PIANO REGIONALE DI PREVENZIONE

Piano di comunicazione 2026

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. Valutazione 7
7. Calendario regionale delle giornate tematiche per la salute 11
8. Guida all'utilizzo del logo e delle icone del Piano Regionale di Prevenzione 12

1. Introduzione e contesto

A conclusione del Piano Regionale di Prevenzione 2020-2025, la Regione Piemonte ha inteso mantenere la continuità delle azioni in essere e il consolidamento dei risultati acquisiti. La comunicazione resta una delle azioni trasversali di riferimento anche nel Piano Nazionale della Prevenzione 2026-2031.
La programmazione 2026 mantiene il programma PL16 "Governance del Piano Regionale di Prevenzione" con il relativo obiettivo PL16_OT04 "Favorire la comunicazione interistituzionale e la partecipazione sociale a supporto degli obiettivi di Piano" e l'indicatore "Presenza del Piano e della strategia di comunicazione". Obiettivo e indicatore si traducono nell'aggiornamento della strategia contenuta nel Piano di comunicazione con le azioni prioritarie individuate nei programmi PRP, comprensivo del calendario di giornate tematiche per la salute.
I precedenti PRP hanno permesso di mettere 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 ha definito una strategia a supporto degli obiettivi di comunicazione specifici di ciascun programma, attraverso un piano di comunicazione organico, ridefinendo i bisogni di conoscenza stratificati per gruppi di destinatari e adeguando il branding e la scelta dei contenuti ai diversi programmi.
Nel 2026 si intende consolidare la strategia e mantenere le principali attività avviate nel periodo precedente.

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 2026 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 conferma anche per il 2026 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 2026 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, limitatamente ai programmi confermati per il 2026.
I dettagli sull'utilizzo e il posizionamento del logo sono disponibili nel capitolo 8 *Guida all'utilizzo dei loghi del Piano Regionale di Prevenzione*.

PREVENZIONE
PIEMONTE

La strategia di comunicazione del PRP 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 2026 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 2026.
- **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 saranno utilizzati, a livello regionale e di ASR, i banner appositamente predisposti con una grafica omogenea per dare visibilità alle attività correlate. Il calendario adottato nel 2026 è illustrato al cap. 7. I banner e gli altri materiali messi a disposizione dovranno essere utilizzati negli eventi organizzati a livello locale e diffusi dalle ASR attraverso i canali più opportuni.
- **Formazione:** Laboratorio di marketing sociale relativo alla promozione e diffusione delle "10 raccomandazioni per uno stile di vita salutare".
- **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 incontri con i referenti delle ASR per il confronto e il coordinamento delle attività di comunicazione inerenti il PRP da diffondere a livello locale.
- Definizione di una **strategia di comunicazione per la diffusione delle "10 raccomandazioni per uno stile di vita salutare"** (*indicatore tracciante del PL12*), a livello regionale e locale, articolata in:
  1. comunicazione tramite media (siti web, social media, stampa, ecc.)
  2. comunicazione con il paziente/cittadino nella relazione professionale/presa in carico
  3. comunicazione verso i dipendenti dell'Azienda sanitaria
  4. comunicazione fisica negli ambienti (ambulatori, consultori, ospedali, studi MMG, ecc.).

  La definizione della strategia sarà curata dal gruppo di coordinamento del PL12, in collaborazione con il gruppo comunicazione PRP e con referenti di altri programmi interessati. Le ASR dovranno definire un piano di comunicazione aziendale, in accordo con la strategia regionale, per la diffusione delle 10 raccomandazioni.

- **Istantanea "Il Piano Regionale di Prevenzione e la Scuola - 2026"**: revisione dei contenuti e aggiornamento dei dati dell'"Istantanea", strumento di sintesi che fornisce una fotografia regionale e locale dei risultati degli interventi rivolti alle scuole del Piemonte con informazioni sintetiche, quali ad esempio il numero di studenti raggiunti e di scuole coinvolte e le principali tematiche affrontate dalle varie attività. L'Istantanea continuerà a essere utilizzata 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.)
- **Istantanea "Il Piano Regionale di Prevenzione e le Comunità attive - 2026"**: revisione dei contenuti e aggiornamento dei dati dell'"Istantanea", strumento di sintesi che fornisce una fotografia dei progetti di promozione dell'attività fisica realizzati in Piemonte, inseriti nella Banca dati ProSa, e del coinvolgimento delle amministrazioni locali nell'ottica di aumentare il numero dei comuni attivi sul territorio piemontese. L'Istantanea dovrà essere utilizzata per presentare i risultati raggiunti ai decisori locali al fine di favorire l'aumento dei comuni attivi sul territorio piemontese.
- **Mappa Gruppi di cammino**: georeferenziazione dei gruppi di cammino attivi in Piemonte attraverso l'aggiornamento della mappa regionale con i dati riferiti al 2025, che rappresenta la sintesi del lavoro svolto sul territorio e riflette gli interventi consolidati nell'ultimo anno. La mappa è pubblicata al seguente link: https://bit.ly/GDC_map2025. Tutte le ASL dovranno continuare a caricare 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 sul sito aziendale e la promozione del suo utilizzo presso i servizi sanitari dell'ASL potenzialmente interessati (ambulatori, MMG, distretti, ecc.), le realtà aggregative del territorio, la popolazione generale.
- Iniziative di comunicazione sulla **vaccinazione contro la pertosse**, in occasione della settimana mondiale delle vaccinazioni (aprile) (*indicatore tracciante del PL14*).
- **Campagne di comunicazione regionali:**

  - prosegue la campagna di comunicazione "Perdere tutto non è un bel gioco" per la prevenzione del gioco d'azzardo patologico (PP4);

  - Campagna multisoggetto per la prevenzione dei **disturbi del gioco d'azzardo e delle dipendenze** prevista dalla Programmazione Triennale fondi Dipendenze e DGA 2025-2027, che prevede attività ed eventi finalizzati alla sensibilizzazione e informazione della popolazione generale di alcuni target specifici. Nel 2026 saranno svolte le attività di progettazione della campagna, che sarà attiva a partire dal 2027;

  - "**Prevenzione Serena**": la campagna di comunicazione per promuovere l'adesione agli screening oncologici (programma PL15) prosegue nel 2026 con la messa a punto di materiali rivolti a persone straniere[3];
- **Banca dati Comunicazione & Salute**[4]: aggiornamento costante (almeno 50 nuovi materiali entro il 2026) e valorizzazione dei contenuti della banca dati di materiali informativi sui temi della prevenzione e promozione della salute, che raccoglie e cataloga strumenti informativi e di comunicazione con l'obiettivo di mettere a disposizione degli operatori una raccolta di facile consultazione e utilizzo. La banca dati è 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 mantenuta la collaborazione per la rubrica "I sabati della prevenzione" curata dall'Assessorato regionale alla Sanità, che prevede ogni sabato l'invio di un comunicato stampa sui temi della prevenzione e promozione della salute.
- Sarà riproposto 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.dors.it/repository_com/index.php

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	Agosto 2026
Laboratorio di marketing sociale sulle 10 raccomandazioni per uno stile di vita salutare	• 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	27 maggio 2026
Calendario/materiali giornate tematiche	• Operatori sanitari coinvolti nella programmazione PRP/PLP	• Sito e canali social Dors • Sito Regione Piemonte	Gennaio - dicembre 2026
Collaborazione con uffici comunicazione/ URP ASL	• Operatori degli uffici comunicazione/URP delle ASL	• Contatti diretti	Gennaio - dicembre 2026
Istantanea “Il Piano Regionale di Prevenzione e la Scuola - 2026”: aggiornamento con i dati 2025	• 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	Settembre 2026
Istantanea “Il Piano Regionale di Prevenzione e le Comunità attive - 2026” (PP2)	• Decisori amministrazioni locali	• Siti: ASL, Regione Piemonte, DoRS • Contatti/incontri personali con decisori amministrazioni locali	Luglio 2026
Mappa gruppi di cammino: aggiornamento con i dati 2025	• Decisori del sistema sanitario, • MMG e altri operatori sanitari • Popolazione	• Siti: Regione Piemonte, ASL • Ambulatori medici • Associazioni del territorio	Aprile e ottobre 2026
Campagna *“Prevenzione serena”*	• Popolazione	• Sito Regione Piemonte, mass media, canali social, affissioni esterne, eventi	2026
Campagna *“Perdere tutto non è un bel gioco”*	• Popolazione	• Sito Regione Piemonte, mass media, canali social, affissioni esterne, incontri informativi	2026
Campagna per la prevenzione dei disturbi del gioco d’azzardo e delle dipendenze	• Popolazione	• Progettazione	31/12/2026
Banca dati Comunicazione & Salute	• Operatori di promozione della salute • Operatori sanitari coinvolti nella programmazione PRP/PLP	• Sito e canali social Dors, sito Regione Piemonte, occasioni formative	Tutto il 2026
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	Aprile - novembre 2026

6. 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, a fianco della "valutazione di risultato" per verificare il raggiungimento dei valori attesi dagli indicatori dei programmi.
Tale valutazione sarà pertanto coerente con gli indicatori previsti nel Piano regionale di Prevenzione e nella programmazione annuale 2026, finalizzati a monitorare l'attuazione delle attività di comunicazione, in particolare gli indicatori previsti dal programma PL16 Governance:

- "Comunicazione del PRP":
  - valore atteso regionale 2026: Presenza di Piano di comunicazione aggiornato;
  - valore atteso locale 2026: Iniziative in occasione di almeno 6 giornate del calendario;
- "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:
  - valore atteso regionale 2026: Almeno una iniziativa di valorizzazione delle informazioni contenute nel report regionale "Incidenti stradali" - Elaborazione e diffusione del report regionale "Incidenti domestici";
  - valore atteso locale 2026: Pubblicazione e diffusione dei report regionali "Incidenti stradali" e "Incidenti domestici".

Inoltre, il monitoraggio riguarderà anche gli indicatori relativi agli obiettivi di comunicazione presenti nella maggior parte dei programmi del PRP.
Le attività previste per il 2026 e descritte nel capitolo 5 contribuiscono al raggiungimento di tali indicatori.

Nella tabella n. 3 sono riepilogati tutti gli indicatori di monitoraggio PRP relativi alla comunicazione definiti nella programmazione annuale 2026, con il valore atteso regionale, il valore atteso locale e le attività previste. Nel 2026 vengono introdotti nella programmazione gli "**indicatori traccianti**" con la funzione di identificare l'attività strategica e prioritaria di ogni programma, in linea con l'impostazione prevista dalla bozza di PNP 2026-2031: nei programmi PL12 e PL14 è stato scelto come indicatore tracciante quello relativo all'obiettivo di comunicazione.

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

Programma	Indicatore e formula	Attività prevista	Valore atteso regionale 2026	Valore atteso locale 2026
PP1	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 una istantanea scuola sul tema dell'intersettorialità letto attraverso il tema della salute mentale	Presenza dell'istantanea	Utilizzo dell'istantanea in occasione della presentazione dei cataloghi locali per la scuola
PP2	Comunicazione Iniziative di comunicazione e informazione rivolte ai portatori di interesse	Aggiornamento Istantanea "Le Comunità Attive e il Piano regionale di Prevenzione 2020-2025" con i dati 2025 estratti da ProSa e sua diffusione in iniziative di advocacy sul territorio	Disponibilità dell'Istantanea "Le Comunità Attive e il Piano regionale di Prevenzione 2020-2025" aggiornata con i dati 2025 estratti da ProSa	Diffusione dell'Istantanea "Le Comunità Attive e il Piano regionale di Prevenzione 2020-2025" aggiornata con i dati 2025 estratti da ProSa
PP3	Iniziative di marketing sociale per lavoratori, famiglie, datori, associazioni Disponibilità e utilizzo di strumenti/materiali per iniziative di marketing sociale	Realizzazione di interventi/ iniziative di comunicazione, ispirati ai principi del MKS, preferibilmente in occasione della "Settimana europea per la sicurezza e la salute sul lavoro" (43a settimana dell'anno)	---	Realizzazione di almeno un intervento/ iniziativa di comunicazione, preferibilmente, in occasione della "Settimana europea della sicurezza"
PP4	Comunicazione e informazione. Realizzazione eventi in occasione di giornate tematiche	Saranno sviluppate iniziative integrate e progetti di empowerment attraverso azioni di sensibilizzazione (eventi, pubblicazioni di materiale informativo e divulgativo, ecc.) in occasione delle giornate tematiche OMS (es. Alchool Prevention Day, Giornata Mondiale senza Tabacco, Giornata Mondiale contro l'AIDS) e saranno promosse a livello regionale iniziative locali in occasione della Giornata internazionale di sensibilizzazione sull'Overdose il 31 agosto e della Giornata Support Don't Punish il 26 giugno	Almeno un comunicato regionale in occasione di giornate tematiche OMS	Almeno un evento in occasione di giornate tematiche
	Campagna di comunicazione DGA e Dipendenze. Campagna di Comunicazione prevista dalla Programmazione Triennale fondi Dipendenze e DGA 2025-2027	Campagna di Comunicazione DGA e Dipendenze prevista dalla Programmazione Triennale fondi Dipendenze e DGA 2025-2027: saranno realizzate attività ed eventi finalizzati alla sensibilizzazione e informazione della popolazione in generale e per alcuni target specifici	Realizzazione della campagna regionale	Partecipazione alla realizzazione e alla diffusione dei contenuti della campagna regionale
	Materiale informativo multilingue. Presenza di materiale informativo multilingue	Sarà richiesta la distribuzione/diffusione del materiale informativo sul DGA ad ogni Dipartimento Dipendenze sul proprio territorio di riferimento attraverso l'individuazione di luoghi strategici per l'accesso della popolazione	Pubblicazione sul sito www.noneunbelgioco.it del materiale informativo multilingue	Distribuzione del materiale multilingue DGA
PP6, 7,8	Campagne di comunicazione	Realizzazione di attività di comunicazione: convegni, seminari, incontri, comunicazione sui canali web istituzionali in occasione della Settimana europea della sicurezza	Almeno 1 intervento di comunicazione/ informazione	Almeno un'azione di comunicazione

PP9	Informazione e sensibilizzazione. 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 interventi di informazione/ sensibilizzazione e diffusione dei medesimi a livello locale	Realizzazione di almeno 1 evento informativo/di sensibilizzazione	Diffusione dei contenuti informativi secondo le indicazioni regionali
PL11	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.)	Pianificazione in tutte le ASL di iniziative, possibilmente coprogettate nell'ambito dei tavoli intersettoriali locali, per la promozione della settimana mondiale dell'allattamento al seno	Presenza del materiale riguardante la giornata dell'allattamento al seno, comprese le iniziative locali, sul sito della Regione	Almeno una iniziativa co-progettata con il tavolo intersettoriale locale
PL12	Piano di comunicazione regionale per la diffusione delle 10 raccomandazioni per uno stile di vita salutare *Indicatore tracciante*	Definizione di un Piano di comunicazione regionale per la diffusione delle 10 raccomandazioni per uno stile di vita salutare, articolato in: 1. comunicazione tramite media (siti web, social media, stampa, ecc.) 2. comunicazione con il paziente/cittadino nella relazione professionale/presa in carico 3. comunicazione verso i dipendenti dell'Azienda sanitaria 4. comunicazione fisica negli ambienti (ambulatori, consultori, ospedali, studi MMG, ecc.). Coinvolgimento di referenti del gruppo comunicazione e di altri programmi interessati per la definizione del Piano di comunicazione. Laboratorio congiunto referenti PL12 e referenti Uffici Comunicazione delle ASR per la definizione delle azioni aziendali in attuazione del Piano di comunicazione regionale.	Piano di comunicazione regionale per la diffusione del format 10 raccomandazioni per uno stile di vita salutare disponibile	Piano di comunicazione aziendale, in accordo con il piano regionale, per la diffusione del format 10 raccomandazioni per uno stile di vita salutare disponibile Almeno una attività di comunicazione tra quelle previste dal Piano di comunicazione aziendale
PL13	Programma di comunicazione 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	Interventi di comunicazione/ sensibilizzazione, in occasione delle ricorrenze previste dal calendario delle Giornate tematiche per la salute	Almeno un intervento di informazione e sensibilizzazione coordinato a livello regionale	Almeno un intervento di informazione e sensibilizzazione secondo indicazioni regionali

PL14	Disponibilità e realizzazione di interventi di comunicazione e informazione in tema di vaccinazioni *Indicatore tracciante*	Presenza di campagna di comunicazione sulla vaccinazione contro la pertosse, in occasione della settimana mondiale delle vaccinazioni (aprile)	Realizzazione di almeno una iniziativa di comunicazione	Adesione alle iniziative di comunicazione
PL15	Comunicazione. Presenza di iniziative informative per cittadini e operatori	Realizzazione di materiali per la nuova campagna di comunicazione regionale rivolta a persone straniere. Promozione dello screening colo-rettale tramite le farmacie	Coordinamento regionale campagne informative. Realizzazione e condivisione dei materiali per la nuova campagna di comunicazione regionale rivolta a persone straniere	Diffusione delle campagne Informative a livello locale
PL16	Comunicazione del PRP. Presenza del Piano e della strategia di comunicazione	Aggiornamento della strategia contenuta nel Piano di comunicazione con le azioni prioritarie individuate nei programmi PRP, comprensivo del calendario di giornate tematiche per la salute	Presenza di Piano di comunicazione aggiornato	Iniziative in occasione di almeno 6 giornate del calendario
	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	Valorizzazione e disseminazione delle informazioni contenute nel report regionale sugli incidenti stradali curato dall'Ufficio regionale di statistica Elaborazione e diffusione del report regionale sugli incidenti domestici	Almeno una iniziativa di valorizzazione delle informazioni contenute nel report regionale "Incidenti stradali" Elaborazione e diffusione del report regionale "Incidenti domestici"	Pubblicazione e diffusione del report regionale "Incidenti stradali" Pubblicazione e diffusione del report regionale "Incidenti domestici"

7. 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 2026.
Saranno utilizzati i banner messi a punto nel 2025 per la comunicazione sui siti istituzionali (Regione e ASR) 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
16 aprile	Alcohol prevention day
24 - 30 aprile	Settimana mondiale delle vaccinazioni (World immunization week)
6 maggio	Giornata europea della sicurezza stradale
11 - 17 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

8. 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[5].

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.



[5] 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 Programmi previsti dalla programmazione 2026 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 2026



Programma 1



Programma 2



Programma 3



Programma 4



Programma 6, 7, 8



Programma 9



Programma 11



Programma 12



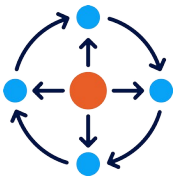
Programma 13



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