



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

APRILE - DICEMBRE 2004

A CURA DI
SABRINA PETRELLI (COORDINATRICE)
MAURIZIA CORRADETTI (OPERATRICE)
CLAUDIO MARINELLI (OPERATORE)
SIMONA OLIVIERI (OPERATRICE)

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 quel 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.

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 la corretta informazione rispetto ai rischi legati all'uso/abuso di sostanze;
- b) Favorire atteggiamenti di maggiore 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 e nel corso del primo anno, ha articolato le sue attività attraverso le seguenti fasi:

- 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;
- Progettazione e produzione di materiale informativo sulle droghe, realizzazione di materiale promozionale del servizio stesso e coinvolgimento dei mezzi di informazione (radio, giornali);
- 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).
- 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 al Dicembre 2004. Inoltre sono state inserite anche quelle previste da programmare fino all'Aprile 2005.

a. 2004/ 2005	Apr 04	Mag 04	Giu 04	Lug 04	Ago 04	Set 04	Ott 04	Nov 04	Dic 04	Gen 05	Feb 05	Mar 05	Apr 05
Centri di Aggregazione	Contatti	Interventi						Interventi			Interventi		
Eventi c/o Enti Locali	Contatti			Interventi			Contatti	Interventi	Contatti	Interventi			
Eventi c/o Pubblici Esercizi	Contatti				Interventi								
Rilevazioni	Ricerca c/o Cag sui luoghi del divertimento					1° Report di progetto							2° Report
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 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. 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 è stato avviato un discorso per la firma di eventuali protocolli di intesa finalizzati alla tutela della salute dei giovani.

La rete dell'Unità di Strada

<p>Uffici pubblici</p> <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 T. 	<p>Servizi per i giovani (n°5)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. C.A.G. di Montefiore dell'Aso 2. CAG di Ripatransone 3. Informagiovani di San Benedetto del Tronto 4. Centro ascolto musica di San Benedetto del Tronto 5. Eventi nella rete (Rete dei Cag)
<p>Scuole (n°2)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Scuola media di Montalto Marche 2. Scuola media di Ripatransone 	<p>Negozi (n°1)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Centro commerciale Porto Grande di P.to d'Ascoli
<p>Esercizi pubblici (discoteche/locali notturni n°11)</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 	<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 12. Playnight.org 13. Music Club

2. METODOLOGIA DI INTERVENTO

2.1 Descrizione delle attività

Dal marzo 2004, mese di avvio del progetto, al luglio 2004, il coordinatore del Progetto 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). Sulla base dei risultati della ricerca è stata fatta la prima programmazione delle uscite, nel mese di agosto 2004, in concomitanza con l'avvio dei contratti dei tre operatori.

L'equipe svolge una attività di lavoro 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 comunale, l'uscita è preceduta da una richiesta di autorizzazione all'utilizzo del suolo pubblico e dell'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; la 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 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 delle Marche e Ripatransone.

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, T-shirt con lo slogan *"lo ci sto con la Testa"*, spillette, porta pass e profilattici con custodia.

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
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 (nuova)
Opuscolo "Se ancora non puoi smettere almeno corri meno rischi"	Cartolina informativa inalanti (nuova)
Rubrica Campagna AIDS	Cartolina informativa steroidi (nuova)
	T - shirt con slogan <i>"lo ci sto con la testa"</i>
	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 e 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

Fino a dicembre 2004 sono state somministrate complessivamente n° 894 contact card di cui n°808 a persone che hanno avuto accesso per la prima volta all'Infopoint. La fascia di età raggiunta va dai 12 ai 59 anni, nel 61% dei casi maschi e per il 39% femmine.

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 relativamente alla anagrafica ed al rapporto con le droghe.

Se andiamo a disaggregare il dato sulla provenienza dei giovani contattati, scopriamo che essi provengono da tutti i comuni dell'Ambito 21 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.

Tabella N.1 - Provenienza persone contattate dall'Unità di Strada – agosto/dicembre 2004

S. Benedetto del Tronto	237	Montalto	1
Pedaso	11	Montefiore dell'Aso	53
Ripatransone	56	Monteprandone	26
Carassai	3	Fuori ambito	205
Massignano	6	Fuori regione	149
Acquaviva	12	Stranieri	6
Cupra Marittima	18		
Campofilone	11	Totale	856
Grottammare	56	Non risposto	38
Monsampolo	6	Totale complessivo	894

Il dato appare molto significativo se pensiamo che in soli 5 mesi è possibile raggiungere una quantità così elevata di giovani scegliendo di andare solo nei luoghi del divertimento e del loisir.

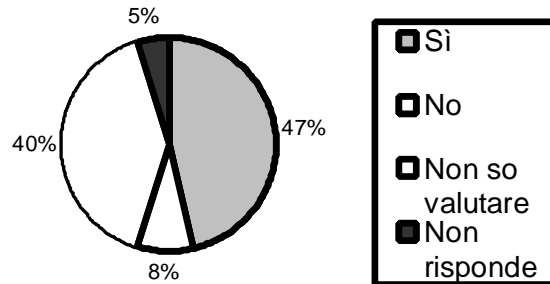
Conoscenza Unità di Strada

Alla domanda "Conosci l'Unità di Strada", il 19% risponde in maniera positiva. Considerato che il servizio è stato attivato nell'agosto del 2004, riteniamo la percentuale di persone in possesso di conoscenze sull'Unità di Strada al dicembre 2004, 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 47% del campione raggiunto. Tuttavia fa riflettere il 40% di persone che non ne sa valutare l'impatto, percentuale sulla quale si dovrà concentrare l'attività futura dell'Unità di Strada.

Grafico n°1_Utilità dell'Unità di Strada



Disponibilità a giocare

Alla domanda "Sei disponibile a giocare con noi per vedere ciò che sai e pensi delle droghe?" il 44% ha indicato sulla scheda contatto di non essere disponibile. Tuttavia i dati reali mostrano che sono stati compilati n°570 cruciverba e n°68 inventaslogan corrispondenti al 71% degli intervistati. Lo scarto rilevato può essere dovuto all'approccio informale degli operatori che poi stimola a mettersi in gioco oppure alla superfluità della domanda stessa per cui questa domanda verrà omessa in occasione della realizzazione della nuova scheda contatto.

3.2 Il rapporto tra la popolazione target raggiunta e le droghe

Nel riportare i dati sulla sperimentazione di sostanze, occorre fare 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);
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. è importante distinguere la sperimentazione di sostanze ossia l'accesso alle sostanze anche una sola volta nella vita (long life experience) dal consumo saltuario e dal consumo problematico; il dato che abbiamo si riferisce alla sperimentazione;
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

I contatti con ragazzi dai 14 ai 29 anni sono stati n°756 di cui il 90,2% riguardano soggetti che sono stati all'Infopoint per la prima volta. Se rapportiamo quest'ultimo dato alla popolazione target complessiva, possiamo dedurre che l'Unità di Strada ha raggiunto in soli 5 mesi, il 4,1% dei giovani di questa fascia d'età, un dato considerato molto elevato. Elenchiamo brevemente le caratteristiche del target raggiunto:

I maschi sono il 59% mentre le femmine sono presenti nel 41% dei casi. Tale dato è in controtendenza con quelli di altre rilevazioni effettuate nei luoghi del divertimento poiché normalmente le femmine sono molto meno presenti. I giovani contattati hanno una età media di 21,5 anni e, nel 47% dei casi, studiano. 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 raggiunto

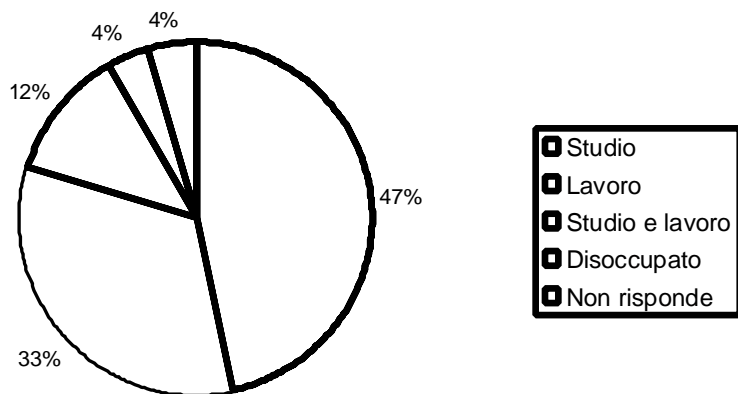
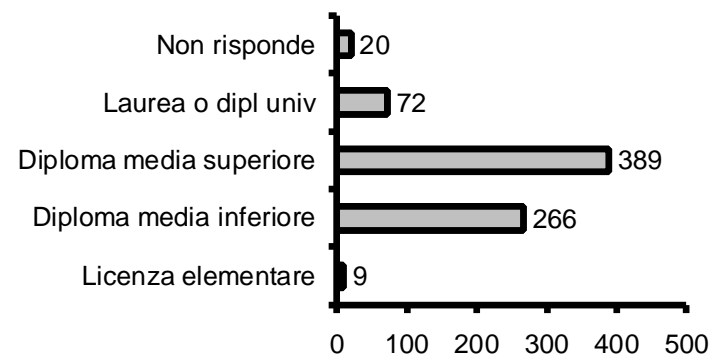


Grafico n°3_Titolo di studio del target raggiunto



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). Non irrilevanti sembrano essere anche i dati relativi alla sperimentazione di

popper ed 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 attraverso la nuova scheda contatto redatta in concomitanza con l'uso recente dell'etilometro, gentilmente concesso dal Servizio Tossicodipendenze della Zona Territoriale 12.

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%	53%	24%	8%	15%	9%	8%	21%	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%), al di sotto di 10 punti percentuali rispetto alla nostra rilevazione. Va tuttavia 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 dai dati del 2000–2002 risulta che l'esperienza una tantum interessa dall'1% al 9% delle persone di età compresa tra 15 e 34 anni e che il suo consumo è concentrato nelle grandi città; per tale ragione l'aumento potrebbe non riflettersi in modo adeguato nei dati nazionali. L'aumento del consumo è confermato anche dai risultati tossicologici di analisi di casi di overdose, di sequestri di droga e di studi di gruppi ad alto rischio. Possiamo notare l'impennata che si è avuta negli ultimi anni confermata dalla nostra rilevazione.

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 vulnerabili. Inoltre risulta che giovani oggi hanno accesso ad una serie più ampia di stupefacenti e sono più numerosi quelli che li consumano insieme all'alcool che risulta essere la sostanza più usata dai giovani.

L'esperienza del consumo nei giovani italiani dai dati dell'ESPAD condotta in Italia dal CNR

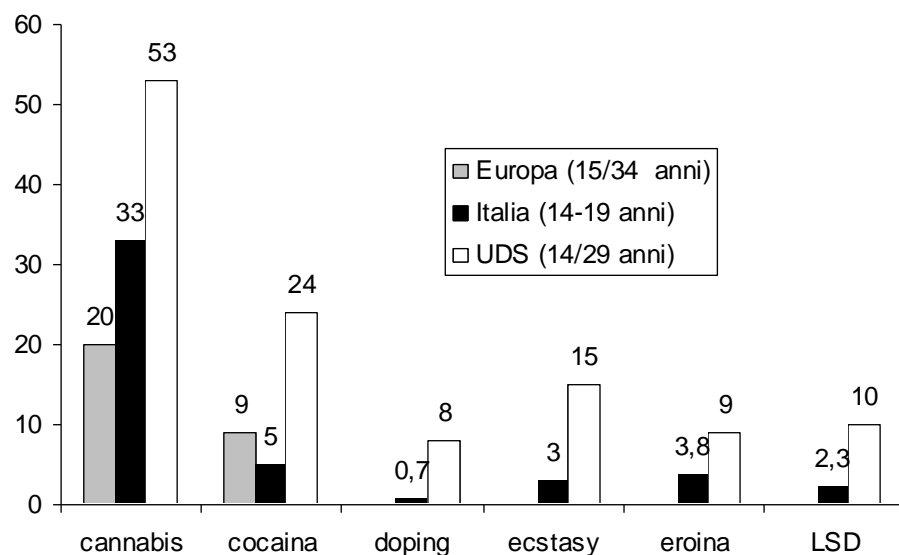
Se si analizzano i dati relativi a chi ha riferito di aver fatto uso almeno una volta nella vita di determinate sostanze nel periodo che va dal 1999 al 2002 si rileva un trend in crescita per ciò che riguarda il consumo di alcool (86% nel 1999 ; 89% nel 2002) che si conferma come la sostanza maggiormente utilizzata dai giovani italiani tuttavia non possiamo, per ora, raffrontarlo con i dati locali mentre il consumo riferito di cannabis resta

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.

pressoché invariato e si aggira, ad esclusione del 2000 (30%), attorno al 33% contro il nostro 53%. Occorre precisare di nuovo che le rilevazioni sono state effettuate su due campioni diversi e in luoghi diversi.

Diminuisce a livello nazionale l'utilizzo di cannabis assieme all'alcol (32% nel 1999 ; 22% nel 2002) e tutte le altre sostanze sono riferite come consumate da una parte minore della popolazione studentesca. In diminuzione il consumo di LSD (3,4% nel 1999; 2,3% nel 2002), amfetamine (3,1% nel 1999; 2% nel 2002). Stabili i consumi di inalanti assestati intorno al 6,5% se si fa eccezione per il dato 2001 (5,1%), quelli di ecstasy (3%), in leggero aumento il consumo riferito di cocaina che dopo un picco avuto nel 1999 con il 4,8% degli studenti che ne riferiva l'utilizzo, risultava diminuito negli anni successivi (4,1%) e vede un nuovo picco nel 2002 dove è oltre il 5% degli studenti ad affermare di aver provato la sostanza. Leggermente incrementato anche il numero di coloro che riferiscono l'utilizzo di funghi allucinogeni (1,6% nel 1999; 2,1% nel 2002). Il consumo di eroina fumata mostra un andamento non omogeneo con picchi di consumatori nel 2000 (4,2%) e nel 2002 (3,8%). Si mantengono stabili i consumi di steroidi e anabolizzanti (0,7%) e quelli di eroina assunta in maniera diversa dal fumo 0,8%.

Grafico n°4 – Raffronto dati su sperimentazione sostanze



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 agli effetti e ai rischi legati alle sostanze: i ragazzi di fronte alla non conoscenza di alcuni argomenti, hanno potuto avvalersi sia dello scambio diretto di informazione 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;
- 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 incontra 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 - DICEMBRE 2004

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

Tabella N°6_Sono state effettuate n° 11 riunioni:

n°	Tipologia di riunione	Data	n°	Tipologia di riunione	Data	n°	Tipologia di riunione	Data
1	Presentazione UdS	29/4/2004	4	Presentazione UdS e raccolta dati materiali Progetto Controcorrente	13/7/2004	8	Riunione con Asur - Zona Terr.le 12	8/9/2004
2	Presentazione UdS	24/6/2004	5	Riunione d'equipe	27/7/2004	9	Riunione con Ser.T. - Zona terr.le 12	21/9/2004
3	Presentazione UdS e raccolta dati Unione Comuni Valdaso	8/7/2004	6	Riunione con Comune di San Benedetto Tr.	29/7/2004	10	Riunione D'Equipe	8/11/2004
			7	Riunione equipe con Operatori altra Unità di strada	5/8/2004	11	Riunione con il Servizio Risposte alcoliche	11/11/2004

Tabella N° 7_Incontri con la rete territoriale n°24

N°	Tipologia di incontro	Data	N°	Tipologia di incontri	Data	N°	Tipologia di incontri	Data
1	Incontro con comunità AMA	25/5/2004	9	Incontro con Chalet Mojito	30/8/2004	17	Incontro Bar Daiquiri	12/11/2004
2	Incontro con CAG Arcobaleno Montefiore	26/5/2004	10	Incontro con pubs Brunch – Level up	11/10/2004	18	Incontro Bar Florentia	18/11/2004
3	Incontro con comunità AMA	14/6/2004	11	Incontro con pub Misus	26/10/2004	19	Incontro SUGO	23/11/2004
4	Incontro con Chalet Mojito	4/8/2004	12	Incontro con pub Offside	29/10/2004	20	Incontro House Café	25/11/2004
5	Incontro con Chalet Osterix	4/8/2004	13	Incontro con Discoteca BB	5/11/2004	21	Incontro Morrison's	7/12/2004
6	Parrucchiere	19/8/2004	14	Incontro CAG Montefiore	5/11/2004	22	Incontro Agenzia Elite	9/12/2004
7	Assessore Cupra M. e Chalet La Perla	20/8/2004	15	Incontro Pub Rebel	8/11/2004	23	Incontro Ufficio Cultura	9/12/2004
8	Incontro Chalet Da Luigi	23/8/2004	16	Incontro URP	9/11/2004	24	Incontro Pub Spirito-Do	14/12/2004

In sintesi:

- incontri con locali pubblici n° 17
- incontri con enti ausiliari T. d. n° 2
- incontri con uffici pubblici n° 4
- incontri con referenti territoriali n° 3

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

Tabella N°8 - Uscite presso enti locali totale n° 16 e presso pubblici esercizi n° 11

N°	Evento	Località	Data	N°	Evento	Località	Data
1	Rassegna d'arte giovanile "Punti di fuga"	San Benedetto del Tronto	9/08/04	17	Chalet da Luigi	San Benedetto del Tronto	28/8/04
2	Spettacolo del comico Max Giusti	San Benedetto del Tronto	10/08/04	18	Morrison's Pub	Cupra Marittima	9/10/2004
3	Festa delle Streghe e dei Folletti	Montalto delle Marche	13/08/04	19	Pub Osterix	Grottammare	15/10/2004
4	Festa dei Giovani dell'Unione Comuni Valdaso	Mahe di Pedaso	13/08/04	20	Pub Verbena	San Benedetto del Tronto	21/10/2004
5	Concerto dei Sud Sound System	Ripatransone	18/8/04	21	Discoteca BB	Cupra Marittima	5/11/04
6	Music Show Festival	Acquaviva Picena	21/08/04	22	Pub Brunch	Porto d'Ascoli	13/11/04
7	Evento musica elettronica - Biennale arti visive Chalet da Jonathan	San Benedetto Tr.	4/9/04	23	Bar Florentia	Porto d'Ascoli	19/11/04
8	Giochi dell'Unione Valdaso	Lapedona	10/9/04	24	Discoteca Sugo	Grottammare	5/12/04
9	"Grande Festa D'autunno"	Montefiore dell' Aso	19/9/04	25	Pub Misus	Porto d'Ascoli	7/12/04
10	Oktoberfest	Ripatransone	25/9/04	26	Pub Off Side	Pedaso	11/12/04
11	Slalom automobilistico	Centobuchi	26/09/04	27	Pub Rebel	Porto d'Ascoli	17/12/04
12	Centro d'Aggregazione	Montefiore dell' Aso	17/11/04				
13	Centro d'Aggregazione	Ripatransone	21/11/004				
14	Fiera San Giacomo	Monteprandone	28/11/04				
15	Concerto Max Pezzali	San Benedetto del Tronto	15/12/04				
16	Concerto	Ripatransone	19/12/04				

Si fa presente che i pubblici esercizi contattati sono quelli indicati nel rapporto di ricerca sui luoghi maggiormente frequentati dai giovani.

3.5 Materiale distribuito durante le uscite

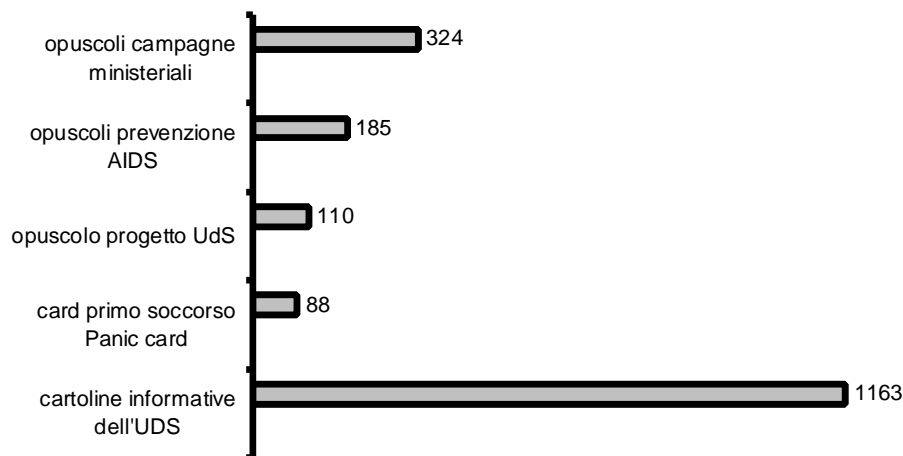
Di seguito riportiamo una tabella con il materiale informativo, i gadgets e le schede, distribuite per ogni singola uscita e un grafico con i totali. Il periodo di rilevazione è da agosto a Dicembre 2004

Tabella N°9 - Materiale distribuito durante le uscite (agosto - dicembre 2005)

materiale informativo	Presso enti locali	Presso pubblici esercizi	Gadgets	Presso enti locali	Presso pubblici esercizi
opuscolo <i>Don't kill your brain</i>	109	34	t-shirts lo ci sto	43	22
cartolina cocaina	112	85	t-shirt Don't insert	15	0
cartolina ketamina	80	61	portapass lo ci sto	195	125
cartolina cannabis	109	92	spille lo ci sto con	167	167
cartolina ecstasy	95	84	Rubrica di	35	12
cartolina eroina	99	73	Calendarietto	35	0
cartolina allucinogeni	81	56	Materiale di prevenzione		
cartolina amfetamine	74	62	acqua	0	0
cartolina steroidi	0	0	condom	20	116
cartolina nicotina	0	0	Materiale per rilevazione dati		
cartolina inalanti	0	0	contact card	450	444
card primo soccorso <i>Panic card</i>	40	48	contact card	0	0
opuscolo progetto <i>UdS</i>	71	39	cruciverba	298	272
opuscolo <i>O ci sei o ti fai</i>	54	11	inventaslogan	54	13
opuscolo <i>Io non calo la mia vita</i>	28	14	scheda spot	10	21
opuscolo <i>Per le donne che scelgono</i>	2	1	scheda rilevazione	0	0
opuscolo <i>Per amore puoi dimenticare tutto</i>	8	13			
opuscolo <i>Evita il contatto...entra in contatto</i>	86	56			
opuscolo <i>Contro l'aids hai un'arma</i>	8	11			
opuscolo <i>Se ancora non puoi smettere con</i>	9	7			
opuscolo <i>Fatti furbo non farti male</i>	33	25			

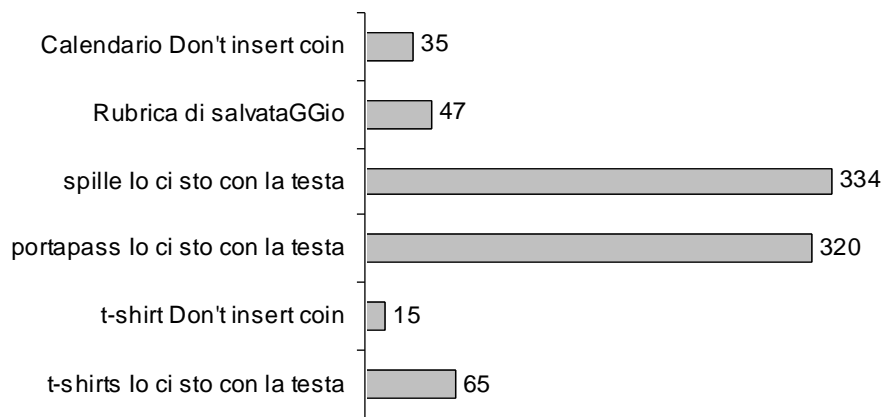
Se aggregiamo i dati, scopriamo che la preferenza (cfr grafico n°3) è per le cartoline prodotte dall'equipe dell'Unità di Strada e, tra queste, ma in maniera non significativa, quelle che riguardano la cannabis e la cocaina; risalta la connessione tra tale interesse e le tendenze in atto sulla sperimentazione 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°5_Materiali informativi distribuiti complessivamente (agosto - dicembre 2004)



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°6 Gadgets distribuiti complessivamente (agosto - dicembre 2004)



3.6 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° 10 - 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

3.4 Lo spot

Dall'Ottobre 2004 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°11: 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

Gli sviluppi

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 dell'estate 2005 anche diversificando ed ampliando i luoghi dell'intervento finora poco esplorati come i negozi di abbigliamento e di tendenza, i luoghi di lavoro..... Il mondo del lavoro in particolare potrebbe essere un settore di intervento sul quale si dovrà iniziare a proporre iniziative concrete 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: a tal proposito è stato avviato un discorso 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 Prevention 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 è quanto mai necessario un collegamento programmatico e funzionale con il Servizio Risposte Alcoliche del Comune di San Benedetto per una azione più incisiva; in realtà tale servizio finora si è reso disponibile per una 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.