



Campagna di comunicazione TIPS FROM FORMER SMOKERS



Nel marzo del 2012 i Centers for Disease Control and Prevention (CDC) hanno lanciato la campagna di comunicazione nazionale contro il fumo **Tips From Former Smokers (Tips)**. La campagna, creata per aumentare la consapevolezza sui danni causati dal fumo e dall'esposizione al fumo passivo e per incoraggiare i fumatori a smettere, è tuttora in corso.

I protagonisti *“real people, real stories”*

A partire dal lancio nel 2012, la campagna Tips è incentrata sulle storie personali di ex fumatori che vivono con malattie e disabilità legate al fumo e che portano il peso delle conseguenze di tali malattie. La campagna presenta anche le storie di non fumatori che si sono trovati in pericolo di vita a causa dell'esposizione al fumo passivo.

I protagonisti di questa campagna non sono attori ma persone vere provenienti da contesti e strati sociali molto diversi, che illustrano, in modo convincente e con grande sensibilità, i danni causati dal fumo sul nostro organismo, con l'intento di aiutare altre persone a smettere di fumare evitando di subire le stesse conseguenze.

Il contesto

Nonostante i pericoli derivanti dal fumo siano ampiamente noti, esso rimane la principale causa di morte e malattia evitabile negli Stati Uniti, uccidendo più di 480.000 americani ogni anno. Per ogni persona che muore a causa del fumo, almeno 30 persone vivono con una grave malattia ad esso correlata.

Numerosi studi hanno dimostrato che, promuovendo la riduzione del fumo, si aiutano le persone a vivere più a lungo e in modo più sano.

Inoltre, dal punto di vista dell'impatto economico, la ricerca mostra che campagne di questo tipo forniscono un ottimo ritorno sull'investimento (ROI), in termini di vite umane salvate e di riduzione dei costi dell'assistenza sanitaria.

Gli obiettivi

- Creare una consapevolezza generale sui danni immediati causati dal fumo e dall'esposizione al fumo passivo.
- Incoraggiare i fumatori a smettere di fumare, offrendo un sostegno gratuito.
- Incoraggiare i fumatori a non fumare vicino ad altre persone e incoraggiare i non fumatori a proteggere se stessi e le proprie famiglie dall'esposizione al fumo passivo.

Il target

- Target principale: fumatori di età compresa tra i 18 e i 54 anni.
- Target secondario: genitori, membri della famiglia, adolescenti, operatori e professionisti sanitari, comunità religiose.

La campagna *Tips From Former Smokers* è rivolta ad un pubblico generalista, ma i CDC intendono anche promuovere l'equità della salute e raggiungere particolari popolazioni a rischio. Pertanto, è stato necessario individuare le caratteristiche di alcuni gruppi, per esempio i multietnici, ed elaborare dei messaggi ad hoc per ciascuno di essi.

I temi

I messaggi della campagna sono incentrati sui problemi di salute dei diversi partecipanti—tutti causati dal fumo o dall'esposizione al fumo passivo:

- Cancro (polmone, gola, testa e collo, colon-retto)
- Malattie cardio-vascolari
- Ictus
- Asma
- Diabete
- Morbo di Buerger
- BPCO (bronco pneumopatia cronica ostruttiva)
- Disturbi parodontali
- Nascita prematura
- Fumo e HIV
- Perdita della vista

Nella campagna sono stati coinvolti anche i medici, gli infermieri, i dentisti, i farmacisti e molti altri professionisti sanitari, affinché incoraggino i propri pazienti a smettere di fumare, per la propria salute.

Le risorse

Supporto telefonico gratuito al numero 1-800-QUIT-NOW o consultando la pagina web "Ready to Quit!"

Il sito web, che contiene:

- Panoramica dei problemi di salute presenti nella campagna
- Storie vere e video delle persone (annunci televisivi o interviste)
- Immagini e foto dei partecipanti alla campagna
- Collegamenti ai social network (Facebook, Twitter)
- Materiali da stampare (compresi i poster) e comunicati stampa ad hoc per il pubblico generale e per le popolazioni specifiche
- Informazioni e risorse ad hoc specifiche per i professionisti sanitari e per le organizzazioni religiose
- Informazioni su come il fumo attivo e passivo possono incidere sulla salute dei gruppi specifici
- Risorse della campagna in lingua spagnola
- Area di assistenza a chi decide di smettere, che comprende una guida, dei riferimenti e link ad altri siti web

Altri materiali della campagna sono disponibili gratuitamente sul sito **CDC's Tips From Former Smokers Download Center**. Questi materiali possono essere utilizzati per finalità didattiche o informative, o all'interno di programmi comunitari e delle organizzazioni, volti a ridurre il fumo e incoraggiare la cessazione. Essi comprendono:

- Messaggi di comunicazione per TV, stampa, radio, digitale e “out- of-home” (cartelloni pubblicitari, pensiline autobus) ad uso di educatori, operatori sanitari e organizzazioni della comunità (disponibili in inglese e spagnola)
- Video a ciclo continuo per studi medici, cliniche, ecc.

I risultati

Nel mese di settembre 2013, la rivista The Lancet ha pubblicato un articolo sui risultati della valutazione della campagna *Tips* per l'anno 2012:

- nel suo primo anno, la campagna ha motivato 1,6 milioni di fumatori a fare un tentativo di smettere di fumare. E' risaputo però, che per molti fumatori, sono necessari diversi tentativi prima di riuscire a smettere definitivamente.
- si stima che circa 6 milioni di fumatori abbiano parlato con amici e parenti sui pericoli legati al fumo e che circa 4,7 milioni di non fumatori abbiano consigliato ai propri amici e familiari di recarsi presso i centri per la cessazione dal fumo.

Il volume delle chiamate al numero “QUIT-NOW Quitline” e le visite al sito web *Tips* è aumentato considerevolmente di anno in anno. Nel 2013, il numero medio settimanale di chiamate è aumentato del 75% e il numero di visitatori del sito web è stato di 38 volte superiore.

Sito della campagna <http://www.cdc.gov/tobacco/campaign/tips/>

CDC's Tips From Former Smokers Download

http://www.plowsharegroup.com/media_downloads/cdc_tobacco_education.php

Canale YouTube:

<https://www.youtube.com/playlist?list=PLvrp9iOILTQZNKggn9HITpQRSE7deeA6>

Ready to Quit! <http://smokefree.gov/ready-to-quit>



A cura di Elena Barbera, Elisa Ferro, Eleonora Tosco
Maggio 2015