



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE

OGGETTO: campagna informativa regionale sui comportamenti d'abuso e sul consumo di droghe legali ed illegali – € 176.142,10

LA GIUNTA REGIONALE

VISTO il documento istruttorio riportato in calce alla presente deliberazione, predisposto dal Servizio Politiche Sociali, dal quale si rileva la necessità di adottare il presente atto;

RITENUTO, per i motivi riportati nel predetto documento istruttorio e che vengono condivisi, di deliberare in merito;

VISTA l'attestazione della copertura finanziaria di cui all'articolo 48 della legge regionale 11 dicembre 2001, n. 31;

VISTA la proposta dei dirigenti del Servizio Politiche Sociali e del Servizio Salute che contiene il parere favorevole di cui all'articolo 16, comma 1, lettera d) della legge regionale 15 ottobre 2001, n. 20 sotto il profilo della legittimità e della regolarità tecnica;

VISTA L.R. n. 38 del 24.12.2008 "Bilancio di previsione per l'anno 2009";

VISTA la DGR n. 1917 del 22.12.2008, "Definizione del POA 2009";

VISTA la L.R. n. 18 del 28.07.2009 – Assestamento del bilancio 2009;

VISTA la DGR n. 1362 del 7.09.2009 di assestamento del POA 2009;

VISTO l'articolo 28 dello Statuto della Regione;

Con la votazione, resa in forma palese, riportata a pagina 1

DELIBERA

- Di approvare il progetto della campagna informativa regionale sui comportamenti d'abuso e sul consumo di droghe legali ed illegali, secondo l'Allegato 1 e le specifiche in Allegato 2, che formano parte integrante e sostanziale del presente atto;
- Che l'onere complessivo di € 176.142,10 fa carico sul Bilancio 2009 come segue:
 - ⇒ € 80.000,00 sul capitolo 53001110
 - ⇒ € 85.571,05 sul capitolo 53001104
 - ⇒ € 10.571,05 sul capitolo 53013106

IL SEGRETARIO DELLA GIUNTA
Dott. Bruno Brandoni

B. Brandoni

IL PRESIDENTE DELLA GIUNTA
Gian Mario Spacca

Gian Mario Spacca

Alce



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE

DOCUMENTO ISTRUTTORIO

Normativa di riferimento

D.P.R. 309/90: "Testo Unico delle leggi in materia di disciplina degli stupefacenti e sostanze psicotrope, prevenzione, cura e riabilitazione dei relativi stati di tossicodipendenza";
DGR 747/04: "Adozione del riordino del sistema regionale dei servizi per le dipendenze patologiche";
L. 328/00: "Legge quadro per la realizzazione del sistema integrato di interventi e servizi sociali";
DGR 1261/09: "Linee guida della comunicazione istituzionale. Definizione delle attività per l'anno 2009";
L. 125/01: "Legge quadro in materia di alcol e di problemi alcolcorrelati";
L.R. n.38 del 24.12.2008 "Bilancio di previsione per l'anno 2009 ed adozione del Bilancio pluriennale per il triennio 2009/2011";
DGR n.1917 del 22.12.2008, "Definizione del POA 2009";
L.R.n.18 del 28.07.2009 – Assestamento del bilancio 2009;
DGR n.1362 del 7.09.2009 di assestamento del POA 2009
DGR1045/09: – Linee Progettuali "Guadagnare Salute"
DGR 1885/09 : "Art. 29 della L.R. n. 31/01 e art. 27 della L.R. n. 38/08 – variazione compensativa di € 2776191,93 e modificazioni tecniche al POA per l'anno 2009"

Motivazioni

La presente proposta ha l'obiettivo di adottare il progetto per la realizzazione di una campagna informativa regionale sui comportamenti d'abuso e sul consumo di droghe legali ed illegali. L'attività di informazione e di prevenzione è uno dei pilastri fondamentali del contrasto ai comportamenti d'abuso ed all'assunzione di droghe legali ed illegali. Le attività di informazione in tale ambito sono tradizionalmente orientate a consumatori o soggetti a rischio, con scarsa attenzione per il target genitoriale di giovani e adolescenti. Oltre alla popolazione generale, vi è quindi l'esigenza di fornire agli adulti genitori le informazioni necessarie a gestire il difficile rapporto con i figli adolescenti e giovani, nel caso in cui i genitori stessi abbiano preoccupazioni che riguardano consumi, usi od abusi di droghe legali ed illegali o di altri comportamenti d'abuso da parte dei figli. Si propone quindi di realizzare nel corso del 2010 una campagna informativa regionale orientata prioritariamente verso il target degli adulti genitori di giovani e adolescenti. Si auspica che questo target sia sensibilizzato in maniera tale da prendere in carico il problema in forme e modalità positive ed efficaci, evitando esagerazioni o sottovalutazioni. Naturalmente, una campagna di spot, di slogan e di messaggi non è in grado, da sola, di dare risposte compiute, di esaudire tutti i bisogni di informazioni, di accogliere le preoccupazioni, le ansie, i problemi reali o vissuti come tali. È inevitabile, allora, che i messaggi della campagna contengano inviti a rivolgersi ai Servizi specialistici pubblici (n° verde regionale e Dipartimenti per le dipendenze dell'ASUR), nel caso di esigenze ulteriori e più personalizzate. Si propone il relativo progetto in Allegato 1, con le specifiche in Allegato 2, che formano parte integrante e sostanziale del presente atto.

Mo



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE

Gli oneri complessivi derivanti dal presente atto ammontano ad € 176.142,10 e fanno carico sul bilancio 2009 come segue:

- ⇒ € 80.000,00 sul capitolo 53001110
- ⇒ € 85.571,05 sul capitolo 53001104
- ⇒ € 10.571,05 sul capitolo 53013106

Esito dell'istruttoria

Per tutto quanto precede, ed atteso che sussistono le ragioni di opportunità ed i presupposti normativi, si propone che la Giunta Regionale deliberi quanto segue:

- Di approvare il progetto della campagna informativa regionale sui comportamenti d'abuso e sul consumo di droghe legali ed illegali, secondo l'Allegato 1 e le specifiche in Allegato 2, che formano parte integrante e sostanziale del presente atto;
- Che l'onere complessivo di € 176.142,10 fa carico sul Bilancio 2009 come segue:
 - ⇒ € 80.000,00 sul capitolo 53001110
 - ⇒ € 85.571,05 sul capitolo 53001104
 - ⇒ € 10.571,05 sul capitolo 53013106

IL RESPONSABILE DEL PROCEDIMENTO
(dott. Marco Nocchi)

ATTESTAZIONE DEL DIRIGENTE DEL SERVIZIO SALUTE

Si autorizza il Dirigente del Servizio Politiche Sociali all'utilizzo dei fondi disponibili sul capitolo 53001110 e sul capitolo 53001104 del bilancio 2009.

IL DIRIGENTE DEL SERVIZIO SALUTE
(dott. Carmine Ruta)

ATTESTAZIONE DELLA COPERTURA FINANZIARIA

Si attesta la copertura finanziaria, intesa come disponibilità di:

- ⇒ € 80.000,00 sul capitolo 53001110
- ⇒ € 85.571,05 sul capitolo 53001104
- ⇒ € 10.571,05 sul capitolo 53013106

IL RESPONSABILE
(dott.ssa Anna Elisa Tonucci)



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE

**PROPOSTA E PARERE DEL DIRIGENTE DEL SERVIZIO POLITICHE SOCIALI E DEL
DIRIGENTE DEL SERVIZIO SALUTE**

Il sottoscritto, considerata la motivazione espressa nell'atto, esprime parere favorevole sotto il profilo della legittimità e della regolarità tecnica della presente deliberazione e ne propone l'adozione alla Giunta regionale.

IL DIRIGENTE DEL SERVIZIO SALUTE
(Dr. Carmine Ruta)

IL DIRIGENTE DEL SERVIZIO POLITICHE SOCIALI
(Dr. Paolo Mannucci)

La presente deliberazione si compone di n. 10 pagine, di cui n. 5 pagine di allegati che formano parte integrante della stessa.

IL SEGRETARIO DELLA GIUNTA
(Dott. Bruno Brandoni)



ALLEGATO 1

**CAMPAGNA INFORMATIVA REGIONALE SUI COMPORTAMENTI D'ABUSO E SUL
CONSUMO DI DROGHE LEGALI ED ILLEGALI**

Premessa

La campagna informativa Regionale identifica prioritariamente il target degli adulti genitori come riferimento.

Sarà sottolineata la dimensione genitoriale ed il difficile rapporto dei genitori con i figli adolescenti e giovani adulti, nel caso in cui i primi abbiano preoccupazioni che riguardano consumi, usi od abusi di droghe legali ed illegali da parte dei figli.

Si auspica che questo target sia sensibilizzato in maniera tale da prendere in carico il problema in forme e modalità positive ed efficaci, evitando esagerazioni e sottovalutazioni.

È ovvio, tuttavia, che una campagna di spot, di slogan e di messaggi non è in grado, di per sé di dare risposte compiute, di esaudire tutti i bisogni di informazioni, di accogliere quelle che possono essere preoccupazioni, ansie, angosce, problemi reali o vissuti come tali.

È inevitabile, allora, che i messaggi della campagna contengano inviti a rivolgersi ai Servizi specialistici pubblici, nel caso di esigenze ulteriori e più personalizzate.

Struttura della campagna informativa regionale

La campagna informativa Regionale verrà realizzata sul territorio regionale attraverso:

1. un piano integrato di comunicazione multimediale (stampa, tv, radio, internet, affissione pubblica);
2. un numero verde regionale di riferimento per la raccolta centralizzata delle richieste di informazione dei cittadini e per garantire una diffusione coordinata delle informazioni di primo livello;
3. l'attivazione di una rete locale di servizi di *counseling* presso i Dipartimenti per le Dipendenze dell'ASUR, con un referente dedicato presso ciascun Dipartimento;
4. la diffusione dei messaggi informativi anche attraverso le iniziative per la promozione di stili di vita sani e acquisizione di life skills previste dalla DGR1045/09 – Linee Progettuali "Guadagnare Salute".
5. una figura di monitoraggio e di coordinamento tra la Regione, i Servizi dipartimentali dell'ASUR ed il numero verde regionale.

1. Il piano di comunicazione

Veicolare la campagna informativa in modo efficace significa innanzitutto acquisire spazi almeno sui principali media locali, per adeguati periodi di tempo.

Analogamente, il sito web della Regione, o un sito ad hoc comunque nell'ambito del dominio regionale, può costituire un efficace strumento di comunicazione dei messaggi e di informazione sui riferimenti Dipartimentali dell'ASUR a supporto del numero verde regionale.

Mo



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE

Tutti gli aspetti relativi al piano di comunicazione regionale saranno coordinati secondo le modalità stabilite dalla DGR n° 1261/09. Le azioni di comunicazione sono affidate al Servizio politiche sociali in raccordo con le strutture regionali interessate. Alla redazione giornalistica della Giunta regionale è affidato il compito di garantire i necessari comunicati stampa per i mass media e di concordare con il servizio politiche Sociali i loro contenuti al fine di garantire un'informazione omogenea e coerente, insieme al coordinamento unitario delle iniziative poste in essere. La prenotazione degli spazi è affidata alla P.O. "Comunicazione istituzionale".

Nel momento della prenotazione dovrà essere resa disponibile la comunicazione che si intende realizzare, garantita la necessaria copertura finanziaria ed indicato il beneficiario nei confronti del quale sarà assunto apposito impegno di spesa.

2. Il numero verde regionale

Il riferimento regionale unico, più facilmente raggiungibile, è il numero verde regionale attivo gestito da alcuni anni per conto della Regione dall'Associazione La Speranza Onlus di S. Elpidio a Mare (AP), in modo che raccolga le richieste correlate alla campagna informativa e sia in grado di:

- operare una prima, indiretta (in quanto telefonica) presa in carico delle preoccupazioni ed ansie che potrebbero accompagnare la richiesta;
- poter indirizzare verso Servizi pubblici competenti, a seconda dei territori di riferimento della chiamata.

3. La rete locale di servizi di *counselling*

È indispensabile individuare la rete territoriale dei centri da impegnare e preparare gli operatori all'impatto con questa (in parte nuova) realtà, considerato il *target* di riferimento.

Queste esigenze si sostanziano nelle seguenti azioni:

- identificazione concreta dei centri a cui indirizzare eventuali richieste di sostegno, di *screening*, eventualmente anche di presa in carico terapeutica. Si ritiene opportuno che i centri in questione siano identificati all'interno dei DDP territoriali che provvederanno a segnalare indirizzi, con particolare cura ad evitare di indicare luoghi che possano essere percepiti come troppo legati alle "dipendenze più dure" o che, in ogni caso, non siano invitanti e facilitanti sia in termini di immagine, che di procedure, che di collocazione generale;
- identificazione delle procedure per la presa in carico delle situazioni appena ipotizzate, delle modalità di approfondimento e di *screening*, di eventuale modalità per l'avvio a trattamenti veri e propri, quando richiesto ed accettato dai soggetti che richiedono;
- identificazione delle modalità di raccolta e di elaborazione dei dati e del monitoraggio e valutazione di dette attività.

4. Il coordinamento regionale

Al fine di garantire un adeguato coordinamento tra i diversi livelli istituzionali coinvolti nella campagna (Regione, Numero Verde regionale, Dipartimenti Dipendenze, altri Dipartimenti o U.O. dell'Azienda Sanitaria Unica Regionale ASUR coinvolte in iniziative di promozione della salute), si ritiene necessario attribuire il coordinamento della campagna regionale ad un comitato tecnico così composto:

- il Dirigente del Servizio Politiche Sociali, o suo delegato;
- il Dirigente della P.F. Sanità pubblica, o suo delegato;
- il Direttore generale dell'ASUR, o suo delegato;

Mo



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE

- d. un componente della consulta delle società scientifiche con comprovata esperienza nel settore delle dipendenze, della formazione e nel counselling familiare.

Enti attuatori della campagna informativa

L'attuazione delle azioni mediatiche (cfr. Le azioni 1 e 2 ed Piano economico) è affidata alle strutture Regionali competenti, secondo le indicazioni del Piano di comunicazione.

La gestione delle azioni operative (cfr. Le azioni 3, 4, 5, 6 ed il Piano economico) è affidata all'ASUR, che potrà avvalersi di una Zona Territoriale per gli aspetti gestionali.

Le azioni

1. programmazione ed acquisizione di spazi informativi sulle principali testate giornalistiche locali e sulle emittenti radio-televisive locali (per il dettaglio si veda l'Allegato 1);
2. attribuzione di un adeguato spazio sul sito web regionale www.regione.marche.it o creazione di un sito regionale ad hoc;
3. identificazione dei soggetti da coinvolgere all'interno delle strutture/istituzioni che partecipano alla realizzazione della campagna: operatori del numero verde, referente presso ciascun DDP, centri territoriali presso i DDP, operatori da impegnare);
4. progettazione e realizzazione di un intervento di aggiornamento per gli operatori del numero verde, a cura dell'esperto del settore, di cui al punto 4.d, con gli obiettivi di:
 - a. migliorare la conoscenza dei problemi specifici corrispondenti alle chiamate eventualmente sollecitate dalla Campagna Informativa;
 - b. individuare categorie di situazioni eventualmente riscontrabili;
 - c. identificare le procedure ed i contenuti per la presa in carico telefonica;
 - d. identificare i criteri e le modalità per l'avvio ai centri territoriali, per eventuali interventi diretti;
5. progettazione e realizzazione di un intervento di aggiornamento per gli operatori delle prese in carico dei genitori che volessero approfondire i problemi soggettivamente intesi od oggettivamente esistenti, a cura dell'esperto del settore, di cui al punto 4.d, con gli obiettivi di:
 - a. migliorare la conoscenza dei problemi specifici rappresentati dai colloqui con il *target* individuato dalla campagna (i genitori, in relazione al presunto consumo dei figli);
 - b. identificare i criteri di screening delle situazioni descritte;
 - c. identificare e migliorare l'identificazione dei criteri di motivazione e di avvio ad eventuali interventi successivi; migliorare le procedure e gli interventi;
 - d. fornire una base comune a tutti gli operatori dei Centri impegnati, al fine di evitare discrepanze e permettere una valutazione comparativa e trasversale;
6. individuazione delle modalità di monitoraggio e di valutazione (schede raccolta dati, formulari, questionari e tabelle ritenuti necessari).

L'intervento di aggiornamento di cui al punto 4 è stimato in due giornate di circa sei ore l'una.

L'intervento di formazione di cui al punto 5 è stimato in due giornate di circa sei ore l'una, seguite da una giornata dopo tre mesi e da una giornata di verifica e valutazione dopo sei mesi dall'inizio dell'intervento.

La realizzazione di azioni di monitoraggio e valutazione di cui al punto 6. potrà essere realizzata in collaborazione con le componenti delle REM Rete Epidemiologica Marchigiana, coerentemente con quanto previsto dalla DGR 1045/09 – "Linee progettuali Guadagnare Salute".

Mac



DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE

I tempi

La campagna si svolgerà nel corso del 2010 per almeno 6 mesi.

Nel mese di gennaio 2010 si terranno gli interventi di formazione ed aggiornamento degli operatori, cui seguirà il lancio della campagna mediatica.

Il Piano economico

a. azioni mediatiche: gli oneri economici relativi alla parte mediatica del progetto ammontano complessivamente ad € 96.142,10 così ripartiti:

- Emissioni radiotelevisive pubbliche e private: € 20.000,00
- Giornali (quotidiani e periodici): € 40.000,00
- Manifesti 6x3: 36.142,10

b. Azioni operative: gli oneri economici relativi alla parte operativa del progetto ammontano complessivamente ad € 80.000,00 per:

- il potenziamento del n° verde regionale;
- il potenziamento del sistema di ascolto ed accoglienza presso i Dipartimenti Dipendenze Patologiche;
- la formazione, l'aggiornamento e la supervisione degli operatori addetti al "numero verde";
- la formazione, l'aggiornamento e la supervisione degli operatori dei Dipartimenti delle DP che accoglieranno i soggetti che ne faranno richiesta;
- un sistema di raccolta ed elaborazione dei dati che permetta il monitoraggio e la valutazione dell'intera azione;
- le attività di coordinamento.

Complessivamente il piano economico ammonta quindi ad € 176.142,10.



ALLEGATO 2

STRUTTURA DEL PIANO DI COMUNICAZIONE REGIONALE
(a cura del Gabinetto del Presidente P.O. Comunicazione Istituzionale)

La campagna sarà veicolata attraverso stampa, radio, televisione ed internet, in momenti diversi nell'arco di almeno 6 mesi, in relazione ai contenuti.

1. Spazi informativi su stampa

- a. Quotidiani: quotidiani regionali ("Messaggero", "Corriere adriatico" e "Resto del Carlino") in modo che i lettori abbiano la possibilità di trovare nel proprio quotidiano, nei momenti di maggiore diffusione (venerdì, sabato, domenica e lunedì con le cronache sportive) i messaggi relativi alla campagna di comunicazione istituzionale, a rotazione seguendo un planning di una testata al giorno nei giorni sopra indicati.
- b. Periodici: si sceglieranno soprattutto i free-lance allo scopo di veicolare il messaggio senza l'obbligo per il cittadino di acquistare il giornale e quindi con un tipo di lettura non oneroso e più aperto al pubblico. Inoltre l'Amministrazione regionale pubblicherà nell'ambito della propria produzione editoriale (rivista "Regione Marche"; Agenzia settimanale "Marche News") spazi pubblicitari a titolo gratuito, inserti redazionali specifici, rubriche ed approfondimenti.
- c. Formato dell'inserzione: secondo le indicazioni dell'agenzia di comunicazione che realizzerà il materiale informativo.

2. Spazi informativi su radio e TV

- a. Emittenti radiotelevisive con maggiore copertura regionale
- b. RAI regionale: spot a ridosso dei telegiornali in quanto punti di più elevato indice di ascolto
- c. Durata dello spot: secondo le indicazioni dell'agenzia di comunicazione che realizzerà il materiale.

3. Manifesti 6x3 nelle principali città, con affissioni di 14 giorni ripetute 2/3 volte nell'arco di 6 mesi

4. Internet

- a. sito regionale: costituzione di un apposito spazio nel portale della Regione Marche www.regione.marche.it con possibilità di ricognizione e visualizzazione delle FAQ
- b. inserimento di un *banner* nella home page, con il logo della campagna.