



Unità di Strada

Un Servizio di promozione del benessere e di informazione sugli effetti e sui rischi legati all'assunzione di droghe

ambito **territoriale** *21* sociale

Comune Capofila **San Benedetto del Tronto**
Acquaviva Picena Campofilone Carassai
Cossignano Cupra Marittima Grottammare
Massignano Monsampolo del Tronto
Montalto delle Marche Montefiore dell'Aso
Monteprandone Pedaso Ripatransone

REPORT DI PROGETTO
UNITÀ DI STRADA

PERIODO APRILE 2004 - LUGLIO 2005

A CURA DI
SABRINA PETRELLI (COORDINATRICE)
MAURIZIA CORRADETTI (OPERATRICE)
CLAUDIO MARINELLI (OPERATORE)
NAZZARENA MARCONI SCIARRONI (OPERATRICE)
SIMONA OLIVIERI (OPERATRICE FINO AL GIUGNO '05)

Indice

I. PRESENTAZIONE PROGETTO UNITÀ DI STRADA

- 1.1 Destinatari
- 1.2 Obiettivi
- 1.3 Fasi d'attuazione
- 1.4 Cronologia delle azioni
- 1.5 Rete di collegamento

II. METODOLOGIA DI INTERVENTO

- 2.1 Descrizione delle attività
- 2.2 Strumenti di monitoraggio
- 2.3 Materiali a disposizione

III. REPORT DELLE AZIONI DELL' UNITÀ DI STRADA

- 3.1 Dati generali sulla popolazione raggiunta
- 3.1 Rapporto popolazione target e le droghe
- 3.2 La conoscenza delle droghe
- 3.4 Dati di Progetto: attività interna ed esterna
- 3.5 Materiale distribuito
- 3.6 Risultati monitoraggio azioni

IV. SVILUPPI E PROPOSTE

ALLEGATI

- All. 1: Report di ricerca sui luoghi del divertimento
- All. 2: Conctat card
- All. 3: Cruciverba
- All. 4: Inventaslogan
- All. 5: Opuscolo informativo UDS
- All. 6: Scheda monitoraggio attività interna
- All. 7: Scheda monitoraggio uscite
- All. 8: Scheda spot
- All. 9: Fotocopie materiale prodotto
- All. 10: Fotocopie gadgets
- All. 11 Materiale Don't Insert Coin

1. PRESENTAZIONE DEL PROGETTO UNITA' DI STRADA

L' Unità di Strada nasce come servizio di prevenzione volto a promuovere una cultura del benessere attraverso un'azione di informazione sugli effetti e sui rischi legati al consumo di droghe.

Il progetto realizza le sue azioni attraverso il contatto diretto con i giovani nei luoghi del divertimento e della aggregazione garantendo in questo modo un flusso costante tra conoscenza e risposta istituzionale ad un fenomeno in costante modificazione ed evoluzione.

Nel contempo l'Unità di Strada, esercita un'azione di sensibilizzazione rivolta alle istituzioni locali, alle famiglie, agli operatori sociali, al mondo del volontariato, ai gestori dei locali e dei luoghi del divertimento, affinché sia potenziata l'azione preventiva e si definiscano politiche attive per un utilizzo sano e corretto del tempo libero.

Tale progetto è finanziato dalla Regione Marche ed è promosso dall'Ambito sociale 21 in collaborazione con il Ser.t della Zona territoriale 12 dell'Asur Marche e si avvale di un'equipe costituita da 1 coordinatore di progetto e da 3 operatori con esperienza nel settore. Su impulso regionale (cfr Decreto del Dirigente del Servizio Politiche Sociali ed Integrazione Socio-sanitaria n°27 del 15/04/03) e grazie ad un accordo contestuale all'avvio del progetto (cfr Deliberazione n° 4 del 3.3.2004 del Comitato dei Sindaci dell'Ambito territoriale 21), l'azione dell'Unità di Strada si raccorda con analoghe iniziative di prevenzione promosse dall'Ambito sociale 19 di Fermo così da raggiungere in maniera omogenea tutto il territorio dell'Unione Comuni Valdaso.

1.1 Destinatari

L'Unità di Strada si rivolge a:

- Giovani di età compresa tra i 13 e 29 anni, di provenienza dell'Ambito Territoriale 21 che frequentano i luoghi di aggregazione formali ed informali del divertimento (CAG, discoteche, pub, chalet, concerti...)
- Figure significative che operano nei contesti sociali e del divertimento quali: operatori sociali, volontari, gestori dei locali e luoghi del divertimento, facilitatori sociali (esperti public relation e di immagine..).

1.2 Obiettivi

- a) Essere presenti nei luoghi del divertimento, in occasione di eventi particolarmente significativi per i giovani, al fine di favorire una corretta informazione rispetto ai rischi legati all'uso/abuso di sostanze;
- b) Favorire atteggiamenti di responsabilità nei confronti di se stessi e degli altri attraverso una maggiore presa di coscienza dei comportamenti a rischio;
- c) Creare una rete di sostegno finalizzata ad integrare più azioni che coinvolgano le diverse risorse sociali: Istituzioni locali, mondo del volontariato, Centri di Aggregazione Giovanile, gestori di Locali quali discoteche, pub, chalet, eventi musicali...con l'obiettivo comune di contrastare la cultura dello sballo.

1.3 Fasi d'attuazione

Il progetto è stato attivato il 19 aprile 2004 ed ha articolato le sue attività attraverso le seguenti fasi:

- a) Ricerca rivolta ai Centri di Aggregazione dell'Ambito 21, al fine di individuare i luoghi del divertimento più frequentati dei giovani ed utilizzare i risultati per orientare le azioni successive dell'Unità di Strada;
- b) Progettazione e produzione di materiale informativo sulle droghe, realizzazione di materiale promozionale del servizio stesso e coinvolgimento dei mezzi di informazione (radio, giornali);
- c) Realizzazione di attività informative rivolte ai giovani di età compresa tra i 14 e 29 anni, raggiunti nei luoghi e nelle manifestazioni organizzate dagli enti pubblici (Centri di Aggregazione, concerti, eventi culturali...) e nei luoghi del divertimento informale quali: Discoteche, Pub, Chalet, Eventi (denominati qui pubblici esercizi).
- d) Valutazione dei risultati conseguiti e Report finale.

1.4 Cronologia delle azioni

Nella seguente tabella sono state riportate le azioni realizzate dal mese di Aprile 2004 al Luglio 2005.

a. 2004/ 2005	Apr 04	Mag04	Giu04	Lug04	Ago04	Set04	Ott04	Nov04	Dic04	Gen05	Feb05	Mar05	Apr05	Mag05	Giu05	Lug05
Centri di Aggregazione	Contatti	Interventi						Interventi			Interventi	Contatti	Interventi			
Eventi c/o Enti Locali	Contatti			Interventi			Contatti	Interventi	Contatti	Interventi						
Eventi c/o Pubblici Esercizi					Interventi									Interventi		
Rilevazioni	Ricerca c/o CAG sui luoghi del divertimento					1° Report di Progetto					Interventi					
Promozione	Realizzazione materiale informativo				Articoli stampa		Messa in onda spot radiofonico									

1.5 Rete di collegamento

I contatti che nel tempo si sono succeduti, hanno contribuito a creare una rete significativa di soggetti sia pubblici che privati che danno la misura del livello di adesione e di condivisione delle metodologie di intervento adottate.

Segue un elenco dei soggetti pubblici e privati che, a partire dall'attivazione del progetto, hanno collaborato agli interventi della Unità di Strada. Per quanto riguarda i soggetti pubblici, particolarmente significative le collaborazioni con il Servizio Tossicodipendenze della Zona Terr.le 12, per la validazione del materiale informativo distribuito, la fornitura di materiale di prevenzione (preservativi), la condivisione della metodologia di intervento e la programmazione di azioni congiunte. In una unica occasione si è avuto modo di condividere una uscita con il Servizio Risposte Alcolologiche del Comune di San Benedetto del Tronto, avvenuta nel mese di febbraio 2005 presso lo stadio. La rete dei CAG ha collaborato con l'Unità di Strada nella realizzazione di Eventi nella Rete ed inoltre, pur non essendo le scuole un campo di azione privilegiato dell'UDS, su richiesta, sono stati forniti materiali ad operatori che svolgono attività di ascolto presso alcune scuole medie inferiori. Infine, con i più frequentati locali sono state avviate trattative per la firma di protocolli di intesa finalizzati alla tutela della salute dei giovani. Durante l'estate si sono avuti incontri con i vigili urbani di San Benedetto del Tronto che hanno implementato un'iniziativa di prevenzione all'abuso di alcool all'uscita dalle discoteche, con lo Sportello di prevenzione alle droghe del comune di Cupra Marittima che sarà inaugurato a settembre 2005, con la Provincia di Ascoli Piceno per la consegna di un test da somministrare ai giovani che accedono all'UDS e con i Ministeri competenti per la consegna gratuita di materiali preventivi. Sempre nel periodo estivo sono stati avviati contatti con la Confcommercio e la Confesercenti affinché si rendano promotori di interventi di sensibilizzazione presso i pubblici esercizi loro associati e permettano agli operatori dell'Unità di strada una distribuzione di cartoline sulle droghe da noi prodotto.

La rete dell'Unità di Strada

Uffici pubblici (n°13) <ol style="list-style-type: none"> 1. Uffici cultura, Ufficio Relazioni con il Pubblico e Servizi sociali dei comuni dell'Ambito 21 dei Comuni aderenti al progetto UDS 2. Ser.t Asur 12 3. Servizio Risposte Alcolologiche del Comune di San Benedetto del Tr. 4. Ufficio Turismo San Benedetto del Tr. 5. Vigili Urbani San Benedetto del Tr 6. Vigili Urbani dei comuni dell'Ambito 21 dei Comuni aderenti al progetto UDS 7. Centro Servizi Volontariato di Grottammare 8. Settore formazione professionale Provincia di Ascoli Piceno 9. Sportello "Tra sogno e realtà" di Cupra Marittima 10. Confartigianato San Benedetto del Tr. 11. Confesercenti San Benedetto del Tr. 12. Ministero della Salute 13. Presidenza del Consiglio dei Ministri 	Servizi per i giovani (n°8) <ol style="list-style-type: none"> 1. C.A.G. di Montefiore dell'Aso 2. CAG di Ripatransone 3. Informagiovani di San Benedetto del Tr. 4. Centro ascolto musica di San Benedetto del Tr. 5. Eventi nella rete (Rete dei Cag) 6. Cag Acquaviva 7. Cag "L'Isola che c'è" di Grottammare 8. Cag "Stile Libero" di Grottammare
Scuole (n°2) <ol style="list-style-type: none"> 1. Scuola media di Montalto Marche 2. Scuola media di Ripatransone 	Centri commerciali/Negozi (n°3) <ol style="list-style-type: none"> 1. Centro commerciale Porto Grande di P.to d'Ascoli 2. Centro commerciale La Fontana

	3. Centro commerciale L'orologio
<p>Esercizi pubblici (discoteche/locali notturni n°17)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Chalet da Luigi di San Benedetto del Tr. 2. Pub Morrison's di Cupra Marittima 3. Pub Osterix di Grottammare 4. Pub Verbena di San Benedetto del Tr. 5. Pub Brunch di San Benedetto del Tr. 6. Bar Florentia di San Benedetto del Tr. 7. Pub Misus di San Benedetto del Tr. 8. Pub Off Side di Pedaso 9. Pub Rebel di Porto d'Ascoli 10. Discoteca Sugo di Grottammare 11. Discoteca B.B. di Cupra Marittima 12. Cafè House di San Benedetto Tr. 13. Caffè Moka di San Benedetto Tr. 14. Bar Daiquiri di Montepandone 15. Bar Blue Biliard di Montepandone 16. Bar Spirito - Do di Campofilone 17. Chalet Jonathan di San Benedetto Tr. 	<p>Mezzi di informazione (n° 13)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Il Messaggero 2. Resto del Carlino 3. Il Corriere Adriatico 4. Il Quotidiano.it 5. San Benedetto oggi 6. Radio Donna 7. Radio Base Palma 8. L'Altra Radio 9. La Discussione 10. Redattore Sociale 11. Bollettino Ufficiale Municipale di San Benedetto del Tr. 12. Playnight.org 13. Music Club
<p>Palestre (n°7)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tonic di San Benedetto del Tr. 2. Lion's di San Benedetto del Tr. 3. Si sport di San Benedetto delm Tr. 4. Studio Movimento Grottammare 5. Sport news San Benedetto del Tr. 6. Body Shape Montefiore dell'Aso 7. Body House Pedaso 	<p>Centri Sportivi (n°4)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Società sportiva Sambenedettese Calcio 2. Coese si San Benedetto del Tr. 3. Polisportiva pallacanestro di Pedaso 4. Polisportiva campofilone

2. METODOLOGIA DI INTERVENTO

2.1 Descrizione delle attività

Dal marzo 2004, mese di avvio del progetto, al luglio 2004, il coordinatore del progetto – unico incaricato in quel periodo - ha predisposto l'attività dell'Unità di Strada e realizzato una ricerca nei Centri di Aggregazione sui luoghi del divertimento maggiormente frequentati dei giovani (Allegato

n°1). La prima programmazione delle uscite si è basata sui risultati di questa ricerca ed è risalente al mese di agosto 2004, in concomitanza con l'avvio dei contratti dei tre operatori.

L'equipe svolge una attività di back-office, di ricerca, preparazione dei materiali, promozione, contatto con le amministrazioni ed i gestori dei pubblici esercizi oltre a semplici lavori di segreteria (lettere, comunicazioni, contatti telefonici...). A tale attività se ne affianca una di front-line, che prevede uscite con uno Stand mobile denominato Infopoint che posiziona all'interno dei luoghi del divertimento (discoteche, concerti, eventi, centri d'aggregazione, pubs...). Se l'iniziativa è organizzata da un comune, l'uscita è preceduta da una richiesta di autorizzazione inoltrata ai Vigili Urbani per l'utilizzo del suolo pubblico e l'attivazione di un punto luce, oltre che della necessaria visibilità; se, al contrario, l'uscita viene effettuata presso un locale privato, viene fatta una comunicazione al Comune presso il quale il locale è situato per la opportuna conoscenza dell'evento. I locali privati vengono sensibilizzati prima dell'uscita attraverso incontri esplicativi dell'attività dell'Unità di strada e delle modalità operative di intervento sia dall'equipe che dagli assessori o dai sindaci dei comuni interessati. Durante le uscite, gli operatori si posizionano con lo Stand e "agganciano" in maniera molto informale i giovani che si mostrano interessati. Ad ogni persona che si avvicina viene somministrata una scheda contatto (o contact card) (Allegato n°2) anonima e, a chi si rende disponibile ad usufruire delle ulteriori proposte degli operatori, vengono offerti gadgets con slogan preventivi. Le proposte riguardano: la compilazione di un cruciverba (Allegato n°3) per verificare la conoscenza delle droghe e dei relativi effetti; fino all'Ottobre 2004 è stata effettuata una raccolta di suggerimenti per le future campagne attraverso la compilazione dell'Inventaslogan (Allegato n°4); la disponibilità a prendere, conservare e leggere le cartoline informative prodotte dall'Unità di Strada o altro materiale informativo regionale o ministeriale.

La promozione dell'Unità di Strada è avvenuta tramite la spedizione di un opuscolo informativo (Allegato n°5) sull'attività svolta dal servizio ai comuni e agli altri enti, pubblici e privati, interessati al servizio. Inoltre dalla metà di Ottobre 2004 fino al Gennaio 2005 è andato in onda uno spot promozionale sulle radio locali che si sono rese disponibili ad una programmazione gratuita (L'Altra Radio, Radio Donna e Radio Base Palma).

Alla distribuzione diretta si affianca, in qualche caso e su specifica richiesta, una distribuzione indiretta di materiale informativo, come nel caso dei centri di ascolto delle scuole medie di Montalto e Ripatransone o delle palestre/centri sportivi di tutto il territorio.

2.2 Strumenti di monitoraggio

L'equipe del progetto ha elaborato una serie di strumenti per il monitoraggio delle azioni per meglio rispondere alle indicazioni regionali in merito alla metodologia per la diffusione e la valutazione del progetto.

A tal fine sono state elaborate:

- n°1 scheda di monitoraggio della attività interna (Allegato n°6)
- n°1 scheda di monitoraggio delle uscite (Allegato n°7)
- n°1 scheda di rilevazione dei contatti e della sperimentazione di droghe - contact card (Allegato n°2) somministrata in tutti i luoghi dell'intervento per la rilevazione dei dati anagrafici e di quelli relativi alla sperimentazione di sostanze (almeno 1 volta nella vita e negli ultimi 12 mesi)
- n°1 scheda di rilevazione per verificare l'impatto dello spot radiofonico (Allegato n°8)

A questi strumenti è da aggiungere n°1 scheda di rilevazione sui luoghi del divertimento, somministrata nei CAG nella fase preliminare del Progetto, cui è stato dedicato un report di ricerca a se stante, consegnato nel corso della Riunione del Comitato dei Sindaci tenutasi in data 11.11.2004 ed allegato al presente documento. (Allegato n°1)

2.3 I Materiali

Da affiancare al materiale prodotto da varie fonti istituzionali e provenienti da precedenti campagne finanziate dal Fondo Nazionale Lotta alla Droga, sono stati ideati dall'equipe dell'Unità di Strada materiali informativi e gadgets: cartoline informative contenenti effetti e rischi delle sostanze (in due versioni, una "vecchia" di 9 cartoline ed una "nuova" di 11 cartoline a formato "fisarmonica"), T-shirt con lo slogan *"lo ci sto con la Testa"*, spillette, porta pass, profilattici con custodia. Dalla collaborazione con "Eventi nella rete", organizzata dal Coordinamento dei CAG, è nata la campagna "Don't insert coin" declinata su maglie e calendari.

Di seguito riportiamo gli opuscoli e i gadget a disposizione:

MATERIALE MINISTERIALE E/O REGIONALE	MATERIALE PRODOTTO DELL'UNITÀ DI STRADA
Opuscolo "Don't Kill your brain"	Opuscolo progetto Unità di Strada
No Panic Card Campagna "Fatti furbo non farti male"	Cartolina informativa sulla cocaina
Opuscolo Campagna "Fatti furbo non farti male"	Cartolina informativa ketamina
Liflet sulle Droghe Campagna " O ci sei o Ti fai"	Cartolina informativa cannabis
Opuscolo Campagna "Io non calo la mia vita"	Cartolina informativa ecstasy
Opuscolo "Per le donne che scelgono, non scegliere l'Aids"	Cartolina informativa eroina
Opuscolo "Per amore puoi dimenticare tutto, tranne la precauzione da usare"	Cartolina informativa allucinogeni
Opuscolo "Evita il contatto con il virus entra in contatto con medico"	Cartolina informativa amfetamine
Opuscolo "Contro l'Aids hai un'arma intelligente: la tua testa"	Cartolina informativa nicotina
Opuscolo "Se ancora non puoi smettere almeno corri meno rischi"	Cartolina informativa inalanti
Rubrica Campagna AIDS	Cartolina informativa steroidi anabolizzanti
	T - shirt con slogan <i>"lo ci sto con la testa"</i>
	T-shirt Don't insert coin (realizzato in occasione di Eventi nella Rete)
	Calendarietto Don't insert coin (realizzato in occasione di Eventi nella Rete)
	Spillette con slogan <i>"lo ci sto con la testa"</i>
	Porta pass con slogan <i>"lo ci sto con la testa"</i>
	Porta preservativo con slogan <i>"lo ci sto con la testa"</i>

Il materiale autoprodotta (cartoline sulle droghe - vecchia e nuova versione - e portapreservativo) è allegato in copia al presente report (cfr Allegato n°9). I gadgets (bozzetto t-shirt, portapass, spilla) sono riportati, sempre in fotocopia, nell'Allegato n°10.

Il materiale informativo viene aggiornato in base alle rilevazioni sulla insorgenza di nuovi fenomeni di abuso e/o di incremento della diffusione di determinate sostanze.

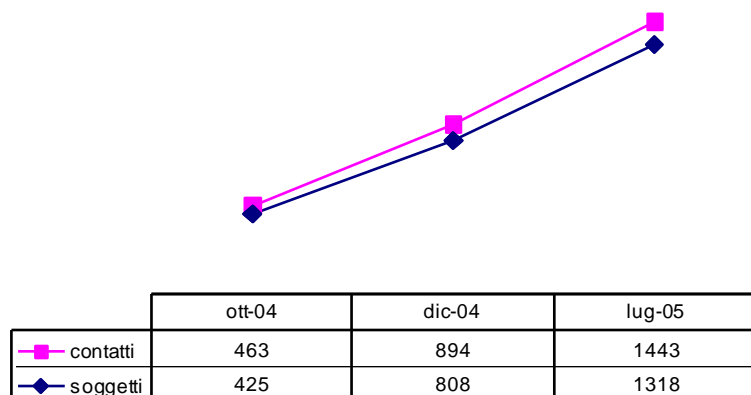
3. REPORT DELLE AZIONI DELL'UNITÀ DI STRADA

3.1 Dati generali sulla popolazione raggiunta

Riportiamo qui alcuni dati "generali" che fanno riferimento ai contatti complessivi del Servizio mentre nel paragrafo successivo, il focus verrà spostato verso il target di interesse (pop.ne 14-29 anni residente nell'ambito 21) relativamente alla anagrafica ed al rapporto con le droghe.

Fino a luglio 2005 sono state somministrate complessivamente n° 1443 contact card di cui n°1318 a persone che hanno avuto accesso per la prima volta all'Infopoint.

Grafico n°1_Numero contatti e soggetti raggiunti nelle uscite_ottobre 2004-luglio 2005



Come si può notare dal grafico n°1, il trend di crescita del numero di contatti, ha subito una impennata con un incremento di circa il 50% dal primo al secondo periodo di rilevazione (in soli 2 mesi) e del 40% nel successivo periodo di rilevazione. E' però ancora minimo lo scarto tra i contatti complessivi e i soggetti raggiunti, segno questo che sono ancora poche le persone che hanno usufruito più volte dello stesso servizio.

Il numero dei contatti sembra elevato se pensiamo che esso si riferisce ad un periodo di soli 11 mesi e che il settime di riferimento è limitato ai soli luoghi del divertimento e del loisir.

La fascia di età raggiunta va dai 12 ai 59 anni, nel 59% dei casi maschi. L'ampia fascia di età raggiunta testimonia la capacità che l'Unità di strada ha, di raggiungere non solo i giovani ma anche i genitori, i professionisti di settore, gli insegnanti ed altri educatori.

Se andiamo a disaggregare il dato sulla provenienza dei giovani contattati, scopriamo che essi provengono da tutti i comuni dell'Ambito 21 (tranne quelli che abitano a Cossignano) e non sempre in proporzione alla grandezza del comune quanto alla presenza di occasioni di svago e di divertimento offerte a livello locale. I fuori ambito ed i fuori regione si giustificano con la concomitanza di gran parte della rilevazione effettuata nel periodo estivo in cui si verifica una sorta di "migrazione vacanziera" per particolari tipi di locali o di occasioni (es. concerti) e per la vicinanza con la regione Abruzzo.

Tabella N.1 - Provenienza persone contattate dall'Unità di Strada – agosto2004/luglio 2005

S. Benedetto Tr.	386	Monsampolo	15
Pedaso	14	Montalto	11
Ripatransone	65	Montefiore	67
Carassai	9	Monteprandone	56
Massignano	21	Fuori ambito	326
Acquaviva	32	Fuori regione	225
Cupra Marittima	34	Stranieri	8
Campofilone	23	Non risponde	75
Grottammare	76	Totale	1443

Conoscenza Unità di Strada

Dall'ultima rilevazione effettuata a dicembre del 2004, la percentuale di coloro che sostengono di conoscere l'Unità di Strada è passata dal 19 al 22%. Considerato poi che il servizio è stato attivato nell'agosto del 2004, riteniamo la percentuale di persone in possesso di conoscenze sull'Unità di Strada al luglio 2005, altamente significativa. Tale livello di visibilità potrebbe essere dovuto alla attività di promozione (sui mass media ad esempio, dato che abbiamo rilevato – cfr paragrafi successivi - che i giovani in questo territorio hanno occasione di sfogliare i giornali locali) oppure al passa parola informale.

Utilità Unità di Strada

La Contact Card prevede un feed-back da parte dei giovani rispetto alla utilità del Servizio, riconosciuta dal 53% circa dei contatti (47% al dicembre 2004). Diminuisce di 2 punti percentuali, (il 38%), la popolazione di persone che non ne sa valutare l'impatto. Su questi si dovrà concentrare l'attività futura dell'Unità di Strada.

Disponibilità a giocare

Dal gennaio 2005, la domanda "Sei disponibile a giocare con noi per vedere ciò che sai e pensi delle droghe?" è stata eliminata dalla scheda contatto in quanto sono emersi nella rilevazione precedente, elementi non attendibili. Infatti il 44% dei contatti avevano indicato sulla scheda di non essere disponibile. Tuttavia i dati reali mostravano una percentuale di adesione alle proposte dell'Unità di Strada del 71% degli intervistati.

3.2 Il rapporto tra la popolazione target e le droghe

Dopo aver analizzato le caratteristiche generali di tutti i soggetti raggiunti, riteniamo opportuno approfondire il livello di sperimentazione di sostanze psicotrope dei giovani di questo territorio, prendendo a riferimento un campione rappresentativo di n°757 soggetti target (14/29 anni).

Nel far questo però, è necessario tenere conto di alcune considerazioni preliminari:

1. analizziamo qui solo i dati assoluti; rimandiamo una ricerca completa al prossimo report quando avremo a disposizione un numero più significativo di contact card con possibilità di incroci e considerazioni più approfondite;
2. per analizzare il rapporto con le droghe abbiamo preso a riferimento i dati che riguardano solo la popolazione target (14 - 29 anni) raggiunta nel periodo luglio – dicembre 2004;
3. le percentuali si basano su dati riferiti dai giovani e quindi, nonostante il rispetto dell'anonimato e lo stile informale degli operatori, possono essere falsati. Tuttavia essi sono pur sempre indicativi del fenomeno;
4. il dato che abbiamo si riferisce alla sperimentazione ossia l'accesso alle sostanze anche una sola volta nella vita (long life experience); essa va distinta dal consumo saltuario (nei fine settimana o durante le feste...) e dal consumo problematico;
5. è necessario mettere in relazione il dato sulla sperimentazione con la conoscenza dei rischi correlati, per cui è stato fatto un incrocio con i risultati delle parole crociate somministrate.

Caratteristiche socio anagrafiche del target raggiunto

Il target di interesse del progetto "Unità di Strada" è composto da soggetti compresi tra i 14 ed i 29 anni residenti nel territorio dell'Ambito sociale 21. La popolazione dell'Ambito sociale 21, al censimento Istat del 2001, risulta composta in questo modo:

Tabella N.2 – Raffronto popolazione target/popolazione contattata dall'Unità di Strada – agosto/dicembre 2004

Popolazione totale	Maschi	Femmine	Popolazione target 14/29 anni	Maschi target	Femmine target
96.988	46.904	50.084	18.462	9.189	9.273

Il campione preso a riferimento è composto da n°756 giovani dai 14 ai 29 anni (di cui il 90,2% riguardano soggetti contattati per la prima volta) e rappresentano il 4,1% dei giovani di questa fascia d'età (cfr tabella n°2).

I maschi sono il 59% mentre le femmine sono presenti nel 41% dei casi, in controtendenza con quelli di altre rilevazioni effettuate nei luoghi del divertimento poiché normalmente le femmine sono molto meno presenti. L'età media è di 21,5 anni e, nel 47% dei casi, sono studenti. Molti sono anche quelli che lavorano (33%) e che lavorano e studiano nello stesso tempo (12%). Alto il livello di scolarizzazione, come messo in evidenza dal grafico n°3.

Grafico n°2_Occupazione del target

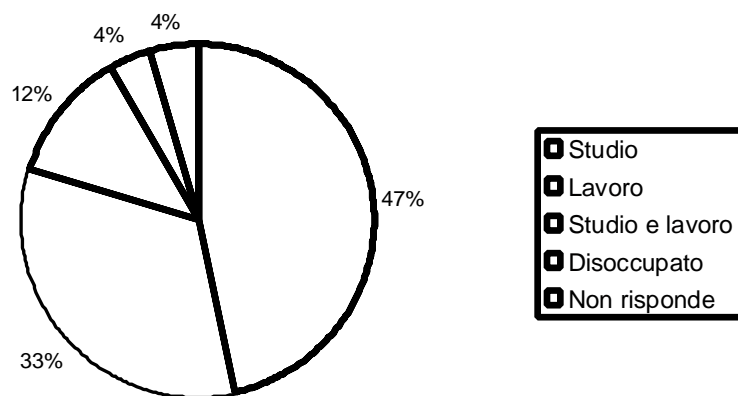
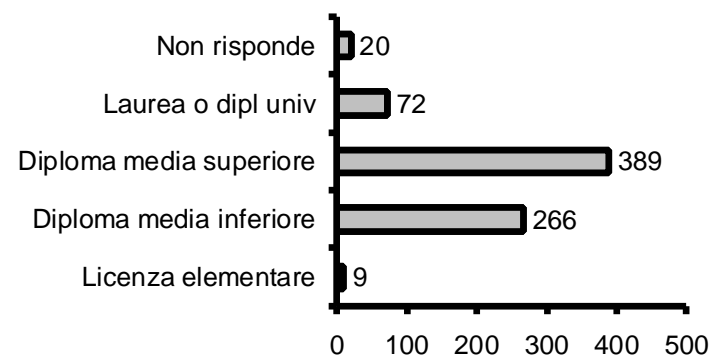


Grafico n°3_Titolo di studio del target



La sperimentazione di sostanze tra i giovani frequentatori dei luoghi del divertimento di questo territorio risulta abbastanza elevata soprattutto in relazione alle cosiddette "droghe ricreative" (cannabis e cocaina). Al terzo posto, a sorpresa, compare un inalante, il popper, solo quarto, l'ecstasy. Lo scarto tra la prima e la seconda variabile indica un aumento dell'uso di sostanze in maniera saltuaria ed occasionale. Manca in questa prima rilevazione, il dato che concerne l'alcool; infatti, nel primo anno di attività l'UDS si è concentrata maggiormente sulle droghe illegali ma, da una osservazione diretta durante le uscite è emersa la necessità di verificare l'entità del consumo di alcool tra i giovani, dato rilevato dal 30 aprile 2005 attraverso la nuova scheda contatto redatta in concomitanza con l'uso recente dell'etilometro, gentilmente concesso dal Servizio Tossicodipendenze della Zona Territoriale 12. All'alcool sarà aggiunta anche la nicotina, i cui dati sono stati rilevati a partire dal 16/7/2005.

Tabella N.3 - Sperimentazione sostanze psicotrope target Unità di Strada

Sperimentazione	LSD/acido	cannabis	cocaina	doping	ecstasy	eroina	ketamina	popper	smart drugs
Durante l'arco della vita	10%	<u>53%</u>	<u>24%</u>	8%	15%	9%	8%	<u>21%</u>	11%
Nell'ultimo anno	4%	29%	11%	2.5%	6%	4%	3%	8%	6%

Confrontiamo i dati locali con alcune indagini condotte a livello europeo e nazionale. Dalla Relazione annuale 2003 sulla situazione della droga nell'Ue e in Norvegia, contenente indagini condotte tra il 2000 ed il 2002, risulta che in Europa almeno un adulto su 5 (il 20%) ha fatto uso di cannabinoidi almeno una volta nella vita. Per i giovani tra 15 e 34 anni (target che si avvicina a quello dell'UDS) i dati sono generalmente più elevati, fino al 44% – Spagna (35%), Francia (40%), Regno Unito (42%) e Danimarca (44%), tuttavia al di sotto di 10 punti percentuali rispetto alla nostra rilevazione. Va messo in evidenza che i dati dell'Unità di Strada sono più recenti e che sono stati rilevati in luoghi ed in occasioni di

maggiore consumo. Le stime dell'uso recente (anno precedente) in questa fascia di età vanno, nella maggior parte dei paesi, dal 5% al 20% mentre il nostro dato si attesta sul 29%.

Per quanto riguarda la cocaina risulta che nel periodo 2000–2002, l'esperienza di un tantum interessa dall'1% al 9% delle persone di età compresa tra 15 e 34 anni e che il suo consumo sia in aumento (come confermato anche dai risultati tossicologici di analisi di casi di overdose e di sequestri di droga) e concentrato nelle grandi città. Per questa ragione l'aumento potrebbe non riflettersi in modo adeguato nei dati nazionali. Dai nostri dati emerge che l'impennata si è avuta anche a livello nazionale e locale. La relazione infine, approfondisce altre questioni specifiche del problema droga in Europa ma qui verranno riportati in sintesi i dati della prima delle questioni specifiche, che trae le sue indicazioni soprattutto dai risultati dell'indagine ESPAD.¹ Da essa emerge che in tutta l'Europa è preoccupante il fenomeno dell'aumento del "binge drinking" (bere fino ad ubriacarsi) e del forte consumo di droga da parte di un numero non cospicuo ma significativo di giovani e dell'accesso ad una serie più ampia di stupefacenti che vengono sempre più mixati all'alcool che risulta essere la sostanza più usata dai giovani. Vedremo se questa ipotesi sarà confermata dalle nostre rilevazioni. Per quanto riguarda l'Italia invece, prendiamo a riferimento i dati sull'esperienza del consumo nei giovani italiani dai dati dell'ESPAD condotta in Italia dal CNR. Tra coloro che riferiscono di aver fatto uso almeno una volta nella vita di determinate sostanze nel periodo che va dal 1999 al 2002, si rileva un trend in crescita per ciò che riguarda il consumo di alcool (86% nel 1999 ; 89% nel 2002) che si conferma come la sostanza maggiormente utilizzata dai giovani italiani tuttavia non possiamo, per ora, raffrontarlo con i dati locali mentre il consumo riferito di cannabis resta pressoché invariato e si aggira, ad esclusione del 2000 (30%), attorno al 33% contro il nostro 53%. Anche tutte le altre sostanze sembrano avere un livello di sperimentazione molto più alto in questo territorio anche se occorre precisare di nuovo che le rilevazioni sono state effettuate su due campioni diversi e in luoghi diversi. Da segnalare solo la differenza tra il consumo di inalanti a livello nazionale (6,5%) contro il nostro 21% di consumo riferito di popper.

3.3 La conoscenza delle droghe

Introdurre il gioco del cruciverba nell'agganciare i giovani che si avvicinano all'Infopoint, racchiude in sé una duplice finalità:

- creare un'occasione per "testare" le pre-conoscenze dei giovani contattati sulle sostanze e sui rischi correlati;
- avere il pretesto per distribuire le cartoline, sulle quali sono riportate tutte le informazioni inerenti gli effetti e i rischi legati all'uso/abuso di sostanze: i ragazzi di fronte alla non conoscenza di alcuni argomenti, hanno potuto avvalersi sia del counseling informativo fornito dagli operatori che della consultazione delle cartoline messe a loro disposizione.

Le tipologie di cruciverba sono 3, ognuno costituito da 4 domande.

Di seguito riportiamo i raggruppamenti di domande per ogni tipologia di cruciverba, numerati da 1 a 3 :

- Domande n°1: Numero per le emergenze mediche - Scambiarle è un comportamento a rischio per la trasmissione dell'HIV - MST Malattie...Trasmissibili;
- Domande n°2: "Brutto viaggio"causato dall'assunzione di sostanze allucinogene - Pericolosa assunzione di più sostanze - Termine inglese per indicare l'astinenza da cocaina;

¹ European School Survey Project on Alcohol and Other Drugs /ESPAD (progetto europeo d'indagine nelle scuole/ESPAD) (1995 e 1999) realizzata dall'Organizzazione Mondiale della Sanità e pubblicata in occasione di una riunione internazionale tenutasi a Stoccolma nel febbraio 2001.

- Domande n°3: Principio attivo dell'ecstasy - Se presente nel sangue ad un tasso superiore di 0,5mg/l espone a sanzioni - Organo che può essere danneggiato dall'ecstasy;
- Domande n°4: L'ecstasy può provocare quello di calore - Oppiaceo - principio attivo della cannabis.

Quello che risulta essere stato di più facile soluzione sembra il cruciverba N°2 ma lo scarto sugli altri non è molto evidente.

Tabella N.4 : Numero di cruciverba raccolti

Cruciverba	N°	percentuale
N°1	211	31,6
N°2	240	36
N°3	216	32,4
Totale	667	100

Tabella N. 5 Riepilogo dati su cruciverba

domande1	N°	%	domande2	N°	%	domande3	N°	%	domande 4	N°	%	Totale
Esatta	581	87	Esatta	288	43	Esatta	469	70	Esatta	426	64	66,12%
Sbagliata	13	2	Sbagliata	37	5	Sbagliata	22	3	Sbagliata	23	3	3,6%
Non risponde	73	11	Non risponde	342	52	Non risponde	176	27	Non risponde	218	33	33,88%
Totale	667	100	Totale	667	100	Totale	667	100	Totale	667	100	

Dai dati sopra riportati è possibile evidenziare quanto segue:

Il numero di cruciverba distribuiti è simile per cui è ipotizzabile che i giovani contattati li compilino tutti e tre e che lo strumento incontri il loro gradimento; ai gruppi di domande proposte, i ragazzi hanno risposto correttamente alla maggior parte di esse, con una percentuale complessiva del 66,12%; il secondo gruppo di domande è risultato più complesso poiché probabilmente includeva termini in inglese quali, bad trip, mix, craving. Quello che risulta essere stato di più facile soluzione sembra il cruciverba N°2 ma lo scarto sugli altri non è molto evidente.

Nel corso della compilazione della scheda, tuttavia, talvolta gli operatori hanno fornito la risposta corretta di fronte alla difficoltà riferita, rimandando ad un ulteriore approfondimento grazie ai contenuti delle cartoline prodotte dal servizio Unità di Strada.

In conclusione, possiamo asserire che:

- la maggior parte dei ragazzi possiede delle informazioni;
- le percentuali riportate potrebbero essere distorte a causa (in alcuni casi) dell'intervento degli operatori finalizzato al superamento delle difficoltà riportate.

I risultati esposti sono in linea con alcune recenti ricerche che sottolineano come nei ragazzi ci sia stato negli ultimi anni, un aumento di informazione correlato ad una diffusa e costante attività di prevenzione. Come mai allora i dati sulla sperimentazione di sostanze aumentano?

Le ipotesi possono essere molte e si rimanda ad una ricerca successiva l'analisi complessiva del problema. Qui potremmo semplicemente riportare alcune riflessioni sulle strategie di prevenzione ed informazione tratte dal *BOLLETTINO PER LE FARMACODIPENDENZE E L'ALCOOLISMO* - ANNO XXIV 2001 no. 3 nell'articolo "Comunicazione come strategia di marketing sociale" di Roberta Natucci*, e Roberto Della Cerra**²

"..... ormai esiste un'evidenza scientifica basata perlopiù sulla labilità dei messaggi informativi nel tempo e sulla maggiore efficacia della responsabilizzazione. Di fatto, già da una ricerca inglese dell'89 si viene a sapere che il 60% dei ragazzi di 15 anni che stavano usando droghe era d'accordo con l'affermazione che chi usa droghe sia uno stupido. Questo ci dice che vi sono fattori che influenzano l'informazione. In questo caso essi sono relativi all'immagine di sé e al pregiudizio adolescenziale di avere la possibilità di restare lontani dalle droghe che vengono loro offerte ed inoltre quello di riuscire a riconoscere solo negli altri ma non in sé stessi i pericoli derivanti dall'uso di droghe".

Questo vuol dire che ciò che gli adulti considerano come rischio o come comportamento razionale non sempre viene visto allo stesso modo dai giovani che anzi percepiscono alcuni comportamenti come prestigiosi e differiscono temporalmente e spazialmente il rischio legato a tale comportamento (non capita a me...non capita ora...non capita qui...). Le strategie di intervento dovrebbero prendere in considerazione quindi i tempi di assimilazione molto lenti dei messaggi legati ai rischi e la preferenza dei giovani ad apprendere tramite l'esperienza (...preferisco provare...una sostanza o un comportamento) piuttosto che da un depliant informativo. E ancora....

"Sapendo che l'informazione, se da una parte aumenta la conoscenza delle droghe, produce per altro una influenza minima sul comportamento, occorre focalizzarci sul cambiamento dell'atteggiamento verso di esse. Questo presuppone che vi sia un confine netto tra i fini e gli strumenti utilizzati per raggiungerli. Essi devono essere la matrice di progetti concreti improntati all'intenzionalità educativa, quindi alla responsabilizzazione, tramite il contatto diretto col target."

Come dire che se da sola l'informazione non basta, la RELAZIONE diretta con il target da parte dell'operatore, diventa lo strumento più efficace per incidere sui comportamenti.

² * Psicologa-Psicoterapeuta SERT AUSL 12 Versilia (Viareggio - Lucca). ** Sociologo SERT AUSL 12 Versilia (Viareggio - Lucca).

3.4 Dati di progetto - Periodo APRILE 2004 - LUGLIO 2004

Si riportano in questa sezione, l'elenco dei dati di progetto dell'Unità di Strada in forma esclusivamente quantitativa.

Tabella N°6_Riunioni /presentazione UDS (n° 18 riunioni):

n°	Tipologia di riunione	Data	n°	Tipologia di riunione	Data	n°	Tipologia di riunione	Data
1	Presentazione UdS all'ufficio di piano	29/04/2004	1	Presentazione UdS e raccolta dati materiali Progetto Controcorrente	13/07/2004	1	Riunione con Asur - Zona Terr.le 12	8/09/2004
1	Presentazione UdS ai funzionari comunali	24/06/2004	1	Riunione equipe con Operatori Unità di strada di Fermo	5/08/2004	3	Riunione con Ser.T. - Zona terr.le 12	21/09/2004 22/03/2005 13/04/2005
1	Presentazione UdS e raccolta dati Unione Comuni Valdaso	8/07/2004	1	Riunione con Comune di San Benedetto del Tr.	29/07/2004	2	Riunione con il Servizio Risposte alcologiche	11/11/2004 24/01/2005
1	Riunione Comune di Ancona per coordinamento UDS regionali	18/05/05	1	Riunione con Vigili Urbani di San Benedetto Tr.	26/7/2005	1	Relazione al Convegno Alcool del Servizio TD	30/06/2005
2	Croce Rossa	15/02/2005 29/03/2005	1	Conferenza stampa per Samb-Cittadella	9/02/2005			

Tabella N°7_Riunioni di equipe (n° 8 riunioni di equipe):

N°	Tipologia di riunione	Data	N°	Tipologia di riunione	Data
1	Riunione D'Equipe	8/11/2004	1	Riunione d'equipe	11/04/2005
1	Riunione d'equipe	18/01/2005	1	Riunione d'equipe	11/05/2005
1	Riunione d'equipe	16/02/2005	1	Riunione d'equipe	1/06/2005
1	Riunione d'equipe	13/03/2005	1	Riunione d'equipe	27/07/2005

Tabella N° 8_Incontri con la rete territoriale (n°46)

N°	Tipologia di incontro	Data	N°	Tipologia di incontri	Data	N°	Tipologia di incontri	Data
2	Incontro con comunità AMA	25/05/2004 14/06/2004	1	Incontro con pubs Brunch – Level up	11/10/2004	1	Incontro Bar Florentia	18/11/2004
1	Incontro con CAG Arcobaleno Montefiore	26/05/2004	1	Incontro con pub Misus	26/10/2004	3	Incontro SUGO	23/11/2004 18/03/2005 29/04/2005
2	Incontro con Chalet Mojito	4/08/2004 30/08/2004	2	Incontro Bar Daiquiri	12/11/2004 4/02/2005	3	Incontro Morrison's	7/12/2004 2/01/2005 5/03/2005
2	Incontro con Chalet Osterix	4/8/2004 14/04/05	1	Incontro con pub Offside	29/10/2004	1	Incontro Agenzia Elite	9/12/2004
1	Parrucchiere “Corsi”	19/8/2004	2	Incontro con Discoteca BB	5/11/2004 22/04/05	1	Incontro Ufficio Cultura comune di San Benedetto del Tr.	9/12/2004
1	Assessore Cupra M. e Chalet La Perla	20/8/2004	1	Incontro CAG Montefiore dell’Aso	5/11/2004	2	Incontro Pub Spirito-Do di Campofilone	14/12/2004 11/3/05
1	Incontro Chalet Da Luigi	23/8/2004	1	Incontro Pub Rebel	8/11/2004	2	Incontro con Discoteca Sugo	18/03/05 29/04/05
1	Cafè House di San Benedetto del Tr.	13/01/05	1	Incontro URP di San Benedetto del Tr.	9/11/2004	1	Bar Blue Biliard di Monteprendone	16/06/05
3	Incontro con CAG Acquaviva	15/03/05 25/05/05 24/02/2005	1	Caffè Moka di San Benedetto del Tr.	20/01/05	2	Incontro House Café	25/11/2004 13/01/05
1	Incontro con Pub Verbena	22/06/05	3	Incontro con CAG Grottammare Stile Libero	26/05/05 29/03/2005 30/03/2005	1	Chalet Jonathan di San Benedetto del Tr.	15/07/05

In sintesi:

- incontri con locali n° 33
- incontri con enti ausiliari T. d. n° 2
- incontri con enti pubblici e con referenti istituzionali n° 11

Le uscite realizzate Periodo Aprile 2004 - Luglio 2005 sono state suddivise tra quelle effettuate in occasione di eventi organizzati presso enti locali e/o presso i CAG .e quelli realizzati presso i pubblici esercizi

Tabella N°9 - Uscite presso enti locali totale n° 27

N°	Evento	Località	Data
1	Rassegna d'arte giovanile "Punti di fuga"	San Benedetto del Tr.	9/08/04
2	Spettacolo del comico Max Giusti	San Benedetto del Tr.	10/08/04
3	Festa delle Streghe e dei Folletti	Montalto delle Marche	13/08/04
4	Festa dei Giovani dell'Unione Comuni Valdaso	Mahe di Pedaso	13/08/04
5-6-7-8	Concerto del Summer festival	Ripatransone Cupra Marittima Grottammare Monteprandone	18/8/04 1/07/05 12/07/05 29/07/05
9	Music Show Festival	Acquaviva Picena	21/08/04
10	Evento musica elettronica - Biennale arti visive Chalet da Jonathan	San Benedetto del Tr.	4/9/04
11-12	Giochi dell'Unione Valdaso	La pedona Pedaso	10/9/04 1/07/05
13	"Grande Festa D'autunno"	Montefiore dell' Aso	19/9/04
14	Oktoberfest	Ripatransone	25/9/04
15	Slalom automobilistico	Centobuchi	26/09/04
16	Centro d'Aggregazione	Montefiore dell' Aso	17/11/04
17	Centro d'Aggregazione	Ripatransone	21/11/004
18	Fiera San Giacomo	Monteprandone	28/11/04
19	Concerto Max Pezzali	San Benedetto del Tr.	15/12/04
20	Eventi nella rete – Concerti	Ripatransone	19/12/04
21	Morrison's Pub	Cupra Marittima	3/1/2005
22	Concerto organizzato dal CAG di Monsampolo	Monsampolo	19/02/2005
23	Stadio (Samb-Cittadella)	San Benedetto del Tr.	13/02/05
24	Centro d'Aggregazione	Acquaviva Picena	16/3/05 26/5/05
25	Festa volontariato (CSV)	Grottammare	21/5/05
26	Giornata mondiale del gioco	Montalto	22/5/05
27	CAG Stile libero	Grottammare	26/5/05

Tabella N°10 - Uscite presso pubblici esercizi n° 24

N°	Evento	Località	Data
1	Chalet da Luigi	San Benedetto del Tr.	28/8/04
2-3	Morrison's Pub	Cupra Marittima	9/10/2004 5/3/2005
4-5	Pub Osterix	Grottammare	15/10/2004 15/04/05
6	Pub Verbena	San Benedetto del Tr.	21/10/2004
7-8	Discoteca BB	Cupra Marittima	5/11/04 23/4/05
9	Pub Brunch	Porto d'Ascoli	13/11/04
10	Bar Florentia	Porto d'Ascoli	19/11/04
11-12-13	Discoteca Sugo	Grottammare	5/12/04 19/3/2005 30/4/05
14	Pub Misus	Porto d'Ascoli	7/12/04
15	Pub Off Side	Pedaso	11/12/04
16	Pub Rebel	Porto d'Ascoli	17/12/04
17	House Cafè	San Benedetto del Tr.	14/1/05
18	Moka Bar	San Benedetto del Tr.	21/1/2005
19	Bar Daiquiri	Centobuchi	5/2/05
20	Centro Porto Grande	Porto d'Ascoli	26/2/2005
21	Spirito-do	Campofilone	12/3/2005
22	Blu Billiard	Centobuchi	17/6/05
23	Verbena	San Benedetto del Tr.	23/6/05
24	Jonathan	San Benedetto del Tr.	16/7/2005

Si fa presente che i pubblici esercizi raggiunti dall'intervento, nel primo anno di attività sono stati esclusivamente quelli indicati nel rapporto di ricerca sui luoghi maggiormente frequentati dai giovani. Nel prosieguo del progetto, i contatti si sono arricchiti di suggerimenti e proposte provenienti dalla rete dei soggetti coinvolti.

3.5 Materiale distribuito durante le uscite

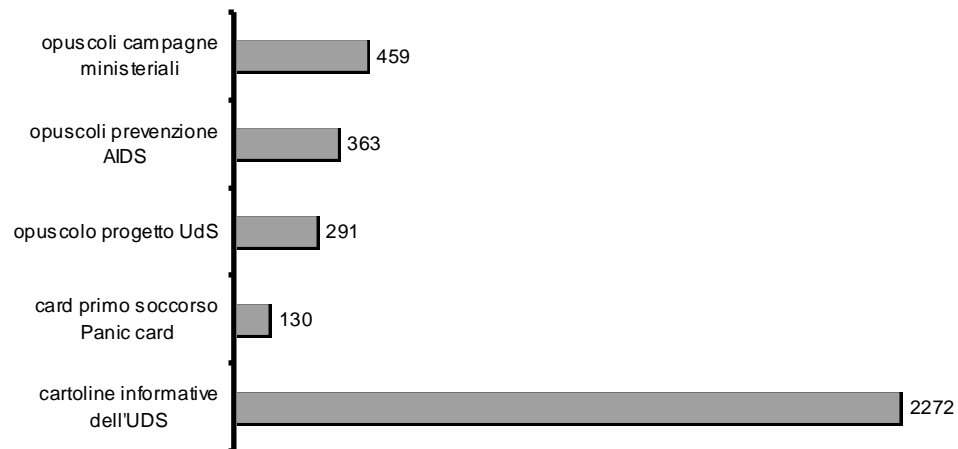
Di seguito riportiamo una tabella con il materiale informativo, i gadgets e le schede distribuite suddivisi per ogni singola uscita e un grafico con i totali. Il periodo di rilevazione è da agosto 2004 a luglio 2005

Tabella N°11 - Materiale distribuito in occasione di uscite organizzate dagli enti locali e nelle uscite effettuate presso i locali del divertimento (agosto 2004 - luglio 2005)

materiale informativo	Presso enti locali	Presso pubblici esercizi	Gadgets	Presso enti locali	Presso pubblici esercizi
opuscolo <i>Don't kill your brain</i>	133	50	t-shirts lo ci sto	112	40
cartolina cocaina	194	155	t-shirt Don't insert	57	15
cartolina ketamina	140	102	portapass lo ci sto	290	224
cartolina cannabis	189	148	spille lo ci sto con la testa	274	271
cartolina ecstasy	168	133	Rubrica di salvataGGio	40	18
cartolina eroina	165	117	Calendarietto	238	242
cartolina allucinogeni	139	98			
cartolina amfetamine	145	105	acqua	0	0
cartolina steroidi	28	17	condom	28	205
cartolina nicotina	71	43			
cartolina inalanti	70	45	contact card	684	759
card primo soccorso <i>No panic card</i>	66	64	contactcard clipper	3	22
opuscolo progetto UdS	176	115	cruciverba	490	407
opuscolo <i>O ci sei o ti fai</i>	71	31	inventaslogan	54	13
opuscolo <i>lo non calo la mia vita</i>	43	26	scheda spot	10	23
opuscolo <i>Per le donne che scelgono</i>	17	29	rilevazione etil.	21	115
opuscolo <i>Per amore puoi dimenticare tutto</i>	20	28			
opuscolo <i>Evita il contatto...entra in contatto</i>	127	90			
opuscolo <i>Contro l'aids hai un'arma</i>	22	30			
opuscolo <i>Se ancora non puoi smettere</i>	14	14			
opuscolo <i>Fatti furbo non farti male</i>	44	33			

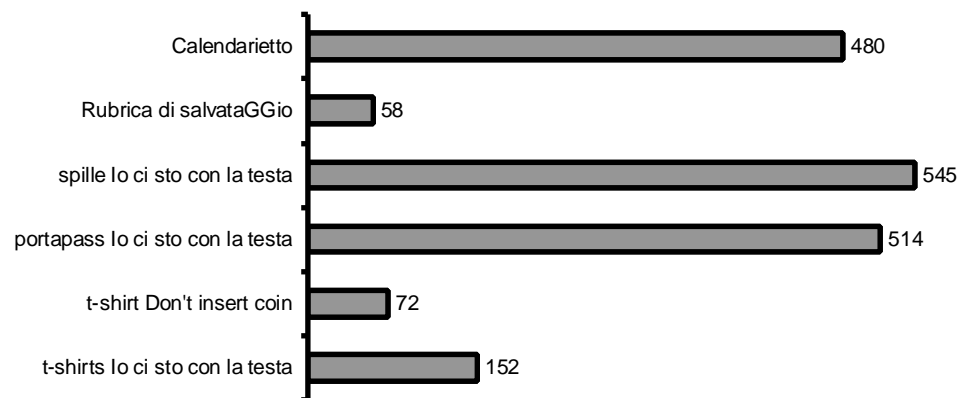
Se aggregiamo i dati, scopriamo che la preferenza (cfr grafico n°3) è per le cartoline prodotte dall'equipe dell'Unità di Strada e, tra queste, ma in maniera non significativa, quelle che riguardano la cannabis e la cocaina; risalta la connessione tra tale interesse e le tendenze in atto sulla sperimentazione di sostanze. Nella tabella vengono riportate alcune voci (es. etilometro o contact card clipper) che riguardano materiali in distribuzione dopo il dicembre 2004, i cui risultati verranno approfonditi nel prossimo report.

Grafico n°4_Materiali informativi distribuiti complessivamente (agosto 2004 – luglio 2005)



I gadgets prodotti dall'Unità di Strada sono tutti contrassegnati dallo slogan della campagna "Io ci sto con la testa". A questi si sono aggiunti altri gadgets, da precedenti campagne ministeriali o da altri progetti promossi dall'Ambito sociale 21. Ad esempio, nel corso della manifestazione Eventi nella Rete, l'Unità di Strada ha collaborato alla realizzazione di gadgets "Don't Insert Coin" successivamente distribuiti nelle uscite sul territorio (Allegato n° 11). Come si evince dal grafico le spille ed i portapass sono i più graditi anche se c'è da fare una ulteriore precisazione: il numero di t-shirt distribuite è inferiore a causa dei costi elevati e non a causa del minore gradimento per cui gli operatori tendono a dare la maglia a chi si distingue per interesse e disponibilità.

Grafico n°5 Gadgets distribuiti complessivamente (agosto 2004 – luglio 2005)



3.6 Materiale informativo (cartoline steroidi anabolizzanti) distribuito nelle palestre e nei centri sportivi

All'attività di distribuzione diretta del materiale informativo, a partire dal gennaio 2005, si è affiancata una attività di distribuzione indiretta, con la collaborazione delle palestre e dei centri sportivi del territorio dell'Ambito sociale 21. A breve inizierà una distribuzione nei negozi di abbigliamento e, a tal fine, sono già stati avviati dei protocolli con la Confcommercio e la Confesercenti.

Tabella N°12 - Materiale distribuito presso le palestre e i centri sportivi (gennaio - luglio 2005) tot. 500 cartoline distribuite.

N°	Luogo	Città	Materiale distribuito
1	Palestra Tonic	San Benedetto Tr	50 cartoline
2	Palestra Lion's	San Benedetto Tr	50 cartoline
3	Palestra Si sport	San Benedetto Tr	50 cartoline
4	Palestra Studio Movimento	Grottammare	50 cartoline
5	Palestra Sport news	San Benedetto Tr	50 cartoline
6	Palestra Body Shape	Montefiore	50 cartoline
7	Palestra Body House	Pedaso	50 cartoline
8	Centro sportivo Cogese	San Benedetto Tr	50 cartoline
9	Polisportiva pallacanestro	Pedaso	50 cartoline
10	Polisportiva Campofilone	Campofilone (sede Marina Altidona)	50 cartoline
Totale			500 cartoline

3.7 Inventaslogan

L' inventaslogan è stato proposto per un periodo per raccogliere idee per campagne informative future dell'Unità di Strada ed è rivolto ai ragazzi che hanno deciso di partecipare ai momenti interattivi. Proporre questa iniziativa è stata un'occasione per rendere partecipi i ragazzi, i quali a loro volta non si sono percepiti come oggetto di un'indagine o solo fruitori di un servizio ma possibili protagonisti di una nuova campagna preventiva. L'adesione è stata rilevante ed ha permesso ai partecipanti di riflettere attivamente sul tema delle sostanze e del come farsi portavoce di un messaggio che il più delle volte deve essere di impatto e scatenare delle emozioni, per essere in sintonia con il linguaggio dei giovani. Il risultato appare soddisfacente, dando una veloce scorsa a tutti gli slogan creati: alcuni appaiono provocatori, altri utilizzano un linguaggio metaforico che indirettamente spinge alla riflessione e permette al messaggio di giungere al "destinatario".

Dal 9/08/2004 al 21/10/2004 e ne abbiamo raccolti n°68.

Tabella N° 13 - slogan ideati dai ragazzi che hanno aderito alla proposta dell'Inventaslogan

Data	Locale	Slogan
21/10/04	Verbena	O ti fa male o costa troppo...
		Fate l'amore non fate i trip
9/10/04	Morrison's	Metti la testa a posto
		Stacci tutto
		No alla droga
		In continua lotta con la realtà, contrapponendo l'inquietudine , in paradiso d'inquietudine
4/09/04	Jonathan	Droga?, no grazie!...Preferisco un'iniezione di vita
		Io non sballo, ma ballo
		Non rompere i coglioni, non farti i cannoni
10/09/04	Lapedona	Barcollo ma non mollo
		Non pagate per morire!!
13/08/04	Mahé	Uccidere la droga
		Resta in te!
		Meno droga più alcool
		Meno coca più aranciata
		L'unica pasta che ci piace è quella alla crema
		Si al bottiglione, no a buttiglione
		Io ballo senza sballo
		Drogati di vita...non vivere di droga
		Sono un drago e non mi drO/Ago
		Menti indipendenti!!
		Di pasta è meglio questa (Disegno pasta/cibo)
		Non ti bucare, prova a ragionare
		Senza eroina...sto bene fino a domattina
		La droga non usare, se sano vuoi restare
		Se davvero vuoi smettere, non iniziare mai
		Le vere star brillano di luce propria! Non ti fare illuminare
		Il vero sballo è dire no
		Perché? basta!
		A 'na certa sti cazzi pure io (Trad.) Ad un certo punto, se le cose vanno male, non me ne frega niente neanche a me!
		Se ami la vita odi la droga
Se vuoi calarti qualcosa, calati i pantaloni		
10/08/04	Max Giusti	La droga ti manda fuori di testa...usa la testa tienila fuori di te
		La vita è molto più di una allucinazione
		Mia moglie dice che non è vero!
9/08/04	Punti di fuga	Incontaminato
		La lucidità è uno sballo
		Chi è che si droga?

		Sono dentro al tunnel del divertimento! Punks not dead...anarchy in Italy
		Decontaminiamoci
		Chi usa abusa
		Io non ci sto con la panza!
		Anche per drogarsi ci vuole la testa!..Visto che non ce l'ho non mi drogo!! The Sheriff
		Stò bbe dovunque!
		+Samba -Caramba
		Sono nel tunnel...del divertimento
		Incoscienti, ma con Brio!
18/08/04	Sud Sound Sistem	Impegniamoci a migliorare il mondo ed evadere non sarà più necessario. Costruirsi una vita migliore è il vero sballo!
		Io mi drogo ...e sono stanco!! (Pensaci a non drogarti)
		Non cominciare è meglio che smettere
		Ripensateci
		Tira, tira...il cervello si spezza!!
		Tutto ciò che finisce con la INA, ti rovina
		In sostanza, stai in guardia
		La soluzione dei problemi: Legalizzatevi
		La vuoi smettere! Se no ti picchio!
		Vergognati! Drugs blast your brain better bee free
		Fatti!...solo i fatti tuoi
		Niente eroina, ma solo erba
25/10/04	October Fest	Più ti fai e meno realizzi
		Non lo mollare fallo lavorare...(il cervello)
28/08/04	Da Luigi	With the cocaina
		In pista senza pasta
		La droga ti uccide
		Droga? Alcool?...No grazie io ci tengo alla vita
		Vai piano che ce la puoi fare
		Se fumi la Maria non 6 amica mia!
		Chi fuma si fuma

3.8 Lo spot

Dall'Ottobre 2004 al Gennaio 2005 è in onda uno Spot sull'Unità di Strada, il cui testo è il seguente:

Esci dai luoghi comuni, informati. Da oggi puoi. Se desideri avere maggiori informazioni sui rischi e gli effetti legati alle droghe cerca e troverai nei tuoi locali preferiti o nelle principali occasioni di divertimento l'Infopoint dell'Unità di strada oppure scrivi ad uds21marche@libero.it Operatori specializzati sono pronti a rispondere ad ogni tuo dubbio.

L'Unità di Strada è promossa dai comuni dell'Ambito sociale 21 in collaborazione con l'Asur - Zona territoriale 12.

L'idea dello Spot è stata sollecitata da due radio locali alle quali se ne è aggiunta una terza. La sua programmazione è stata inserita all'interno di uno Spazio denominato "MONDO ETICO", Notizie ed informazioni ad alto valore sociale ed umanitario, in onda tutte le ore su RADIO DONNA ai minuti 00.30, su RADIO BASE PALMA ai minuti 15.45, dalle 3 alle 5 volte al giorno. Inoltre, su queste due emittenti è inserito a rotazione oraria, cambiando ogni giorno gli orari di programmazione, in modo da raggiungere più ascoltatori.

Su L'Altra Radio invece, lo spot è andato in onda dal giorno 15/10/2004 per un mese nei seguenti orari: 08:45 – 12:15 – 14:15 – 16:45 – 18:30 e dal 4.1.2005 invece alle ore 09:00 - 10:00 - 11:00 - 12:15 - 13:30 -14:15 - 15:30 - 16:45.

Nel periodo successivo alla prima programmazione abbiamo ritenuto necessario proporre a circa n°30 tra i ragazzi contattati, una scheda per la realizzazione dell'impatto avuto (cfr Allegato n°8), dalla quale emerge che lo spot non è stato ascoltato, forse perché sono altre le radio maggiormente seguite dai giovani. Ne riportiamo l'elenco nella tabella n°11:

Tabella N°14: radio maggiormente ascoltate dai ragazzi contattati dall'UDS

Radio DJ	RDS	Radio 105	Radio Azzurra	Radio Subasio	Radio Maria	Rtl
3	6	1	7	2	1	1

Il dato, per quanto non significativo dal punto di vista numerico, suggerisce i possibili canali di diffusione dello spot qualora decidessimo di fare una programmazione radiofonica a pagamento. Altro dato interessante è ...alla Domanda "ti capita di leggere quotidiani?" il 61,6% risponde sì....per cui oltre alla campagna radiofonica si potrebbe pensare ad una maggiore e costante presenza sui quotidiani locali.

4. SVILUPPI E PROPOSTE

In generale si può dire che il Servizio ha raggiunto importanti obiettivi, come documentato dai dati quantitativi.

Nonostante la difficoltà, nel lavoro di prevenzione primaria, a quantificare i soggetti coinvolti, la relazione mostra la capacità dell'Unità di Strada di raggiungere una rete articolata di soggetti con tempi e modalità flessibili e legate al territorio. Nello specifico dei contatti, sarebbe auspicabile porsi l'obiettivo di contattare direttamente una percentuale del 7% della popolazione giovanile del territorio entro la fine del 2005 anche diversificando ed ampliando i luoghi dell'intervento finora poco esplorati come ad esempio i luoghi di lavoro..... Il mondo del lavoro in particolare potrebbe essere un settore di intervento sul quale si dovrà iniziare a lavorare concretamente per le caratteristiche del mondo giovanile di questo territorio che è inserito nel tessuto produttivo ad una età relativamente bassa (nel caso del nostro target il 33% dei giovani che hanno un'età media di 21,5 anni).

Nel contempo vanno sviluppate azioni anche per una maggiore sensibilizzazione del mondo adulto: si stanno in questo periodo conducendo trattative con i singoli locali del divertimento affinché vengano adottate politiche di promozione della salute; tale azione va sicuramente estesa e successivamente ampliata con interventi che vedano il più ampio coinvolgimento possibile di attori locali interessati (forze dell'ordine, servizi sanitari e sociali, associazioni di categoria, gruppi di interesse....) anche con soluzioni innovative quali ad esempio la realizzazione di MEZZI DI TRASPORTO con la presenza di uno o più operatori della prevenzione all'interno e/o la realizzazione di giornate di richiamo (stile Prehevention DAY) che diano visibilità sia al servizio che alla problematica affrontata.

Punto di forza del progetto è stato quello di attivare una collaborazione proficua e stabile con il Servizio Tossicodipendenze della Zona Territoriale 12 che speriamo possa essere ampliato e rinforzato con la realizzazione di un CORSO DI FORMAZIONE per operatori della notte e/o operatori che a vario titolo si occupano di loisir.

Altro punto di forza del progetto è l'attenzione alla ricerca che, per quanto non completamente realizzata con caratteri scientifici, garantisce quella circolarità tra momento conoscitivo e realizzazione di nuovi interventi che vorremmo mantenere ed anzi ampliare. Il materiale informativo è costantemente aggiornato in base alle rilevazioni sulla insorgenza di nuovi fenomeni di abuso e/o di incremento della diffusione di determinate sostanze.

Come abbiamo visto nel paragrafo dedicato alla sperimentazione di sostanze, questo territorio mostra dati alquanto preoccupanti che necessitano di realizzare interventi:

- su nuove modalità di abuso di sostanze
- sui comportamenti compulsivi (es. gioco d'azzardo) e/o su quelli di disagio sociale (bullismo etc...)
- sull'aumento del consumo di sostanze legali (es. alcool ma anche farmaci) come emerso nel corso delle uscite dell'UDS.

Rispetto a quest'ultimo punto potrebbe essere utile un collegamento funzionale con il Servizio Risposte Alcolologiche del Comune di San Benedetto per una azione più incisiva; in realtà tale servizio finora si è reso disponibile per un'unica uscita congiunta effettuata il 13.2.2005 e, nonostante le richieste, non sembra interessato ad approfondire un discorso in comune.

La comunicazione va curata e se possibile va dotata di un budget specifico che permetta di programmare una o più campagne mirate con la diversificazione dei media da utilizzare al fine di raggiungere il maggior numero di persone tra la popolazione complessiva. Si potrebbe prevedere, per il prosieguo del progetto, la realizzazione di una campagna pubblicitaria a tutto campo, sia di tipo istituzionale sul senso e le caratteristiche dell'Unità di Strada che sui messaggi dissuasivi rispetto all'uso di sostanze psicotrope.