

# PIANO REGIONALE DI PREVENZIONE 2020-2025

## Piano di comunicazione 2024

### Indice

1. Introduzione e contesto	2
2. Definizione degli obiettivi	2
3. Analisi e scelta dei destinatari	2
4. Strategia e strumenti	3
5. Canali e tempi di realizzazione	6
6. Linee di indirizzo per la attività di comunicazione a livello locale	7
7. Valutazione	8
8. Calendario regionale delle giornate tematiche per la salute	12
9. Guida all'utilizzo del logo e delle icone del Piano Regionale di Prevenzione	13



## 1. Introduzione e contesto

Il Piano Regionale di Prevenzione 2020-2025 (PRP) recepisce l'orientamento del Piano nazionale che prevede quattro **azioni trasversali di sistema** finalizzate al raggiungimento degli obiettivi di salute e di equità nazionali, tra queste vi è la comunicazione. Per questo motivo in tutti i programmi, predefiniti e liberi, del PRP è presente almeno un obiettivo di comunicazione, con almeno un indicatore che, nel sistema di monitoraggio nazionale dei PRP, è considerato "certificativo". Inoltre, nel programma libero 16 del PRP piemontese è previsto l'obiettivo n. PL16\_OT04 volto a **"Favorire la comunicazione interistituzionale e la partecipazione sociale a supporto degli obiettivi di Piano"**. Esso si pone a supporto di tutti gli obiettivi di comunicazione presenti negli altri 15 programmi PRP e si concretizza nell'azione 16.3 "Piano di comunicazione del PRP 2020-2025".

Nel precedente PRP era stato messo a punto un piano di comunicazione per definire le priorità e coordinare le iniziative, in seguito al quale è stata progettata l'immagine coordinata del piano e dei singoli programmi e sono stati costruiti strumenti di comunicazione del PRP e di alcune azioni prioritarie.

Il logo "Prevenzione Piemonte" e l'immagine coordinata hanno caratterizzato le attività e gli strumenti di comunicazione sia a livello regionale, sia locale.

Il PRP 2020-25 intende definire una strategia a supporto degli obiettivi di comunicazione specifici di ciascun programma, attraverso un piano di comunicazione organico che ridefinisca i bisogni di conoscenza stratificati per gruppi di destinatari e adegui il branding e la scelta dei contenuti ai diversi programmi. Le strategie attuabili per i diversi gruppi di destinatari saranno aggiornate tutti gli anni fino al termine di vigenza del Piano.

Il Piano di comunicazione organizza dal punto di vista strategico e operativo le risorse e le azioni necessarie per una comunicazione efficace; definisce gli obiettivi e individua i destinatari, pianifica le strategie, le attività e le scadenze delle azioni.

Affinché la strategia comunicativa sia efficace, è importante che essa sia integrata, coerente e coordinata in ogni suo aspetto; l'elaborazione del messaggio deve essere adattata alle diverse tipologie di destinatari, anche per quanto riguarda le modalità di trasmissione.

## 2. Definizione degli obiettivi

- Migliorare la comunicazione dei contenuti e dei risultati delle attività del PRP attraverso azioni integrate, coordinate e facilmente riconoscibili sia a livello regionale, sia locale.
- Favorire la collaborazione intersettoriale e interistituzionale relativa agli obiettivi del Piano.
- Diffondere risultati, punti di forza e criticità delle attività di prevenzione concluse a sostegno della riprogrammazione delle stesse.
- Fornire dati e informazioni utili per favorire lo sviluppo di politiche per la salute.
- Monitorare i risultati relativi agli obiettivi di comunicazione dei programmi PRP.

## 3. Analisi e scelta dei destinatari

I potenziali destinatari sono tutti gli attori coinvolti nel processo di programmazione e sviluppo della prevenzione e delle politiche per la salute in Piemonte, siano essi decisori o operatori; oltre a tutti i cittadini del territorio piemontese.

Se segmentare i destinatari significa "dividere l'insieme dei potenziali destinatari in gruppi i cui membri abbiano caratteristiche omogenee tra di loro e diverse rispetto ai componenti di altri gruppi"<sup>1</sup>, questi attori possono essere suddivisi nei seguenti gruppi:

- decisori del sistema sanitario (assessori, direttori e dirigenti regionali, direttori delle strutture sanitarie);
- operatori coinvolti nella programmazione PRP/PLP rispettivamente a livello regionale e locale;
- operatori coinvolti nella programmazione delle attività territoriali;
- operatori del mondo clinico;
- associazioni;
- decisori politici (amministratori locali);
- popolazione.

La tabella n. 1 descrive l'analisi dei destinatari effettuata in relazione ai bisogni di conoscenza di ciascun gruppo.

<sup>1</sup> Kotler P., Social Marketing – Influencing Behaviours for Good, Sage Publications, 2008.

**Tab. 1. Bisogni di conoscenza per gruppo di destinatari**

Destinatari	Bisogni di conoscenza
Decisori del sistema sanitario (assessori, direttori e dirigenti regionali, direttori delle strutture sanitarie)	Informazioni necessarie a motivare le scelte strategiche e l'allocazione delle risorse
Operatori coinvolti nella programmazione PRP/PLP rispettivamente a livello regionale e locale	Elementi di merito per aggiustamenti in corso d'opera del PRP/PLP e la valutazione delle attività per la riprogrammazione del periodo successivo
Operatori coinvolti nella programmazione delle attività territoriali	Elementi di merito per la programmazione a livello territoriale
Operatori del mondo clinico	Indicazioni per orientare in senso evidence based le proprie attività
Associazioni	Indicazioni per orientare le proprie attività e la ricerca di partnership sul territorio
Decisori politici (amministratori locali)	Validi argomenti per motivare iniziative di indirizzo e adozione di politiche sanitarie e non sanitarie
Popolazione	Informazioni per la propria salute e per conoscere i servizi disponibili sul territorio

**Nel 2024** le azioni di comunicazione saranno rivolte principalmente ai seguenti gruppi di destinatari:

- decisori del sistema sanitario
- operatori sanitari coinvolti nella programmazione PRP/PLP
- decisori politici
- operatori del sistema sanitario che si occupano di promozione della salute
- decisori del sistema scolastico
- MMG
- Popolazione

## 4. Strategia e strumenti

### Strategia

La strategia di comunicazione del Piano Regionale di Prevenzione 2020-2025, in continuità con il precedente PRP, prevede l'utilizzo del **branding**<sup>2</sup> per rendere tutte le azioni di comunicazione facilmente riconoscibili e riconducibili alla programmazione regionale e per garantire la credibilità e la coerenza dei messaggi rivolti alla popolazione piemontese, ai decisori e ai portatori di interesse.

A tal fine, si proseguirà con l'utilizzo del logo del PRP composto da un pittogramma e da un logotipo. Il pittogramma è la parte grafica costituita da una figura geometrica che richiama la rete di soggetti e di entità, uniti da una complessità di legami, che nel loro insieme concorrono al raggiungimento degli obiettivi di prevenzione della Regione Piemonte. È formato da una figura aperta, che si relaziona con interlocutori esterni al mondo sanitario e ambisce a dialogare con esperienze non nate nel perimetro del PRP, ma coerenti con i suoi obiettivi. Il colore rosso è lo stesso che contraddistingue lo stemma ufficiale della Regione Piemonte e richiama pertanto l'istituzione regionale come il soggetto promotore delle iniziative contrassegnate dal logo.

<sup>2</sup> Strategia che deriva dal marketing commerciale, ma viene utilizzata anche nel marketing sociale e nella comunicazione per la salute. Crea rappresentazioni nella mente dei destinatari su prodotti, servizi, progetti e programmi per il benessere sociale e la salute pubblica. Il branding è la costruzione strategica delle relazioni tra i consumatori/destinatari e i prodotti, i servizi e le organizzazioni. Il *brand* (logo) è un nome, un termine, un segno, un simbolo, un disegno o una combinazione di questi che mira a identificare un bene, un servizio, un programma, un ente o un'azienda. Si tratta di un segno distintivo creato per rendere immediatamente riconoscibile un'offerta o una proposta e per differenziarla da quella di altre realtà. Il logo rappresenta l'identità, la credibilità e il posizionamento di un'organizzazione e garantisce il valore di quanto proposto ai destinatari. - American Marketing Association, definizione rielaborata.

Il logotipo “Prevenzione Piemonte”, che si affianca alla figura geometrica, fa quindi riferimento a tutte le attività riconducibili alla cornice istituzionale della prevenzione piemontese, ovvero alle azioni messe in campo dalla Regione Piemonte e dalle ASL nell’ambito del PRP e dei PLP.

Il logo *Prevenzione Piemonte* ha contraddistinto negli anni molti documenti e strumenti di comunicazione realizzati nell’ambito dei diversi programmi del Piano, a livello regionale e locale, affiancando il logo dell’istituzione promotrice (Regione Piemonte e/o ASL).



**Per l’anno 2024** si intende proseguire in coerenza con la medesima strategia al fine di rafforzare l’immagine e la riconoscibilità delle attività afferenti al PRP e incrementare ulteriormente la coerenza dei messaggi. L’intento del presente Piano di comunicazione è di promuovere un **utilizzo sistematico dell’immagine coordinata del PRP**. Oltre al logo Prevenzione Piemonte, gli strumenti di comunicazione che verranno realizzati potranno essere contrassegnati dalle icone dei singoli programmi.

I dettagli sull’utilizzo e il posizionamento del logo sono disponibili nel capitolo 9 *Guida all’utilizzo dei loghi del Piano Regionale di Prevenzione*.

La strategia di comunicazione del PRP, per il 2024, si basa inoltre sull’attività del gruppo di lavoro “**Comunicazione del PRP**”, composto da figure esperte di Dors, professionisti sanitari operanti nell’ambito del PRP a livello locale e funzionari regionali che assicurano i necessari collegamenti istituzionali. Il gruppo svolge un’attività di supporto ai programmi PRP nella definizione e nello sviluppo di azioni di comunicazione per favorire la coerenza con la strategia regionale.

### *Strumenti e azioni*

Di seguito sono elencati gli strumenti che saranno utilizzati e le azioni che si prevede di attuare nel 2024 per sviluppare la strategia di comunicazione.

- **Piano di comunicazione:** aggiornamento del presente documento che illustra la strategia del PRP e descrive le attività programmate per il 2024.
- **Formazione:** Laboratorio finalizzato a favorire negli operatori una comunicazione dei temi di salute più consapevole e attenta ai canali di diffusione (digitali e non), ai linguaggi utilizzati e agli obiettivi, in collaborazione con Dors e il Centro Steadycam, in linea con il corso del 2023 su health literacy ed equità, rivolto ai coordinatori regionali di programma, coordinatori di piano e referenti locali dei diversi programmi.
- **Calendario regionale delle giornate tematiche per la salute:** mantenimento dell’elenco di giornate sui principali temi di interesse del PRP e raccolta di materiali da mettere a disposizione per la diffusione nelle giornate specifiche. Per ciascuna giornata del calendario la Regione Piemonte realizzerà un banner con una grafica omogenea per dare visibilità alle attività ad essa correlate. In particolare, per la *Giornata mondiale dell’attività fisica* viene proposto un **kit di materiali di comunicazione** costituito da prodotti realizzati da Enti internazionali e tradotti da Dors. Tali materiali sono messi a disposizione delle ASL per la diffusione nei contesti più opportuni, per celebrare la giornata del 6 aprile e per altri eventi attinenti all’argomento.
- **Attività con gli uffici comunicazione/URP delle ASL:** prosegue la collaborazione finalizzata a uniformare i linguaggi e condividere le strategie per facilitare l’attuazione degli obiettivi di comunicazione a livello locale, in coerenza con la strategia di comunicazione regionale. Sono previsti alcuni incontri con i referenti delle ASL per il confronto e il coordinamento delle attività di comunicazione inerenti il PRP da diffondere a livello locale.

- **Istantanea scuola 2024:** revisione dei contenuti e aggiornamento dei dati dello strumento di sintesi dei risultati degli interventi rivolti alle scuole del Piemonte che fornisce una fotografia regionale e locale con informazioni sintetiche, quali ad esempio il numero di studenti raggiunti e di scuole coinvolte e le principali tematiche affrontate dalle varie attività.
- **Istantanea attività fisica (PP2):** progettazione e realizzazione di uno strumento di sintesi che fornisce una fotografia dei progetti sul tema realizzati in Piemonte inseriti nella Banca dati Pro.Sa.
- **Mappa Gruppi di cammino:** georeferenziazione dei gruppi di cammino attivi in Piemonte attraverso l'aggiornamento della mappa regionale con i dati riferiti al 2023; definizione della strategia di utilizzo e diffusione della mappa in collaborazione con le ASL per rendere lo strumento facilmente accessibile dai siti delle Aziende sanitarie.
- Utilizzo dello strumento **“Il baracchino perfetto”**, realizzato nell'ambito di un progetto di ricerca corrente, per favorire il consumo di un pasto sano fuori casa, in collaborazione con i PL13, PL12, PP3. Revisione e adattamento dei contenuti per realizzare strumenti agili e di facile diffusione, contrassegnati con il logo PRP, rivolti a diverse categorie di destinatari e fruibili trasversalmente dai vari programmi PRP interessati al tema.
- Accompagnamento alla progettazione dello strumento di comunicazione **Panikit** per la gestione dell'ansia e degli attacchi di panico degli studenti a scuola, realizzato dallo sportello **“TiAscolto!”** della Città di Torino, che, a seguito di focus group con campioni di destinatari, sarà messo a punto per l'anno 2025.
- **Campagne di comunicazione regionali:**
  - **“Prevenzione Serena”:** dopo le uscite pubblicitarie nel periodo ottobre-dicembre 2023 con spazi in affissione statica (manifesti) e dinamica (bus), spot multisoggetto, pieghevoli e banner, la campagna di comunicazione del programma PL15 prosegue con una pianificazione sulle testate locali da marzo 2024;
  - **“Perdere tutto non è un bel gioco”:** la nuova campagna di comunicazione per la prevenzione del gioco d'azzardo patologico (PP4) continua con una serie di azioni ed eventi:
    - ultime tappe del **tour informativo** che ha toccato le principali fiere/sagre piemontesi e i mercati rionali;
    - **campagna social** da marzo 2024;
    - **ciclo di incontri** dedicati ai giovani studenti e sportivi in cui è prevista una performance teatrale, la testimonianza del giocatore della Juventus Nicolò Fagioli e l'intervento di un esperto;
    - **corso di formazione** per i giornalisti: come comunicare il Gap (fenomeno, trattamento e cura, comunicazione e linguaggio);
    - **laboratorio sensoriale/esperienziale;**
    - pianificazione **media** febbraio 2024 e dopo silenzio elettorale;
  - **Mobilità sostenibile** campagna promozionale BONUS TPL per l'utilizzo mezzi pubblici febbraio/marzo 2024 (attività di comunicazione dei PP9 e PP4);
  - **Piano regionale ciclabilità:** piano marketing digitale (sponsorizzate social e web) per valorizzare il “Piano regionale della mobilità ciclistica (PRMC) da febbraio (PP2);
  - **LIFE-IP PrepAIR: evento conclusivo** di progetto previsto a Torino il 19-20-21 settembre 2024. Una “tre giorni” di incontri, convegni e spazi informativi itineranti allestiti in 3 parchi urbani torinesi (Tesoriera, Ruffini, Colonnetti) per coinvolgere la popolazione.
- Saranno costantemente aggiornati gli spazi del sito e della newsletter Dors dedicati al Piano di Prevenzione della Regione Piemonte, in modalità coordinata con il sito regionale e altri siti tematici. Le iniziative previste dal presente piano di comunicazione saranno diffuse anche attraverso i canali social della Regione Piemonte e di Dors.
- Sarà effettuata una raccolta di materiali informativi e di comunicazione disponibili, in collaborazione con i gruppi regionali di coordinamento PRP, con l'obiettivo di disporre di una raccolta di facile consultazione ad uso degli operatori.

Le attività previste saranno svolte nel rispetto della L. 28/2000 per quanto concerne il periodo antecedente le consultazioni elettorali (regime di *par condicio*).

## 5. Canali e tempi di realizzazione

I canali di comunicazione che verranno utilizzati per promuovere i prodotti e i tempi di realizzazione delle diverse attività sono descritti nella seguente tabella.

**Tab. 2. Promozione e tempistiche**

Strumento	Destinatari	Canali	Tempistica
Piano di comunicazione del PRP	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Decisori del sistema sanitario</li> <li>• Operatori sanitari coinvolti nella programmazione PRP/PLP</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sito Regione Piemonte</li> <li>▪ Newsletter e sito Dors</li> </ul>	Aprile 2024
Laboratorio di formazione per gli operatori	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Referenti regionali di programma</li> <li>• Coordinatori locali di piano</li> <li>• Referenti locali dei diversi programmi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Lettera di invito formale della Regione Piemonte</li> </ul>	Autunno 2024
Calendario/materiali giornate tematiche	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Operatori sanitari coinvolti nella programmazione PRP/PLP</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sito Dors</li> <li>• Sito Regione Piemonte</li> </ul>	Gennaio - dicembre 2024
Giornata attività fisica: kit di strumenti di comunicazione da utilizzare anche sui social media	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Operatori del sistema sanitario che si occupano di promozione dell'attività fisica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sito e canali social Dors</li> <li>▪ Sito Regione Piemonte</li> </ul>	6 aprile 2024
Collaborazione con uffici comunicazione/URP ASL	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Operatori degli uffici comunicazione/URP delle ASL</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contatti diretti</li> </ul>	Gennaio - dicembre 2024
Istantanea scuola: aggiornamento con i dati 2023	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Decisori del sistema sanitario</li> <li>• Decisori del sistema scolastico</li> <li>• Decisori politici</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Siti: ASL, Regione Piemonte, DoRS</li> <li>• Contatti/incontri personali con decisori politici e stakeholder dell'ambito scolastico</li> </ul>	Fine 2024
Istantanea attività fisica (PP2)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Decisori amministrazioni locali</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Siti: ASL, Regione Piemonte, DoRS</li> <li>• Contatti/incontri personali con decisori amministrazioni locali</li> </ul>	Fine 2024
Mappa gruppi di cammino: aggiornamento con i dati 2023	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Decisori del sistema sanitario,</li> <li>• MMG e altri operatori sanitari</li> <li>• Popolazione</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Siti: Regione Piemonte, ASL</li> <li>• Ambulatori medici</li> <li>• Associazioni del territorio</li> </ul>	Aprile e ottobre 2024
Pasto sano fuori casa (PP13, PL12, PP3)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lavoratori di aziende ed enti pubblici e privati</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Siti: ASL, Regione Piemonte, DoRS</li> <li>• Rete WHP</li> </ul>	Fine 2024
Campagna "Prevenzione serena"	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Popolazione</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sito Regione Piemonte, mass media, canali social, affissioni esterne, eventi</li> </ul>	2024
Campagna "Perdere tutto non è un bel gioco"	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Popolazione</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sito Regione Piemonte, mass media, canali social, affissioni esterne, incontri informativi</li> </ul>	2024
Campagna mobilità sostenibile (PP9, PP4)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Popolazione</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sito Regione Piemonte, mass media, canali social, affissioni esterne.</li> </ul>	Febbraio - marzo 2024
Piano regionale ciclabilità (PP2)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Popolazione</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sito Regione Piemonte, mass media, canali social, affissioni esterne.</li> </ul>	Febbraio - dicembre 2024
Life PrepAIR	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Popolazione</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evento conclusivo</li> </ul>	Settembre 2024

## 6. Linee di indirizzo per le attività di comunicazione a livello locale

Le ASL dovranno **utilizzare l'immagine coordinata del PRP 2020-25** nella realizzazione degli strumenti di comunicazione relativi alle attività afferenti ad esso. Tutti gli strumenti dovranno essere contrassegnati dal logo "Prevenzione Piemonte", sempre accompagnato dal logo istituzionale "Regione Piemonte" e **accostato ad esso sullo stesso piano**, per rendere più esplicito il legame diretto tra la Regione Piemonte, l'ente promotore, e il Piano Regionale di Prevenzione, la strategia di azione.

Le **nuove indicazioni relative all'utilizzo del logo del PRP** implicano una maggiore flessibilità rispetto al precedente piano per facilitare l'adattamento ai diversi layout degli strumenti di comunicazione

Quando ritenuto opportuno, tali strumenti potranno inoltre riportare le **icone specifiche dei singoli Programmi** di attività.

Ulteriori informazioni a riguardo sono contenute nella *Guida all'utilizzo dei loghi del Piano Regionale di Prevenzione* disponibile al capitolo 10 del presente documento.

Le ASL dovranno adattare, diffondere e utilizzare gli **strumenti di comunicazione** proposti a livello regionale secondo le indicazioni specifiche, pubblicarli sul sito aziendale e caricarli su ProSa (anche come link). Tali strumenti potranno essere utilizzati per attingere contenuti per comunicati stampa in occasioni opportune e per arricchire le sezioni relative alla prevenzione nel sito web aziendale e in eventuali documenti di accountability delle ASL (bilancio sociale, piano delle performance, ecc.).

In particolare, tutte le ASL contribuiranno a garantire la completezza dei dati per la **mappa dei gruppi di cammino**, caricando puntualmente in ProSa le informazioni relative ai gruppi del proprio territorio, in coerenza con quanto previsto nel PP2, in modo che l'aggiornamento fornisca una fotografia regionale attendibile.

Inoltre, le ASL promuoveranno l'utilizzo della mappa a livello locale, attraverso:

- la pubblicazione della mappa (o del link alla mappa...) sul sito aziendale;
- la promozione del suo utilizzo presso i servizi sanitari dell'ASL potenzialmente interessati (ambulatori, MMG, distretti, ecc.), le realtà aggregative del territorio e la promozione della conoscenza dello strumento nella popolazione generale.

L'**Istantanea Scuola** continuerà a essere utilizzata a livello locale come strumento di supporto alla coprogettazione delle attività con le realtà del territorio e per la presentazione dei risultati raggiunti ai decisori e agli stakeholder (es. sindaci, associazioni, ecc.).

I materiali messi a disposizione in occasione delle **giornate tematiche** per la salute dovranno essere utilizzati negli eventi organizzati a livello locale e diffusi attraverso i canali più opportuni, in almeno 6 delle giornate previste dal calendario regionale.

## 7. Valutazione

Attraverso il monitoraggio dei risultati è possibile verificare la corretta realizzazione del piano di comunicazione e individuare i punti di forza e di debolezza della strategia nel suo complesso e delle singole azioni.

Sarà effettuata una “valutazione di processo”, finalizzata a valutare il livello di attuazione delle azioni previste, per evidenziare le esperienze positive e le criticità del processo comunicativo. Dovrà essere necessariamente svolta anche una “valutazione di risultato” per verificare il raggiungimento dei valori attesi dagli indicatori dei programmi, che dovranno essere rendicontati al Ministero della Salute.

Tale valutazione sarà pertanto coerente con gli indicatori previsti nel Piano regionale di Prevenzione e nella programmazione annuale 2024, finalizzati a monitorare l’attuazione delle attività di comunicazione, in particolare gli indicatori previsti dall’azione 16.3 del programma 16-Governance:

- Comunicazione del PRP (*indicatore di programma certificativo*):
  - valore atteso regionale 2024: Strategia di comunicazione PRP aggiornata;
  - valore atteso locale 2024: Utilizzo degli strumenti di comunicazione secondo le indicazioni regionali;
- Definizione calendario regionale delle giornate di sensibilizzazione (*indicatore di processo*):
  - valore atteso regionale 2024: Aggiornamento del calendario nel Piano di comunicazione;
  - valore atteso locale 2024: Iniziative in occasione di almeno 6 giornate del calendario.

Inoltre, come descritto nell’introduzione del presente documento, in tutti i programmi del PRP è presente un obiettivo di comunicazione, con un indicatore certificativo; la funzione di monitoraggio svolta dalla Governance riguarderà perciò anche gli indicatori relativi alla comunicazione degli altri 15 programmi PRP.

Le attività previste per il 2024 e descritte nel capitolo 5 contribuiscono al raggiungimento di alcuni di questi indicatori.

Nella tabella n. 3 sono riepilogati tutti gli indicatori certificativi PRP relativi alla comunicazione, con il valore atteso regionale (definito nel PRP stesso), il valore atteso locale (definito nella programmazione annuale 2024) e le attività previste nella programmazione annuale, con il riferimento al codice della specifica azione.

Oltre a quanto previsto dagli indicatori, la programmazione annuale 2024 attribuisce alle ASL le seguenti attività:

- dovrà essere mantenuta l’attenzione all’utilizzo dell’immagine coordinata del PRP 2020-2025 (logo “Prevenzione Piemonte e icone dei vari programmi), secondo le indicazioni contenute nel presente Piano di comunicazione;
- gli strumenti proposti a livello regionale dovranno essere pubblicati sui siti aziendali e utilizzati nei contesti opportuni, secondo le specifiche indicazioni regionali;
- dovrà essere mantenuto/consolidato il coinvolgimento dell’ufficio responsabile della comunicazione dell’ASL per l’attuazione delle iniziative previste dal PRP.

La rendicontazione PLP 2024, da effettuare entro fine febbraio 2023, dovrà indicare i seguenti elementi:

- elencazione e descrizione sintetica delle occasioni in cui sono stati utilizzati gli strumenti proposti (indicatore certificativo);
- descrizione di eventuali altri strumenti prodotti con l’immagine coordinata PRP e delle iniziative più significative nelle quali sono stati utilizzati;
- elencazione delle giornate tematiche per la salute in occasione delle quali l’ASL ha svolto attività di sensibilizzazione, specificando la tipologia di attività svolta, gli strumenti utilizzati e il link alla relativa pagina del sito aziendale (indicatore di processo);
- in tutti i programmi PLP le attività di comunicazione dovranno essere rendicontate in modo circostanziato e dovranno essere resi disponibili gli strumenti creati (attraverso un link al sito web dell’ASL o alla banca dati ProSa, o come allegati alla rendicontazione).



Tab. 3 Indicatori relativi alla comunicazione dei programmi PRP e attività correlate

Programma	Indicatore e formula	Valore atteso regionale 2024 e attività prevista	Valore atteso locale 2024 e attività prevista
PP1	<b>PP01_OT04_IT05</b> Comunicazione per diffondere la conoscenza del modello Scuole che Promuovono Salute e i risultati raggiunti Disponibilità e utilizzo di strumenti/materiali di comunicazione rivolti a scuole, genitori, enti locali, associazioni, ecc. per diffondere la conoscenza del modello Scuole che Promuovono Salute e i risultati raggiunti	Realizzazione di almeno 1 iniziativa di comunicazione/ diffusione dei risultati (1.6) Istantanea scuola	Utilizzo istantanea con insegnanti e stakeholder locali, pubblicazione sul sito (1.6)
PP2	<b>PP02_OT05_IT04</b> Comunicazione ed informazione Disponibilità e realizzazione di interventi di comunicazione ed informazione rivolti sia alla popolazione sia ai diversi stakeholder	Realizzazione di almeno 1 intervento di comunicazione/ informazione. Messa a disposizione di materiali per la giornata dell'attività fisica. Aggiornamento mappa gruppi di cammino (2.2) Costruzione percorso per individuare strumenti di comunicazione circa l'offerta di opportunità per l'attività motoria e sportiva (2.6)	Diffusione dei materiali per la Promozione dell'Attività fisica sui canali di comunicazione aziendali (2.2) Diffusione materiali e informazioni sulle opportunità per l'attività motoria e sportiva (2.6)
PP3	<b>PP03_OT03_IT03</b> Iniziative di marketing sociale per lavoratori, famiglie, datori, associazioni Disponibilità e utilizzo di strumenti/materiali per iniziative di marketing sociale	Intervento di marketing sociale ogni anno. (3.4) Elaborazione prodotto comunicativo per la Settimana europea della sicurezza	Un intervento di marketing sociale realizzato, preferibilmente, nella Settimana europea della sicurezza (43 settimana dell'anno) (3.4)
PP4	<b>PP04_OT06_IT05</b> Comunicazione ed informazione Realizzazione di interventi di informazione e comunicazione sociale (compreso il marketing sociale) mirate a target e contesti specifici (ad es. amministratori, opinion leader, scuole, genitori, educatori sociali, operatori, associazioni, ecc.)	Realizzazione di almeno un intervento di comunicazione sociale. (4.7) Azioni di sensibilizzazione (eventi, pubblicazioni di materiale informativo e divulgativo, ecc.) in occasione delle giornate tematiche OMS. Promozione di iniziative a livello locale per la Giornata internazionale di sensibilizzazione sull'Overdose 31/8. Prosecuzione campagna "Perdere tutto non è un bel gioco"	Iniziative di sensibilizzazione, rendicontate nel PLP (4.7) Iniziative per la Giornata internazionale di sensibilizzazione sull'Overdose il 31 agosto
PP5	<b>PP05_OT03_IT04</b> Comunicazione e informazione Disponibilità di iniziative/strumenti/materiali di comunicazione per diffondere la cultura della sicurezza in ambiente domestico e sulla strada nelle comunità locali	Realizzazione di almeno 1 intervento di comunicazione/ informazione. (5.2) Produzione report annuale incidenti domestici, incontro di presentazione, pubblicazione e diffusione. (5.4) Flyer sull'abuso di psicofarmaci nella popolazione giovanile. (5.5) Valorizzazione delle informazioni derivanti dal Report regionale sugli incidenti stradali	(5.2) Diffusione del report incidenti domestici: inserimento sul sito aziendale e invio a MMG e PLS. (5.4) Realizzazione di almeno 1 intervento di comunicazione/ informazione(Safe Night); utilizzo dei social media come mezzo di comunicazione per la promozione della salute. (5.5) Disseminazione a livello locale del report incidenti stradali
PP6	<b>PP06_OT03_IT03</b> Comunicazione Attività di restituzione dei risultati e diffusione di buone prassi in ordine all'approccio "sistemico" del rischio	Almeno 1 report annuale sulle attività svolte e sui risultati raggiunti. (6.2) Report attività e risultati relativo ai PMP. Report aziende, addetti, infortuni e malattie professionali. Report attività medici competenti. Aggiornamento periodico sito regionale. (6.6) Aggiornamento pagina web dedicata ai PMP. Iniziativa di comunicazione in occasione della Settimana europea della sicurezza	(6.2) Descrizione delle attività svolte sui PMP nella rendicontazione annuale PLP (6.6) Iniziativa di comunicazione in occasione della Settimana europea della sicurezza

PP7	<b>PP07_OT06_IT03</b> Comunicazione dell'approccio al rischio Realizzazione, aggiornamento e diffusione di buone pratiche e materiale documentale/ informativo, anche tramite accordi interistituzionali, in ordine all'approccio "sistemico" del rischio, nei portali web istituzionali e in quelli degli stakeholder	Realizzazione di almeno 1 intervento di comunicazione/ informazione v. PP6	v. PP6 (6.6)
PP8	<b>PP08_OT05_IT03</b> Comunicazione dell'approccio al rischio Realizzazione, aggiornamento e diffusione di buone pratiche e materiale documentale/ informativo, anche tramite accordi interistituzionali, in ordine all'approccio "sistemico" del rischio, nei portali web istituzionali e in quelli degli stakeholder	Realizzazione di almeno 1 intervento di comunicazione/ informazione v. PP6	v. PP6 (6.6)
PP9	<b>PP09_OT04_IT04</b> Iniziative/strumenti/materiali per informare e sensibilizzare la comunità e gli operatori sanitari sugli stili di vita ecosostenibili e la riduzione degli impatti diretti e indiretti dei cambiamenti climatici sulla salute Disponibilità di almeno un programma di interventi di informazione e sensibilizzazione rivolti agli operatori sanitari ed al pubblico volti a promuovere stili di vita ecosostenibili e ridurre gli impatti diretti e indiretti dei cambiamenti climatici sulla salute	Realizzazione di almeno un intervento di informazione/ sensibilizzazione. (9.9) Cooperazione a iniziative regionali di sensibilizzazione sul tema dell'inquinamento atmosferico (progetto regionale Life prepAIR) (9.10) Promozione della partecipazione delle ASL a eventi divulgativi sul rischio radon per i Comuni. (9.13) Sensibilizzazione su riduzione e gestione dei rifiuti. (9.14) Predisposizione materiale informativo per promozione della mobilità attiva e sostenibile e alimentazione sostenibile	(9.10) Partecipazione di almeno 1 operatore agli eventi informativi dedicati al rischio radon nei Comuni afferenti al territorio ASL. Partecipazione alle campagne informative regionali, qualora realizzate sul territorio di competenza dell'ASL. (9.13) Diffusione del materiale predisposto secondo le modalità che saranno definite a livello regionale. (9.14) Diffusione materiale regionale
PP10	<b>PP10_OT03_IT03</b> Comunicazione sull'uso appropriato di antibiotici Esistenza di un programma regionale annuale di informazione e comunicazione basato sulle evidenze, coordinato con le azioni nazionali e le indicazioni del PNCAR	Realizzazione annuale del programma di comunicazione. (10.5) Predisposizione del programma annuale di comunicazione. (10.7) Iniziative in occasione della giornata europea sull'uso consapevole degli antibiotici a novembre	Attuazione delle attività previste a livello regionale (10.5) (10.7)
PL11	<b>PL11_OT06_IT06</b> Comunicazione ed informazione Realizzazione di interventi di informazione e comunicazione sociale (compreso il marketing sociale) mirate a target e contesti specifici (ad es. amministratori, opinion leader, scuole, genitori, educatori sociali, operatori, associazioni, ecc.)	Realizzazione di almeno un intervento di comunicazione sociale (11.2) Iniziative per la settimana mondiale dell'allattamento al seno (11.3) Consolidamento attività del Tavolo intersettoriale (tematiche lettura precoce e natura)	(11.2) Partecipazione alla settimana mondiale dell'allattamento al seno con attività progettate anche con i tavoli intersettoriali locali (11.3) Partecipazione alle attività del progetto "Nati con la natura"
PL12	<b>PL12_OT04_IT09</b> Comunicazione e informazione Disponibilità di iniziative, strumenti, materiali di comunicazione	Realizzazione di almeno 1 intervento di comunicazione/informazione. (12.3) Sensibilizzazione sulle giornate tematiche. Pianificazione di una strategia di comunicazione da sviluppare nei setting sanitari. (12.4) Messa a disposizione di materiale informativo/divulgativo sul tabagismo. Evento in collaborazione con Rete HPH	(12.3) Realizzazione di almeno 1 iniziativa. Utilizzo materiali di comunicazione validati a livello regionale nei setting opportunistici. (12.4) Diffusione di almeno 1 intervento di comunicazione/ informazione realizzato a livello regionale. Diffusione strumento relativo al tabagismo. Partecipazione evento Rete HPH
PL13	<b>PL13_OT04_IT04</b> Predisporre un programma di comunicazione pluriennale rivolto ai diversi settori delle filiere di produzione e commercializzazione degli alimenti e ai consumatori, coordinato e integrato tra i diversi servizi che possono svolgere un ruolo nella promozione di una dieta sana. Disponibilità del programma di comunicazione pluriennale e predisposizione interventi di informazione e sensibilizzazione	Almeno un intervento di informazione e sensibilizzazione (13.4) Programma di comunicazione diretto al consumatore (World Obesity Day e Settimana mondiale per la riduzione del consumo di sale). Contenitore materiali di comunicazione	Almeno un evento coordinato di informazione e sensibilizzazione per ciascuna ASL (13.4) Almeno un intervento in occasione di almeno uno degli eventi previsti dalle giornate tematiche. Incontri rivolti a target specifici di popolazione

PL14	<p><b>PL14_OT06_IT05</b> Disponibilità e realizzazione di interventi di comunicazione e informazione in tema di vaccinazioni          Presenza di campagna di comunicazione</p>	<p>Realizzazione di almeno una iniziativa di comunicazione (14.7)          Campagne relative a:          - vaccinazione antinfluenzale          - v. antipneumococcica e anti-herpes zoster adulto          - sensibilizzazione soggetti a rischio.          Aggiornamento materiali informativi sulle vaccinazioni dell'infanzia</p>	<p>Adesione all'iniziativa di comunicazione (14.7)</p>
PL15	<p><b>PL15_OT04_IT06</b> Realizzazione di campagne informative per cittadini e operatori</p>	<p>Almeno 1 campagna informativa. (15.2) Diffusione campagna di comunicazione "Prevenzione serena"</p>	<p>Almeno una iniziativa per la diffusione della campagna informativa (15.2)</p>
PL16	<p><b>PL16_OT04_IT04</b> Comunicazione del PRP          Presenza del Piano e della strategia di comunicazione</p>	<p>Strategia di comunicazione aggiornata (16.3)          Aggiornamento Piano Comunicazione e calendario giornate.          Sviluppo collaborazione con Settore regionale Comunicazione e Uffici Comunicazione delle ASL.          Aggiornamento strumenti in uso e adattamento nuovi strumenti.          Evento formativo.          Prosecuzione campagne regionali.          Aggiornamento pagine web</p>	<p>Utilizzo degli strumenti di comunicazione secondo le indicazioni regionali. (16.3) Iniziative in occasione di almeno 6 giornate del calendario. Utilizzo immagine coordinata secondo indicazioni regionali. Diffusione strumenti e iniziative regionali. Consolidamento della collaborazione con Ufficio Comunicazione dell'ASL</p>

## 8. Calendario regionale delle giornate tematiche per la salute

Di seguito sono elencate le principali giornate di sensibilizzazione, relative ai temi di interesse del Piano Regionale di Prevenzione, sulle quali sono previste iniziative/attività di comunicazione nell'ambito dei singoli programmi.

A livello regionale saranno realizzati alcuni strumenti (banner per la comunicazione sui siti istituzionali), coerenti con l'immagine coordinata del PRP e sarà messa a disposizione delle ASL la documentazione utile per le iniziative locali (dati epidemiologici aggiornati, materiali e strumenti di comunicazione tratti dai siti ufficiali delle campagne e/o dai siti istituzionali, ecc.), in collaborazione con i gruppi regionali di coordinamento dei programmi.

**Il calendario non è un elenco esaustivo delle giornate tematiche, pertanto ogni ASL potrà realizzare iniziative anche in occasione di altre giornate ritenute significative, rendicontando le relative attività nel PLP.**

- 5 febbraio Giornata nazionale contro lo spreco alimentare
- 4 marzo World obesity day
- 6 aprile Giornata mondiale dello sport (attività fisica)
- 18 aprile Alcohol prevention day
- 24-30 aprile Settimana mondiale delle vaccinazioni (World immunization week)
- 6 maggio Giornata europea della sicurezza stradale
- 13-19 maggio Settimana mondiale per la riduzione del consumo del sale
- 31 maggio Giornata mondiale senza tabacco
- 16-22 settembre Settimana europea mobilità sostenibile
- 1-7 ottobre Settimana mondiale allattamento materno
- Ottobre (43<sup>a</sup> settimana dell'anno) Settimana europea della sicurezza sul lavoro
- 18 novembre Giornata europea per l'uso consapevole degli antibiotici
- novembre Settimana Europea per la riduzione dei rifiuti
- 1 dicembre Giornata mondiale contro l'AIDS

## 9. Guida all'utilizzo del logo e delle icone del Piano Regionale di Prevenzione

### Logo Prevenzione Piemonte

Il marchio (o logo) del PRP è composto da un pittogramma e da un logotipo (la rappresentazione grafica del nome) che, accostati, costituiscono il logo Prevenzione Piemonte. **L'utilizzo dei due elementi separati non è consentito.**

Il logo "Prevenzione Piemonte" deve sempre accompagnarsi al marchio della "Regione Piemonte" ed essere **accostato ad esso sullo stesso piano** per rendere più chiaro il legame diretto tra l'Ente istituzionale, la Regione Piemonte, e il Piano Regionale di Prevenzione, che rappresenta l'ambito tematico specifico. Tali loghi potranno essere posizionati sugli strumenti di comunicazione nel modo ritenuto più adatto ai layout dei singoli materiali, considerando anche l'eventuale necessità di inserimento di altri loghi, oltre a quello delle singole ASL.

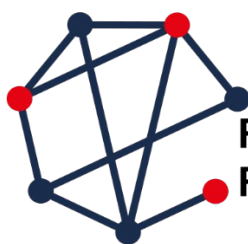
In linea generale, il logo "Regione Piemonte" dovrà essere collocato o in alto a sinistra o in basso a destra e utilizzato secondo la normativa ufficiale<sup>3</sup>.

Esempio di possibile intestazione per una locandina:



Per la realizzazione del logotipo è stato utilizzato il carattere tipografico GILL SANS Semibold, di colore nero. Il logotipo Prevenzione Piemonte è disposto su due righe sbandierate a destra del segno grafico.

Sono due i colori principali del marchio Prevenzione Piemonte:



**PREVENZIONE  
PIEMONTE**

Blu  
CMYK: 100, 82, 43, 45  
RGB: 32, 46, 72  
HEX: 202e48

Rosso  
CMYK: 0, 100, 97, 0  
RGB: 194, 14, 26  
HEX: c20e1a

**Questa è la versione predefinita in tutti i casi che prevedono l'utilizzo del marchio su un fondo bianco, sia per il web che per la carta stampata (nel caso in cui il dispositivo di riproduzione possa stampare a colori).**

#### Versioni differenti del marchio

Nel caso vi fosse la necessità di utilizzare un supporto di stampa o di dover utilizzare il logo su uno sfondo diverso dal bianco esistono tre casistiche e tre diversi loghi da applicare per ognuna di esse.

- **SFONDO BLU.** Nel caso di uno sfondo blu corrispondente al blu del marchio si adotta la seguente soluzione del marchio in negativo.



<sup>3</sup> Reperibile su <https://www.regione.piemonte.it/web/amministrazione/regione-utile/marchio-ufficiale-regione-piemonte/marchio-ufficiale-della-regione-piemonte#> La Regione Piemonte si riserva la possibilità di verificare il corretto utilizzo del marchio istituzionale.

- **SFONDO DI COLORE CHIARO.** Nel caso di uno sfondo chiaro su cui dover applicare il marchio Prevenzione Piemonte, si adotta la seguente soluzione del marchio monocromatico di colore nero.



- **SFONDO DI COLORE SCURO.** Nel caso di uno sfondo scuro su cui dover applicare il marchio Prevenzione Piemonte, si adotta la seguente soluzione del marchio monocromatico di colore bianco.



In linea di massima si consiglia di scegliere la versione cromatica, bianca o nera, in funzione della massima leggibilità del marchio rispetto allo sfondo, o supporto, su cui viene applicato.

#### *Bianco e nero*

Nella realizzazione del marchio Prevenzione Piemonte è stato previsto il possibile utilizzo su carta stampata da dispositivi monocromatici. Il marchio in bianco e nero:









Nel caso in cui si stampi su carta bianca è consigliata questa versione rispetto al marchio monocromatico nero trattato in precedenza.

Il marchio è stato realizzato anche nella versione bianco/nero in negativo, per quanto sia altamente sconsigliato il suo utilizzo.



## Riassunto

Casistica	Versione del marchio da utilizzare
Il marchio deve essere stampato con un dispositivo a colori	
Il marchio deve essere inserito in un sito web	
Lo sfondo su cui riprodurre il marchio è di colore blu, con cromie identiche al blu appartenente alla palette di Prevenzione Piemonte	
Lo sfondo su cui applicare il marchio risulta molto chiaro, o rende la leggibilità di un logo monocromatico bianco molto scarsa	
Lo sfondo su cui applicare il marchio risulta molto scuro, o rende la leggibilità di un logo monocromatico nero molto scarsa	
Il marchio deve essere stampato con un dispositivo in bianco e nero, su un supporto bianco (ad esempio carta da ufficio)	

## Icone dei Programmi del PRP

Le icone dei 16 Programmi potranno essere utilizzate, quando ritenuto opportuno, sugli strumenti di comunicazione realizzati nell'ambito del Piano Regionale di Prevenzione secondo il posizionamento ritenuto più adatto al singolo strumento, sempre accompagnate dai loghi "Regione Piemonte" e "Prevenzione Piemonte" **collocati sullo stesso piano** e dal logo dell'ASL di riferimento, secondo le indicazioni fornite nel paragrafo precedente.

Il posizionamento dei loghi e delle icone potrà quindi adattarsi di volta in volta ai diversi layout dei singoli strumenti di comunicazione. Nel caso fosse necessario inserire altri loghi riconducibili a specifici progetti, campagne o partner, sarà possibile riorganizzare il posizionamento degli stessi mantenendo in evidenza i loghi "Prevenzione Piemonte" e "Regione Piemonte" ed eventualmente omettendo le icone dei singoli programmi, per evitare di creare confusione nei destinatari della comunicazione.

## Elenco icone dei programmi PRP



**Programma 1**



**Programma 2**



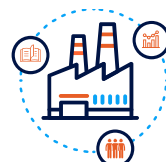
**Programma 3**



**Programma 4**



**Programma 5**



**Programma 6**



**Programma 7**



**Programma 8**



**Programma 9**



**Programma 10**



**Programma 11**



**Programma 12**





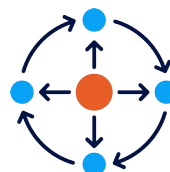
**Programma 13**



**Programma 14**



**Programma 15**



**Programma 16**

**Il logo del PRP e le icone dei programmi sono disponibili sul sito della Regione Piemonte al seguente link:**

<https://www.regione.piemonte.it/web/temi/sanita/prevenzione/loghi-piano-regionale-prevenzione-2020-2025>

A cura di  
*Monica Bonifetto*, Regione Piemonte  
*Elisa Ferro*, DoRS - Centro Regionale di Documentazione per la Promozione della Salute