

01 / SINTESI

Spezza i fili

Informazione, consapevolezza e orientamento sulle dipendenze. Una proposta per il territorio di Pesaro e Urbino.



Il futuro è nelle tue mani.

Il progetto unisce un sito informativo, una campagna visiva riconoscibile e materiali da portare nella vita quotidiana. L'obiettivo è rendere più semplice conoscere i rischi, parlare delle difficoltà e trovare un servizio di assistenza, senza giudicare le persone.

Destinatari. Giovani, famiglie, educatori e cittadini; con attenzione a scuole e luoghi di aggregazione del territorio.

Richiesta iniziale. Avviare un confronto con il Comune e la commissione per valutare una sperimentazione locale e il coinvolgimento di professionisti e servizi competenti.

Stato: sito realizzato e pubblicato con accesso pubblico; contenuti e catalogo presenti. Attività territoriali, collaborazioni e vendita sono proposte da definire.

Apri il sito di progetto - sito accessibile pubblicamente.

IL PROGETTO / SCUOLA E PROPRIETARI

Scuola e proprietari

Spezza i fili - Identità del progetto

SCUOLA

IPSIA G. BENELLI PESARO

PROPRIETARI DEL PROGETTO

DE ROSA PAOLO

CIARONI FEDERICO

ALOISI FRANCESCO

Il futuro è nelle tue mani.

02 / IL SITO

Dall'informazione al primo contatto

Una piattaforma consultabile da computer e smartphone, con linguaggio diretto e identità visiva coerente.

Sezione già presente	Funzione per il visitatore
Home e progetto	Introducono il messaggio della campagna e portano verso informazione, dati e aiuto.
Informati	Schede sulle sostanze e sui comportamenti problematici, approfondimenti e fonti ufficiali.
Osservatorio	Statistiche con popolazione, anno e significato; filtri e grafici. I dati mancanti sono indicati come N/D.
Assistenza	Numeri ISS, contatti territoriali e collegamenti alle indicazioni stradali.
Shop e bundle	Anteprime di maglie e sticker; combinazioni di prodotti. Acquisti e pagamenti non attivi.

Un'identità pensata per farsi ricordare

La mano che spezza i fili rappresenta il desiderio di recuperare autonomia. Il logo, il post-it "Il futuro è nelle tue mani" e i colori della campagna rendono riconoscibile il progetto tra sito e materiali fisici.

Titoli, pulsanti e grafici hanno animazioni. La fascia della home può essere fermata; le animazioni sono ridotte quando il dispositivo richiede meno movimento. Prima di una diffusione istituzionale è proposta una verifica di leggibilità e accessibilità.

Ambito dei contenuti

Droghe, alcol, nicotina, gioco d'azzardo, gaming e uso problematico dei social; anche farmaci, nuove sostanze e comportamenti compulsivi. I problemi alimentari e altri disturbi correlati vengono distinti dalle dipendenze: la diagnosi compete ai professionisti.

Numeri che aiutano a capire

Una base informativa documentata, senza trasformare il sito in uno strumento di diagnosi.

Esempio presente	Contesto e interpretazione
Cannabis: 24,9 milioni	Uso negli ultimi 12 mesi, UE 15-64 anni. EUDA 2026; indagini 2024 o ultimo anno disponibile.
Alcol: 8,2 milioni	Consumatori a rischio in Italia, da 11 anni, dati 2024. ONA-ISS, rapporto 2026.
Tabacco: 24%	Fumatori 18-69 anni in Italia. PASSI 2023-2024, comunicazione ISS 2025.
Gaming: 13,6%	Studenti 11-13 anni con profilo compatibile con un disturbo da gaming. Indagine 2025, pubblicazione 2026.

Regole di lettura

Consumo non significa dipendenza. Uso di sostanze, screening e persone in trattamento sono indicatori differenti.

Le popolazioni contano. Dati italiani ed europei, adulti e studenti non vanno sommati o confrontati come se fossero omogenei.

N/D non significa zero. Per alcune categorie non è stata inserita una prevalenza verificata; il limite è visibile al visitatore.

Proposta di gestione dei dati

Affidare a un referente la verifica periodica delle fonti, la registrazione della data di aggiornamento e la revisione dei testi con operatori competenti. Il sito non raccoglie dichiarazioni sul consumo personale; l'eventuale misurazione delle visite dovrà essere progettata separatamente.

Il download CSV attuale riguarda il primo grafico su cannabis, cocaina e MDMA. Un'esportazione unica di tutti gli indicatori è uno sviluppo proposto.

04 / TERRITORIO

Un ponte verso i servizi locali

La campagna orienta; la presa in carico resta di competenza dei servizi sanitari e dei professionisti.

Il sito presenta i riferimenti di Pesaro, Urbino, Fano, Fossombrone e Cagli, oltre al centro diurno Fenice. Le schede contengono indirizzi, telefoni e indicazioni: si invita a chiamare prima di recarsi in sede.

Sede	Indirizzo e telefono
STDP Pesaro	Via Lombroso, 49 - 0721 424797
STDP Urbino	Via Pellipario, 1/B - 0722 301617
STDP Fano	Via Roma, 108 - 0721 800966
STDP Fossombrone	Via Kennedy, Palazzo Cappellani, 2° piano - 0721 721316
Ambulatorio Cagli	Via don Minzoni, 40 - 0721 787314, solo venerdì
Centro diurno Fenice	Strada In Sala, 85, Pesaro - 0721 283388. Accesso con richiesta della U.O.C. Pesaro.

Attività territoriali proposte

Scuole e centri di aggregazione. Incontri con operatori, confronto con i ragazzi e presentazione dei servizi di aiuto.

Materiali con QR code. Manifesti e sticker in spazi autorizzati, con accesso diretto alle informazioni e ai contatti.

Famiglie ed educatori. Momenti di orientamento su come ascoltare, riconoscere una difficoltà e rivolgersi a un servizio.

Queste attività richiedono accordi con le realtà coinvolte. Il documento non attesta collaborazioni già avviate con AST, scuole o Comune.

05 / CAMPAGNA E CATALOGO

Un messaggio da portare con sé

Il merchandising rende visibile la campagna; produzione, prezzi e finalità economica sono da definire.



Nel catalogo sono presenti maglie bianche e nere, con logo sul petto sinistro e stampa grande sul retro, e tre sticker tondi: bianco, nero e olografico. Le immagini sono anteprime del design, non attestazioni di prodotti già realizzati.

Bundle in anteprima	Composizione
Trio Sticker	Uno sticker per ciascuna delle tre varianti.
Wear & Share	Una maglia a scelta e tre sticker.
Duo Collection	Una maglia bianca, una nera e tre sticker.

Prima di attivare gli acquisti

Definire il soggetto responsabile della vendita, ottenere preventivi di produzione, stabilire prezzi e disponibilità, verificare qualità e taglie e predisporre pagamenti, spedizioni e assistenza. L'eventuale destinazione degli introiti a sostegno della campagna dovrà essere dichiarata e rendicontata: non è oggi un impegno già assunto.

Uso nelle attività pubbliche

Si propone una prima distribuzione controllata di materiali informativi durante gli eventi. La vendita rimane un'attività distinta, da valutare insieme al Comune e ai soggetti organizzatori.

06 / ATTUAZIONE

Una sperimentazione con obiettivi chiari

Percorso indicativo di 90 giorni dalla disponibilità dei soggetti coinvolti, non calendario già approvato.

Fase	Azioni e risultato atteso
Giorni 1-30 Preparazione	Revisione dei contenuti con operatori; conferma dei contatti; scelta di luoghi e destinatari; verifica accessibilità; preventivi e definizione dei responsabili.
Giorni 31-60 Prova sul territorio	Uno o più incontri da concordare; materiali con QR code in spazi autorizzati; raccolta di feedback non sanitari e correzione dei contenuti.
Giorni 61-90 Valutazione	Confronto dei risultati con gli obiettivi; restituzione alla commissione; decisione su continuità, ampliamento e modalità di sostegno.

Come misurare i risultati

Partecipazione. Numero di incontri, presenze e materiali distribuiti, con modalità concordate.

Comprensione. Breve feedback anonimo sulla chiarezza dei messaggi e sulla conoscenza dei contatti di aiuto, senza chiedere dati personali sul consumo.

Utilità del sito. Eventuale conteggio aggregato delle visite e degli accessi alla sezione assistenza, solo dopo una configurazione appropriata.

Nel primo periodo non si propone di attribuire alla campagna una riduzione delle dipendenze: un simile risultato richiederebbe un disegno di valutazione specifico.

Risorse da preventivare

Revisione professionale; produzione di manifesti e sticker; campioni delle maglie; spazi e organizzazione degli incontri; gestione e aggiornamento del sito. Il budget sarà costruito su preventivi e attività approvate, senza importi o finanziamenti presunti.

07 / PROPOSTA AL COMUNE

La collaborazione che chiediamo

Una base concreta per il confronto, aperta alle indicazioni della commissione.

1. Un referente e un tavolo di confronto. Individuare un interlocutore comunale e coinvolgere servizi territoriali, scuole e realtà giovanili disponibili.
2. Valutazione di una prova locale. Concordare destinatari, spazi e uno o più incontri; definire autorizzazioni e responsabilità.
3. Revisione e sostegno alla diffusione. Valutare i contenuti e, se ritenuto opportuno, forme di patrocinio, comunicazione o supporto. Ogni riconoscimento resta subordinato alle decisioni competenti.
4. Verifica della sostenibilità. Esaminare preventivi, gestione del sito e separazione tra attività informativa e commerciale prima di assumere impegni.

Da concordare prima del lancio pubblico: titolarità e responsabilità del progetto, revisione dei contenuti, autorizzazioni per i materiali e piano delle attività. La verifica del sito finora ha riguardato codice e collegamenti; resta da completare una prova visiva e di utilizzo su dispositivi diversi.

Fonti e riferimenti

Sito di progetto

EUDA - European Drug Report 2026

ISS - Alcohol Prevention Day 2026

ISS - Dati sul fumo, PASSI

Dipartimento politiche contro la droga - indagine giovani

SerD nelle Marche - elenco ufficiale

ISS - Numeri verdi dipendenze

Fonti già utilizzate nel sito, consultate il 13 ottobre 2026. Per orari, definizioni e aggiornamenti verificare le pagine ufficiali. Il progetto non sostituisce consulenza, diagnosi o trattamento sanitario.

VISITA IL SITO DEL PROGETTO

<https://spezza-i-fili.derosapaolo123.chatgpt.site>