

Piano Regionale di Prevenzione 2020-25

Piano di comunicazione 2022

Introduzione e contesto

Il Piano Regionale di Prevenzione 2020-2025 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**", in continuità con il precedente PRP che conteneva un obiettivo analogo. 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 a più livelli:

- a livello regionale, l'Istantanea PRP, realizzata nel 2018, è stata pubblicata sul sito web e diffusa nelle occasioni di incontro con gli stakeholder e in particolare in occasione della presentazione del PRP ai Direttori generali ASL (ottobre 2018);
- sempre a livello regionale è stata realizzata anche un'Istantanea specifica per la scuola con alcuni dati sintetici di attività;
- è stata inoltre messa a punto la mappa dei gruppi di cammino delle ASL;
- a livello locale, l'Istantanea PRP è stata adattata con i contenuti specifici dei Piani locali e utilizzata negli eventi e incontri con stakeholder del territorio; così come l'Istantanea Scuola è stata utilizzata per gli incontri con le scuole;
- diverse ASL, inoltre, hanno realizzato propri strumenti di comunicazione (schede sintetiche, presentazioni di risultati e dati di attività, ecc.) utilizzando l'immagine coordinata.

Il nuovo PRP 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 programmi del nuovo PRP. 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.

A. 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 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.

B. 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”¹, 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.

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

¹ Kotler P., Social Marketing – Influencing Behaviours for Good, Sage Publications, 2008.

Nel 2022 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 dell'attività fisica
- decisori del sistema scolastico
- MMG
- Popolazione

C. Definizione dei contenuti

Nel presente Piano di comunicazione sono contenute le indicazioni generali che orientano la strategia comunicativa fino al termine dell'attuale PRP nel 2025. In particolare sono dettagliati i contenuti e le attività per l'anno 2022.

Ogni anno il piano di comunicazione verrà aggiornato con le specifiche attività riferite al periodo in oggetto.

Seguendo i tempi dell'approvazione del nuovo PRP 2020-25, la programmazione delle attività di comunicazione parte dall'anno 2022 nel quale, con il contributo del Centro Regionale di Documentazione per la Promozione della Salute – DoRS, si prevede di realizzare le seguenti attività:

- l'individuazione di un **gruppo di lavoro** dedicato e la definizione dei compiti dei diversi attori coinvolti;
- la **revisione dell'immagine coordinata** del PRP, in particolare per ciò che riguarda i loghi riferiti ai nuovi programmi introdotti nel Piano. Le revisioni e le nuove proposte dei loghi saranno presentate ai gruppi di programma in modo da giungere a una veste grafica finale condivisa;
- l'individuazione nell'ambito dei 15 programmi dei **bisogni di comunicazione** e dei vincoli dati da obiettivi/indicatori PRP e avvio della progettazione specifica;
- la presentazione del PRP ai principali stakeholder;
- la **formazione degli operatori** sul Marketing Sociale in modo da avere una base comune di know how per progettare iniziative/progetti/campagne di comunicazione;
- la realizzazione di **materiale informativo sintetico** che descriva i contenuti del Piano di Prevenzione;
- l'individuazione di un tema all'interno dei programmi, su cui sperimentare una **campagna di comunicazione o un piano di marketing sociale**, sul modello dell'esperienza *"Attenti allo spreco!"* dell'ASL CN2;
- l'aggiornamento della **campagna regionale "Maneggiare con cura"**;
- l'aggiornamento di strumenti realizzati nell'ambito del precedente PRP (*Istantanea Scuola e Mappa dei Gruppi di cammino*);
- la realizzazione di **strumenti ed eventi** rivolti alla popolazione e agli stakeholder per la *Giornata internazionale dell'Attività fisica* prevista per il 6 aprile in modo da promuovere iniziative differenti ma coordinate;
- il lancio della nuova campagna di comunicazione del programma Prevenzione Serena.

D. Strategia e strumenti

La strategia di comunicazione del precedente Piano Regionale di Prevenzione (2014-2018) prevedeva l'utilizzo del *branding*² per rendere tutte le azioni di comunicazione facilmente

² 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

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, è stato realizzato un 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.

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 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 il Piano Regionale di Prevenzione 2020-25 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 nuovo 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, dovranno essere contrassegnati dai loghi dei singoli programmi. Alcuni di essi rappresentano l'esito di un restyling dei loghi del precedente Piano, altri sono stati creati ad hoc per i nuovi programmi dell'attuale PRP.

I dettagli sull'utilizzo e il posizionamento del logo sono disponibili nel paragrafo finale *Guida all'utilizzo dei loghi del Piano Regionale di Prevenzione*.



Gli strumenti

- Redazione del **Piano di comunicazione** che definisce la strategia del nuovo PRP e descrive le attività programmate per il 2022.
- **Immagine coordinata**: revisione dei loghi identificativi dei programmi del precedente piano e creazione dei loghi per i programmi nuovi.
- **Modulo formativo** sulla strategia del Marketing sociale (teoria ed esempi di applicazione nella prevenzione e promozione della salute) per i referenti di piano e delle attività.
- **Laboratorio di Marketing Sociale** rivolto ai referenti di programma coinvolti nel tema dello spreco alimentare per favorire la trasferibilità del progetto "Attenti allo spreco!" dell'ASL CN2 ad altre realtà del territorio piemontese, con l'adattamento delle strategie e dei materiali di comunicazione ai diversi contesti locali.

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.

- **Istantanea PRP:** aggiornamento della parte generale dello strumento di sintesi dei contenuti del PRP e descrizione breve dei 16 programmi, da diffondere attraverso i canali più opportuni.
- **Incontro online di presentazione della strategia comunicativa,** dell'istantanea del PRP e delle indicazioni per il loro utilizzo a livello locale.
- Lancio della nuova campagna di comunicazione di **“Prevenzione Serena”**;
- **Istantanea scuola:** aggiornamento con i dati del 2021 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.
- **Mappa Gruppi di cammino:** georeferenziazione dei gruppi di cammino attivi in Piemonte attraverso l'aggiornamento della mappa regionale con i dati riferiti al 2021.
- **Kit di strumenti di comunicazione:** un poster, un decalogo e un kit per le iniziative di advocacy e altri prodotti, rivolti alla popolazione e agli stakeholder, tradotti e messi a disposizione da DoRS, per celebrare la Giornata mondiale dell'attività fisica (6 aprile).
- **Campagna “Maneggiare con cura”** aggiornamento della campagna regionale sulla sicurezza dei bambini 0-3 anni negli ambienti domestici attraverso la messa a disposizione dei materiali tradotti in diverse lingue:
<https://www.regione.piemonte.it/web/temi/sanita/prevenzione/maneggiare-cura>

Inoltre, 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.

E. 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"> ▪ Decisori del sistema sanitario ▪ Operatori sanitari coinvolti nella programmazione PRP/PLP 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sito Regione Piemonte ▪ Newsletter e sito Dors 	Giugno 2022
Istantanea PRP	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Decisori del sistema sanitario ▪ Decisori politici ▪ Popolazione 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Siti: Regione Piemonte, ASL, DoRS ▪ URP delle ASL ▪ Incontri personali con decisori e stakeholder 	Giugno2022
Incontro online per presentazione strategia di comunicazione regionale istantanea PRP 2020-25	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Operatori sanitari coinvolti nella programmazione PRP/PLP 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lettera di invito formale della Regione Piemonte 	Maggio 2022
Modulo formativo sul marketing sociale	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Operatori sanitari coinvolti nella programmazione PRP/PLP 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lettera di invito formale della Regione Piemonte 	Maggio 2022 Settembre 2022
Laboratorio di marketing sociale “Attenti allo spreco!”	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Operatori sanitari coinvolti nella programmazione PRP/PLP dei programmi interessati al tema dello spreco alimentare 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lettera di invito formale della Regione Piemonte 	Ottobre 2022
Istantanea scuola:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Decisori del sistema sanitario 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Siti: ASL, DoRS ▪ Contatti/incontri 	Settembre 2022

aggiornamento con i dati 2021	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Decisori del sistema scolastico ▪ Decisori politici 	personali con decisori politici e stakeholder dell'ambito scolastico	
Mappa gruppi di cammino: aggiornamento con i dati 2021	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Decisori del sistema sanitario, ▪ MMG, ▪ Popolazione 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Siti: Regione Piemonte, ASL ▪ Ambulatori MMG ▪ Associazioni del territorio 	Maggio 2022
Giornata attività fisica: kit di strumenti di comunicazione da utilizzare anche sui social media	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Operatori del sistema sanitario che si occupano di promozione dell'attività fisica ▪ Popolazione 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sito DoRS 	6 aprile 2022
Campagna "Maneggiare con cura": aggiornamento con materiali in diverse lingue	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Operatori del sistema sanitario che si occupano di promozione dell'attività fisica ▪ Popolazione 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sito Regione Piemonte: materiali scaricabili 	Maggio 2022

F. 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 "Regione Piemonte" e dai **loghi specifici dei singoli Programmi** di attività, utilizzati secondo le indicazioni contenute nella *Guida all'utilizzo dei loghi del Piano Regionale di Prevenzione* disponibile al punto H del presente documento.

L'**istantanea del PRP** dovrà essere utilizzata in tutti i contesti in cui occorre presentare le attività del Piano Regionale di Prevenzione a decisori del sistema sanitario, decisori politici, stakeholder,... e dovrà essere pubblicata sul sito aziendale.

All'**incontro online di presentazione della strategia comunicativa** del PRP 2020-25, al **corso e al laboratorio sul marketing sociale** le ASL potranno partecipare secondo le indicazioni che verranno fornite dal livello regionale.

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 modo che l'aggiornamento fornisca una fotografia regionale attendibile.

Inoltre, le ASL promuoveranno l'utilizzo della mappa a livello locale, anche attraverso una sua **diffusione** ai servizi sanitari dell'ASL potenzialmente interessati (ambulatori, MMG, distretti, ecc.), alle realtà aggregative del territorio e alla popolazione generale.

Le ASL dovranno adattare, diffondere e utilizzare gli strumenti di comunicazione proposti a livello regionale (campagna "Maneggiare con cura"; mappa dei gruppi di cammino; istantanea scuola).

L'**Istantanea Scuola** sarà 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.).

Gli strumenti di comunicazione dovranno essere **pubblicati** sul sito aziendale e caricati su ProSa (anche come link).

La mappa, le Istantanee e gli altri materiali 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.).

G. 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 2022, 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 (valore atteso 2022: Piano di comunicazione PRP aggiornato) (*indicatore di programma certificativo*);
- Costituzione di un gruppo di lavoro dedicato e definizione dei compiti dei diversi attori coinvolti (valore atteso 2022: gruppo formalizzato) (*indicatore di processo*).

Inoltre, come descritto nell'Introduzione, 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 2022 e descritte al par. D contribuiscono al raggiungimento di alcuni di questi indicatori. Per quanto riguarda gli altri, è ancora in corso, da parte dei rispettivi gruppi regionali di coordinamento, la progettazione specifica, che potrà eventualmente essere supportata dal gruppo Governance e dal costituendo gruppo di lavoro per la comunicazione, nel solco della strategia delineata in questo Piano.

In 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 2022) e le attività previste nella programmazione annuale, con il riferimento al codice della specifica azione.

La programmazione annuale 2022 dell'azione 16.3 del programma 16-Governance non prevede indicatori in capo alle ASL. Tuttavia, sono previste alcune attività:

- l'immagine coordinata del PRP 2020-2025 (logo “Prevenzione Piemonte e loghi dei vari programmi) dovrà essere adeguatamente utilizzata nella realizzazione degli strumenti di comunicazione relativi alle attività del Piano, secondo le indicazioni contenute nel Piano di comunicazione 2022;
- l'istantanea del PRP dovrà essere pubblicata sui siti aziendali e utilizzata in tutti i contesti in cui occorre presentare le attività del Piano Regionale di Prevenzione a decisori del sistema sanitario, decisori politici, stakeholder,...
- si dovranno adattare / diffondere / utilizzare gli strumenti di comunicazione proposti a livello regionale (campagna “Maneggiare con cura”; mappa dei gruppi di cammino; istantanea scuola) in coordinamento con i rispettivi programmi;
- sarà presentato il PLP a livello locale nelle occasioni opportune.

La rendicontazione PLP 2022, da effettuare entro fine febbraio 2023, dovrà indicare i seguenti elementi:

- elencazione e descrizione sintetica delle occasioni in cui è stata utilizzata l'istantanea;
- elencazione e descrizione sintetica delle occasioni in cui sono stati utilizzati gli altri strumenti proposti;
- descrizione di eventuali altri strumenti prodotti con l'immagine coordinata PRP e delle iniziative più significative nelle quali sono stati utilizzati;
- 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 come allegati alla rendicontazione).

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

Programma	Indicatore e formula	Valore atteso regionale 2022 e attività prevista	Valore atteso locale 2022 e attività prevista
PP1	PP01_OT04_IT05 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	Progettazione e produzione di almeno 2 strumenti/ materiali (uno riguardante l'approccio e uno riguardante i risultati raggiunti) a carattere regionale. (1.6) Elaborazione "istantanea scuola" declinata a livello regionale e di ASL e diffusione agli stakeholder	(1.6) Utilizzo istantanea. Integrazione con dati e informazioni del contesto locale e utilizzo con gli insegnanti e stakeholder del territorio
PP2	PP02_OT05_IT04 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. (2.2) Kit per la Giornata mondiale dell'attività fisica	(2.2) Diffusione del kit multimediale sui canali web aziendali
PP3	PP03_OT03_IT03 Iniziative di marketing sociale per lavoratori, famiglie, datori, associazioni Disponibilità e utilizzo di strumenti/materiali per iniziative di marketing sociale	Progettazione e produzione di strumenti/materiali per iniziative di marketing sociale. (3.4) Materiali per la Settimana europea della sicurezza sul lavoro	(3.4) Partecipazione dei rappresentanti locali della comunità di pratica alla progettazione di strumenti/materiali
PP4	PP04_OT06_IT05 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.)	Progettazione e produzione di strumenti/materiali per iniziative di informazione e di comunicazione sociale entro il 2022 (4.7) Strumenti e materiali di sensibilizzazione per la prevenzione del gioco d'azzardo patologico	(4.7) Iniziative di sensibilizzazione, rendicontate nel PLP. Iniziative di sensibilizzazione in occasione delle giornate OMS
PP5	PP05_OT03_IT04 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) Report incidenti domestici. (5.4) Produzione di materiali Rete Safe Night	Realizzazione di almeno 1 intervento di comunicazione/informazione. (5.2) Pubblicazione e diffusione report incidenti domestici. Diffusione materiali "Maneggiare con cura". (5.4) Intervento di comunicazione/informazione Safe Night
PP6	PP06_OT03_IT03 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 del monitoraggio dei rischi/danni e delle attività effettuate. (6.6) Predisposizione modello di report locale di attività PMP. Iniziativa di comunicazione in occasione della Settimana europea della sicurezza	(6.2) Report annuale allegato alla rendicontazione PLP. (6.6) Un report di attività PMP elaborato secondo il modello regionale. Almeno un'azione di comunicazione. Iniziativa di comunicazione in occasione della Settimana europea della sicurezza
PP7	PP07_OT06_IT03 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	(6.6) Almeno un'azione di comunicazione v. PP6
PP8	PP08_OT05_IT03 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	(6.6) Almeno un'azione di comunicazione V. PP6
PP9	PP09_OT04_IT04 Iniziative/strumenti/materiali per	Realizzazione di almeno un	(9.13) Rendicontazione

	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	intervento di informazione/ sensibilizzazione. (9.9) Materiali informativi sul corretto uso dei combustibili a biomassa, fertilizzanti e gestione residui vegetali. (9.10) Collaborazione con ARPA per sensibilizzazione rischio radon; collaborazione al progetto “Un patentino per lo smartphone”. (9.13) Avvio confronto con PP1, PP3, ARPA e Dir. Ambiente per iniziative in tema rifiuti. (9.14) Revisione iniziative di promozione stili di vita ecosostenibili	nell’ambito dei PLP delle iniziative o proposte in tema di riduzione, riuso, riciclo e raccolta differenziata in ciascuna ASL (9.9) Divulgazione sito https://aria.ambiente.piemonte.it (9.13) Ricognizione iniziative in tema di riduzione, riuso, riciclo e raccolta differenziata
PP10	PP10_OT03_IT03 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 dal 2022. (10.5 - 10.7)	(10.5 - 10.7)
PL11	PL11_OT06_IT06 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.)	Progettazione e produzione di strumenti/materiali per iniziative di informazione e di comunicazione sociale. (11.3) Implementazione e diffusione materiale informativo per agenda di gravidanza in lingue diverse con QR code	(11.3) Diffusione materiali campagna “Maneggiare con cura”
PL12	PL12_OT04_IT09 Comunicazione e informazione Disponibilità di iniziative, strumenti, materiali di comunicazione	Realizzazione di almeno 1 intervento di comunicazione/informazione. (12.4) Evento di formazione/comunicazione in collaborazione con rete HPH	(12.4) Coinvolgimento nell’evento rete HPH
PL13	PL13_OT04_IT04 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	Progettazione del programma di comunicazione pluriennale. (13.4) Predisposizione del programma. Predisposizione di strumenti per la rilevazione della percezione del rischio da parte dei consumatori	(13.4) Almeno una azione di sensibilizzazione per ciascuna ASL. Sensibilizzazione sull’importanza di una dieta sana, equilibrata e sostenibile
PL14	PL14_OT06_IT05 Disponibilità e realizzazione di interventi di comunicazione e informazione in tema di vaccinazioni Presenza di campagna di comunicazione	Progettazione campagna. (14.7) Saranno rivisti e predisposti materiali informativi sull’influenza e sulle vaccinazioni dell’infanzia	(14.7) Promozione materiali esistenti su specifici argomenti
PL15	PL15_OT04_IT06 Realizzazione di campagne informative per cittadini e operatori	Almeno 1 campagna informativa. (15.2) Lancio campagna di comunicazione regionale (15.9) Campagna specifica di comunicazione per persone straniere: materiale informativo disponibile entro 31/12	(15.2) Almeno 1 campagna informativa
PL16	PL16_OT04_IT04 Comunicazione del PRP Presenza del Piano e della strategia di comunicazione	Piano di comunicazione aggiornato. (16.3) Costituzione gruppo di lavoro	(16.3) Utilizzo immagine coordinata. Pubblicazione Istantanea PRP sul sito aziendale e suo utilizzo in eventi di presentazione PRP. Utilizzo strumenti proposti (Maneggiare con cura, Mappa GC, Istantanea Scuola). Presentazione PLP nelle occasioni opportune

H. Guida all'utilizzo dei loghi 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 istituzionale della Regione Piemonte, su piani diversi: il primo contraddistingue l'ambito tematico specifico e sarà collocato preferibilmente in alto, mentre il secondo, di carattere istituzionale, dovrà essere posizionato preferibilmente a piè di pagina e utilizzato secondo la normativa ufficiale³. Nei materiali prodotti dall'ASL, nel piè di pagina saranno collocati il logo ASL (preferibilmente a sinistra) e il logo istituzionale della Regione Piemonte (preferibilmente a destra).

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:



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.



³ Reperibile su <https://www.regione.piemonte.it/loghi/loghi.shtml>. 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.

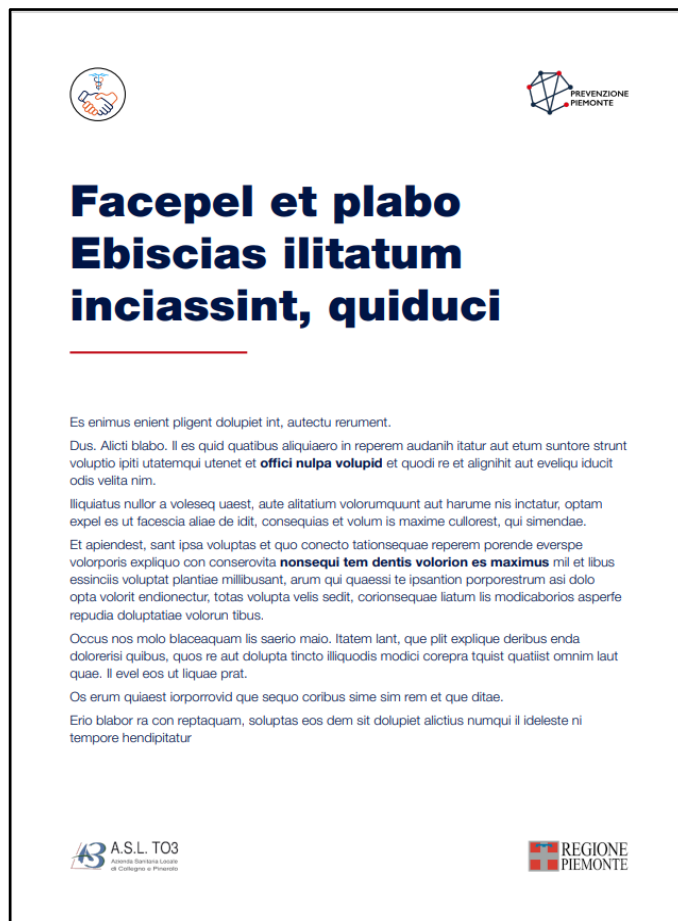


Riassunto

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

Loghi dei Programmi del PRP

I loghi dei 16 Programmi dovranno essere utilizzati su tutti gli strumenti di comunicazione realizzati nell'ambito del Piano Regionale di Prevenzione. Inoltre dovranno essere sempre accompagnati dai loghi "Prevenzione Piemonte" e "Regione Piemonte", secondo le indicazioni fornite nel paragrafo precedente e dal logo dell'Asl di riferimento posizionato come indicato dall'**esempio di locandina** che si presenta di seguito per semplicità:



- in **alto a sinistra**: logo del *Programma PRP* di riferimento
- in **alto a destra**: logo "Prevenzione Piemonte"
- in **basso a sinistra**: logo dell'ASL di riferimento
- in **basso a destra**: logo della *Regione Piemonte*

Il posizionamento dei loghi, presentato nella locandina, sarà da riprodurre secondo le medesime modalità su tutti gli strumenti di comunicazione.

Elenco loghi 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

Tutti i loghi del PRP 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