

Il progetto complessivo è coordinato dal CNESPS.

Il progetto prevede la partecipazione delle Regioni e la collaborazione di consulenti esterni

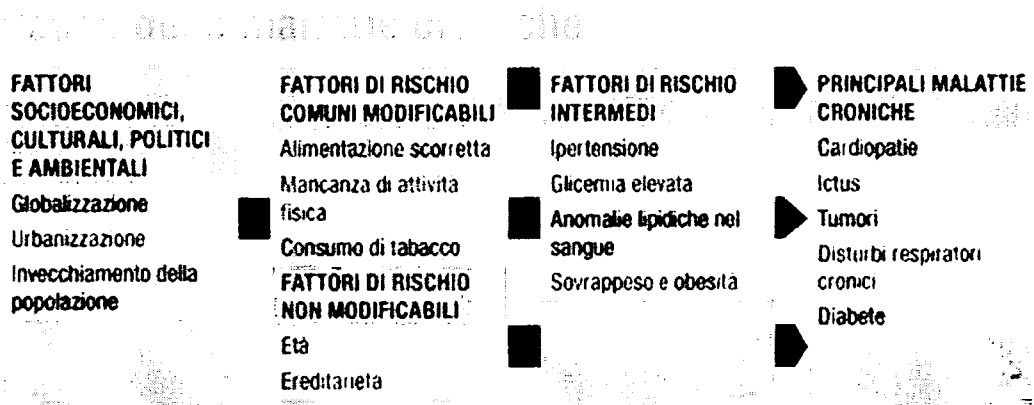
TITOLO: Programma d'informazione e comunicazione a sostegno degli obiettivi del programma "Guadagnare Salute" DPCM 4 maggio 2007

ANALISI STRUTTURATA DEL PROBLEMA

Le malattie croniche

Secondo i dati dell'Oms, l'86% dei decessi, il 77% della perdita di anni di vita in buona salute in Europa e in Italia sono provocati da patologie croniche (malattie cardiovascolari, tumori, diabete mellito, malattie respiratorie croniche, problemi di salute mentale e disturbi muscolo scheletrici) che hanno in comune fattori di rischio modificabili, quali fumo di tabacco, abuso di alcol, scarso consumo di frutta e verdura, sedentarietà. Tali fattori, a loro volta, possono generare quelli che vengono definiti fattori di rischio intermedi, ovvero ipercolesterolemia e ipertensione arteriosa, glicemia elevata, sovrappeso e obesità. Nel loro insieme questi fattori di rischio, associati a fattori non modificabili, come l'età o la predisposizione genetica, sono responsabili della maggior parte dei decessi per malattie croniche in tutto il mondo in entrambi i sessi.

Le patologie croniche sono però legate anche a determinanti impliciti, riflesso delle modifiche sociali, economiche e culturali quali la globalizzazione, l'urbanizzazione, l'invecchiamento progressivo della popolazione, le politiche ambientali, la povertà.



Fonte: Oms

Oltre ad avere un alto tasso di mortalità, le patologie croniche sono anche particolarmente invalidanti, causando una consistente perdita di anni di vita in buona salute, con un più grave coinvolgimento delle classi economicamente e socialmente svantaggiate. Dato il lungo decorso, richiedono un'assistenza a lungo termine e assorbono fette importantissime della spesa sanitaria (circa il 60% dell'onere della spesa sanitaria in Europa),

D'altra parte la frequenza di queste patologie cronicodegenerative (in particolare cardiovascolari e oncologiche) non può che aumentare con l'allungamento della vita media.

Nel nostro Paese infatti, la proporzione di popolazione sopra i 65 anni di età è cresciuta progressivamente negli ultimi decenni e rappresenta attualmente circa un quinto della popolazione nazionale, con punte anche maggiori in alcune regioni.

I sistemi sanitari dei diversi Paesi investono in prevenzione una modestissima quota della spesa sanitaria totale (secondo l'Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico-OCSE, in media, solo il 3%) rispetto a quella investita in assistenza.

Investire nella prevenzione

In questo scenario continuare ad investire solo in assistenza non è sostenibile e certamente una parte dell'attenzione va focalizzata, in modo non rimandabile, sulla prevenzione, da una parte riducendo i fattori di rischio a livello individuale, dall'altra agendo in maniera interdisciplinare e integrata per rimuovere le cause che impediscono ai cittadini scelte di vita salutari.

Il ministero della Salute e le Regioni si sono impegnati nell'azione di contrasto alle malattie croniche attraverso il Piano nazionale della prevenzione, previsto dall'Intesa Stato-Regioni del 23 marzo 2005. Il ministero della Salute ha collaborato con l'Oms Europa alla definizione di una strategia di contrasto delle malattie croniche, valida per tutto il vecchio continente, il programma "Gaining Health", approvato a Copenaghen il 12 settembre 2006 dal Comitato regionale per l'Europa.

Il ministero della Salute, inoltre ha cooperato anche alla costruzione di una strategia europea di contrasto all'obesità, approvata il 15 novembre 2006 a Istanbul nel corso della Conferenza ministeriale intergovernativa, durante la quale i ministri della salute hanno sottoscritto per i propri governi una dichiarazione di appoggio alle misure nazionali ed internazionali di contrasto all'obesità.

Poiché molti dei determinanti delle patologie da contrastare appartengono a campi non prettamente sanitari, l'attivazione di accordi intersettoriali rappresenta una garanzia per interventi efficaci a tutela della salute.

Il Programma Guadagnare Salute

Il programma "Guadagnare Salute", promosso dal Ministero della Salute ed approvato con il DPCM del 4 maggio 2007, in linea con gli orientamenti dell'OMS, vuole rispondere proprio a tale esigenza e facilitare i singoli cittadini nella scelta di stili di vita salutari attraverso accordi e iniziative integrate interministeriali, sostenute da campagne di informazione che mirino a modificare quei comportamenti che favoriscono l'insorgere delle malattie degenerative di grande impatto epidemiologico.

Il documento prevede la programmazione di una serie di interventi di tutela della salute pubblica concertati fra istituzioni e governo, capaci di affrontare in maniera globale i fattori di rischio principali (fumo, alcol, scorretta alimentazione e inattività fisica), garantendo allo stesso tempo maggiore e migliore informazione per aumentare la consapevolezza, azioni regolatorie, strategie intersettoriali per modificare l'ambiente di vita, l'allocazione di risorse specifiche per sostenere azioni mirate ad accelerare, a livello locale, l'inizio di un cambiamento nell'ambiente di vita.

La concreta realizzazione del programma è condivisa con le Regioni e con i Servizi sanitari locali ed è sostenuta dal CCM attraverso una serie di progetti coerenti con le aree di intervento, in collaborazione con Istituto Superiore di Sanità, regioni, ASL, istituzioni e associazioni presenti sul territorio.

La promozione del Programma Guadagnare Salute

Per la promozione e l'attuazione del Programma Guadagnare Salute è essenziale predisporre un pacchetto di attività e di strumenti che supportino le iniziative finalizzate alla corretta informazione e allo sviluppo della consapevolezza delle persone, nonché alla comunicazione tra diversi target appartenenti a settori differenziati, ma comunque coinvolti nella prevenzione e promozione della salute: operatori sanitari/non sanitari e i diversi soggetti sociali.

Poiché il Programma Guadagnare salute promuove l'attuazione di politiche che contrastino i comportamenti nocivi per la salute (favorire la mobilità e l'attività fisica delle persone, trasporti e verde urbano, sostenere il consumo di frutta e verdura, ridurre la concentrazione di sale, zuccheri e grassi negli alimenti, ridurre la quota di alimenti altamente calorici nella dieta, scoraggiare il più possibile il fumo di sigarette, ridurre l'abuso di alcol), e poiché tali politiche per essere attuate richiedono il coinvolgimento di diverse Istituzioni e Ministeri, nonché accordi con produttori e

distributori e altri soggetti, si ritiene opportuno che tale processo sia conosciuto da tutte le parti coinvolte, affinché gli interventi siano coordinati o orientati a obiettivi e azioni comuni

SOLUZIONI PROPOSTE

Si ritiene opportuno elaborare una strategia partendo dalla 4 aree tematiche corrispondenti ai 4 principali fattori di rischio: fumo, alcol, scorretta alimentazione e inattività fisica nei quali è possibile identificare con certezza i principali determinanti delle malattie croniche più frequenti e sui quali si articolano i 4 programmi specifici basilari di "Guadagnare salute":

- comportamenti alimentari salutari
- lotta al tabagismo
- lotta all'abuso di alcol
- promuovere l'attività fisica

I 4 fattori di rischio identificati dal programma Guadagnare salute sono anche al centro delle attività del Piano Nazionale di Prevenzione nelle aree riguardanti il rischio cardiovascolare, le recidive degli incidenti cardiovascolari, le complicanze del diabete, l'obesità, la prevenzione della malattie oncologiche attraverso la promozione degli screening, gli incidenti stradali.

Come prima attività, si ritiene opportuno avviare una ricognizione delle attività esistenti, nonché dei protocolli d'intesa stipulati nell'ottica dell'intersectorialità, delle iniziative di comunicazione attivate e dei prodotti editoriali già realizzati. Ciò al fine di condividere gli obiettivi tra gli attori coinvolti, favorire la sinergia tra più interlocutori e di creare una rete funzionale alla valorizzazione e all'integrazione delle diverse attività già esistenti comprese quelle promosse dal CCM.

Lo scopo è che le attività e gli strumenti predisposti dal presente progetto a supporto della corretta informazione e comunicazione siano conosciuti da tutti gli altri soggetti coinvolti nelle attività di sorveglianza, prevenzione e comunicazione in modo da poter rappresentare un patrimonio comune condiviso, accreditato e utilizzabile.

Un ulteriore scopo del progetto è fornire un servizio alle Regioni e alle realtà locali condividendo con loro le iniziative e fornendo materiali pronti da poter utilizzare direttamente o adattare.

E' opportuno, infatti, che le attività e gli strumenti predisposti dal presente progetto a supporto della corretta informazione e comunicazione si inseriscano all'interno di una rete di responsabilità già esistente a livello regionale e locale.

Le attività e gli strumenti elaborati nell'ambito del presente progetto a supporto della corretta informazione e comunicazione prevedono l'elaborazione di una serie di prodotti editoriali e di iniziative rivolte a target primari finali e l'elaborazione di una serie di prodotti editoriali e di iniziative rivolte a target primari funzionali al raggiungimento di target secondari.

È previsto inoltre il monitoraggio e la valutazione dell'intero processo

OBIETTIVI DEL PROGETTO

Obiettivo generale

Attivare processi di consapevolezza e di empowerment per scelte di vita salutari a livello individuale e collettivo, attraverso la predisposizione di un pacchetto di attività e di strumenti di informazione e comunicazione a sostegno degli obiettivi del programma "Guadagnare Salute

Obiettivi specifici

Obiettivo specifico 1) Identificare le attività e gli accordi intersettoriali esistenti a sostegno del Programma Guadagnare Salute e del Piano Nazionale di Prevenzione attiva nelle aree comuni con una particolare attenzione alle iniziative di sorveglianza e di comunicazione attivate e ai

prodotti editoriali già realizzati, al fine di creare una rete funzionale alla valorizzazione e all'integrazione delle diverse attività e alla condivisione degli obiettivi e dei messaggi tra gli attori coinvolti.

Pertanto, partendo dai 4 fattori di rischio è possibile "incontrare" i progetti avviati a sostegno del programma Guadagnare Salute, i sistemi di sorveglianza attivi a livello nazionale, regionale e locale (es PASSI, Okkio), le attività del Piano Nazionale di Prevenzione attiva, i protocolli d'intesa e potenziare tali iniziative, contattando i referenti e dando visibilità alle iniziative attraverso una serie di prodotti di informazione e comunicazione coerenti con le campagne di comunicazione predisposte nell'ambito di ogni progetto. A tal proposito si ritiene opportuno visionare il materiale già prodotto relativamente ai 4 principali fattori di rischio per target e contesti specifici e se opportuno renderlo maggiormente visibile e attuabile.

Effettuata la ricognizione delle attività esistenti, si prevede l'organizzazione di incontri tecnici con i referenti regionali del Piano Nazionale di Prevenzione, di Guadagnare salute, dei sistemi di sorveglianza e con altri attori da identificare coinvolti nelle azioni di contrasto ai fattori di rischio

Lo scopo degli incontri è la presentazione e condivisione del progetto, l'illustrazione delle attività esistenti, della rete di contatti e delle attività programmate.

Inoltre è opportuno che le attività e gli strumenti predisposti dal presente progetto a supporto della corretta informazione e comunicazione si inseriscano all'interno di una rete di responsabilità già esistente a livello regionale e locale, cioè il Progetto dovrà identificare tutti gli interlocutori coinvolti nell'attuazione del Programma.

Obiettivo specifico 2) Progettare una strategia che, attraverso l'attivazione di partnership intersettoriali, supporti la diffusione di messaggi elaborati sulla base di contenuti fondati su un evidence consolidato e preveda l'identificazione del target, degli obiettivi comunicativi, delle modalità di comunicazione più adeguate agli interlocutori, dei mezzi di comunicazione, dei contesti nei quali veicolare i messaggi, dei tempi, dei criteri di monitoraggio e valutazione

Prodotti e iniziative rivolte a target finali

Per il raggiungimento di tale obiettivo è prevista l'elaborazione di una serie di prodotti editoriali e di iniziative per la diffusione di messaggi corretti e omogenei, fondati su un evidence consolidato, rivolti alla popolazione generale e a specifici target (adolescenti, anziani, donne, famiglia), da veicolare a livello nazionale, regionale e locale, finalizzati a sviluppare le conoscenze e a facilitare le scelte salutari attraverso un richiamo alla responsabilità istituzionale e alla responsabilità individuale (il cittadino al centro delle scelte per la propria salute)

I messaggi definiti nei contenuti grazie alla collaborazione di esperti sulle aree tematiche corrispondenti ai 4 principali fattori di rischio a livello nazionale e regionale, come indicato dal Programma Guadagnare Salute, saranno orientati ad esempio a:

- rafforzare la conoscenza dei 4 fattori di rischio, come nocivi per la salute e associati alle malattie croniche raggiungendo i gruppi di popolazione più a rischio (disuguaglianze sociali, approccio multiculturale)
- permettere di memorizzare alcuni importanti messaggi semplificati ("5 al giorno" riferito alle 5 porzioni di frutta o verdure da consumare ogni giorno) oppure i messaggi sull'attività fisica
- aumentare il numero di adulti che si rivolgono al medico o al farmacista per misurare la pressione arteriosa e i livelli di colesterolo
- promuovere il controllo del peso nelle farmacie con valutazione del BMI
- promuovere corrette informazioni e consapevolezza sociale rispetto ai disturbi psichiatrici del comportamento alimentare al fine di contrastare le informazioni fuorvianti provenienti dai mass media e da fonti non accreditate

La diffusione dei messaggi sarà preceduta da un'indagine finalizzata all'approfondimento delle conoscenze sui principali fattori di rischio in un campione della popolazione (pre test) e seguita da un'indagine post test.

Inoltre per la definizione dei messaggi sarà effettuata un'analisi della percezione del rischio in un

campione di persone distinte per fasce d'età e per sesso attraverso l'organizzazione di focus groups con l'obiettivo di approfondire la conoscenza delle opinioni, delle abitudini e dei comportamenti. Tale scelta è in sintonia con un approccio comunicativo di "tipo partecipativo" attento alla valorizzazione dello scambio interattivo, all'ascolto, al dialogo e all'integrazione tra tutte le parti coinvolte.

Una particolare attenzione va dedicata

- alle donne in generale, anche per la loro importanza nelle "cure allevanti" (allattamento e cura dell'alimentazione nella famiglia) e alla relazione che queste hanno con i problemi di alimentazione.
- agli anziani data la crescente di popolazione appartenente a questo gruppo di popolazione
- agli adolescenti per le caratteristiche specifiche anche psicologiche della popolazione appartenenti a questa fascia d'età.

Si prevede l'utilizzo di strumenti di comunicazione di tipo unidirezionale (interfaccia web, media, comunicati stampa, articoli su giornali, opuscoli informativi, locandine,) sia di mezzi di comunicazione di tipo bidirezionali, come per esempio il colloquio *vis a vis* o una semplice telefonata, incontri organizzati *ad hoc*, interventi in incontri sul tema e dibattiti pubblici.

L'approccio integrato nell'uso dei mezzi di comunicazione (unidirezionali e bidirezionali), scelti in modo consapevole e finalizzato in base all'obiettivo, ai destinatari, alle disponibilità economiche, alle risorse umane, ai tempi ed al contesto, rappresenta una strategia per favorire la diffusione di informazioni e per facilitare la partecipazione attiva di tutti i soggetti. Sarà opportuno il coinvolgimento dei firmatari dei Protocolli d'Intesa stipulati per l'attuazione di "Guadagnare salute" appartenenti al mondo della produzione e dell'associazionismo.

Mezzi di comunicazione:

campagna pubblicitaria stampa: quotidiani (in particolare free press, periodici e rivista da selezionare per raggiungere con messaggi differenziati il pubblico adulto (individui, famiglie, scuola) e i giovani

Campagna pubblicitaria su radio nazionale e locale

Spazi televisivi

Attività di viral marketing per es. video nelle communities di video sharing o attraverso direct mailing

Distribuzione di cartoline promozionali (Promocard) nei luoghi di ritrovo e aggregazione dei giovani

Campagna pubblicitaria su web pianificata su portali verticali, siti di informazione, siti verticali per target giovani

Direct mailing con materiale informativo per scuole, MMG, farmacisti

opuscoli, locandine, webtv (schermi informativi), siti web

Creazione di uno spazio dedicato all'interno del Sito del Centro/ del ministero /del CCM che rappresenti un meta-contenitore in cui finiscono messaggi e buone pratiche

Contesti nei quali veicolare i messaggi: poste, metro bus, stazioni ferroviarie, farmacie, grandi centri commerciali, supermercati, uffici comunali

Tempi: primo anno del progetto

I media saranno informati per mezzo di comunicati stampa, contatti diretti con giornalisti, press kit.

Obiettivo specifico 3) Predisporre una serie di prodotti editoriali e di iniziative di confronto e di formazione rivolti a specifici target primari (MMG, Pediatri, operatori dei servizi igiene e alimenti SIAN, operatori del consultorio, insegnanti, associazioni dei cittadini, personale delle amministrazioni comunali) figure chiave per raggiungere in contesti e situazioni specifiche target secondari (adulti, adolescenti, bambini, donne, anziani, famiglie) con messaggi finalizzati non solo a sviluppare le conoscenze, ma anche ad attivare processi di consapevolezza per scelte salutari e responsabili.

Prodotti e iniziative rivolte a target primari e per raggiungere target secondari

Elaborazione di una serie di prodotti editoriali e di iniziative di confronto e di formazione rivolti a specifici target primari (MMG, Pediatri, operatori dei servizi igiene e alimenti SIAN, operatori del consultorio, insegnanti, associazioni dei cittadini, personale delle amministrazioni comunali) figure chiave per raggiungere in contesti e situazioni specifiche target secondari (adulti, adolescenti, bambini, donne, anziani, famiglie) con messaggi finalizzati non solo a sviluppare le conoscenze, ma anche ad attivare processi di consapevolezza per scelte salutari e responsabili.

I prodotti editoriali e le iniziative definite grazie alla collaborazione di esperti sulle aree tematiche corrispondenti ai 4 principali fattori di rischio a livello nazionale e regionale, saranno orientati a:

- valorizzare il ruolo di alcuni soggetti sociali (target primari) per la diffusione dei messaggi rivolti a target secondari funzionali all'attivazione dei processi di consapevolezza riguardo scelte e comportamenti salutari. In particolare i messaggi dovranno puntare a valorizzare un concetto globale di benessere inteso non come assenza di malattia, ma come impegno a stare bene in termini fisici (contatto e accettazione della propria corporeità), mentali e psicologici.
- di approfondire la conoscenza degli atteggiamenti e dei comportamenti di alcuni target primari (insegnanti, MMG, personale delle amministrazioni comunali) rispetto ai principali fattori di rischio attraverso un'indagine condotta con questionario KAP
- conoscere la percezione, le opinioni di alcuni target primari (insegnanti, MMG, PLS, personale delle amministrazioni comunali) sulle iniziative di informazione e comunicazione e sul significato del loro ruolo attraverso strumenti di ricerca qualitativa quali i focus group
- approfondire le competenze di base del counselling di alcuni target primari (MMG, PLS, operatori del SIAN, operatori del consultorio, insegnanti) attraverso iniziative di formazione a distanza e in presenza.

Per il raggiungimento dell'obiettivo si prevede la pianificazione dell'intero processo attraverso l'identificazione del target, degli obiettivi comunicativi, delle modalità di comunicazione più adeguate agli interlocutori, dei mezzi di comunicazione, dei contesti nei quali veicolare i messaggi, dei tempi, dei criteri di monitoraggio e valutazione

Si prevede l'utilizzo di strumenti di comunicazione di tipo unidirezionale (interfaccia web, media, comunicati stampa, newsletter, lettere, posta elettronica, schede informative, pubblicazioni scientifiche, convegni scientifici) sia di mezzi di comunicazione di tipo bidirezionali, come per esempio il colloquio *vis a vis* o una semplice telefonata, incontri organizzati *ad hoc*, interventi in incontri sul tema.

L'approccio integrato nell'uso dei mezzi di comunicazione (unidirezionali e bidirezionali), scelti in modo consapevole e finalizzato in base all'obiettivo, ai destinatari, alle disponibilità economiche, alle risorse umane, ai tempi ed al contesto, rappresenta una strategia per favorire la diffusione di informazioni e per facilitare la partecipazione attiva di tutti i soggetti

FATTIBILITA'

Per lo svolgimento delle attività relative al raggiungimento degli obiettivi 1 e 2 si prevede la costituzione di gruppi di lavoro tecnici sulle aree tematiche corrispondenti ai 4 principali fattori di rischio: fumo, alcol, scorretta alimentazione e inattività fisica affinché i messaggi possano essere definiti in modo corretto e omogeneo con il sostegno e l'orientamento delle fonti informative esistenti (Multiscopo, PASSI, studi ad hoc) tenendo conto di quanto emerso dai focus groups.

I gruppi potranno essere composti da esperti presenti in ISS e a livello regionale scelti ad esempio tra i Referenti del programma Guadagnare salute, tra i referenti del Piano Nazionale di Prevenzione, tra i coordinatori del PASSI o tra coloro che hanno partecipato al master Profea

Si ritiene necessaria la costituzione di un gruppo di lavoro dedicato presso il CNESPS e di un Comitato tecnico-scientifico di progetto, composto da rappresentanti del Ministero della Salute, del CNESPS, delle Regioni e da collaboratori esterni

CRITICITA'

E' necessario che i diversi soggetti siano coinvolti fin dall'inizio in modo attivo affinché gli strumenti e i messaggi possano essere condivisi e utilizzati in modo sinergico per obiettivi comuni. Sarà opportuno che il livello nazionale predisponga e condivida le iniziative e i materiali con i livelli regionali e locali per facilitare la loro attività di promozione della salute e di implementazione del Programma Guadagnare Salute

Allegato 2

OBIETTIVO GENERALE

Attivare processi di consapevolezza e di empowerment per scelte di vita salutari a livello individuale e collettivo, attraverso la predisposizione di un pacchetto di attività e di strumenti di informazione e comunicazione a sostegno degli obiettivi del programma "Guadagnare Salute"

OBIETTIVO SPECIFICO 1: Identificare le attività e gli accordi intersettoriali esistenti a sostegno del Programma Guadagnare Salute e del Piano Nazionale di Prevenzione attiva nelle aree comuni con una particolare attenzione alle iniziative di sorveglianza e di comunicazione attivate e ai prodotti editoriali già realizzati, al fine di creare una rete funzionale alla valorizzazione e all'integrazione delle diverse attività e alla condivisione degli obiettivi tra gli attori coinvolti.

OBIETTIVO SPECIFICO 2: Progettare una strategia che, attraverso l'attivazione di partnership intersettoriali, supporti la diffusione di messaggi elaborati sulla base di contenuti fondati su un'evidenza consolidata e preveda l'identificazione del target, degli obiettivi comunicativi, delle modalità di comunicazione più adeguate agli interlocutori, dei mezzi di comunicazione, dei contesti nei quali veicolare i messaggi, dei tempi, dei criteri di monitoraggio e valutazione

OBIETTIVO SPECIFICO 3: Elaborare una serie di prodotti editoriali e di iniziative di confronto e di formazione rivolti a specifici target primari (MMG, Pediatri, operatori dei servizi igiene e alimenti SIAN, operatori del consultorio, farmacisti, insegnanti, associazioni dei cittadini, personale delle amministrazioni comunali) figure chiave per raggiungere in contesti e situazioni specifiche target secondari (adulti, adolescenti, bambini, donne, anziani, famiglie) con messaggi finalizzati non solo a sviluppare le conoscenze, ma anche ad attivare processi di consapevolezza per scelte salutari e responsabili.

Allegato 3

PIANO DI VALUTAZIONE PER OGNI OBIETTIVO SPECIFICO

Obiettivo generale	Attivare processi di consapevolezza e di empowerment per scelte di vita salutari a livello individuale e collettivo, attraverso la predisposizione di un pacchetto di attività e di strumenti di informazione e comunicazione a sostegno degli obiettivi del programma “Guadagnare Salute”	
Obiettivo specifico 1	Identificare le attività e gli accordi intersettoriali esistenti a sostegno del Programma Guadagnare Salute e del Piano Nazionale di Prevenzione attiva nelle aree comuni con una particolare attenzione alle iniziative di sorveglianza e di comunicazione attivate e ai prodotti editoriali già realizzati, al fine di creare una rete funzionale alla valorizzazione e all'integrazione delle diverse attività e alla condivisione degli obiettivi tra gli attori coinvolti.	
Indicatore di risultato 1	Numero di contatti e relazioni intraprese con i referenti delle attività e degli accordi esistenti sul totale delle attività e degli accordi identificati	
Standard di risultato 1	Integrazione delle diverse attività e condivisione degli obiettivi tra gli attori coinvolti per la creazione di una rete a sostegno del Programma Guadagnare salute e del Piano Nazionale di Prevenzione attiva nelle aree comuni	
Azioni	Indicatore/i di processo	Standard di processo
Costituzione di un gruppo di lavoro dedicato e di un Comitato tecnico-scientifico di progetto, composto da rappresentanti del Ministero della Salute, del CNESPS, delle Regioni e da collaboratori esterni	Incontro con i membri del gruppo di lavoro dedicato al progetto	Partecipazione di tutti i membri componenti il gruppo di lavoro dedicato
Definizione e condivisione di una metodologia di lavoro per l'identificazione delle attività e del materiale esistente	Identificazione delle attività e del materiale esistente con una particolare attenzione alle iniziative di sorveglianza e di comunicazione attivate e ai prodotti editoriali già realizzati	100%
	Contatti e relazioni con i referenti delle attività e degli accordi esistenti	100%
Condivisione con i referenti delle	Incontri con i referenti	Definizione di linee

attività e degli accordi esistenti di linee comuni sulle iniziative di comunicazione		comuni
--------------------------------------------------------------------------------------	--	--------

CRONOGRAMMA obiettivo specifico 1

Mese	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	
Costituzione del gruppo di lavoro dedicato presso il CNESPS e definizione/ condivisione di una metodologia di lavoro																									
Costituzione di un Comitato tecnico-scientifico di progetto, composto da rappresentanti del Ministero della Salute, del CNESPS, delle Regioni e da collaboratori esterni																									
Identificazione delle attività e del materiale esistente																									
Contatti e relazioni con i referenti delle attività e degli accordi esistenti. Organizzazione di incontri tecnici																									

Allegato 3

PIANO DI VALUTAZIONE PER OGNI OBIETTIVO SPECIFICO

Obiettivo generale	Attivare processi di consapevolezza e di empowerment per scelte di vita salutari a livello individuale e collettivo, attraverso la predisposizione di un pacchetto di attività e di strumenti di informazione e comunicazione a sostegno degli obiettivi del programma "Guadagnare Salute"
Obiettivo specifico 2	Progettare una strategia che, attraverso l'attivazione di partnership intersettoriali, supporti la diffusione di messaggi elaborati sulla base di contenuti fondati su un evidence consolidato e preveda l'identificazione del target, degli obiettivi comunicativi, delle modalità di comunicazione più adeguate agli interlocutori, dei mezzi di comunicazione, dei contesti nei quali veicolare i messaggi, dei tempi, dei criteri di monitoraggio e valutazione
Indicatore di risultato 2	Identificazione del target, degli obiettivi comunicativi, delle modalità di comunicazione più adeguate agli interlocutori, dei mezzi di comunicazione, dei contesti nei quali veicolare i messaggi, dei tempi,

	dei criteri di monitoraggio e valutazione	
Standard di risultato 2	Produzione di un documento di pianificazione	
Azioni	Indicatore/i di processo	Standard di processo
Costituzione di gruppi di lavoro tecnici sulle aree tematiche corrispondenti ai 4 principali fattori di rischio	Organizzazione degli incontri dei gruppi di lavoro	Partecipazione di tutti i membri componenti i gruppi di lavoro
	Individuazione e condivisione dei messaggi	
Pianificazione della strategia per la diffusione dei messaggi	Identificazione dei target, degli obiettivi comunicativi, dei mezzi di comunicazione, dei contesti nei quali veicolare i messaggi	Esistenza di un documento di programmazione
	Piano di monitoraggio e valutazione	
Indagine sulle conoscenze sui principali fattori di rischio in un campione della popolazione (pre) e seguita da un'indagine post.	Definizione e condivisione delle domande del questionario per l'indagine	Produzione del questionario
Organizzazione e realizzazione di "focus group"	Identificazione del campione di persone distinte per fasce d'età e per sesso partecipanti ai focus	Partecipazione del 90% delle persone invitate
Elaborazione di una serie di prodotti editoriali e di iniziative per la diffusione di messaggi	Scelta e condivisione dei mezzi di comunicazione coerenti con i messaggi e gli obiettivi di comunicazione.	Produzione del materiale
Diffusione dei messaggi	Monitoraggio dell'attività di diffusione	I target identificati sono raggiunti
Indagine post diffusione dei messaggi Valutazione	Esistenza di un rapporto di valutazione	Redazione del rapporto di valutazione
Comunicazione dei risultati della valutazione	Diffusione dei risultati della valutazione	Produzione di un report/publicazioni

CRONOGRAMMA obiettivo specifico 2

Mese	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
Costituzione di gruppi di lavoro tecnici sulle aree tematiche corrispondenti ai 4 principali fattori di rischio		■	■																					
Pianificazione della strategia per la diffusione dei messaggi					■	■																		
Avvio di contatti con i media per mezzo di comunicati stampa, contatti diretti con giornalisti, press kit.						■	■																	
Indagine pre diffusione dei messaggi					■																			
Organizzazione e realizzazione di focus groups						■	■																	

CRONOGRAMMA obiettivo specifico 3

Mese	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
Indagine condotta con questionario KAP												■	■											
Organizzazione realizzazione di focus group												■	■	■										
Elaborazione di prodotti editoriali e iniziative di confronto															■	■								
Diffusione dei prodotti editoriali Valutazione																	■	■						
Comunicazione dei risultati della valutazione																			■					
Identificazione dei bisogni formativi degli operatori coinvolti nell'attività di formazione														■	■									
Progettazione del percorso formativo a distanza																■								
Svolgimento della formazione a distanza e organizzazione di incontri formativi in presenza																	■	■	■	■	■			
valutazione dell'attività formativa																							■	■

Allegato 4

PIANO FINANZIARIO

PIANO FINANZIARIO GENERALE

<u>Risorse</u>	<u>Totale</u>
Personale	<u>729.000,00</u>
Beni e servizi	<u>3.221.000,00</u>
Missioni	<u>100.000,00</u>
Spese generali	<u>450.000,00</u>
<u>Totale</u>	<u>4.500.000,00</u>