progetto

sicura;-)mente

PROVINCIA MC + PREFETTURA + FORZE dell'ORDINE + ASUR MARCHE ZT 8-9-10
+ COMUNI MC:
+ Comune di Appignano
+ Comune di Belforte del Chienti
+ Comune di Caldarola
+ Comune di Camerino
+ Comune di Castelraimondo
+ Comune di Cingoli
+ Comune di Civitanova Marche
+ Comune di Colmurano
+ Comune di Corridonia
+ Comune di Matelica
+ Comune di Montecassiano
+ Comune di Monte San Giusto
+ Comune di Morrovalle
+ Comune di Petriolo
+ Comune di Pollenza
+ Comune di Porto Recanati
+ Comune di San Ginesio
+ Comune di San Severino
+ Comune di Serrapetrona
+ Comune di Serravalle di Chienti
+ Comune di Tolentino
Cooperativa Il Sentiero + Cooperativa Pars + GESTORI LOCALI

report dati e azioni

.:prima parte _ dati fenomeno alcol
.:seconda parte _ obiettivi per fase 6: primavera / estate 2009
.:terza parte _ le ultime azioni effettuate
.:quarta parte _ compendio azioni compiute 2006 -2009

.:prima parte _ dati fenomeno alcol

premessa generale:.

La situazione attuale riguardo il consumo, l'abuso ed i rischi legati all'alcol non è delle più rosee; Unione Europea: 115.000 le morti causate dall'alcol ogni anno, con costi sanitari che si aggirano sui 125 miliardi di euro. In Italia, il consumo medio di alcol pro capite negli ultimi anni è diminuito, ma cresce il bere per ubriacarsi, sempre più diffuso tra adolescenti e, più recentemente, tra i giovani adulti (donne in particolare).

L'Organizzazione Mondiale della Sanità considera a rischio i consumatori che eccedono i 40 grammi (2-3 bicchieri) di alcol al giorno per gli uomini, 20 (1-2 bicchieri) per le donne, 10 per gli anziani oltre i 65 anni e i per giovani fra i 16 e i 18, mentre per i più giovani qualsiasi consumo è considerato a rischio. l'OMS pone infatti come obiettivo di salute per il 2010 la riduzione a zero del consumo di alcol in Europa tra i ragazzi al di sotto dei 15 anni. Secondo questi parametri standard, in Italia sono a rischio il 16,7% degli uomini e il 4,5% delle donne[1].

In tutto ciò va considerata e messa in evidenza anche la recente tendenza, sempre più diffusa nelle giovani generazioni: il "binge drinking", cioè un'*abbuffata* di diversi alcolici consumati in gran quantità ed in breve tempo con lo scopo di ricercare lo sballo. Fenomeno tradizionalmente più tipico nei paesi nordici, è in aumento anche in Italia: quantificabile in 5-6 bicchieri in un'unica occasione, riguarda il 5,2% dei ragazzi fra gli 11 e i 18 anni, con punte del 21% fra i ragazzi di 18 anni e del 9% fra le ragazze di 17 anni. La probabilità di binge drinking aumenta nei giovani maschi fumatori e fra chi frequenta discoteche. In particolare, nella serata del sabato consumano alcol il 74,1% dei giovani, in percentuali diverse a seconda della fascia d'età: 67,1% fra 13 e 15 anni, 83,4% fra i 16 e i 18 anni, 66,7% fra i 19 e i 24 anni e 64,2% dei giovani sopra i 25 anni. Il 19% dei giovani dichiara di aver consumato 6 o più bicchieri. Sono il Trentino Alto Adige (12,8% dei ragazzi fra gli 11 e i 18 anni) e il Veneto (10,1%), le regioni d'Italia dove si riscontra maggiormente questo fenomeno, seguiti da Emilia Romagna (8,2%), Molise (8,4%), Marche (7,2%), Lombardia (7,1%), Lazio (6,3%), Calabria (5,5%) e Sardegna (5,4%). Continua a essere preoccupante la precocità di approccio all'alcol, favorita probabilmente dall'avvento degli alcopops: nella fascia 11-15 anni il 19,9 per cento dichiara di aver consumato una o più bevande alcoliche almeno una volta nell'anno[2]

Sempre continuando con le statistiche, passiamo infine al settore di punta della prevenzione all'alcol: la guida in stato di ebbrezza. Nei primi 10 mesi del 2008 in Italia i conducenti di veicoli controllati con etilometri o precursori sono stati 1.158.157, quasi il doppio rispetto al medesimo periodo del 2007 (594.624). Il dato si riferisce ai controlli effettuati solo da polizia stradale e carabinieri (non esiste un sistema di rilevazione unico per le polizie locali; dunque, il dato effettivo è più elevato). Raddoppiando i controlli, le infrazioni di guida in stato di ebbrezza sono rimaste inalterate: 39.861 nel 2008 contro 39.742. Comportamenti virtuosi cominciano a diffondersi nei fine settimana: i conducenti controllati quest'anno sono stati il 20% in più, ma sono diminuiti coloro trovati positivi all' alcol: 22.322 contro i 24.521 del 2007, a conferma dell' efficacia delle nuove disposizioni, affiancate dall'incremento dei controlli. Preoccupa invece che la maggiore percentuale di soggetti positivi all'alcol (35,24%) si colloca in una fascia elevata di tasso alcolemico, fra 1 e 1,50 g/l. Sono diminuiti di 51 unità i morti per incidenti nei fine settimana: da 331 a 280 nel 2008. Sono diminuiti gli incidenti: da 8.009 a 6.214. Quanto agli etilometri, quelli in uso sono 712, ma entro il 2009 ne arriveranno altri 535, per un totale di 1247: in media, 10 per provincia. I veicoli sequestrati per guida in preda a alcol o droga sono stati 3.297, nel breve periodo fra il 27 maggio (avvio delle nuove norme) e il 2 novembre 2008. Il 35-40% degli incidenti stradali che si verificano in Italia è dovuto alla guida in stato di ebbrezza[3].

[1] Dati dell'OMS
[2] Dati Istat
[3] Dati raccolti da Polizia di Stato e Carabinieri e diffusi dal Sottosegretario Carlo Giovanardi

dati raccolti nella provincia di Macerata nel 2008:.

Di seguito i dati generali delle uscite Sicuramente, effettuate dalle unità mobili territoriali "Stammibene" di Macerata e "Alza la testa non il gomito" di Civitanova Marche nel 2008.

> Sicuramente nel 2008

totale numero di uscite	46
contatti registrati	2.023
etilotest effettuati[4]	1.717
materiali informativi distribuiti[5]	6.000
gadgets distribuiti[6]	3.797
etilotest monouso distribuiti[7]	870

Di grande interesse sono i dati relativi al test dell'etilometro, che è indubbiamente uno dei fattori di richiamo più attraenti delle unità mobili ed al tempo stesso il punto di forza per la sensibilizzazione alla sicurezza nel divertimento notturno. Lo scopo della somministrazione del test, nell'ottica del progetto Sicuramente, è duplice: da un lato è un realistico ed efficace strumento preventivo, esso infatti restituisce un dato obiettivo, veloce e concreto agli utenti sul loro stato in relazione all'alcol ingerito durante la serata. Dall'altro lato l'uso dell'etilotest tra la popolazione target è un ottimo strumento di screening per monitorare lo stato attuale delle tendenze ai comportamenti a rischio nel territorio e per confrontare i dati in un trend trasversale che permette di avere una lettura dinamica del fenomeno negli anni.
Nel 2008, oltre al test dell'etilometro, è stato somministrato anche un nuovo tipo di test, la "torcia", cioè un apparecchio che funge da precursore all'etilometro numerico. Il punto di forza di questo nuovo macchinario è la rapidità di esecuzione, molto utile in contesti in cui si vogliano testare molte persone velocemente, e la semplicità del risultato, suddiviso a colori come una sorta di semaforo: luce verde (alcolemia <0,4 g/l), luce gialla (alcolemia nel limite, tra 0,4 e 0,5 g/l) e luce rossa (>0,5 g/l).

I dati di soggetti che hanno fatto il test dell'etilometro.

Ai soggetti che volontariamente sceglievano di effettuare presso gli stand delle u.m.t. l'etilotest, si richiedevano, prima di effettuare la prova, le seguenti informazioni di seguito elaborate: sesso, età, intenzione di mettersi alla guida a fine serata. Tutti gli etilotest sono stati effettuati in totale anonimato.

> Età

12-17anni	6,8%
18-23anni	35,7%
24-29anni	30,0%
30-35anni	13,9%
36 o più	13,6%

> Sesso

Maschi	81,1%
Femmine	18,9%

> Risultati ottenuti tramite test etilometrico numerico

0,00-0,49 g/l	58%
0,50-1,00 g/l	27%
1,01-1,50 g/l	11%
1,51-2,00 g/l	3%
2,01 e oltre	1%

[4] Comprende etilotest elettronici a risultato numerico e a range; etilotest a reagente chimico
[5] Comprende i materiali distribuiti nel territorio tramite gli infopoint
[6] T-shirt, spillette, condom, inviti per le discoteche
[7] Inclusi i pezzi distribuiti dalle forze dell'ordine

> Risultati ottenuti tramite test con precursore a spie

Spia verde – sotto 0,20 g/l	35%
Spia gialla – tra 0,20 e 0,50 g/l	22%
Spia rossa – sopra 0,50	43%

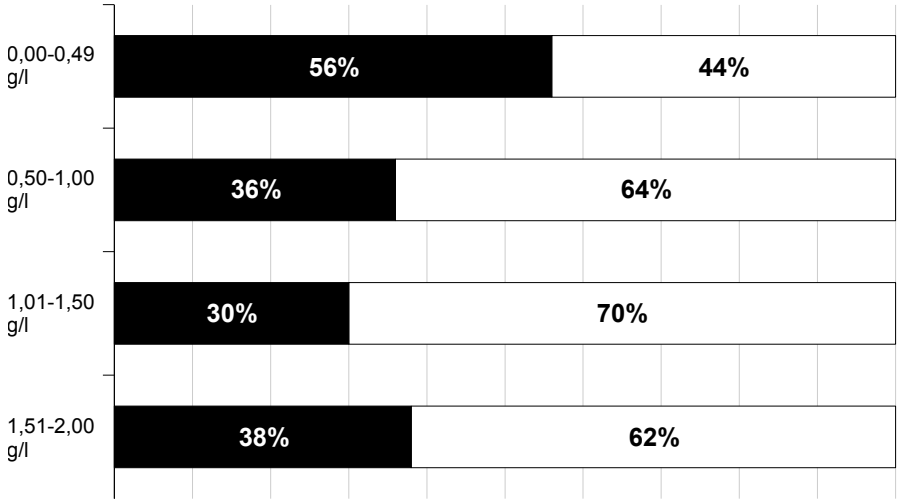
I risultati delle prove con etilotest numerico e precursore a spia si validano a vicenda: entrambe le rilevazioni fanno emergere come coloro che si trovano sotto il limite di legge sono poco più della metà dei testati (58% con il test numerico, 57% con il test precursore).
Ma la parte dei dati più interessante è quella riguardante la propensione alla guida che proponiamo di seguito.

> Intenzione di mettersi alla guida
Come spiegato in precedenza, prima di effettuare il test è stato chiesto agli utenti se avessero intenzione, a fine serata, di mettersi alla guida di un automezzo (automobile, ciclomotore, ecc..). Ciò ha permesso di rilevare la presenza/assenza di percezione del rischio, cioè se la propensione a guidare fosse adeguatamente messa in relazione con le proprie condizioni psicofisiche legate al consumo di alcolici.

Di chi dichiara di doversi mettere alla guida...	
Sotto il limite legale di 0,50 g/l	69,9%
Sopra il limite legale	30,1%

Sono quasi 1 su 3 i soggetti che avevano intenzione di mettersi alla guida nonostante un tasso alcolemico superiore al limite legale. Una percentuale probabilmente determinata da 2 atteggiamenti: 1. sottovalutare il rischio; 2. ignorare o conoscere in modo insufficiente il rapporto tra alcol ingerito e tasso alcolemico.

ATTENZIONE: Risultato test incrociato con l'intenzione di guida
■ intendeva guidare □ non intendeva guidare



Più sale il tasso alcolemico è meno dovrebbero essere coloro che intendono mettersi alla guida. Così è, ma si tratta di una discesa tutt'altro che drastica. Inoltre tra 1,51 e 2,00 g/l la percentuale torna a salire. Un elemento che può essere spiegato in un'ulteriore sottovalutazione del rischio causata dall'effetto dell'ebbrezza alcolica.

> Dati rilevati con la domanda: “Fai uso di alcolici per ubriacarti?”
(1.500 rispondenti – fascia d'età tra i 13 e i 26 anni)

Mai	31%
Meno di una volta al mese	16%
Una volta al mese	19%
Una volta a settimana	34%

Il dato che subito salta all’occhio - e particolarmente significativo - è quel 34% che dichiara di ubriacarsi circa una volta a settimana. Una percentuale maggiore di chi non beve per ubriacarsi. Anche in questo caso appare eclatante una diffusa sottovalutazione del rischio, determinata – totalmente o in parte - da una scarsa conoscenza dei rischi collegati all'uso di alcolici a scopo di sballo.

ATTENZIONE: tutti i dati riportati riguardanti la rilevazione di Sicuramente nel 2008 - pur essendo significativi - non hanno valore scientifico, poiché sono stati raccolti su un campione di popolazione non rappresentativo.

.:seconda parte _ obiettivi per la fase 6 – primavera/ estate 2009

obiettivo generale:.

L'evoluzione del progetto nella sua sesta fase si concentrerà soprattutto sull'informazione e la sensibilizzare rispetto al rischio del binomio alcol-guida, che i dati raccolti sia ambito nazionale (vedi pag.2) che tramite indagine sul campo (pp. 3-5) confermano essere il principale allarme per la sicurezza e la salute delle fasce giovanili della popolazione nel nostro Territorio. L'obiettivo sarà perseguito attraverso 3 categorie d'intervento:

1. *Appoggio alle azioni delle Unità Mobili Territoriali*: azioni di supporto (in termini di risorse umane e materiali) agli interventi di stammibene. (progetto di prevenzione della ZT 9 ASUR Marche), di "Alza la testa, non il gomito" (progetto di prevenzione della ZT 8 ASUR Marche, gestito dalla Cooperativa Pars), e la realizzazione di nuovi interventi specifici.
2. *Implemento della rete di informazione e prevenzione:* potenziamento della campagna coordinata di sensibilizzazione delle fasce d'età giovanili rispetto ai rischi connessi al divertimento notturno (in primo luogo la guida in stato d'ebbrezza).
3. *Promozione del "divertimento notturno in sicurezza":* azioni coordinate insieme alle forze dell'ordine ed ai gestori dei locali notturni per promuovere e rinforzare forme di divertimento sicuro

promotori:.

_ Provincia di Macerata – Assessorato alla Sicurezza
_ Prefettura di Macerata (+ Forze dell'Ordine)
_ UO Dipendenze patologiche Macerata ZT 9 ASUR MARCHE

coinvolgimenti:.

_ Comuni della Provincia di Macerata
_ ZT 8 e 10 ASUR Marche
_ Consulta giovanile
_ Associazioni di volontariato
_ Gestori Locali
_ Cooperativa Il Sentiero
_ Cooperativa Pars

target:.

_ Popolazione giovanile dai 14 ai 29 anni, popolazione in generale

periodo:.

_ FASE 1: estate - autunno 2006
_ FASE 2: inverno - primavera 2006/2007
_ FASE 3: estate 2007
_ FASE 4: inverno - primavera 2007/2008
_ FASE 5: estate - inverno 2008
_ FASE 6: primavera – estate 2009

specifiche della fase 6 - primavera - estate 2009

Intervento 1: appoggio alle azioni delle U.M.T.

> Partnership con Pandemia Festival per uscite 2009: grazie all'incremento degli operatori, Sicuramente sarà presente anche quest'anno col suo stand itinerante durante le serate concerto di Pandemia Festival (sostenuto dall'assessorato alla cultura e alle politiche giovanili) in diversi comuni del maceratese L'iniziativa, giunta ormai alla terza edizione, ha riscontrato un grande successo in termini di adesione e visibilità nel territorio.

> Presenza di Sicuramente nei luoghi più caldi : in appoggio alle U.M.T. di Macerata e Civitanova Marche, Sicuramente garantirà una maggiore presenza nei contesti notturni più a rischio sicurezza. L'auspicato aumento delle risorse si tradurrebbe, nel territorio, in interventi sia nell'entroterra (feste della birra, concerti, "notte celtica", festival estivi) che nella costa (locali notturni estivi, locali all'aperto, sagre ed eventi di aggregazione).

> "L'alcol non sa guidare" [novità 2009]: in preparazione il nuovo format di informazione e sensibilizzazione dedicato agli utenti delle scuole guida e realizzato con un gioco di guida per pc che simula gli effetti dell'alcol.

Intervento 2: implemento della rete di informazione e prevenzione.

> Rifornimento infopoint: il numero degli infopoint (prodotti e rinnovati nella grafica durante la fase 5) è aumentato quasi del 20% nel territorio (comuni, scuole superiori e locali notturni). Per garantire la distribuzione del materiale informativo aggiornato continuerà la stampa di brochure, opuscoli e altro materiale informativo.

> Ampliamento e potenziamento del sito internet: vista la visibilità crescente del sito continuerà l'ampliamento e la pubblicizzazione di www.progettosicuramente.it cercando di migliorarne l'interfaccia in modo da renderlo più facilmente aggiornabile da parte di operatori ed utenti.
Si prospetta inoltre la possibilità di collaborazione con il neonato portale provinciale dedicato ai giovani così da aumentare la ricaduta reciproca in termini di contatti.

> Promozione tramite affissioni: continua l'impegno di ideare, creare e stampare manifesti sempre nuovi con messaggi di prevenzione. Questo sforzo consente di tenere alta l'attenzione e la visibilità della popolazione target. I manifesti hanno come ricaduta secondaria anche l'aumento di visibilità del progetto stesso e del sito internet.

> Produzione gadget: i gadgets si sono rivelati uno dei strumenti comunicativi più apprezzati dalla popolazione: i loro maggiori punti di forza sono l'ampia visibilità del messaggio per un tempo molto lungo (ad esempio nel caso delle T-shirt) e l'elevato indice di gradimento in maniera trasversale rispetto alle fasce d'età. Per questo anche nella fase 6 ampia attenzione è dedicata alla produzione di gadgets utili/interessanti: sono già in distribuzione i segnalibri informativi – realizzati in 5 serie – e gli inviti "se sei sobrio entri gratis". Nel corso della fase 6 saranno stampate le T-shirt Sicuramente in versione restyling.

Intervento 3: promozione del "divertimento notturno in sicurezza"

> Invito "se sei sobrio entri gratis": sempre fiore all'occhiello di Sicuramente è l'invito gratuito valido in tutti i locali che collaboranore al progetto e distribuiti come "premio di buon comportamento" dalla Polizia nell'attività di pattuglia notturna e come gadget speciale dagli operatori *Sicuramente*.

> Networking con il popolo della notte [novità 2009]: il mondo dell'informazione on-line è ormai imprescindibilmente collegato alla comunicazione, all'informazione ed alla visibilità. Questo è tanto più vero con la popolazione che il progetto ha come bersaglio. La creazione ed il lancio di www.progettosicuramente.it non è che il punto di partenza di un più ampio lavoro di rete che sarà avviato nella nuova fase cercando di coinvolgere on-line i gestori dei locali notturni sia tramite il sito che tramite altre piattaforme di social network (es. facebook, myspace, ecc..). Il tutto ha l'enorme vantaggio di creare una vastissima rete di contatti, visibilità, informazione, rapidità comunicativa con un bassissimo costo economico una volta avviata la rete informativa. Grazie al networking il progetto potrà essere ancor più appetibile dai gestori del locali che troveranno un riscontro in termini di visibilità.

> Infopoint "afterdark" [novità 2009]: al via la preparazione e la realizzazione di nuovi infopoint studiati appositamente per i locali notturni. Dimensioni ridotte, forma e peso modificati li rendono più maneggevoli, adattabili alle esigenze dei gestori dei locali notturni (si possono applicare ai banconi dei locali), guadagnandone in visibilità oltre che in efficienza visti i costi inferiori rispetto ai regolari infopoint.

..terza parte _ Le ultime azioni effettuate

Specifiche fase 5 – estate/inverno 2008 - 2009:.

Nella fase del progetto da giugno 2008 a febbraio 2009 sono state realizzate una serie di azioni in continuità rispetto alle precedenti fasi di sicuramente, con l'attenzione continua all'innovazione di idee, eventi e materiali che da sempre caratterizza lo spirito originario di questo progetto di prevenzione:

> Invito "se sei sobrio entri gratis": invito gratuito valido per tutte le discoteche che hanno deciso di collaborare (nel periodo estivo 2008 sono state il Mym di Civitanova ed il Babaloo di Porto Potenza Picena). E' stato distribuito come "premio di buon comportamento"dalla Polizia nell'attività di pattuglia notturna ai giovani che nei controlli eseguiti tramite etilotest alla guida avevano un punteggio di 0,0 g/l. L'invito è stato anche utilizzato come premio per alcune attività del progetto Sicuramente.
Grazie alla copertura è stata possibile anche la realizzazione e la stampa degli inviti per la stagione invernale 2008/2009.

> Rifornimento e distribuzione infopoint, produzione materiale informativo: Sono stati ridisegnati, prodotti e distribuiti 15 nuovi infopoint. Essi sono stati impiegati nelle scuole superiori della provincia per sostituirne alcuni danneggiati e per ampliarne la diffusione, che in questo modo è aumentata dal 50% al 65% delle scuole del territorio. Sono stati stampati altri 3.000 opuscoli informativi sull'alcol e nuove brochure del progetto, ridisegnate ed aggiornate con i nuovi enti che hanno aderito negli ultimi due anni; inoltre sono stati scritti, ideati, progettati ed inviati in stampa nuovi opuscoli informativi su temi di prevenzione collaterali.

> Ampliamento del sito internet: è stato potenziato il sito www.progettosicuramente.it al quale è stata data una crescente visibilità nei nuovi infopoint, negli eventi, nei gadgets e nella promozione tramite affissioni

> Partnership con Pandemia Festival per uscite 2008: Sicuramente è stato presente col suo stand durante le serate concerto di Pandemia Festival (sostenuto dall'assessorato alla cultura e alle politiche giovanili) per un totale di 6 serate tra maggio e giugno 2008 nei comuni di Recanati, Tolentino, Porto Potenza Picena, Monte San Giusto, Macerata, Civitanova Marche.

> Promozione tramite affissioni: per ampliare ulteriormente la portata dei messaggi preventivi e per far conoscere alla popolazione le attività del Progetto e dei suoi promotori sono stati ristampati ed affissi (nei Comuni che hanno aderito al progetto) nuovi manifesti rivisti nella forma e con slogan di prevenzione differenti in modo da avere sempre un buon livello d'attenzione e visibilità da parte del target di riferimento.

> Etilotest monouso di sicuramente: uno dei materiali più apprezzati dall'utenza, assume un doppio valore: di utilità concreta nel momento del bisogno e di richiamo alla sicurezza associato al logo di Sicuramente. Sono stati prodotti 2.200 pezzi, utilizzati e da utilizzare principalmente durante le uscite delle u.m.t. .

> Segnalibri tematici: sono stati ideati e prodotti una serie di cinque segnalibri da distribuire presso infopoint, presso scuole e università, durante eventi o uscite con u.m.t.. Il contenuto sarà un'unione di immagine e parole di scrittori o personaggi famosi per sensibilizzare l'utenza rispetto all'uso/abuso di alcol. Il tipo di gadget e il messaggio sono adatti a tutta la gamma d'età del target.

> Gadget: si sono rivelati uno dei strumenti comunicativi più apprezzati dalla popolazione. Durante la fase 5 sono stati prodotti e distribuiti 200 T-shirt e 1.000 spille in particolare durante le uscite estive ed autunnali con le unità mobili.

> Presenza di Sicuramente nei luoghi più caldi : obiettivo di Sicuramente è stato, come sempre, quello di porsi in modo propositivo e collaborativo offrendo ai gestori un servizio per i clienti del locale, un'opera di sensibilizzazione che non censuri il divertimento e i suoi luoghi. La strategia d'intervento nell'estate 2008 perciò si è basata principalmente:

- sulla collaborazione della Polizia provinciale e del progetto della Regione Marche "un Soffio per la vita"
- sull'intervenire in massimo sforzo nei locali della costa. Visto che durante l'estate sono soprattutto i locali della costa ad essere frequentati (in particolare

Rock Away, Babaloo e lungomare di Civitanova Marche) è apparso adeguato destinare le risorse per gli operatori in maggioranza all'Unità Mobile di Civitanova Marche. Negli interventi sono stati coinvolti la Polizia Provinciale e il progetto regionale di prevenzione “un Soffio per la vita”.

- sull’intervento alla Notte Celtica il 2 agosto a Serravalle di Chienti. La presenza di Sicuramente in questo evento è stata gestita dall'Unità Mobile di Macerata. Nell'intervento di Notte Celtica sono state coinvolte la Polizia Provinciale e, come nella scorsa edizione, il progetto regionale di prevenzione “un Soffio per la vita”.
- sull’Intervento in alcune feste della Birra dell'interno (ad es. Villa Potenza, San Claudio ecc.) a cura dell'Unità Mobile di Macerata, rese possibili grazie all’adeguata copertura economica

interventi con operatori sicuramente:.

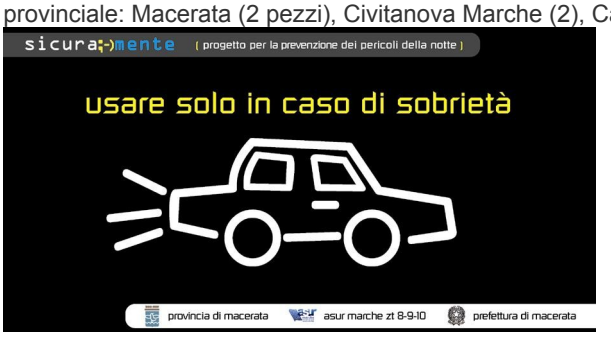
Ad ogni fase del progetto sono stati 6 gli operatori *Sicuramente* che hanno supportato le uscite serali delle unità mobili itineranti di Macerata (progetto *stammibene*.) e Civitanova Marche (progetto *Alza la testa, non il gomito*). Grazie al supporto degli operatori di *Sicuramente* le uscite hanno avuto un incremento in numero ed incisività. In totale, dall'inizio del Progetto, sono circa 80 le uscite che hanno visto la presenza degli operatori *sicuramente*. Inoltre in 2 occasioni è stato realizzato una format speciale dal titolo "Guido & Company" centrato sulla figura del guidatore designato realizzato presso e con la collaborazione della discoteca Mym e del musicpub Rock Away.

elenco luoghi d'uscita fino al 2008
Babaloo, Porto Potenza Picena
Rock Away , Porto Potenza Picena
Green Leaves, Porto Recanati
Much More, Matelica
Gialù, Corridonia
Tartaruga, Macerata
Mirage, San Ginesio
Mym, Civitanova Marche
Ambient, Tolentino
Pub Le 4 Porte, Macerata
Pub Virgo, Corridonia
Pub Geleò, Morrovalle
Festa della Birra di Macerata, San Claudio, Mogliano, Montecosaro scalo
Festa dell'uva di Potenza Picena
Concerti di Piero Pelù a Sarnano, Carmen Consoli a Macerata, Achtung Babies a Loro Piceno
Festa "Notte a S-Passo", Passo di Treia
Festa "Artistrada", Colmurano
Manifestazione "Vita Vita" Civitanova Marche
Festa "Villa Petrella" Civitanova Marche
Festa "Club della Vela" Civitanova Marche
Festa Croce Verde a Morrovalle
Festambiente a Mogliano
"Celtic Night" a Montelago
Festival "Clown & clown" a Monte San Giusto
Festa del vino di Loro Piceno
"Pandemia": concerti itineranti di gruppi esordienti nei comuni di Macerata, Petriolo, Mogliano, Tolentino, Montecassiano, Urbisaglia, Recanati, Treia, Monte San Giusto, Civitanova Marche

Brochure progetto: con la presentazione delle azioni e l'elenco completo dei partecipanti al Progetto. Distribuita a referenti istituzionali, operatori del sociale e della sicurezza, organi di stampa.

Manifesti: 750 pz (3 serie x 250), 100 x 140 cm. Con il payoff del Progetto: “Comunque sia la tua notte, non scordare la mente". Affissi nei comuni partecipanti alla fase 1 e 2 del Progetto. Prima serie affissa nell'ottobre del 2006. Nuova serie affissa nel maggio 2008, 70x100 cm in tutti comuni che hanno aderito alla fase 3 e 4 del progetto.

Manifesti 3x6: realizzati in 6 esemplari ed affissi in 4 punti chiave del territorio provinciale: Macerata (2 pezzi), Civitanova Marche (2), Camerino (1), Tolentino (1).



Affissione in movimento: allestiti, grazie anche all'impegno della Contram Spa, 2 autobus con il logotipo e gli slogan di "sicuramente". I bus saranno in circolazione fino a febbraio 2008.

Spot radiofonici: realizzato e mandato in onda da Radiolinea e Multiradio nel mese di agosto e inizio settembre 2006. Spot su Radiolinea di Luglio e Agosto 2007 per la presentazione della serata al Mym di Civitanova del gioco “Guido & Company”.

Servizi di E' tv Marche: realizzati grazie alla partnership dell'emittente con il progetto *stammibene.* I servizi sono stati realizzati il 16 agosto 2006 al Babaloo di Porto Potenza e il 19 aprile 2007 al Pub le 4 Porte di Macerata per la serata speciale "L'alcol non sa guidare". Realizzati servizi speciali anche per le serate del format “Guido & Company” il 28 luglio 2007 al Mym e il 5 ottobre 2007 al Rock Away di Porto Potenza Picena.

Inserzioni su organi di stampa: con messaggi di sensibilizzazione e con approfondimnenti specifico riguardo la guida in stato d'ebbrezza. Varie le uscite sui 3 quotidiani locali. Uscita anche su altri periodici: “Punto e a capo”, “La Provincia”, “Strade e sicurezza”, “CittAteneo”, “Emmaus”.

Referente alla salute dei locali notturni: è la persona di riferimento che - una per ogni locale - si occupa di accogliere e supportare progetti e iniziative di prevenzione, a partire dalla gestione dell'infopoint fino al coinvolgimento nella realizzazione dell'invito sicuramente. Referenti attuali:
- Marco Angelini - Extra
- Stefano Colarusso - Tartaruga
- Fabio Verdini - Gattoblu, Gialù e Mym)
- Edoardo Ascani e Alberto Merli - Green Leaves
- Aldo Ascani - Lola e Babaloo
- Luciano Beniani - Much More
- Henry Ruggeri - Rock Away

Infopoint sicuramente: 180x100 cm con 5 tasche per materiali informativi su droghe, alcol, hiv, sicurezza stradale ecc. Realizzato in 40 esemplari (fino alll'inizio del 2008). Distribuito in tutte le discoteche toccate dal progetto, negli atri municipali dei comuni che hanno aderito, in 14 scuole superiori della Provincia e in altri luoghi a frequentazione giovanile. Il materiale informativo è stato ristampato nell'autunno 2007 e nuovamente redistribuito ai comuni visto il successo di interesse rispetto alla prima fornitura di materiale terminato con una rapidità oltre le previsioni. Nuovi espositori sono stati ristampati e distribuiti, grazie alla collaborazione della Polizia Provinciale, a tutte le scuole secondarie di secondo grado della provincia di Macerata per l'intero anno scolastico 2007 – 2008 (ogni scuola ha tenuto un espositore per almeno un quadrimestre). All'inizio del 2009 è ulteriormente aumentato il contingente di infopoint allestiti in scuole e spazi ad accesso pubblico nei comuni.

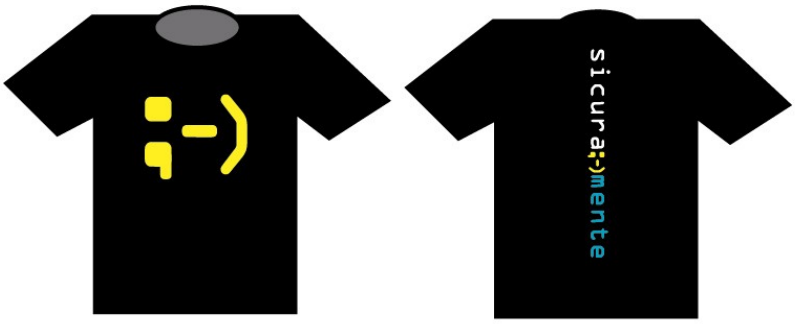
Invito "se sei sobrio entri gratis": Invito premio con cui è possibile entrare gratis in una qualsiasi dei locali della Provincia che aderiscono a Sicuramente. Realizzato grazie alla collaborazione dei gestori delle discoteche e distribuito attraverso le unità mobili di Macerata e Civitanova Marche, e, soprattutto, attraverso le Forze dell'Ordine nel normale lavoro di pattuglia. Ciò ha permesso di implementare il controllo con la promozione: dunque sanzionare certo chi non rispetta le regole e mette in pericolo se stesso e gli altri, ma anche premiare chi invece si comporta in modo consapevole. Realizzato in 5 edizioni per una tiratura complessiva di 7.000 pezzi. Attualmente in distribuzione la quinta edizione: primavera 2009.

Etilotest monouso: Realizzazione di un totale di 5.500 etilotest personalizzati. Distribuiti dalle unità mobili di Macerata e Civitanova e dalla Polizia stradale. Gli ultimi 2.200 pezzi sono astati acquistati nel 2008 e sono tuttora in distribuzione.

Opuscolo informativo sui pericoli della notte: Sui temi dell'alcol e guida, trasmissione HIV e sostanze stupefacenti. Diretto alle fasce d'età giovanili e distribuito attraverso unità mobili e attraverso gli infopoint/espositori. Per il 2009 in via di definizione un opuscolo con aggiornamenti della grafica e delle informazioni.

Tesserine "smilecard": realizzate per la fidelizzazione e la raccolta dati attraverso schede. La scheda di rilevazione è uno strumento inizialmente non previsto nel progetto creato in sinergia dagli operatori di "stammibene" e di "alza la testa, non il gomito". Dall'inverno 2007 le tessere smilecards possono essere richieste anche tramite il sito internet www.progettosicuramente.it nella sezione "Smile cards".

Gadgets promozionali: realizzazione t-shirt "sicuramente" e delle spillette tematiche. Distribuite nelle serate attraverso le uscite delle unità mobili di Macerata e Civitanova Marche. Attualmente i materiali sono quasi esauriti, si prevede una nuova ristampa nella fase 6.

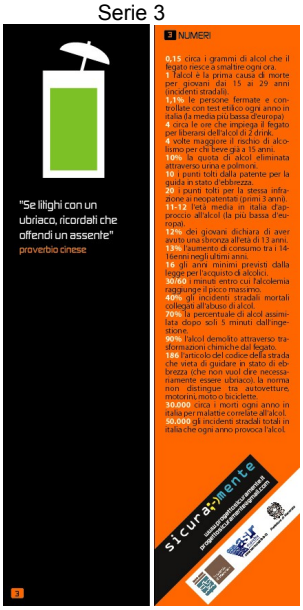


Segnalibri tematici: una via di mezzo tra un gadget ed un opuscolo informativo, questi segnalibri sono stati prodotti in 5 serie diverse da di cinque segnalibri da distribuire presso infopoint, scuole e università, durante eventi o uscite con u.m.t.. Il contenuto offre spunti e informazioni sul tema uso/abuso di alcol.

Serie 1

Serie 2

Serie 3



Serie 4

Serie 5

Stand up SICURAMENTE: banner 200 x 100 cm per pubblicizzare la presenza del progetto sicuramente nei locali. Realizzati 2 banner attualmente a disposizione delle unità mobili di Civitanova e Macerata.

Sito internet Sicuramente: www.progettosicuramente.it è stato realizzato all'inizio del 2007 ed è attualmente on-line. Riporta contenuti e promotori del progetto, propone iniziative di aggancio col target giovanile e informazioni approfondite su sostanze e hiv. Tuttora in via di implementazione.

Guido & company: Format speciale ideato e realizzato in sinergia dalle Unità Mobili Territoriali di Civitanova e Macerata. Serata di debutto al Mym il 28 luglio 2007. Seconda serata al Rock Away, 5 ottobre 2007. Nella serata del Rock Away coinvolta la Polizia Provinciale.

Etilotest: realizzati nel corso delle uscite e delle serate speciali attraverso 3 strumenti: 1. etilometri elettronici messi a disposizione dalle unità mobili di Civitanova e Macerata; 2. precursori elettronici messi a disposizione da Polizia provinciale e dall'Unità Mobile di Macerata; 3. etilotest monouso.