PIANO REGIONALE DI PREVENZIONE

2020-2025

Piano di comunicazione 2025

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 le 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"[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.

[1] Kotler P., Social Marketing – Influencing Behaviours for Good, Sage Pubblications, 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 2025 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***[2] 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.

[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 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 2025 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*.

PREVENZIONE
PIEMONTE

La strategia di comunicazione del PRP, per il 2025, 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 205 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 2025.
- **Formazione:** Laboratorio di marketing sociale sul tema della salute mentale con la presentazione del progetto "Panikit" per la gestione dell'ansia e degli attacchi di panico degli studenti a scuola, realizzato dallo sportello "TiAscolto!" della Città di Torino, come esempio di co-progettazione di strumenti comunicativi. Il laboratorio è 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 utilizzerà un banner con una grafica omogenea per dare visibilità alle attività ad essa correlate. In particolare, per la *Giornata mondiale dell'attività fisica* Dors realizzerà l'**Istantanea "Il Piano Regionale di Prevenzione e le Comunità attive - 2025",** che fornisce una fotografia degli interventi che di promozione dell'attività fisica in Piemonte e proporrà un **kit di materiali di comunicazione** costituito da prodotti realizzati da Enti internazionali tradotti in italiano. 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 ASR**: prosegue la collaborazione finalizzata a condividere linguaggi e strategie per facilitare l'attuazione degli obiettivi di comunicazione a livello locale, in coerenza con la strategia regionale. Sono previsti alcuni incontri con i referenti delle ASR per il confronto e il coordinamento delle attività di comunicazione inerenti il PRP da diffondere a livello locale.
- **Istantanea "Il Piano Regionale di Prevenzione e la Scuola - 2025":** 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 "Il Piano Regionale di Prevenzione e le Comunità attive - 2025" (PP2)**: progettazione e realizzazione di uno strumento di sintesi che fornisce una fotografia dei progetti di promozione dell'attività fisica realizzati in Piemonte, inseriti nella Banca dati Pro.Sa. Lo strumento intende evidenziare il coinvolgimento delle amministrazioni locali nell'ottica di aumentare il numero dei comuni attivi sul territorio piemontese. L'Istantanea è principalmente rivolta agli amministratori locali.
- **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 collocazione della mappa e della sua strategia di utilizzo e diffusione, in collaborazione con le ASL per rendere lo strumento facilmente accessibile dai siti delle Aziende sanitarie.
- Realizzazione di uno 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. Lo strumento, esito di una co-progettazione con i destinatari della comunicazione, avrà sia la versione cartacea, sia quella digitale e sarà corredato da una breve guida al suo utilizzo.
- **Campagne di comunicazione regionali:**

  - "**Prevenzione Serena**": la campagna di comunicazione del programma PL15 prosegue nel 2025 con la realizzazione, in collaborazione con un istituto scolastico di grafica di Torino, di strumenti di comunicazione e materiali informativi rivolti in particolare ai cittadini svantaggiati e con la veicolazione dei messaggi con vari strumenti a tutta la popolazione target degli screening[3];

  - "**Perdere tutto non è un bel gioco**": la campagna di comunicazione per la prevenzione del gioco d'azzardo patologico (PP4)[4] prevede per il 2025 una revisione della grafica dei materiali informativi continua con una serie di azioni ed eventi:
    - tour teatrale per gli studenti delle scuole superiori;
    - tour informativo nelle piazze e nei centri commerciali;
    - realizzazione e diffusione edugame
    - campagna sui mass-media e sui social

  - **Piano regionale ciclabilità:** prosegue l'attività di comunicazione e la promozione della ciclabilità come mobilità sostenibile e benefica per la salute. Sul sito sono pubblicate tutte le informazioni relative alla rete ciclabile e ai benefici del pedalare[5].
- **Banca dati Comunicazione & Salute**: sarà realizzata una banca dati di materiali informativi sui temi della prevenzione e promozione della salute, per raccogliere e catalogare strumenti informativi e di comunicazione con l'obiettivo di mettere a disposizione degli operatori una raccolta di facile consultazione e utilizzo. La banca dati sarà realizzata, implementata e gestita da Dors, con la collaborazione dei gruppi regionali di coordinamento PRP e del Gruppo Comunicazione PRP per la segnalazione e raccolta dei materiali.
- 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 avviata una collaborazione per la rubrica "I sabati della prevenzione" gestita dall'Assessorato regionale alla Sanità: ogni sabato sarà prodotto un comunicato stampa sui temi della prevenzione e promozione della salute.
- Sarà proposto il video contest "Raccontami l'Equità" con l'obiettivo di valorizzare le azioni di contrasto delle disuguaglianze tramite la realizzazione e l'invio di video, anche artigianali, che raccontino interventi, azioni e progetti sul tema dell'equità e del contrasto alle disuguaglianze, realizzati o in corso di realizzazione.

---

[3] https://www.regione.piemonte.it/web/temi/sanita/prevenzione/prevenzione-serena

[4] https://www.noneunbelgioco.it/

[5] https://www.regione.piemonte.it/web/temi/mobilita-trasporti/mobilita-ciclistica/una-buona-regione-per-pedalare https://www.regione.piemonte.it/web/temi/mobilita-trasporti/mobilita-ciclistica/mobilita-ciclistica

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	• Decisori del sistema sanitario • Operatori sanitari coinvolti nella programmazione PRP/PLP	• Sito Regione Piemonte • Newsletter e sito Dors	Marzo 2025
Laboratorio di marketing sociale sul tema della salute mentale	• Referenti regionali di programma • Coordinatori locali di piano • Referenti locali dei diversi programmi	• Lettera di invito formale della Regione Piemonte • Sito e canali social Dors	Ottobre 2025
Calendario/materiali giornate tematiche	• Operatori sanitari coinvolti nella programmazione PRP/PLP	• Sito Dors • Sito Regione Piemonte	Gennaio - dicembre 2025
Giornata attività fisica: kit di strumenti di comunicazione da utilizzare anche sui social media	• Operatori del sistema sanitario che si occupano di promozione dell'attività fisica	• Sito e canali social Dors • Sito Regione Piemonte	6 aprile 2025
Collaborazione con uffici comunicazione/ URP ASL	• Operatori degli uffici comunicazione/URP delle ASL	• Contatti diretti	Gennaio - dicembre 205
Istantanea "Il Piano Regionale di Prevenzione e la Scuola - 2025": aggiornamento con i dati 2024	• Decisori del sistema sanitario • Decisori del sistema scolastico • Decisori politici	• Siti: ASL, Regione Piemonte, DoRS • Contatti/incontri personali con decisori politici e stakeholder dell'ambito scolastico	Giugno 2025
Istantanea "Il Piano Regionale di Prevenzione e le Comunità attive - 2025" (PP2)	• Decisori amministrazioni locali	• Siti: ASL, Regione Piemonte, DoRS • Contatti/incontri personali con decisori amministrazioni locali	Aprile 2025
Mappa gruppi di cammino: aggiornamento con i dati 2024	• Decisori del sistema sanitario, • MMG e altri operatori sanitari • Popolazione	• Siti: Regione Piemonte, ASL • Ambulatori medici • Associazioni del territorio	Aprile e ottobre 2025
Campagna *"Prevenzione serena"*	• Popolazione	• Sito Regione Piemonte, mass media, canali social, affissioni esterne, eventi	2025
Campagna *"Perdere tutto non è un bel gioco"*	• Popolazione	• Sito Regione Piemonte, mass media, canali social, affissioni esterne, incontri informativi	2025
Piano regionale ciclabilità	• Popolazione	• Sito Regione Piemonte, mass media, canali social, affissioni esterne.	2025
Banca dati Comunicazione & Salute	• Operatori di promozione della salute • Operatori sanitari coinvolti nella programmazione PRP/PLP	• Sito Dors, sito Regione Piemonte	Giugno 2025
Video contest "Raccontami l'Equità"	• ASR • Associazioni pubbliche e private no profit, Enti del terzo settore • Scuole di ogni ordine e grado	• Sito e canali social Dors, mailing list gruppi di interesse	Maggio - ottobre 2025

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.
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 "Il Piano Regionale di Prevenzione e la Scuola - 2025"** 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.).

L'**Istantanea "Il Piano Regionale di Prevenzione e le Comunità attive - 2025"** dovrà essere utilizzata per presentare i risultati raggiunti ai decisori locali al fine di favorire l'aumento dei comuni attivi sul territorio piemontese.

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 2025, 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 2025: Strategia di comunicazione aggiornata;
  - valore atteso locale 2025: Utilizzo degli strumenti di comunicazione previsti dal Piano di comunicazione;
- Definizione calendario regionale delle giornate di sensibilizzazione (*indicatore di processo*):
  - valore atteso regionale 2025: Aggiornamento del calendario nel Piano di comunicazione;
  - valore atteso locale 2025: 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 2025 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 2025) e le attività previste nella programmazione annuale, con il riferimento al codice della specifica azione.

Oltre a quanto previsto dagli indicatori, la programmazione annuale 2025 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 quanto previsto nel Piano di comunicazione;
- dovrà essere mantenuto/consolidato il coinvolgimento dell'ufficio responsabile della comunicazione dell'ASL per l'attuazione delle iniziative previste dal PRP.

La rendicontazione PLP 2025, da effettuare entro fine febbraio 2026, 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 2025 e attività prevista	Valore atteso locale 2025 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	Realizzazione di almeno 2 iniziative di comunicazione/diffusione (1 riguardante l'approccio e 1 riguardante i risultati raggiunti) a livello regionale. (1.6) Report annuale in forma di istantanea. Momento formativo di presentazione del documento sui criteri minimi di qualità dei progetti	Utilizzo dello strumento di comunicazione (1.6)
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) Messa a disposizione di materiali per la giornata dell'attività fisica. Aggiornamento mappa gruppi di cammino. (2.6) Percorso per individuare modalità e strumenti di comunicazione circa l'offerta di opportunità per l'attività motoria e sportiva. Definizione modalità per aggregazione dati mappatura	Diffusione dei materiali per la Promozione dell'Attività fisica sui canali di comunicazione aziendali (2.2) (2.6)
PP3	**PP03_OT03_IT03** 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) Valorizzazione iniziative delle ASL	Un intervento di marketing sociale realizzato, preferibilmente, nella Settimana europea della sicurezza (43 settimana dell'anno) (3.4)
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.)	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 e per la Giornata Support Don't Punish 26/6. Prosecuzione campagna "Perdere tutto non è un bel gioco"	Iniziative di sensibilizzazione, rendicontate nel PLP. (4.7) Iniziative per le Giornate di Promozione delle Salute promosse da OMS, per la Giornata internazionale di sensibilizzazione sull'Overdose il 31/8 e la Giornata Support Don't Punish 26/6
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) Produzione report annuale incidenti domestici, incontro di presentazione, pubblicazione e diffusione. (5.4) Report annuale (5.5) Valorizzazione delle informazioni derivanti dal Report regionale sugli incidenti stradali	(5.2) - Diffusione del report regionale incidenti domestici: inserimento sul sito aziendale e invio ai MMG e PLS. - Realizzazione e diffusione di un report locale sugli incidenti domestici. (5.4) utilizzo dei social media per la promozione della salute. Realizzazione di almeno 1 intervento di comunicazione/ informazione. (5.5) Disseminazione dati e report regionale
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 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.	(6.2) Descrizione delle attività svolte sui PMP nella rendicontazione annuale PLP (6.6) Iniziativa di comunicazione in occasione della Settimana europea della sicurezza

		Convegni, seminari, incontri. Iniziativa di comunicazione in occasione della Settimana europea della sicurezza. Pubblicazione risultati valutazione di efficacia dei PMP	
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	v. PP6 (6.6)
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	v. PP6 (6.6)
PP9	**PP09_OT04_IT04** 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	(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 informativo regionale sulla mobilità sostenibile
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. (10.5) Predisposizione del programma annuale di comunicazione. (10.7) Iniziative in occasione della settimana mondiale per l'uso consapevole degli antibiotici di novembre. Aggiornamento pagina web regionale dedicata.	Adesione/attuazione delle iniziative/attività promosse dal livello regionale (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.)	Realizzazione di almeno un intervento di comunicazione sociale (11.2) Promozione iniziative per la settimana mondiale dell'allattamento al seno. Evento regionale in collaborazione con Tavolo intersettoriale	(11.2) Partecipazione alla settimana mondiale dell'allattamento al seno con attività progettate anche con i tavoli intersettoriali locali
PL12	**PL12_OT04_IT09** Comunicazione e informazione Disponibilità di iniziative, strumenti, materiali di comunicazione	Realizzazione di almeno 1 intervento di comunicazione/informazione. (12.3) Sensibilizzazione sulle giornate tematiche. Predisposizione di strumenti di comunicazione per i cittadini collegati al Format per le raccomandazioni sugli stili di vita sani	(12.3) Realizzazione di almeno 1 iniziativa. Utilizzo materiali di comunicazione validati a livello regionale in eventi, iniziative e nei setting opportunistici. (12.4) Diffusione di almeno 1 intervento di comunicazione/ informazione realizzato a livello regionale. Partecipazione 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	Almeno un intervento di informazione e sensibilizzazione (13.4) Diffusione Report relativo a questionario percezione rischio. Programma di comunicazione diretto al consumatore (World Obesity Day, Settimana mondiale per la riduzione del consumo di sale, Settimana Nazionale della Celiachia)	Almeno un evento coordinato di informazione e sensibilizzazione per ciascuna ASL (13.4) Diffusione "Com.Pre.S.Sa". Almeno un intervento in occasione di almeno una delle giornate tematiche previste. Incontri rivolti a target specifici di popolazione
PL14	**PL14_OT06_IT05** Disponibilità e realizzazione di interventi di comunicazione e informazione in tema di vaccinazioni Presenza di campagna di comunicazione	Realizzazione di almeno una iniziativa di comunicazione (14.7) Campagne relative a: - vaccinazione antinfluenzale - v. antipneumococcica dell'adulto - sensibilizzazione soggetti a rischio - HPV. Aggiornamento materiali informativi su influenza e vaccinazioni dell'infanzia. Attività di sensibilizzazione nelle giornate tematiche internazionali	Adesione alle iniziative di comunicazione (14.7) Promozione adesione a iniziative regionali in occasione delle giornate tematiche internazionali
PL15	**PL15_OT04_IT06** Realizzazione di campagne informative per cittadini e operatori	Almeno 1 campagna informativa. (15.2) Diffusione campagna di comunicazione "Prevenzione serena" (15.9) Realizzazione materiale informativo specifico per persone straniere	Almeno una iniziativa per la diffusione della campagna informativa (15.2)
PL16	**PL16_OT04_IT04** Comunicazione del PRP Presenza del Piano e della strategia di comunicazione	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 produzione nuovi strumenti. Prosecuzione campagne regionali. Aggiornamento pagine web	Utilizzo degli strumenti di comunicazione previsti dal Piano di comunicazione. (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

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 per il 2025.
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 dell'attività fisica
18 aprile	Alcohol prevention day
24 - 30 aprile	Settimana mondiale delle vaccinazioni (World immunization week)
6 maggio	Giornata europea della sicurezza stradale
12 - 18 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
20 - 24 ottobre	Settimana europea della sicurezza sul lavoro
18 - 24 novembre	Settimana mondiale per l'uso consapevole degli antibiotici
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[6].

Esempio di possibile intestazione per una locandina:

REGIONE PIEMONTE PREVENZIONE PIEMONTE A.S.L. TO3 Azienda Sanitaria Locale di Collegno e Pinerolo

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.

PREVENZIONE PIEMONTE

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

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

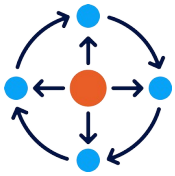
Programma 12

Programma 13

Programma 14

PREVENZIONE SERENA

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