

CAMPAGNA DI SENSIBILIZZAZIONE PER UN CONSUMO RESPONSABILE DELL'ALCOOL

Associazione “Alla conquista della vita”,
commissionata dall'ASL Jesolo e ASL Riccione:

**“USA LA TESTA,
NON FARE LO SBRONZO!”**

Chiara Berardo, Andrea Manieri, Rossella Marcello, Teresa Marchio

USA LA TESTA, NON FARE LO SBRONZO!

MARKETING ANALITICO:

LETTERATURA:

In Veneto ed Emilia Romagna sono già state fatte campagne di sensibilizzazione in questo settore:

- “Alcol + Gusto” è la campagna di contrasto all’abuso di alcol dell’ A. ULSS 6 di Vicenza
- “Ballo e non mi Sballo” campagna di sensibilizzazione prevista dal comune di Jesolo (Ve)
- “Less is more” . A cura di Elena Barbera ed Eleonora Tosco, DORS Regione Piemonte (Centro Regionale di documentazione per la promozione della salute).

USA LA TESTA, NON FARE LO SBRONZO!

- La Regione Emilia Romagna, ha realizzato un progetto chiamato “e sai cosa bevi...Kit multimediale per conoscere l'alcool”. Questo progetto ha avuto come obiettivo la creazione di un pacchetto didattico da trasmettere nel mondo della scuola media superiore, cercando di fornire conoscenze teoriche sui problemi alcolici e cercando di stimolare a livello didattico varie iniziative ed interventi da realizzare nella scuola.
- Il distretto sanitario di Vignola ha dato origine ad un iniziativa che faceva parte della campagna chiamata “Alcol non sei uno di famiglia” rivolta a tutti gli studenti delle scuole medie e superiori. Si trattava di un concorso fotografico rivolto ai ragazzi delle scuole medie e superiori del distretto di Vignola, con lo scopo di sensibilizzare i giovanissimi e le loro famiglie.

USA LA TESTA, NON FARE LO SBRONZO!

CONTESTO:

- Il consumo e l'abuso di alcol fra i giovani e gli adolescenti è un fenomeno preoccupante e in forte crescita sia a livello internazionale che nazionale.
- Nelle due regioni coinvolte nel nostro progetto la fascia dagli 11 ai 18 presenta il 22,4% di maschi (max per i ragazzi in Piemonte e Trentino Alto Adige) mentre il 13% delle ragazze (max in Veneto e Trentino Alto Adige) con uno stile di consumo dannoso o rischioso per l'alcol, mentre nella fascia 19-24 il 25,3% di ragazzi (max in Valle d'Aosta ed Emilia Romagna) e 10,4% di ragazze (max in Liguria e Trentino Alto Adige) ha uno stile di consumi dannoso o rischioso per l'alcol.

USA LA TESTA, NON FARE LO SBRONZO!

- Fenomeno “Binge Drinking”
- Correlzione tra abuso di alcol e comunicazione: gli adolescenti consumano alcol per essere maggiormente accettati dagli altri, per fare amicizia con più facilità, per stare assieme con piu' coraggio.

USA LA TESTA, NON FARE LO SBRONZO!

MARKETING STRATEGICO:

- OBIETTIVI:

Agire all'interno del sistema di riferimento dei valori di ogni giovane allo scopo di poter vedere in altri elementi la possibilità di sentirsi accettati pienamente o far parte di un gruppo. Il cercare una comunicazione non dannosa

- PRIORITA':

Cercare di non percepire l'uso dell'alcol come mezzo per stare con gli altri e quindi fonte di maggiore sicurezza.

USA LA TESTA, NON FARE LO SBRONZO!

SEGMENTAZIONE:

Il target da noi scelto sono le fasce dei giovani da:

- 17 - 19
- 20 - 25

abitanti del Veneto e dell' Emilia Romagna

USA LA TESTA, NON FARE LO SBRONZO!

POSIZIONAMENTO:

- A livello psicologico non tutti i giovani affronteranno il problema allo stesso modo, per cui ci saranno degli ostacoli iniziali di natura psicologica e sociale
- Approccio “amico” e vicino ai giovani

USA LA TESTA, NON FARE LO SBRONZO!

MARKETING OPERATIVO:

PRODOTTO:

1. Creazione gioco-labirinto in un social network: cosa preferisci ricevere in cambio ad una serata di “sano” divertimento?
2. Viaggio-interazione a/r, organizzato tramite pullman, in una delle discoteche associate :
 - Requisiti necessari per la vincita del viaggio
 - Durata
 - Organizzazione

USA LA TESTA, NON FARE LO SBRONZO!

PRODOTTO:

- Tessera magnetica raccogli punti
- Nuovo listino di bevande analcoliche

USA LA TESTA, NON FARE LO SBRONZO!

PRODOTTO:

- Viaggio = Interazione

Il prodotto-viaggio è una vera e propria occasione di interazione poiché rappresenta un'ottima esperienza soprattutto a livello comunicativo con un grande potere socializzante tra i giovani.

- Dibattito e comunicazione circolare gestita da un adulto-competente

USA LA TESTA, NON FARE LO SBRONZO!

DISTRIBUZIONE:

- Discoteche : Il Muretto, Vanilla, K-Club di Jesolo (Ve)
Cocoricò, Peter Pan, Baia Imperiale di Riccione (RN)
- Scuole superiori del Veneto (Liceo Linguistico “M.Belli, di Portogruaro, Liceo Scientifico e Classico XXV Aprile di Portogruaro , Istituto tecnico Vito Volterra di San Dona’ di Piave...) e dell’ Emilia Romagna (Liceo Scientifico A.Volta di Riccione, Liceo Liceo Artistico “F.Fellini” di Riccione)
- Università del Veneto (Ca’ Foscari di Venezia, Università degli Studi di Padova) e dell’Emilia Romagna (Alma Mater Studiorum Di Bologna, Unimore di Modena e Reggio Emilia,)

USA LA TESTA, NON FARE LO SBRONZO!

- Volantino con lo slogan dell'iniziativa **“USA LA TESTA, NON FARE LO SBRONZO!”**, le relative informazioni della campagna promossa e le indicazioni necessarie per parteciparvi
- Concerti locali- eventi festival:
 - ❑ Spiaggia del Faro” di Jesolo, Rock and Dock di S.Dona’ di Piave
 - ❑ “Robot Festival” di Bologna, notte bianca Rimini e Riccione
 - ❑ “Radio Dj”: vari appuntamenti con i più brillanti conduttori delle trasmissioni radiofoniche d'Italia a Riccione
 - ❑ “Inedited World Musical Festival” Riccione

Durante i quali verranno distribuiti i volantini dell'iniziativa

USA LA TESTA, NON FARE LO SBRONZO!

- Immagine volantino
- Immagine pullman e logo
- Logo nostra associazione

USA LA TESTA, NON FARE LO SBRONZO!

PROMOZIONE:

- Aprile grande evento sensibilizzazione:
- Nelle Scuole Superiori tornei, dibattiti e testimonianze di vittime dell'abuso di alcool
- Nelle Università volantini affissi nelle bacheche e circolazione dei volantini-promozione vincita del viaggio-interazione
- Braccialetti blu ai giovani turisti
- Album fotografico nel social network e premio
- Forsquere

USA LA TESTA, NON FARE LO SBRONZO!

PARTNER :

- Scuole/ Università di Venezia, Padova, Treviso, Bologna, Forlì, Reggio Emilia, Modena
- Comune di Jesolo, Comune di Bologna ,Comune Riccione
- Regione Veneto, Regione dell'Emilia Romagna
- ASL di Jesolo e Asl di Riccione
- Giovani sportivi locali
- Discoteche associate
- Ordine dei psicologi
- Associazione Sociologi Italiana
- Redbull

USA LA TESTA, NON FARE LO SBRONZO!

PREZZO:

- Non economico :

Ostacoli iniziali di tipo sociale e psicologici da parte dei giovani interessati a modificare il loro giudizio in merito all'alcol e di conseguenza nel comportamento con esso

- Economico:

Tutto il costo della campagna di sensibilizzazione verrà ripartito in:

- investimenti da parte delle discoteche in cambio di ottenere una maggiore visibilità
- sia la Regione, Comune, Asl daranno il loro contributo (ad es. : la Regione fornisce il pullman, le Asl si occupano del costo degli alcol test, le discoteche delle spese del viaggio, il Comune fornirà dei gazebo all'interno dei concerti e tornei sportivi nelle scuole)

USA LA TESTA, NON FARE LO SBRONZO!

VERIFICHE:

- Di processo: Tramite l'applicazione "mi piace" sulla nostra pagina facebook possiamo individuare quanti ragazzi sono stati informati della nostra campagna; inoltre verrà chiesto ai gestori delle discoteche gemellate il tasso di consumo delle nuove bevande analcoliche, il numero delle entrate dei ragazzi che hanno effettuato l'alcol test e i quantitativi dei braccialetti blu presenti all'interno del locale.

USA LA TESTA, NON FARE LO SBRONZO!

- DI ESITO:

Aumento del 10% delle vendite dei drinks analcolici all'interno delle discoteche, aumento del 30 % delle richieste di partecipazione al viaggio/interazione verso le discoteche associate, aumento della distribuzione del materiale informativo.



GRAZIE PER L'ATTENZIONE

Berardo Chiara. Andrea Manieri, Teresa Marchio, Rossella Marcello