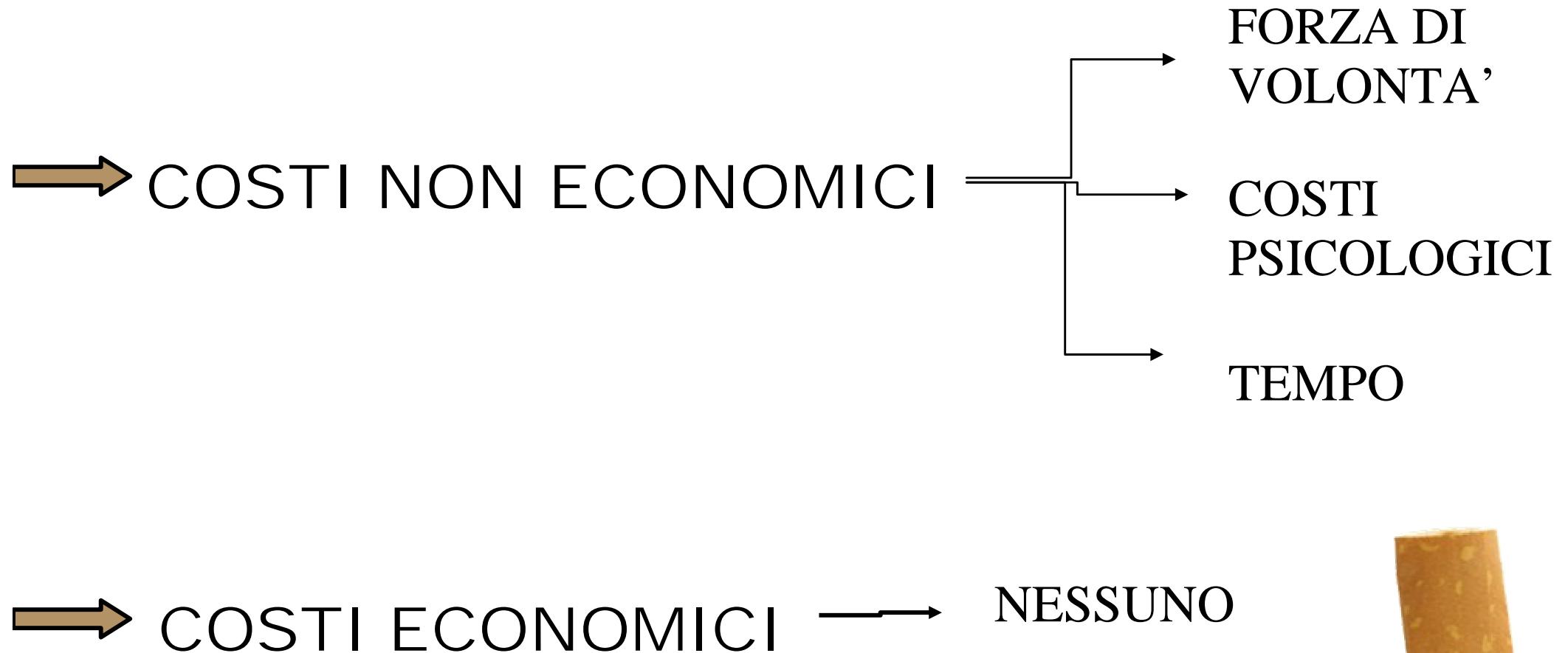
**Comportamento responsabile
finalizzato ad eliminare
il vizio del fumo**

Augmented product

**Brochures informative,
gadgets, sito Internet**



PREZZO



COSTI

NERVOISMO

AUMENTO DEL PESO

BENEFICI

BENEFICI DELLA SALUTE

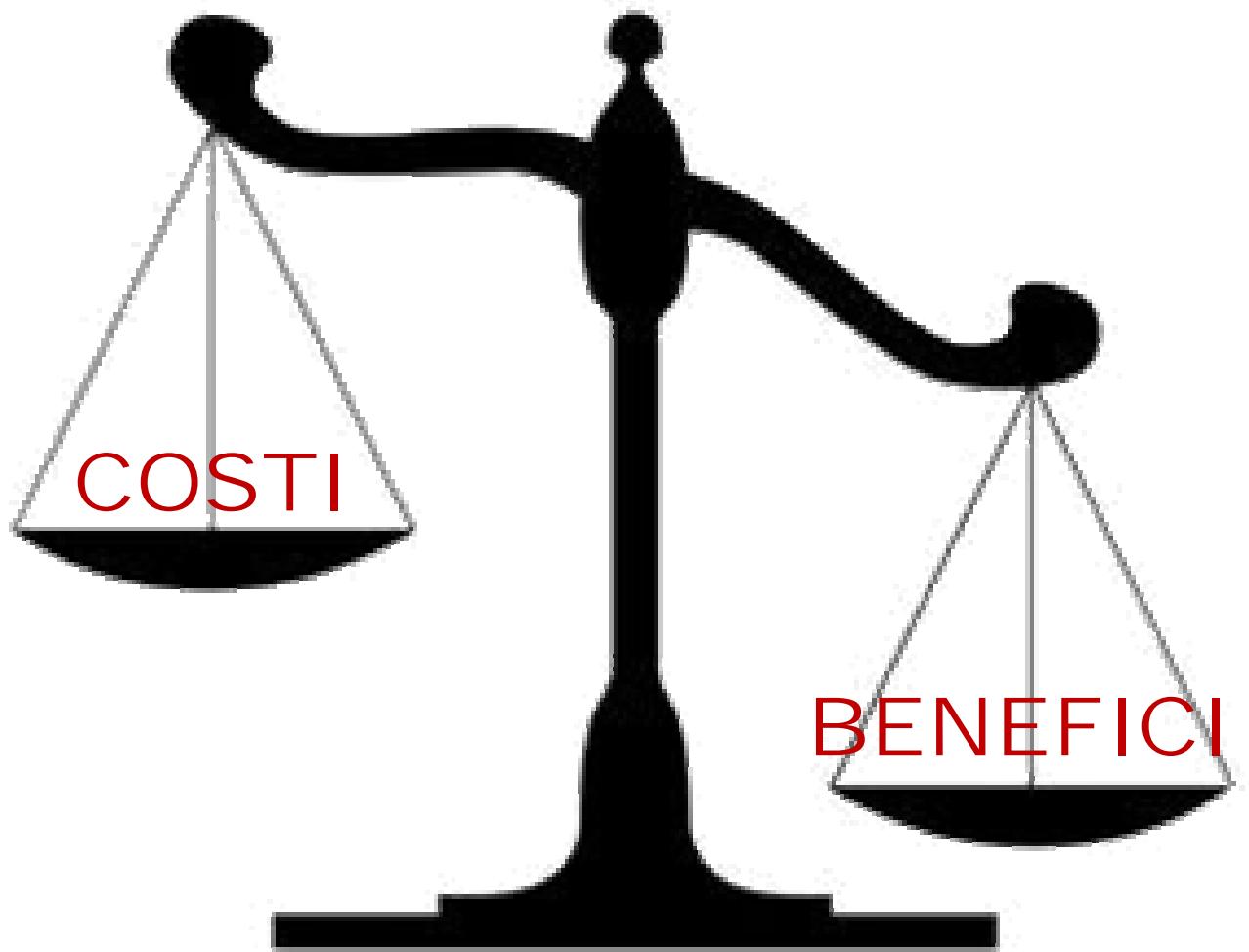
- DIMINUISCE IL RISCHIO DI ATTACCO CARDIACO
- MIGLIORANO I SENSI DELL'OLFATTO E DEL GUSTO
- MIGLIORA LA CIRCOLAZIONE
- AUMENTA LA CAPACITA' POLMONARE
- RIDUCE LA MORTALITA' DI TUMORE

BENEFICI ESTETICI:

- UNGHIE E CAPELLI PiU' SANI
- MIGLIOR COLORITO DELLA PELLE
- RIDUZIONE DELLE RUGHE
- DENTI PiU' BIANCHI

BENEFICI ECONOMICI





**“SMETTERE
DI FUMARE
CONVIENE”**

**BARRIERA :
DIPENDENZA**



DISTRIBUZIONE

- ➡ Tutte le **Ausl** del Comune di Bologna
(ospedali, consultori, poliambulatori)
- ➡ **Uffici pubblici**
- ➡ **Locali pubblici**
- ➡ **Autobus urbani e pensiline** (sia in forma multimediale che cartacea)
- ➡ **Strade e piazze** principali di Bologna



PROMOZIONE

SITI INTERNET

RADIO
LOCALE

GUERRILLA
MARKETING
Information point

SOCIAL
NETWORK



TIME TABLE

APRILE	MAGGIO	GIUGNO	LUGLI	AGOST	SETTEMBRE	OTTOBRE	NOVEMBRE	DICEMBRE
Presentazione progetto	“Giornata mondiale senza fumo”	1° evento guerrilla marketing			Flash Smoke	2° evento guerrilla marketing	3° evento guerrilla marketing	“Mani tese”
Distribuzione volantini e gadgets	Scambio del proprio pacchett o di sigarette	Artisti di strada				“Se la spegni ti sposo”	Mangiafuoco	Segnali bri nelle librerie

Sito Internet *radio*

Sito Internet *radio*

Sito Internet *radio*

Sito Internet *radio*

radio



PARTNER

.LILT

.Regione Emilia Romagna

.Provincia di Bologna

.Manitese

.ATC

.Flash giovani

BUDGET

Circa 15.000 €



VALUTAZIONE

Il processo di valutazione permette di rispondere a delle domande-chiave:

- ➡ **Qual è l'impact del progetto (durante implementazione) ?**
- ➡ **L'implementazione corrisponde alle previsione ?**
- ➡ **L'attitudine e l'opinione del target verso il fumo sono cambiate col progetto ?**
- ➡ **Il progetto aiuta a migliorare la salute della popolazione del target ?**
- ➡ **Come il progetto può essere migliorato ?**
- ➡ **Il livello di finanziamento adatto ad adempiere gli obiettivi del progetto ?**



VALUTAZIONE

3 TIPI DI VALUTAZIONE

VALUTAZIONE FORMATIVA

- COME IL PROGETTO DEVE ESSERE CONCEPITO ?
- OGNI PARTE DEL PROGETTO E' CONCEPITA BENE ?

VALUTAZIONE DI PROCESSO

- PROGETTO IMPLEMENTATO COME PREVISTO ?
- CALENDARIO RISPETTATO ?
- COSA FACCIAMO DI NON PREVISTO DALL' INIZIO ?

VALUTAZIONE DI RISULTATO

- QUALI SONO GLI EFFETTI PRODOTTI ?



VALUTAZIONE

TAPPE DI VALUTAZIONE

1. IDENTIFICARE GLI STAKEHOLDERS E ORGANIZZARE UNA TEAM DI VALUTAZIONE

1. DESCRIVERE IL PROGETTO

1. CONCENTRAZIONE SUL DESIGN DELLA VALUTAZIONE

1. RACCOGLIERE ELEMENTI DI PROVA CREDIBILI

1. GIUSTIFICARE LE CONCLUSIONI

1. GARANTIRE L'USO DEI RISULTATI E CONDIVIDERE L'ESPERIENZA



**Per ogni
settimana di
fumo, la vita
si accorcia di
un giorno !**

