

Campagne di sensibilizzazione sulle dipendenze

Titolo

Promuovere campagne di sensibilizzazione sulle dipendenze adeguate in termini di *target*, obiettivi e messaggi

Descrizione sintetica

La letteratura sull'efficacia dell'azione preventiva nell'ambito delle dipendenze ha richiamato la necessità di un'azione di "normalizzazione" della prevenzione, affinché venga meno l'accezione di straordinarietà e diventi invece parte della quotidianità, da ricomprendere in un più generale approccio di tipo culturale di cui una società si fa portavoce. Questo al fine di favorire la permeazione di valori che prevedano uno sviluppo armonioso della persona e della società (A15, A10).

In questo contesto, le campagne di sensibilizzazione sulle dipendenze hanno un importante potenziale sia informativo sia normativo, e possono incidere su percezioni e credenze della popolazione, oltre a rinforzare i fattori di protezione rispetto all'uso problematico di sostanze legali e illegali e a comportamenti additivi. Un altro obiettivo rilevante è quello del contrasto allo stigma. Accanto a ciò, il ricorso a modalità di comunicazione attraverso piattaforme *social* ha allargato le possibilità di raggiungere *target* specifici, migliorando oltretutto l'impatto di tale comunicazione.

Allo stesso tempo, un simile cambiamento ha fatto emergere la necessità di un maggiore coinvolgimento di figure specifiche, come il *Social Media Manager*, per l'ideazione e la realizzazione di campagne informative (A17, A16).

La letteratura scientifica è inoltre concorde nel riconoscere l'importanza di rafforzare le competenze emotive, relazionali e sociali per aiutare gli adolescenti ad affrontare i compiti di sviluppo dell'adolescenza ma anche per promuovere benessere e comportamenti positivi agendo sui fattori protettivi rispetto a comportamenti rischiosi (A8). Particolare attenzione dovrà quindi essere dedicata al tema della *peer education* e alla creazione di *peer leader* positivi, che potrebbero essere inclusi nei Percorsi per le Competenze Trasversali e l'Orientamento (PCTO). In tal senso occorre promuovere approcci e progetti che coinvolgano direttamente gli studenti delle scuole secondarie di secondo grado nella costruzione e distribuzione di campagne di prevenzione efficaci sui temi delle dipendenze, fornendo loro competenze operative e abilità progettuali per utilizzare i media visuali e i *social network* (A9).

Il target

- Dirigenti e personale insegnante dei diversi Istituti scolastici
- Associazioni di studenti, Consulte dei giovani ecc.
- Associazioni di genitori
- Operatori delle ASL
- Dipartimenti
- Ser.D e altri servizi specialistici (Consultori, Centri per le famiglie)
- Operatori del comparto socioassistenziale in capo ai Comuni singoli o associati
- Operatori degli Enti del Terzo Settore

Obiettivo / Contiene le azioni: **A8, A9, A10, A15, A16, A17**

Promuovere campagne di sensibilizzazione sulle dipendenze adeguate in termini di *target*, obiettivi e messaggi che incidano su percezioni, luoghi comuni e credenze della popolazione e nel contempo rinforzino i fattori di protezione rispetto al comportamento a rischio da parte dei giovani, utilizzando strumenti che richiedono un approccio scientifico e rigoroso nella loro progettazione, al fine di non generare effetti paradossali.

Funzioni e modalità operative

Al fine di evitare gli effetti iatrogeni delle campagne informative evidenziati da alcuni studi, è necessario un approccio scientifico e rigoroso nella progettazione, specialmente quando si sviluppa la comunicazione sui *social*.

Anche in linea con le raccomandazioni dell'*European Monitoring Centre for Drugs and Drug Addiction* (EMCDDA) (2013) e con l'Obiettivo Trasversale Comunicazione del Piano Nazionale della Prevenzione 2020-2025 (PNP), è necessario che tali campagne siano condotte esclusivamente in un contesto di studi di valutazione rigorosi, ben progettati e adeguatamente dimensionati.

A questo fine, tenendo conto del Piano Nazionale Scuola Digitale e Sanità Digitale, si rende necessario lo sviluppo di Linee Guida nazionali per la realizzazione di campagne informative che comprendano obiettivi e *target* ben definiti, messaggi attentamente studiati e una valutazione di impatto e di efficacia (**A17, A16**).

È inoltre necessario programmare, strutturare e realizzare in modo capillare percorsi di formazione, ricerca, intervento e aggiornamento rivolti ai *policymaker* (es. coordinatori degli Uffici di Piano, Dirigenti Reti di Ambito scolastiche, Direttori Distretti sociosanitari/sociali, Coordinatori Case della Salute/Comunità ecc.). Tali percorsi devono essere in linea con le indicazioni del Piano Nazionale della Prevenzione 2020-2025 (PNP – Obiettivo Trasversale Formazione) e del Manuale EUPC (*European Prevention Curriculum*).

Anche la comunicazione dovrà tenere conto della promozione del benessere e di comportamenti positivi agendo sui fattori protettivi rispetto a comportamenti rischiosi (**A8**), coinvolgendo gli studenti non come mero *target* da raggiungere, ma come effettivi protagonisti del processo comunicativo, dall'ideazione alla produzione alla distribuzione dei messaggi realizzati secondo logiche *peer oriented* (**A9**).

Soggetti attuatori

- Dipartimento Politiche Antidroga (DPA)
- Ministero dell'Istruzione
- Ministero della Salute
- Regioni e Province Autonome
- Associazione Nazionale Comuni Italiani (ANCI)
- ASL
- Dipartimenti
- Ser.D
- Comuni singoli o associati
- Enti del Terzo Settore direttamente implicati in servizi e progetti specifici
- Istituti scolastici e Uffici Scolastici Regionali

Stakeholder

- Decisori politici nazionali, regionali e locali
- Associazioni di studenti, Consulte dei giovani ecc.
- Forze dell'Ordine
- Altri Servizi Pubblici e del Privato Sociale (Consultori, Centri per le famiglie, Centri giovani ecc.)
- Università ed Enti di Ricerca
- Società Scientifiche
- Enti del Terzo Settore
- Uffici Scolastici Regionali

Risultati attesi

- Sviluppo di Linee di Indirizzo finalizzate alla definizione di:
 - Linee Guida nazionali per la realizzazione di campagne informative adeguate sui temi delle dipendenze;
 - Processi di normalizzazione della prevenzione nell'ambito delle dipendenze al fine di rendere strutturali la programmazione e le attività di prevenzione.
- Sviluppo di programmi specifici per ciclo di vita con approccio globale e continuativo alla promozione delle *life skill* e a attivazione di progettualità di comunicazione della prevenzione delle dipendenze che coinvolgano gli studenti in un'ottica *peer oriented*.

Indicatori di risultato

- Elaborazione delle Linee di Indirizzo per la realizzazione di campagne di sensibilizzazione
- Adozione delle Linee di Indirizzo in sede di Conferenza Unificata
- Adozione delle Linee di Indirizzo da parte delle singole Regioni e Province Autonome
- Numero di programmi/progetti attivati

Le risorse

Per la formazione, risorse finanziarie messe a disposizione dall'area Formazione per la Pubblica Amministrazione.

Tempi

Tempi di vigenza del Piano

Settori e obiettivi trasversali

- Piano di Azioni Nazionale per la Salute Mentale
- Piano Nazionale degli Interventi e dei Servizi Sociali
- Piano Nazionale della Prevenzione
- Coordinamento interministeriale sulle Dipendenze comportamentali
- Piano di Azione Nazionale Dipendenze
- Raccomandazioni EMCDDA
- Sensibilizzazione per aumentare la percezione di rischi connessi a uso di sostanze e Dipendenze comportamentali
- Sviluppo di un sistema di monitoraggio e valutazione degli interventi