

Piano di comunicazione del Piano Regionale di Prevenzione

Aggiornamento 2019

Introduzione e contesto

Nell'ambito del Piano Regionale di Prevenzione 2014-2018, l'Azione 10.5.1 ha l'obiettivo di *“migliorare la comunicazione e la collaborazione interistituzionale relativa agli obiettivi di piano e favorire la partecipazione sociale alle decisioni e politiche per la salute”*.

In particolare tra le diverse attività era prevista la redazione di un documento di indirizzo per orientare e coordinare le iniziative di comunicazione e partecipazione a sostegno degli obiettivi del Piano. Lo strumento scelto per pianificare tali iniziative è stato il Piano di comunicazione, che organizza sia dal punto di vista strategico, sia da quello operativo le risorse e le azioni necessarie per una comunicazione efficace. Esso, infatti, definisce gli obiettivi e individua i destinatari, pianifica le strategie, le attività e le scadenze delle azioni.

La finalità del piano di comunicazione è di programmare, gestire, monitorare le strategie e le azioni previste per il raggiungimento degli obiettivi di comunicazione.

Uno degli elementi fondamentali è l'elaborazione del messaggio che deve essere adattato alle diverse tipologie di destinatari, anche per quanto riguarda le sue modalità di trasmissione.

Affinché la strategia comunicativa sia efficace, è importante che essa sia integrata, coerente e coordinata in ogni suo aspetto.

Le principali fasi del piano di comunicazione, che verranno di seguito descritte, sono:

- A. Definizione degli obiettivi
- B. Analisi e scelta dei destinatari
- C. Definizione dei contenuti
- D. Scelta delle azioni e degli strumenti
- E. Programma iniziative 2019
- F. Tempi di realizzazione
- G. Valutazione
- H. Guida all'utilizzo del marchio Prevenzione Piemonte

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.

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);

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

- 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);
- media;
- popolazione.

Gli 8 gruppi (tab. 1) sono stati analizzati in base alle loro specifiche caratteristiche nei termini di bisogno di conoscenza.

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

Gruppo di destinatari	Bisogni di conoscenza
Decisori del sistema sanitario (assessori, direttori e dirigenti regionali, direttori delle strutture sanitarie)	Informazioni necessarie per 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
Media	Elementi "notiziabili", di interesse generale, che catturino l'attenzione dei media per attivare una "cassa di risonanza" delle attività di prevenzione
Popolazione	Informazioni per la propria salute e per conoscere i servizi disponibili sul territorio

C. Definizione dei contenuti

La tabella 2 indica alcuni dei **contenuti** più opportuni da inserire nei messaggi rivolti a ciascun gruppo di destinatari.

Tab. 2. Scelta dei contenuti della comunicazione

Gruppo di destinatari	Che cosa comunicare
Decisori del sistema sanitario (assessori, direttori e dirigenti regionali, direttori delle strutture sanitarie)	Profilo di salute sintetico della popolazione di riferimento. Sintesi dei risultati delle attività di prevenzione. Indicazioni per l'applicazione di buone pratiche sperimentate, efficaci in termini di rapporto costi/benefici e trasferibili derivanti anche dall'attività del Laboratorio di Prevenzione
Operatori coinvolti nella programmazione PRP/PLP rispettivamente a livello regionale e locale	Profilo di salute approfondito della popolazione di riferimento. Valutazione dei risultati delle attività di prevenzione svolte nel periodo precedente. Indicazioni approfondite per l'applicazione di buone pratiche sperimentate, efficaci in termini di rapporto costi/benefici e trasferibili derivanti anche dall'attività del Laboratorio di Prevenzione
Operatori coinvolti nella programmazione delle attività territoriali	Buone pratiche realizzate in contesti paragonabili, risultati di esperienze sperimentate a livello territoriale e loro possibile evoluzione. Potenzialità di sviluppo delle attività derivanti dalla collaborazione tra differenti servizi dell'Azienda Sanitaria
Operatori del mondo clinico	Risultati delle attività di prevenzione relative al bacino di utenti di riferimento. Potenzialità di sviluppo delle attività derivanti dalla collaborazione tra differenti servizi dell'Azienda Sanitaria
Associazioni	Buone pratiche sviluppate nell'ambito di riferimento geografico e di popolazione, elementi per la progettazione condivisa con le realtà del territorio
Decisori politici (amministratori locali)	Profilo di salute sintetico della popolazione del territorio di riferimento. Informazioni sulle opportunità di collaborazione con l'ASL Indicazioni sui benefici per la comunità locale derivanti dall'attivazione di politiche per la salute nel territorio di riferimento
Media	Informazioni rilevanti, di interesse generale, contenenti elementi "notiziabili" quali dati sulla salute dei piemontesi, interventi di prevenzione attivati
Popolazione	Informazioni sullo stato di salute nel territorio di riferimento. Informazioni e strategie per mantenersi in buona salute sui diversi temi del PRP. Informazioni sulle risorse e opportunità disponibili sul territorio

D. Scelta delle azioni e degli strumenti

La strategia: il branding

Il *branding*² è una 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'azienda³. 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.

Alcuni studi⁴ hanno dimostrato che l'associazione di un logo a campagne e programmi di prevenzione e promozione della salute può produrre cambiamenti di comportamento attraverso gli atteggiamenti e le credenze positive che i destinatari associano al marchio identificativo dell'iniziativa.

Per il Piano Regionale della Prevenzione si è scelto di utilizzare questa strategia 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.

Il logo del PRP è 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 potrà essere utilizzato in tutti i documenti e strumenti di comunicazione derivanti da interventi messi in atto dalle azioni del Piano, a livello regionale e locale, insieme al logo dell'istituzione promotrice (Regione Piemonte o ASL). I dettagli sull'utilizzo e il posizionamento del logo sono disponibili nel paragrafo finale *Guida all'utilizzo del marchio Prevenzione Piemonte*.



² Basu A., Wang J. The role of branding in public health campaigns. JCM. 2009; 13: 77-91.

³ American Marketing Association, definizione rielaborata.

⁴ Evans WD, Holtz K, Snider J. Effects of the above the influence brand on adolescent drug use prevention beliefs. *J Health Communication*, 2014.

Gli strumenti

La tabella 3 descrive gli **strumenti** più adatti a comunicare, per tipo di contenuto e format, ai diversi gruppi di destinatari.

Tab. 3. Scelta del format di comunicazione

Gruppo di destinatari	Come comunicare
Decisori del sistema sanitario (assessori, direttori e dirigenti regionali, direttori delle strutture sanitarie)	▪ Documento sintetico di presentazione dei principali contenuti del PRP (cornice nazionale, principi e obiettivi; programmi PRP; principali azioni del PRP) ▪ Policy brief (presentazione) relativi ai diversi temi del PRP con una fotografia del problema, elementi sulle attività di prevenzione in corso o già concluse, raccomandazioni per la scelta di strategie future
Operatori coinvolti nella programmazione PRP/PLP rispettivamente a livello regionale e locale	▪ Evento formativo sul Piano di comunicazione ▪ Documentazione a sostegno del PRP sul sito regionale, Dors e siti tematici ▪ Report operativo
Operatori coinvolti nella programmazione delle attività territoriali	Schede sintetiche
Operatori del mondo clinico	Report sintetico concentrato sull'area di interesse.
Associazioni	Schede sintetiche su temi specifici relativi all'area di attività dell'associazione
Decisori politici (amministratori locali)	▪ Documento sintetico di presentazione dei principali contenuti del PLP (cornice nazionale/regionale, principi e obiettivi; programmi PLP; principali azioni del PLP) ▪ Policy brief di facile lettura, con infografiche e informazioni chiare (presentazione) relativi ai diversi temi del PRP con una fotografia del problema, elementi sulle attività di prevenzione in corso o già concluse, raccomandazioni per la scelta di strategie future ▪ Incontri (es. Conferenza dei Sindaci) con utilizzo degli strumenti predisposti
Media	▪ Comunicati stampa ▪ Infografiche di sintesi delle informazioni
Popolazione	▪ Documenti e notizie sui siti web regionali e aziendali ▪ Materiali informativi sui diversi temi del PRP ▪ Eventi con la popolazione correlati alle azioni del PRP/PLP ▪ Partecipazione a eventi sul territorio per sensibilizzare la popolazione sui temi della prevenzione

Tab. 4. Schema riassuntivo delle potenziali strategie di comunicazione attuabili per diversi gruppi di destinatari

Gruppo di destinatari	Bisogni di conoscenza	Che cosa comunicare	Come comunicare
Decisori del sistema sanitario (assessori, direttori e dirigenti regionali, direttori delle strutture sanitarie)	Informazioni necessarie per motivare le scelte strategiche e l'allocazione delle risorse	Profilo di salute sintetico della popolazione di riferimento. Sintesi dei risultati delle attività di prevenzione. Indicazioni per l'applicazione di buone pratiche sperimentate, efficaci in termini di rapporto costi/benefici e trasferibili derivanti anche dall'attività del Laboratorio di Prevenzione	- Documento sintetico di presentazione dei principali contenuti del PRP (cornice nazionale, principi e obiettivi; programmi PRP; principali azioni del PRP) - Policy brief (presentazione) relativi ai diversi temi del PRP con una fotografia del problema, elementi sulle attività di prevenzione in corso o già concluse, raccomandazioni per la scelta di strategie future
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	Profilo di salute approfondito della popolazione di riferimento. Valutazione dei risultati delle attività di prevenzione svolte nel periodo precedente. Indicazioni approfondite per l'applicazione di buone pratiche sperimentate, efficaci in termini di rapporto costi/benefici e trasferibili derivanti anche dall'attività del Laboratorio di Prevenzione	- Evento formativo sul Piano di comunicazione - Documentazione a sostegno del PRP sul sito regionale, Dors e siti tematici - Report operativo
Operatori coinvolti nella programmazione delle attività territoriali	Elementi di merito per la programmazione a livello territoriale	Buone pratiche realizzate in contesti paragonabili, risultati di esperienze sperimentate a livello territoriale e loro possibile evoluzione. Potenzialità di sviluppo delle attività derivanti dalla collaborazione tra differenti servizi dell'Azienda Sanitaria	Schede sintetiche
Operatori del mondo clinico	Indicazioni per orientare in senso evidence based le proprie attività	Risultati delle attività di prevenzione relative al bacino di utenti di riferimento. Potenzialità di sviluppo delle attività derivanti dalla collaborazione tra differenti servizi dell'Azienda Sanitaria	Report sintetico concentrato sull'area di interesse.
Associazioni	Indicazioni per orientare le proprie attività e la ricerca di partnership sul territorio	Buone pratiche sviluppate nell'ambito di riferimento geografico e di popolazione, elementi per la progettazione condivisa con le realtà del territorio	Schede sintetiche su temi specifici relativi all'area di attività dell'associazione
Decisori politici (amministratori locali)	Validi argomenti per motivare iniziative di indirizzo e adozione di politiche sanitarie e non sanitarie	Profilo di salute sintetico della popolazione del territorio di riferimento. Informazioni sulle opportunità di collaborazione con l'ASL Indicazioni sui benefici per la comunità locale derivanti dall'attivazione di politiche per la salute nel territorio di riferimento	- Documento sintetico di presentazione dei principali contenuti del PLP (cornice nazionale/regionale, principi e obiettivi; programmi PLP; principali azioni del PLP) - Policy brief di facile lettura, con infografiche e informazioni chiare (presentazione) relativi ai diversi temi del PRP con una fotografia del problema, elementi sulle attività di prevenzione in corso o già concluse, raccomandazioni per la scelta di strategie future - Incontri (es. Conferenza dei Sindaci) con utilizzo degli strumenti predisposti
Media	Elementi "notiziabili", di interesse generale, che catturino l'attenzione dei media per attivare una "cassa di risonanza" delle attività di prevenzione	Informazioni rilevanti, di interesse generale, contenenti elementi "notiziabili" quali dati sulla salute dei piemontesi, interventi di prevenzione attivati	- Comunicati stampa - Infografiche di sintesi delle informazioni
Popolazione	Informazioni per la propria salute e per conoscere i servizi disponibili sul territorio	Informazioni sullo stato di salute nel territorio di riferimento. Informazioni e strategie per mantenersi in buona salute sui diversi temi del PRP. Informazioni sulle risorse e opportunità disponibili sul territorio	- Documenti e notizie sui siti web regionali e aziendali - Materiali informativi sui diversi temi del PRP - Eventi con la popolazione correlati alle azioni del PRP/PLP - Partecipazione a eventi sul territorio per sensibilizzare la popolazione sui temi della prevenzione

E. Programma iniziative 2019

1. Livello regionale

Il Piano Regionale di Prevenzione 2014-2018 è stato rimodulato per il 2018 e prorogato di un anno (DGR n. 27-7048 del 14 giugno 2018).

Dopo aver lavorato, nel 2018, alla creazione/promozione di strumenti di comunicazione finalizzati alla presentazione del PRP e dei PLP in termini di obiettivi e contenuti, nel 2019 il piano di comunicazione concentra gli sforzi sulla **rendicontazione dei risultati** raggiunti attraverso la creazione di strumenti comunicativi sintetici e facilmente fruibili da diverse categorie di destinatari. In particolare sono previsti due strumenti di comunicazione: uno per la georeferenziazione dei gruppi di cammino attivi in Piemonte e uno per la sintesi dei risultati degli interventi rivolti alle scuole del Piemonte.

La georeferenziazione dei **gruppi di cammino** attivi in Piemonte, attraverso la mappatura regionale, ha diverse finalità:

- favorire la conoscenza, nella popolazione generale, delle opportunità offerte dal territorio di praticare attività fisica attraverso i gruppi di cammino;
- fornire ai decisori e agli operatori una fotografia dei gruppi di cammino attivi a livello regionale, utile per integrare il monitoraggio e la rendicontazione dell'attività;
- dotare i professionisti sanitari di uno strumento facilmente utilizzabile per promuovere l'attività fisica presso gli utenti dei servizi.

La mappa regionale sarà accessibile dai siti istituzionali della Regione Piemonte, di Dors e delle singole ASL per fornire ai cittadini le informazioni pratiche quali luoghi e riferimenti a cui rivolgersi.

Le informazioni che alimentano la mappa provengono dai dati disponibili nella banca dati ProSa. Lo strumento richiede la partecipazione fattiva di tutte le ASL nel caricamento puntuale e nell'aggiornamento continuativo dei dati relativi ai gruppi di cammino del proprio territorio, per garantire la completezza delle informazioni presenti nella banca dati ProSa. L'aggiornamento della mappa, con le informazioni ricavate da ProSa, verrà effettuato semestralmente dagli amministratori dello strumento.

Lo strumento di sintesi dei risultati degli interventi rivolti alle scuole del Piemonte (**Istantanea Scuola**) fornirà 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. Tale sintesi sarà utile ai decisori e agli operatori per il miglioramento della programmazione e per la comunicazione rivolta agli stakeholder. Le informazioni necessarie per costruire questo strumento provengono dai dati disponibili nella banca dati ProSa.

L'Istantanea Scuola, predisposta da Dors, sarà costituita da una parte con i dati di livello regionale, uguale per tutte le ASL, e da una parte con i dati locali. I referenti ASL verificheranno la completezza e la correttezza di questa seconda parte, eventualmente modificandola e integrandola laddove necessario.

Ne consegue che, se i progetti/interventi saranno stati caricati correttamente su ProSa, l'Istantanea Scuola fornita alle ASL potrà essere considerata definitiva e pronta per essere utilizzata.

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.

Nell'autunno sarà realizzato un incontro con i referenti delle ASL per la presentazione degli strumenti e per un confronto sulle attività realizzate nel 2018 e su quelle in corso nel 2019.

2. Livello locale: linee di indirizzo per le strategie di comunicazione

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 semestrale 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.

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.).

Potranno infine essere ulteriormente sviluppati gli strumenti per la rendicontazione dei risultati già in uso su altri ambiti del Piano (es. istantanea del PLP 2018 corredata da informazioni sui risultati più significativi, oppure eventuali altri strumenti di comunicazione già sviluppati nelle ASL).

In ogni caso tutti gli strumenti dovranno essere contrassegnati dal **logo "Prevenzione Piemonte"**, sempre accompagnato dal logo Regione Piemonte e utilizzato secondo le indicazioni contenute nel Piano di comunicazione (v. punto H).

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.).

Inoltre gli strumenti di comunicazione dei risultati locali dovranno essere utilizzati in almeno un **evento locale** (ad esempio incontri, seminari, tavoli tematici con sindaci, associazioni, popolazione, stakeholder del territorio), anche dando continuità alle attività già in corso. È auspicabile, infine, sfruttare tutte le opportunità presenti nella comunità locale, come ad esempio partecipare a iniziative del territorio con la distribuzione di materiali informativi, mantenere rapporti con i media locali, ecc.

Affinché la banca dati ProSa possa valorizzare al meglio le attività realizzate nelle ASL, dovrà essere garantita la **completezza nel caricamento** delle relative informazioni.

Le attività di comunicazione dovranno comunque essere sinteticamente descritte anche nel documento di **rendicontazione annuale del PLP**.

F. Tempi di realizzazione

L'Istantanea Scuola e la mappa dei gruppi di cammino saranno disponibili a inizio ottobre.

Nel mese di ottobre è inoltre previsto l'incontro con i referenti locali per la presentazione delle attività e degli strumenti di comunicazione, che saranno utilizzabili anche nel corso del 2020, nell'ambito del nuovo Piano regionale di prevenzione.

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.

In questa fase sarà privilegiata la valutazione di processo, finalizzata a valutare il livello di attuazione delle azioni previste, per evidenziare le esperienze positive e le criticità del processo comunicativo.

Tale valutazione dovrà essere coerente con gli indicatori che, nel Piano regionale di Prevenzione, sono finalizzati a monitorare l'attuazione delle attività di comunicazione (azione 10.5.1), ovvero:

- Piano di comunicazione a sostegno degli obiettivi del PRP (standard atteso 2019: Piano di comunicazione PRP aggiornato; predisposizione e pubblicazione di almeno 1 strumento in tutte le ASL);
- Eventi/incontri/tavoli tematici a sostegno delle politiche per la salute e per gli obiettivi del Piano a livello regionale e nelle ASL (standard atteso 2019: eventi nell'80% delle ASL con utilizzo degli strumenti prodotti in almeno un evento di comunicazione).

Di conseguenza, per monitorare lo sviluppo del piano di comunicazione si individuano alcuni indicatori con i relativi standard attesi, che rappresentano il livello ottimale di attuazione delle azioni previste dal Piano di comunicazione. Tali indicatori dovranno essere utilizzati per descrivere le attività svolte nella rendicontazione annuale PLP, in modo da poterle valorizzare e costruire una sintesi complessiva delle iniziative di comunicazione a livello locale e regionale.

Indicatori per il livello regionale:

- n. strumenti prodotti (mappa gruppi di cammino, Istantanea Scuola) (standard 2019: almeno 2);
- n. eventi per presentazione degli strumenti (standard 2019: almeno 1);

Indicatori per il livello locale:

- n. eventi per decisori, portatori di interesse, popolazione (standard 2019: almeno 1);
- quantità dei destinatari coinvolti nell'evento (stima);
- n. contributi per documenti di accountability aziendali (standard 2019: almeno 1);
- pubblicazione strumenti di comunicazione sul sito aziendale (standard 2019: almeno 2).

H. Guida all'utilizzo del marchio 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 ufficiale⁵. 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.



⁵ 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
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)	
Il marchio deve essere stampato in bianco e nero, su un supporto nero	