

IL
librett
oaran
cione
EDIZIONE
2014



stammibene.

trenta pagine
per raccontare
dati e azioni.

● **intro**

Stammibene è un progetto di promozione del benessere, un contenitore di interventi dedicati alla prevenzione dei comportamenti a rischio riguardo droghe, alcol e hiv; *Stammibene* è stato ideato e realizzato dal Dipartimento Dipendenze Patologiche Area Vasta 3 grazie ai fondi della Regione Marche. In questo libretto presentiamo una panoramica delle azioni che stiamo portando avanti.

Si parte dallo stand itinerante, lo Spazio Salute, che caratterizza *Stammibene* fin dalla sua nascita nel 2001 e che ci permette di raccogliere dati sul territorio: profili socio-anagrafici, risultati degli alcoltest, comportamenti di abuso di alcol e sperimentazione di droghe.

Nella seconda parte spazio ad alcune azioni che hanno arricchito l'attività di *Stammibene* nel corso degli anni.

Approfondimenti riguardo azioni e dati sono sul nostro sito: www.stammibene.info.

● **indice**

Stand itinerante Stammibene	pag 3
Dati 2013 – schede contatto	pag 5
Dati 2013 – Etilotest	pag 9
Azioni Stammibene	pag 11
Progetto InArea	pag 28
Stammibene.info e clipshow.info	pag 30

● Stand itinerante Stammibene

contesto

- discoteche
- concerti
- eventi

target

- 14-29 anni

parole chiave

- animazione
- informazione
- rilevazione

numeri

- attivo dal 2001
- 230 uscite al 2013
- 28.700 opuscoli distribuiti
- 23.100 contatti
- 11.200 etilotest

Lo stand itinerante di *Stammibene* è uno spazio dedicato alla salute che si muove nei luoghi del divertimento serale e notturno, principalmente discoteche, feste, concerti.

Metodologia • Lo stand è presidiato dagli operatori del Team *Stammibene*, vale a dire figure professionali con formazioni diverse: psicologi, biologi, comunicatori, assistenti sociali, educatori. Ognuno di loro è ulteriormente formato dal personale del DDP per realizzare l'azione di rilevazione, instaurare aggancio e relazione, fornire informazioni adeguate riguardo droghe, alcol, HIV e MST, gioco d'azzardo. L'aggancio è favorito attraverso azioni di animazione, come i quiz al PC (su sostanze, alcol, MST, e anche rapporto tra droghe e musica), a cui si legano gadget e materiali informativi, creati dal Team *Stammibene* e dal personale del DDP. Elemento essenziale dell'intervento è l'etilotest elettronico fornito come servizio gratuito e anonimo per controllare il proprio tasso alcolemico prima di rimettersi alla guida.

∴ dove siamo stati

Lo spazio salute del progetto *Stammibene* dal 2001, prevalentemente durante la stagione estiva, ha toccato diversi

luoghi ed eventi nel territorio dell'Area vasta 3:

comuni • Appignano, Belforte del Chienti, Camerino, Cingoli, Civitanova Marche, Colmurano, Corridonia, Loro Piceno, Macerata, Matelica , Mogliano, Monte San Giusto, Montecassiano, Morrovalle, Penna San Giovanni, Petriolo, Pollenza, Porto Recanati, Potenza Picena, Recanati, Ripe San Ginesio, San Ginesio, San Severino, Sarnano, Sefro, Serravalle di Chienti, Tolentino, Treia, Urbisaglia

eventi e locali • **Feste della birra:** Matelica, Mogliano, Montecassiano, Montecosaro, San Claudio, Troviggiano (Cingoli), Villapotenza

• **Eventi musicali:** Civitanova in Musica, Disco d'Oro, Festa della Musica (Montecassiano, Macerata, Appignano), From Disco to Disco, Giovani in Musica, MayDay Festival, Musica al Castello, Musicultura, Musikantiere, Pandemia Festival, Revolution Rock, Rock On, SPQR Rock festival, We Will Rock You

• **Concerti:** 40° anno Woodstock, Achtung Babies, Africa Unite, Alborosie, Alexia, BRMC, Carmen Consoli, Casino Royale, Elisa, Frankie Hi-Energy, I Vili Maschi, Le Vibrazioni, Luca di Risio, Paola e Chiara, Piero Pelù, Stadio, Subsonica, Morgan, Simone Cristicchi, Perturbazione, Marta sui tubi, Giorgia, Brusco, Marlene Kuntz, Serena Abrami, Sun King, Tony Santos, Tiromancino

• **Manifestazioni a tema:** Artistrada, Babele festival, BorgoFuturo, Calici di Stelle, Cantinette, Celtic Night, Competition Day, Ecologicamente, Festa del vino cotto, Festa dell'Asado, Festa della Spada, No War Fest, Notte a SPasso, Notti Bianche (Tolentino, San Severino e Treia)

• **Locali e Discoteche:** Ambient, Babaloo, Caicco, Geleò, Gialù, La Contessa, La Rotonda, Le 4 porte, Liolà, Mirage, Much More, Rock Away, Tartaruga, 4 Porte, Magga, Virgo

• **Incontri e Convegni:** riguardanti alcol, droghe, hiv, adolescenza, gioco d'azzardo, promozione del benessere nei territori comunali sopra citati

• dati 2013 - schede contatto

<p>• Et� _____ Sesso <input type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/> M</p> <p>• In quale citt� vivi? _____</p> <p>• La tua occupazione?</p> <p><input type="checkbox"/> Studio <input type="checkbox"/> Lavoro</p> <p><input type="checkbox"/> Studio e lavoro <input type="checkbox"/> Disoccupato</p> <p>• Sei gi� stato in altre occasioni al nostro stand?</p> <p><input type="checkbox"/> S� <input type="checkbox"/> No</p> <p>• Dove � nata tua madre?</p> <p><input type="checkbox"/> Italia (Regione _____)</p> <p><input type="checkbox"/> Estero (Nazione _____)</p> <p>• Dove � nato tuo padre?</p> <p><input type="checkbox"/> Italia (Regione _____)</p> <p><input type="checkbox"/> Estero (Nazione _____)</p>	<p>• Fumi sigarette?</p> <p><input type="checkbox"/> S� <input type="checkbox"/> No</p> <p>• Quanto spesso ti ubriachi?</p> <p><input type="checkbox"/> Mai</p> <p><input type="checkbox"/> Circa 1 volta al mese</p> <p><input type="checkbox"/> Circa 1 volta a settimana o pi�</p> <p>• Hai mai fatto uso di queste sostanze?</p> <p><input type="checkbox"/> Hashish/marijuana <input type="checkbox"/> Popper</p> <p><input type="checkbox"/> Cocaina <input type="checkbox"/> Crack</p> <p><input type="checkbox"/> Eroina <input type="checkbox"/> Speed (eroina+cocaina)</p> <p><input type="checkbox"/> Ecstasy <input type="checkbox"/> Anfetamine</p> <p><input type="checkbox"/> Acido/LSD <input type="checkbox"/> Ketamina</p> <p><input type="checkbox"/> Psicofarmaci <input type="checkbox"/> Funghi allucinogeni</p> <p><input type="checkbox"/> Doping <input type="checkbox"/> Smart Drugs</p> <p><input type="checkbox"/> Nessuna delle precedenti</p>
---	---

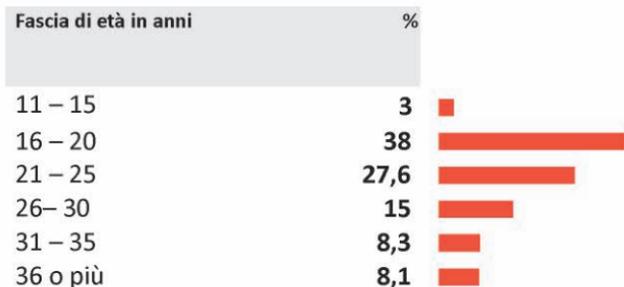
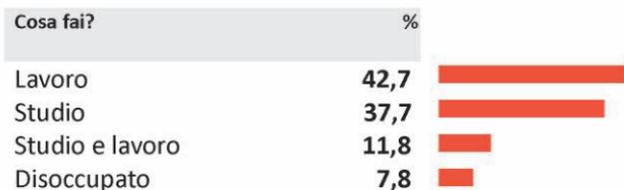
gira 

∴ Sopra la scheda contatto utilizzata nel 2013

∴ contatti 2013

Numero Contatti registrati	1227
Et� media	23,9 anni
Data inizio raccolta dati	25/05/13
Data fine raccolta dati	9/11/13
Numero serate di raccolta dati	18
Materiale distribuito	2.900
Genere	70,1% maschi 29,9% femmine

:: dati socio-anagrafici 2013



commenti

- ✓ *L'impegno da parte del Progetto di intervenire principalmente nel range d'età di riferimento (14-29 anni) risulta adeguatamente rispettato*

:: sigarette, alcol, sostanze nel 2013

Fumi?	%
Sì	55,2
No	44,8



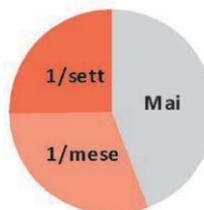
note

◆ Alcune delle persone che hanno dichiarato di fumare hanno specificato che l'uso è sporadico

commenti

✓ La percentuale di fumatori, pur molto alta, è in linea con altri studi sull'argomento

Quanto spesso ti ubriachi?	%
Circa una volta al mese	44,2
Mai	30,5
Circa una volta a settimana o più	25,2



note

◆ Alcuni soggetti hanno aggiunto commenti: ad esempio hanno specificato di abusare di alcol meno di una volta al mese, e di non iniziare la serata con l'intenzione di ubriacarsi

commenti

✓ L'aspetto preoccupante che emerge dai dati è facilmente sintetizzabile: un quarto del campione dichiara di avere un'abitudine radicata e pericolosa, quella di ubriacarsi una volta a settimana o più

Hai mai fatto uso di queste sostanze?	% sì	
Hashish/Marijuana	53,6	
Cocaina	19,7	
LSD	11,9	
Popper	11	
Ecstasy	10,2	
Ketamina	9,5	
Amfetamine	9,4	
Funghi Allucinogeni	9,4	
Speed	9	
Psicofarmaci	5,3	
Crack	5,2	
Eroina	5,1	
Smart Drugs	4,5	
Doping	3,9	

note

◆ La somma dei valori non è uguale al 100% poiché l'uso di una sostanza non esclude le altre

commenti

✓ Qui non si distingue tra uso continuativo e sperimentazione una volta nella vita, ciò significa che non abbiamo dati sul consumo reale delle sostanze, ma indicazioni riguardo la loro penetrazione sociale

✓ Alcune "nuove" sostanze hanno ottenuto percentuali notevoli, legate a esperienze particolari da comprendere e monitorare: multisperimentazione; viaggi all'estero (ad es. per i funghi allucinogeni) con visite ai Coffee Shop; acquisto attraverso Internet o nei Natural Shop i quali vendono sostanze che aggirano i divieti di legge (Smart Drugs); negozi che in generale trattano prodotti venduti sottobanco (Popper)

• dati 2013 - etilotest

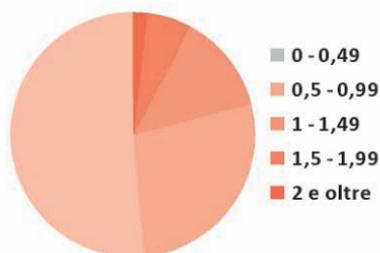


∴ etilotest del 2013

Numero test registrati	658
Età media	25,6 anni
Data inizio raccolta dati	25/05/13
Data fine raccolta dati	9/11/13
Numero serate di raccolta dati	17

∴ alcolemia 2013

Intervallo di valori	%
Tra 0 e 0,49	51,5
Tra 0,5 e 0,99	27,6
Tra 1 e 1,49	13,2
Tra 1,5 e 1,99	6
2 e oltre	1,8



note

◆ L'attuale limite legale di alcolemia nel sangue è di 0,5 g/l, tranne per i neopatentati (che possiedono cioè la patente da meno di tre anni), per cui il limite è 0,0 g/l

commenti

✓ Quasi metà del campione risulta essere sopra la soglia ammessa per la guida, ma solo il dato incrociato ci può fornire indicazioni sul legame tra il tasso e altri comportamenti a rischio (su tutti quello della guida)

✓ Le percentuali sono in linea con le rilevazioni degli scorsi anni (a partire dal 2004)

Esito dell'etiltest incrociato con la guida	Tra 0 e 0,49 g/l	Tra 0,5 e 0,99 g/l	Tra 1 e 1,49 g/l	Tra 1,5 e 1,99 g*1	2 e oltre g/l
Guida	66,3%	23,0%	6,3%	4,1%	0,3%
Non guida	38,1%	30,2%	20,1%	8,2%	3,5%
Dipende dall'esito	45,9%	40,5%	10,8%	2,7%	0,0%



note

◆ La grande maggioranza dei test viene effettuata in orario di uscita, cioè quando il testato è in procinto di tornare a casa o comunque rimettersi in viaggio

commenti

✓ Sommando i dati otteniamo che tra coloro che dichiarano di dover guidare un terzo del campione (33,5%) risulta essere sopra la soglia ammessa per la guida; 10% con un'alcoemia a più doppio del consentito

✓ La lettura dei dati si fa ancora più allarmante se si considera che una parte del campione ha premesso in modo cautelativo che il mettersi o no alla guida sarebbe dipeso dal test; ma in assenza dell'etiltest, su cosa si sarebbero basati per la decisione?

✓ Tra chi deve guidare possiamo notare anche che lo forbice tra 1-1,49 e 1,5-1,99 risulti minima, a possibile conferma di come la crescita del tasso alcolico abbia l'effetto di ridurre la percezione del rischio.

● Azioni stammibene

Stammibene ha realizzato nel corso degli anni diversi tipi di interventi che hanno dato impulso alla nostra azione sul territorio, ci hanno permesso di applicare buone prassi e sperimentarne di nuove. Azioni che si articolano su tre filoni complementari:

1• Campagne di comunicazione e informazione

Dirette ai giovani o alla popolazione in generale, caratterizzate da messaggi positivi e propositivi, supportati da una comunicazione variegata e approfondita declinata in diversi formati grafici, nell'uso di prodotti video - realizzati con giovani artisti e studenti dell'Accademia di belle Arti - e nella realizzazione di opuscoli tematici.

2• Format innovativi

A complemento dell'azione informativa che da sola - come evidenziano le linee guida internazionali della prevenzione - non produce risultati, sono giunte prospettive di intervento che puntano all'empowerment e a potenziare le life skills, con prassi consolidate come Unplugged e Paesaggi di prevenzione, e con nuovi format che utilizzano i linguaggi dell'arte - musica, video, teatro - per determinare efficaci stimoli e coinvolgimento.

3• Alleanze territoriali e ricerca continua

Azioni e interventi sono spesso progettati e realizzati con molte collaborazioni, da quelle istituzionali a quelle dell'associazionismo sociale e culturale. Un'attività di alleanza sfociata in tavoli permanenti, prima con il progetto "sicuramente", e poi, da tre anni a questa parte con InArea, che ci permette di coordinare gli sforzi, amplificare i risultati, e di associare all'intervento una costante attività di rilevazione, che ci consenta di fotografare i cambiamenti e adeguare le azioni.

Nelle pagine che seguono riportiamo alcune azioni significative inerenti i tre filoni.

:: Pink Drink

contesto	<ul style="list-style-type: none">• territorio Area Vasta 3	target	<ul style="list-style-type: none">• giovani donne 18-24 anni
parole chiave	<ul style="list-style-type: none">• bere come fatto sociale• salute delle donne• bere consapevole	numeri	<ul style="list-style-type: none">• 351 questionari• 1.500 pubblicazioni distribuite• 1.600 studenti coinvolti

Pink Drink è un progetto di ricerca curato dai sociologi del DDP e finalizzato ad indagare il rapporto delle ragazze della provincia di Macerata con l'alcol, in termini di comportamenti, percezioni e conoscenze. Partendo dalla consapevolezza che la lettura del rapporto donna/alcol viene misconosciuto da secoli di negazione e giudizi morali è necessario comprendere che oggi il consumo alcolico rappresenta per le giovani donne come per i loro coetanei maschi un fatto sociale. L'aumento ed il cambiamento degli stili di consumo vanno compresi, infatti, in riferimento ai rituali sociali che, specie nel fine settimana, scandiscono le relazioni amicali ed affettive. Attraverso il consumo alcolico, al pari di altri linguaggi, le ragazze esprimono se stesse in una situazione di relazione che viene resa più fluida e leggera proprio dall'alcol e che offre scusanti in caso di brutte figure.

Se osserviamo questi fenomeni in un'ottica più strettamente sanitaria e preventiva, non possiamo negare che l'aumento dei consumi e la diffusione degli stili nord-europei (binge drinking, bere lontano dai pasti, etc.) possono avere un impatto negativo sulla salute delle giovani donne, dal momento che la loro maggiore vulnerabilità all'alcol è un'evidenza scientifica. I risultati della ricerca ci portano a sostenere che un approccio preventivo efficace potrebbe essere la promozione di un uso moderato e consapevole dell'alcol e che una strategia comunicativa gender

oriented potrebbe risultare di maggiore impatto.

Metodologia • Per rilevare le abitudini, le percezioni e le conoscenze delle ragazze della provincia di Macerata è stato strutturato un questionario utilizzando l'approccio metodologico della survey. La popolazione-target prescelta, ossia le ragazze tra 18 e 24 anni (fascia d'età per la quale i dati nazionali e locali indicano un forte incremento di consumi e di comportamenti a rischio) è stata contattata presso alcuni centri commerciali dislocati sul territorio dell'Area Vasta ed i 351 questionari validi ottenuti sono stati sottoposti ad elaborazione statistica. Alle ragazze coinvolte sono state fornite le risposte esatte alle domande sulle conoscenze e materiale informativo sui rischi legati al consumo di alcol. I risultati del progetto sono stati illustrati nella pubblicazione "Pink Drink. Le ragazze e l'alcol. Un'indagine nel territorio dell'Area Vasta 3 dell'A.S.U.R. Marche", diffusa tra gli operatori sanitari e sociali, le istituzioni scolastiche, gli enti locali, gli educatori, i genitori e le ragazze stesse, nella convinzione che svelare i meccanismi che sottendono il rapporto con l'alcol è già di per sé fare prevenzione.

Sviluppi • Dalla collaborazione con l'Azienda Speciale Ex-it della Camera di Commercio di Macerata che ha ospitato la presentazione della pubblicazione "Pink Drink" nascono gli eventi "Salute! Donne, alimentazione e stili di vita" e "Salute! Donne, sport e stili di vita", percorsi di promozione della salute rivolti alle donne (antenne sensibili dei mutamenti sociali ed, insieme, depositarie degli stili di vita familiari) ed il progetto "Bere consapevole" che vedrà coinvolti gli alunni delle classi quarte di tutte le scuole superiori della provincia di Macerata.

Salute!

"Salute! Donne, alimentazione e stili di vita"
 Mercoledì 27 FEBBRAIO 2013
 ore 18.30

"Salute! Donne, sport e stili di vita"
 Mercoledì 27 MARZO 2013
 ore 18.30

a cura del
 Dipartimento delle Dipendenze Patologiche
 di Macerata e Camerino

in collaborazione con
 Esac - Azienda Speciale Camerata di Commercio di Macerata

c/o Civica Enoteca Maceratese
 Corso della Repubblica, 51 - Macerata










:: Droghe & Rock Story

contesto • scuola, teatro

target • 15-29 anni

parole chiave • musica rock
• droghe
• pensiero critico

numeri • 11 repliche
• 2.850 persone coinvolte

“Droghe & Rock Story” è uno spettacolo teatrale e musicale che mette a confronto due fenomeni di massa che hanno influenzato le culture giovanile degli ultimi 60 anni. Un avventuroso viaggio in video, parole e musica (dal vivo) attraverso la storia del Rock, e del rapporto di quest'ultimo con le droghe.

Il Format è stato ideato e realizzato dal Team Stammibene, l'Associazione Ottobre, i Sun King, con la supervisione dal DDP Area Vasta 3. Ed è stato sviluppato con la collaborazione di Compagnie Teatrali Riunite, Associazione Made Again, Teatro Avis.

Metodologia • Il Rock è arte, arma di lotta, linguaggio espressivo. La Droga è una promessa non mantenuta, un tormentato labirinto di illusioni e disillusioni. La storia/spettacolo che le intreccia diventa un'accesa contesa tra Mr White e Mr Black, ognuno dei quali ha la sua teoria su quali sono le cose più significative e su come interpretarle.

Video e musica sono gli elementi del gioco che invitano dunque a guardare tutto da diversi punti di vista, abbattere i luoghi comuni, e gettare una visione autenticamente critica su droghe, stili di vita, industria musicale, società, media.

Valutazione • La scheda valutativa compilata a fine spettacolo su un campione di circa 500 soggetti ha permesso di rilevare una buona risultanza dello spettacolo in tutti gli item proposti (vedi grafico), dalla capacità di intrattenere a quella di lasciare un messaggio valido.



:: Tutti per Juno

contesto • scuola, teatro

target • 8-11 anni

parole chiave • libri
• interattività
• scelta

numeri • 10 repliche
• 1.050 bambini coinvolti

“Tutti per Juno” è un format di improvvisazione teatrale dedicato ai preadolescenti con lo scopo di stimolare il pensiero critico e l'attitudine a difendersi dai pericoli e rendere le scelte più consapevoli.

Si tratta di avventure della durata di circa 20 minuti ognuna ispirate a libri e personaggi noti: Alice nel paese delle meraviglie, Peter Pan, Il Piccolo Principe ecc.

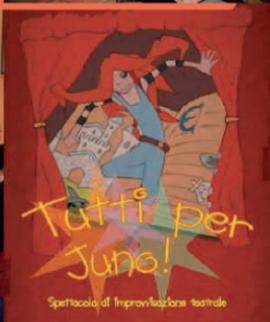
Il Format è stato ideato e realizzato dal Team Stammibene e l'Associazione Ottobre, con la supervisione dal DDP Area Vasta 3. Ed è stato sviluppato con la collaborazione di Compagnie Teatrali Riunite, Associazione Hyperion, Teatro Avis.

Metodologia • Tutti per Juno mette in scena avventure in cui i ragazzi partecipano, chiamati in causa per esprimersi riguardo la storia, decidere come va avanti, e anche per interpretare alcuni personaggi. Divertimento e coinvolgimento sono le chiavi utilizzate per mettere in scena situazioni in grado di far identificare e intervenire i ragazzi. Con lo scopo ultimo di stimolare l'adesione ai concetti emergenti: usare il cervello prima di agire, giudicare e giudicarsi superando le apparenze, chiedere e dare aiuto animati da spirito solidale. Concetti che si appoggiano sulla trasposizione metaforica di problematiche diffuse in ambito giovanile: omologazione, sostanze d'abuso, razzismo, bullismo.

Valutazione • Il coinvolgimento valutato da osservatore esterno è per oltre il 90% del tempo dello spettacolo è indicato in

“moltissimo” in una scala a 5 posizioni, di cui “per niente” e “moltissimo” costituiscono gli estremi.

La forma di valutazione qualitativa approntata attraverso l'assegnazione dei temi ha permesso di appurare che i personaggi “positivi” e “negativi” vengono riportati correttamente nelle loro caratteristiche, così come le loro evoluzioni (ad es. trasformazione del piccolo principe da capriccioso e superficiale, ad assennato e volenteroso). Infine si rileva una adeguata memorizzazione dei momenti chiave della storia e alla connessione tra “scelta” e “conseguenza”.



:: Babel Cantautori

contesto

- scuola, teatro, auditorium

target

- 17-29 anni

parole chiave

- musica d'autore
- interattività
- pensiero critico

numeri

- 13 repliche
- 1.950 persone coinvolte

Babel cantautori è un format/intervento che attraverso la musica d'autore invita a pensare in modo critico. Musica, riflessione e poesia contro i vizi della contemporaneità: omologazione, passività, dipendenze. È un momento aggregativo e di suggestione, preceduto e seguito da attività degli insegnanti/operatori per renderlo un percorso pienamente interattivo e condiviso.

Il Format è stato ideato e realizzato dal Team Stammibene e l'Associazione Ottobre, con la supervisione dal DDP Area Vasta 3. Ed è stato sviluppato con la collaborazione di Compagnie Teatrali Riunite, Associazione Made Again, Teatro Avis.

Metodologia • Tre percorsi musicali, ognuno dei quali prevede 8 tappe, che corrispondono ad altrettante canzoni, di altrettanti autori. Ognuno dei tre percorsi dura poco più di un'ora e permette di sviluppare un concetto chiave della maturazione personale e sociale:

1 • Il pensiero critico in *Piove su Babilonia* con Marco Milozzi
Chiave che permette di decodificare la realtà e difendersi dall'omologazione, che ci vuole piatti e passivi.

2 • La relazione sentimentale in *Incontrarsi ad Atlantide* con Serena Abrami

Chiave per comprendere l'altro/a, pensare e agire nel rispetto, nell'autenticità, scambiarsi amore ed evitare disastri.

3 • L'identità personale in *Via da Timbuctu* con i Miraggi Acustici

Chiave da difendere e affermare. per capire chi siamo e cosa vogliamo. Comprendere il passato, vivere appieno il presente e proiettarsi nel futuro.

Valutazione • Il questionario somministrato a circa 200 soggetti evidenzia un rilevante gradimento dell'intervento e una percezione di efficacia su tutti gli item proposti (vedi nel grafico alcuni item riportati in media).



:: Condom Cafè

contesto	<ul style="list-style-type: none">• bar	target	<ul style="list-style-type: none">• 18-30 anni
parole chiave	<ul style="list-style-type: none">• animazione• condom• MST	numeri	<ul style="list-style-type: none">• 4 edizioni• 50 la media dei bar coinvolti ogni anno

Condom Cafè è un intervento di sensibilizzazione e animazione territoriale dedicato alla prevenzione delle Malattie sessualmente Trasmissibili. Si può sintetizzare nella formula: “1 condom = 1 caffè”, e si svolge ogni anno il 1° dicembre, in occasione dunque della giornata mondiale per la lotta all'AIDS. Grazie alla collaborazione dei bar aderenti, tutte le persone della fascia di età compresa tra i 18 e i 30 anni che il 1° dicembre acquistano un caffè (o tè, cappuccino, orzo, deca), ricevono in omaggio un preservativo. Condom Cafè è un format ideato e realizzato dal team di Stammibene del Dipartimento Dipendenze Patologiche Area Vasta 3.

Metodologia • Il barista accompagna l'omaggio del condom all'invito a prelevare e leggere il nostro opuscolo informativo “HIV/MST - corso breve di autodifesa”. Condom Cafè si configura in questo modo come un invito diretto a prendere coscienza, informarsi, riguardo rischi di infezioni, da HIV e dalle altre Malattie Sessualmente Trasmissibili (MST), sfruttando una situazione informale e l'occasione mediatica della giornata mondiale per la lotta all'AIDS. Il progetto è riservato ai soli bar e caffetterie che hanno deciso volontariamente e gratuitamente di collaborare.

Valutazione • Dai dati dei questionari compilati dai baristi emerge che il 50% dei clienti ha accompagnato con commenti positivi l'omaggio e l'invito a informarsi sulle MST. Oltre il 95% dei baristi giudica Condom Cafè una iniziativa molto utile per l'obiettivo della prevenzione, tanto che la stessa percentuale si rende disponibile

per ampliare la collaborazione.

CONDOM CAFFÈ

BAR aderenti su www.stammibene.info



**hiv
& mst.**

Virus
come barba di autodifesa.



1° Dicembre = Giornata Mondiale Lotta All' Aids

1 Caffè = 1 Condom

Per cominciare bene...
 il preservativo è una buona abitudine per volersi bene e proteggersi, per tenere lontane HIV e Malattie Sessualmente Trasmissibili.
 Il 1° dicembre Stammibene, e i bar di Macerata te lo ricordano con un condom in omaggio.

Per cominciare bene...
 il preservativo è una buona abitudine per volersi bene e proteggersi, per tenere lontane HIV e Malattie Sessualmente Trasmissibili.
 Il 1° dicembre Stammibene, e i bar di Macerata te lo ricordano con un condom in omaggio.

Per cominciare bene...
 il preservativo è una buona abitudine per volersi bene e proteggersi, per tenere lontane HIV e Malattie Sessualmente Trasmissibili.
 Il 1° dicembre Stammibene, e i bar di Macerata te lo ricordano con un condom in omaggio.











:: Mind the G.A.P.

contesto • scuole, territorio, esercenti

target • 13-60 anni

parole chiave • animazione
• sensibilizzazione
• GAP

numeri • 1 evento speciale
• 600 persone coinvolte

Mind The G.A.P. è un progetto dedicato al gioco d'azzardo patologico che prevede varie azioni, tuttora in fase di elaborazione e completamento. Come base di partenza ha avuto un appuntamento speciale per l'approfondimento del fenomeno e la definizione di strategie di contrasto, tenutosi in due giornate, il 15 e il 16 novembre 2013. Prima giornata dedicata a tutti, con interviste, video e performance in grado di raccontare il Fenomeno da vari punti di vista (vedi immagine con ospiti a lato). Seconda giornata dedicata ai professionisti della Sanità e del Sociale, ai referenti istituzionali, con interventi tecnici e formativi. L'organizzazione è stata effettuata dal Dipartimento Dipendenze Patologiche Area Vasta 3 con l'ausilio di numerose collaborazioni, che comprendono sia enti che associazioni: Prefettura di Macerata, Procura di Macerata, Ufficio Scolastico Provinciale, Provincia di Macerata, Comune di Macerata, Comune di Tolentino, Accademia di Belle Arti di Macerata, associazioni partner del progetto "InArea".

Metodologia • Come detto Mind the G.A.P. è in via di realizzazione, nel complesso prevede:

- Studio e approfondimento
- Sensibilizzazione e servizi
- Alleanze istituzionali e territoriali
- Format di intervento informativo e animativo

I primi tre punti risultano avviati con l'evento speciale, e in particolare l'alleanza territoriale con enti locali e associazioni

permetterà di sensibilizzare referenti politici nazionali - attraverso ad es. il Manifesto dei sindaci contro il gioco d'azzardo - e di creare ulteriori iniziative dedicate alla cittadinanza: il format in allestimento "mind the gap" e lo SLOTMOB di Macerata a marzo 2014. Infine da oltre un anno è attivo uno sportello dedicato al gioco d'azzardo per favorire accesso a sostegno e terapie.



GIOVANNI SERPELLONI

FATE IL NOSTRO GIOCO



AZZARDOPOLI - DANIELE POTO

:: Campagne informative

contesto

- territorio Area Vasta 3

target

- 13-50 anni

parole chiave

- informazione
- sensibilizzazione
- scientificità

numeri

- 4 serie di opuscoli
- 10 serie tra manifesti, locandine, brochure

Stammibene dal 2005 svolge azione di informazione e sensibilizzazione attraverso campagne e materiali stampati che nel corso degli anni si sono arricchiti in varietà e approfondimento.



:: La Vita si suda

contesto	• territorio comune di Macerata	target	• 13-25 anni
parole chiave	• sensibilizzazione • sport	numeri	• 1 evento speciale • 9 sport coinvolti

Progetto speciale in corso di allestimento organizzato e promosso dal Comune di Macerata, dal DDP Area Vasta 3 e dal Tavolo InArea. Il progetto è maturato nell'ottica di sensibilizzare i ragazzi, stimolarli a difendersi dalle dipendenze, attraverso i valori dello sport, con la collaborazione di associazioni, famiglie e insegnanti delle scuole. Il progetto ha già visto lo slogan "La vita si suda" seguire i principali eventi sportivi dell'estate maceratese 2013, nonché organizzarne uno speciale in occasione della Giornata mondiale della lotta alla droga del 26 giugno, un doppio appuntamento all'insegna dello sport e della musica, con la collaborazione della Maceratese calcio e di associazioni calcistiche e sportive del territorio. L'azione prevede nuovi appuntamenti, formazioni, incontri.

LA VITA SI SUDA. Lo sport contro le droghe.

In occasione della giornata mondiale per la lotta alle droghe

25 giugno martedì 2013
Droghe & Rock Story
In viaggio nel tempo da Etica al Nirvana, con la musica live dei **SUN GODS** e rockabillymen of KuniArt
ORE 21.30
PIAZZA VITTORIO VENETO

26 giugno mercoledì 2013
Maceratese vs Maceratesi
Dimostrazione Tennis
L'inevitabile che oppone il sudore da bambino a quello della giovane promessa del nostro territorio.
ORE 21.00
CAMPO DI COLLEVARO

Logos: InArea, Comune di Macerata, DDP Area Vasta 3, Tavolo InArea, Sun Gods, KuniArt, DDP, Tavolo InArea, Comune di Macerata, Tavolo InArea.

LA VITA SI SUDA. Lo sport contro le droghe.

Logos: InArea, Comune di Macerata, DDP Area Vasta 3, Tavolo InArea, Sun Gods, KuniArt, DDP, Tavolo InArea, Comune di Macerata, Tavolo InArea.

Illustration of various sports figures in silhouette.

● Progetto InArea

Il Progetto InArea è un tavolo di coordinamento e concertazione che unisce pubblico e privato nella lotta alle dipendenze. Il tavolo è composto da Prefettura, Procura della Repubblica, Provincia di Macerata, Comuni, Università, Ufficio scolastico, esercenti e associazioni e cooperative attive in ambito della lotta alle dipendenze. Parte attiva e trainante dell'intervento è stata assunta dai Dipartimenti per le Dipendenze Patologiche i quali, in risposta all'input inviato dalla Procura della Repubblica, hanno dato forma e contenuto ad un progetto di prevenzione in Area Vasta, che permette di raccogliere e coordinare gli interventi esistenti nel territorio provinciale e concentrare nuove risorse su progetti condivisi.



InArea

grazie a InArea sono state realizzate azioni speciali: le campagne di sensibilizzazione "Non bruciarlo" e "Vivi la vita", la proiezione nei cinema di minicorti contro le dipendenze (vedi sotto fotogramma di "Life?" del 2012)

Uniti contro le **DROGHE**

InArea

:: stammibene. info e clipshow.info

contesto • internet

target • 13-30 anni

parole chiave • informazione
• social
• arte e
comunicazione

numeri • 2 siti
• 15.000 visitatori
unici totali annui

L'impegno di *Stammibene* online si snoda in tre piattaforme:

- 1 • **stammibene.info** - sito ufficiale del progetto con news, eventi, approfondimenti.
- 2 • **clipshow.info** - sito speciale dedicato ai nostri video: cortometraggi e spot riguardo il tema delle dipendenze, la cui produzione negli ultimi anni si è intensificata grazie a progetti internazionali come RedNet e grazie alla collaborazione con l'Accademia di Belle Arti di Macerata.
- 3 • **facebook** – *Stammibene* è presente con la personalità “stammi bene”, utilizzata per esperimenti *social* e per un contatto continuo con ragazzi e ragazze incontrati con lo stand itinerante o coinvolti in altre azioni.



Credits

comitato scientifico

dr. Gianni Giuli • dott.ssa Laura Germani

redazione

dott.ssa Silvia Agnani • dott. Giuseppe Fini • ass. soc. Juri Muccichini
• dott. Paolo Nanni • dott. Stefano Stoccuti

progetto editoriale e progetto grafico

dott. Paolo Nanni

editing e impaginazione

dott. Giuseppe Fini • ass. soc. Juri Muccichini • dott. Paolo Nanni

IL
libretto
di
prevenzione
EDIZIONE
2014

Stammibene è un progetto del DDP Area Vasta 3, che dal 2001 realizza azioni di prevenzione (sui temi droghe, alcol, mst, gap) e promozione del benessere. In questo libretto vengono presentati gli interventi in corso e i dati raccolti.



www.stammibene.info

stammibene@gmail.com

una pubblicazione del

dipartimento dipendenze patologiche
area vasta 3, asur marche



contatti

www.ddpmc.it • zt9-10ddp@sanita.marche.it
tel 0733.2572597 • fax 0733.2572596

pubblicazione

gennaio 2014



stampa

stc tipografico, santa sofia (fc)