



**A.S.L. V.C.O.**

*Azienda Sanitaria Locale  
del Verbano Cusio Ossola*

Sede legale : Via Mazzini, 117 - 28887 Omegna (VB)  
Tel. +39 0323.5411 0324.4911 fax +39 0323.643020  
e-mail: protocollo@pec.aslvco.it - www.aslvco.it

P.I./Cod.Fisc. 00634880033

---

## **DELIBERAZIONE DEL DIRETTORE GENERALE**

N. 33 del 19/01/2026

**Oggetto: APPROVAZIONE PIANO DI COMUNICAZIONE TRIENNIO  
2026-2028**

**DIRETTORE GENERALE - DOTT. FRANCESCO CATTEL  
(NOMINATO CON DGR N. 25-655/2024/XII DEL 23/12/2024)**

**DIRETTORE SANITARIO - DOTT.SSA DANIELA KOZEL**

**DIRETTORE AMMINISTRATIVO - DOTT.SSA BARBARA BUONO**



Il presente documento informatico è sottoscritto con firma digitale, creato e conservato digitalmente secondo la normativa vigente



**A.S.L. V.C.O.**

*Azienda Sanitaria Locale  
del Verbano Cusio Ossola*

Sede legale : Via Mazzini, 117 - 28887 Omegna (VB)  
Tel. +39 0323.5411 0324.4911 fax +39 0323.643020  
e-mail: protocollo@pec.aslvco.it - www.aslvco.it

P.I./Cod.Fisc. 00634880033

---

## **DELIBERAZIONE DEL DIRETTORE GENERALE**

L'estensore dell'atto: Cortella Erika

Il Responsabile del procedimento: Nobili Massimo

Il funzionario incaricato alla pubblicazione.



Il presente documento informatico è sottoscritto con firma digitale, creato e conservato digitalmente secondo la normativa vigente



## IL DIRETTORE GENERALE

Nella data sopraindicata, su propria iniziativa, in conformità al Regolamento approvato con delibera n. 290 del 12/05/2017 e modificato con delibere n. 65 del 28/01/2020 e n. 555 del 25/06/2025.

**Vista** la Legge 7.06.2000 n. 150, "Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni", e in particolare:

il Capo 1°, dedicato ai Principi generali, soprattutto i primi due articoli, dedicati a "Finalità e ambito di applicazione" e a "Forme, strumenti, prodotti" che legittimano pienamente il ruolo e l'importanza che la comunicazione riveste tra le attività della pubblica amministrazione;

i successivi articoli 6, 7, 8, e 9 del ricordato Capo 1°, che danno il potere a ciascuna Amministrazione Pubblica di definire, nell'ambito del proprio ordinamento, degli Uffici e del personale, e nei limiti delle risorse disponibili, le strutture e i servizi finalizzati alle attività di informazione e comunicazione e al loro coordinamento;

**Considerato** che la citata legge 7.06.2000 n. 150, prevede la promozione dell'immagine degli enti pubblici in modo da conferire conoscenza e visibilità al loro operato, disponendo che tale attività promozionale si possa esplicare anche attraverso la pubblicità, attraverso audiovisivi e strumenti telematici, comunque con ogni mezzo di trasmissione idoneo ad assicurare la necessaria diffusione dei messaggi;

**Visto** il Decreto del Presidente della Repubblica 21.09.2001, n. 442, con cui è stato approvato il "Regolamento per l'individuazione dei titoli professionali del personale da utilizzare presso le pubbliche amministrazioni per le attività di informazione e comunicazione e disciplina degli interventi formativi";

**Vista** la Direttiva del Ministero della Funzione Pubblica del 07.02.2002 "Attività di comunicazione delle Pubbliche Amministrazioni", che ha approfondito le indicazioni contenute nella Legge 150/2000 relative alle strutture, alle funzioni e alle modalità di attuazione della comunicazione e di informazione;

**Valutata** come necessaria l'esigenza di dare attuazione al disposto dell'art. 12 della Legge n. 150/2000, norma che prevede sia predisposto il Piano di Comunicazione dell'Ente per il triennio 2026-2028;

**Visto** il Piano di Comunicazione dell'ASL VCO per il triennio 2026-2028 approntato dall'Ufficio Comunicazione e URP che definisce gli obiettivi, le strategie e le azioni di comunicazione che l'ASL prevede di attuare nel triennio;

**Considerato** come, con l'approvazione del Piano di Comunicazione, si prosegue un percorso finalizzato a garantire il conseguimento dei seguenti macro-obiettivi:

- realizzare e gestire un sistema di comunicazione e informazione che coinvolga i media più diffusi sul territorio locale, regionale e nazionale, oltre a soggetti plurimi, anche in iniziative di prevenzione e divulgazione di corretti stili di vita;
- promuovere campagne educazionali nell'ambito di quanto previsto dal Piano Sanitario Nazionale e dal Piano Sanitario Regionale;
  - promuovere la conoscenza e l'utilizzo dei servizi all'utenza;



- incrementare la conoscenza delle opere ed attività realizzate dall’Azienda, garantendone la massima visibilità;
- aggiornare le informazioni sulla rete dei servizi sanitari e sulle prestazioni offerte tramite strumenti telematici;
- promuovere l’immagine dell’Azienda e le sue attività;
- regolamentare l’attività di sponsorizzazione a favore dell’Ente;
- gestire azioni di marketing;
- sviluppare la comunicazione interna (intranet, rassegna stampa, segnaletica aziendale) ed esterna (ufficio stampa, contenuti sito web, cartellonistica stradale, rapporti con i mass media e altre forme telematiche);
- supportare l’organizzazione di convegni ed eventi aziendali;
- favorire e coordinare iniziative con Associazioni di Volontariato e Pubblica Tutela a sostegno di attività comunicative e promozionali su tematiche sanitarie;
- promuovere l’utilizzo di social network per migliorare l’attività informativa favorendo l’interattività;
- promuovere momenti formativi tendenti a migliorare la comunicazione interna e relazionale verso il cittadino con particolare attenzione al personale di front-office;
- promuovere la conoscenza e l’utilizzo di alcuni servizi dell’ASL con attività di comunicazione rivolta agli operatori, interni e convenzionati e ai cittadini;
- sviluppare la comunicazione in sinergia con Reti, Dipartimenti ed Enti regionali e nazionali su progetti condivisi;
- sviluppare con Cittadinanzattiva e il Gruppo di Lavoro della Conferenza di Partecipazione il progetto di umanizzazione dei Presidi Ospedalieri e dei Presidi di ricovero RSA che aderiscono all’iniziativa, e l’attività di monitoraggio dei servizi alla salute erogati ai cittadini sul territorio, intervenendo conseguentemente con azioni di miglioramento laddove sono state rilevate criticità;
- supportare la definizione delle strategie aziendali in tema di relazioni esterne e della comunicazione istituzionale e la promozione delle attività aziendali;
- supportare la definizione delle strategie aziendali relative alla web presence aziendale e l’attività dei relativi strumenti tecnici;
- definire il regolamento per la concessione dei Patrocinii ed utilizzo del logo aziendale;
- coordinare operativamente le informazioni raccolte per la veicolazione tramite i siti istituzionali, in collaborazione con le Strutture interessate;
- promuovere la cultura della legalità, dando efficace comunicazione e diffusione alla strategia di prevenzione dei fenomeni corruttivi attuata mediante il Piano triennale di Prevenzione della corruzione e trasparenza;

Acquisiti i pareri favorevoli espressi ai sensi dell’art. 3 del d.Lgs. 502/1992 e smi, come formulati nel frontespizio del presente atto



**A.S.L. VCO.**

*Azienda Sanitaria Locale  
del Verbano Cusio Ossola*

Sede legale : Via Mazzini, 117 - 28887 Omegna (VB)  
Tel. +39 0323.5411 0324.4911 fax +39 0323.643020  
e-mail: protocollo@pec.aslvco.it - www.aslvco.it

P.I./Cod.Fisc. 00634880033

## **DELIBERA**

1. Di approvare il Piano di Comunicazione dell'ASL VCO per il triennio 2026-2028 che viene allegato al presente atto quale parte integrante e sostanziale sotto all. 01.
2. Di dare mandato all'Ufficio Comunicazione e URP di attuare le iniziative necessarie alla realizzazione dei macro-obiettivi contenuti nel Piano della Comunicazione, compresi tutti gli adempimenti amministrativi per la completa attuazione delle attività previste nel Piano della Comunicazione dell'ASL VCO.
3. Di dare atto che dall'adozione del presente atto non deriva alcun onere a carico dell'Azienda in quanto i costi saranno determinati all'attuazione del Piano di Comunicazione con successivi separati atti.
4. Di dichiarare la presente deliberazione immediatamente esecutiva, al fine di procedere celermente all'adozione e all'applicazione del Regolamento di cui trattasi.



Il presente documento informatico è sottoscritto con firma digitale, creato e conservato digitalmente secondo la normativa vigente

# PIANO DI COMUNICAZIONE ASL VCO

## TRIENNIO 2026 - 2028

### Premessa

L'ASL VCO è un'Azienda Sanitaria inserita organicamente nel Servizio Sanitario Regionale del Piemonte con la finalità di proteggere, promuovere e migliorare la salute della popolazione residente, mediante programmi ed azioni coerenti con i principi e con gli obiettivi indicati dalla pianificazione sanitaria e socio-assistenziale nazionale e regionale.

La missione dell'ASL VCO è rispondere ai bisogni e alle aspettative di salute dei cittadini, gestendo con efficienza le risorse disponibili per garantire prestazioni di prevenzione, cura e riabilitazione efficaci ed appropriate, offerte con tempestività, rispetto della persona ed in condizioni di sicurezza.

Per rispondere alla propria missione l'Azienda opera con trasparenza, cercando di favorire al massimo la partecipazione dei cittadini nella definizione delle scelte e nella valutazione dei risultati.

La legislazione vigente, a partire dalla L. 241/1990 (che ha tra gli obiettivi l'informazione ai cittadini quale profilo essenziale della trasparenza amministrativa) ha portato a riconoscere che gli Enti Pubblici, di qualsiasi tipo e finalità, ormai non possono non comunicare. La comunicazione pubblica oggi non è soltanto "informare" ma anche "ascoltare" e costituisce parte integrante dell'azione delle Amministrazioni quale funzione strategica nel processo di trasformazione della loro attività.

All'interno di queste coordinate, informazione e comunicazione assumono dunque un ruolo di notevole importanza strategica della comunicazione istituzionale, tenuto conto che il processo comunicativo non è costituito esclusivamente dalla necessità di dare notizie ma costituisce parte integrante dei processi decisionali della Direzione Aziendale.

Dopo essere state adottate, le scelte strategiche del governo aziendale richiedono di essere rese note e comprese dai cittadini, a salvaguardia della propria salute e per un'appropriata fruizione dei servizi sanitari offerti.

Informazione e comunicazione possono inoltre diventare strumenti indispensabili per lo sviluppo di un'alleanza tra cittadini e servizi sanitari, presupposto necessario per realizzare un sistema sanitario locale in grado di rispondere in modo appropriato ed efficace ai reali bisogni delle persone, capace di curare le malattie ma anche di promuovere la salute nel suo complesso; possono inoltre avvicinare gli operatori della sanità ai pazienti, creando un circolo virtuoso tra tutti i soggetti coinvolti. Si realizza così un processo che non si sviluppa a senso unico, ma che privilegia l'ascolto, la partecipazione e lo scambio, al fine di favorire una forte e proficua interazione tra i diversi interlocutori del sistema sanitario del Verbano Cusio Ossola.

In quest'ottica assumono particolare rilevanza le azioni tese a correggere l'asimmetria informativa tra professionista/struttura e cittadino, e promuovere una reale autonomia di scelta (empowerment) da parte di quest'ultimo, nonché a migliorare le relazioni fra l'Azienda e i portatori di interesse (stakeholders).

Il Piano di Comunicazione dell'ASL VCO per il triennio 2026/2028 prosegue nell'attuazione del disposto della Legge 150/2000 e di quanto sin qui realizzato nell'ambito delle precedenti pianificazioni ed illustra tutte le attività che l'Ufficio Comunicazione e URP, in accordo con la Direzione Generale, attuano nelle rispettive competenze gestionali:

- nell'ambito dell'URP:
- dei reclami e delle segnalazioni
- degli elogi
- delle informazioni agli utenti sull'organizzazione aziendale e sulle modalità di fruizione dei servizi
- del rapporto con le Associazioni di Volontariato e Pubblica Tutela
- della -customer satisfaction
- della segnaletica e cartellonistica stradale

- nell'ambito dell'Ufficio Stampa:
- dei rapporti con gli Organi di Informazione
- del sito internet aziendale
- del sito intranet
- delle notizie sui social network
- delle attività di comunicazione interna
- delle relazioni istituzionali esterne
- del marketing

e delinea la linee di indirizzo dell'attività di comunicazione individuandone contenuti, strumenti, risorse e destinatari, continuando nella progressiva implementazione di un sistema comunicativo efficiente ed efficace, in grado di coniugare schematicismo, flessibilità e creatività, elementi indispensabili della moderna comunicazione pubblica.

Inoltre, in ottemperanza a quanto prevede la CIVIT (Commissione per la Valutazione, la trasparenza e l'integrità delle amministrazioni pubbliche) il Piano della Comunicazione prevede la messa in atto di azioni di sensibilizzazione della cittadinanza, volte:

- a promuovere la cultura della legalità, dando efficace comunicazione e diffusione alla strategia di prevenzione dei fenomeni corruttivi attuata mediante il Piano triennale di Prevenzione della corruzione e trasparenza;
- a creare un dialogo con l'esterno ed implementare un rapporto di fiducia premessa indispensabile che può portare all'emersione di fenomeni di cattiva amministrazione o di tipo corruttivo altrimenti silenti. A tal fine la Direzione Generale si avvarrà dell'Ufficio Comunicazione e URP quale rete organizzativa che opera come interfaccia comunicativa interno/esterno. Saranno predisposte soluzioni organizzative per l'attivazione di canali dedicati alla segnalazione di eventuali episodi di cattiva amministrazione, conflitto di interessi, corruzione;
- a garantire la massima trasparenza in merito all'andamento dell'Azienda.

## **Principali normative di riferimento**

Nell'ambito della comunicazione pubblica sono state emanate specifiche normative, che affermano il diritto/dovere delle Istituzioni di comunicare (L. 142/1990), il principio di trasparenza (L. 241/1990) e di semplificazione (L. 59/1997). L'informazione e la comunicazione vengono riconosciute come costanti dell'azione di governo nella Pubblica Amministrazione dalla Legge 150/2000, che disciplina la materia ed individua le figure professionali e i requisiti specifici.

La comunicazione viene considerata quindi “parte integrante dell'azione aziendale”, così come previsto dalla direttiva 7.02.2002 della Presidenza del Consiglio dei Ministri, Dipartimento della Funzione Pubblica.

## **Obiettivi della comunicazione aziendale**

La complessità del sistema “sanità” e la forte dinamica della comunicazione di questi ultimi anni rende necessaria l'adozione di strumenti di informazione in grado di far conoscere sia all'interno sia all'esterno le strategie, gli obiettivi e risultati aziendali.

Il presente Piano di Comunicazione vuole pertanto rappresentare, oltre che un mezzo di comunicazione e di condivisione, uno strumento in grado di supportare le future scelte degli Organi decisionali, attraverso flussi informativi bi-direzionali (dall'Azienda al territorio e viceversa) condivisi con la Direzione Generale e il continuo monitoraggio dei rapporti tra l'Azienda, i cittadini ed il contesto di riferimento.

Attraverso il Piano la comunicazione sostiene gli obiettivi strategici dell’Azienda, favorisce l’integrazione fra i molteplici attori coinvolti, coordina e rende coerenti le attività, gli strumenti e i canali di comunicazione con cui l’Azienda si relazione con i cittadini e gli utenti dei servizi e sia con i servizi aziendali.

I Direttori delle Strutture sono tenuti a considerare di primaria importanza la funzione di informazione all’esterno e valorizzazione di notizie, progetti, iniziative.

Di fondamentale importanza un coordinamento unico e professionale dell’Ufficio Stampa per le notizie da diramare all’esterno, al fine di evitare la diffusione di notizie scoordinate, contraddittorie, non aggiornate o non veritieri o suscettibili di strumentalizzazione.

Il Piano della Comunicazione 2026/2028 continua il percorso intrapreso con il precedente Piano, finalizzato a garantire, nel proprio ambito territoriale, il conseguimento dei seguenti macro-obiettivi:

- realizzare e gestire un sistema di comunicazione e informazione che coinvolga i media più diffusi sul territorio locale, regionale e nazionale, oltre a soggetti plurimi, anche in iniziative di prevenzione e divulgazione di corretti stili di vita;
- promuovere campagne educazionali nell’ambito di quanto previsto dal Piano Sanitario Nazionale e dal Piano Sanitario Regionale;
- promuovere la conoscenza e l’utilizzo dei servizi all’utenza;
- incrementare la conoscenza delle opere ed attività realizzate dall’Azienda, garantendone la massima visibilità;
- aggiornare le informazioni sulla rete dei servizi sanitari e sulle prestazioni offerte tramite strumenti telematici;
- promuovere l’immagine dell’Azienda e le sue attività;
- regolamentare l’attività di sponsorizzazione a favore dell’Ente;
- gestire azioni di marketing;
- sviluppare la comunicazione interna (intranet, rassegna stampa, segnaletica aziendale) ed esterna (ufficio stampa, contenuti sito web, cartellonistica stradale, rapporti con i mass media e altre forme telematiche);
- supportare l’organizzazione di convegni ed eventi aziendali;
- favorire e coordinare iniziative con Associazioni di Volontariato e Pubblica Tutela a sostegno di attività comunicative e promozionali su tematiche sanitarie;
- promuovere l’utilizzo di social network per migliorare l’attività informativa favorendo l’interattività;
- promuovere momenti formativi tendenti a migliorare la comunicazione interna e relazionale verso il cittadino con particolare attenzione al personale di front-office;
- promuovere la conoscenza e l’utilizzo di alcuni servizi dell’ASL con attività di comunicazione rivolta agli operatori, interni e convenzionati e ai cittadini;
- sviluppare la comunicazione in sinergia con Reti, Dipartimenti ed Enti regionali e nazionali su progetti condivisi;
- sviluppare con Cittadinanzattiva e il Gruppo di Lavoro della Conferenza di Partecipazione il progetto di umanizzazione dei Presidi Ospedalieri e dei Presidi di ricovero RSA che aderiscono all’iniziativa, e l’attività di monitoraggio dei servizi alla salute erogati ai cittadini sul territorio, intervenendo conseguentemente con azioni di miglioramento laddove sono state rilevate criticità;
- supportare la definizione delle strategie aziendali in tema di relazioni esterne e della comunicazione istituzionale e la promozione delle attività aziendali;
- supportare la definizione delle strategie aziendali relative alla web presence aziendale e l’attività dei relativi strumenti tecnici;
- definire il regolamento per la concessione dei Patrocini ed utilizzo del logo aziendale;
- coordinare operativamente le informazioni raccolte per la veicolazione tramite i siti istituzionali, in collaborazione con le Strutture interessate;
- promuovere la cultura della legalità, dando efficace comunicazione e diffusione alla strategia di prevenzione dei fenomeni corruttivi attuata mediante il Piano triennale di Prevenzione della corruzione e trasparenza.

## Le azioni di comunicazione

Gli obiettivi strategici delle azioni di comunicazione sono:

SVILUPPARE e promuovere l'immagine aziendale  
RAFFORZARE il senso di appartenenza dei professionisti  
RIAVVICINARE e fidelizzare i cittadini  
SEMPLIFICARE i processi di comunicazione  
PROMUOVERE in modo efficace le campagne sociali e di prevenzione  
INFORMARE in modo efficace i servizi offerti e le "eccellenze aziendali"  
SUPPORTARE e promuovere attività di fund raising

Le azioni di comunicazione vengono così declinate:

- **Rafforzamento dell'immagine aziendale e miglioramento dell'accoglienza**

L'adeguamento degli strumenti di documentazione e informazione (materiale informativo, modulistica, documentazione sanitaria) e dei sistemi di interfaccia ed orientamento del cittadino (segnalética, cartellonistica, portale web e altri media) contribuisce in primo luogo al potenziamento del sistema identificativo aziendale, del senso di appartenenze degli operatori e della fidelizzazione degli utenti, ma consente soprattutto un accesso più agevole, mirato e rispondente ai bisogni di accoglienza e di semplificazione dei percorsi.

- **Potenziamento del rapporto con le Associazioni di Volontariato e Tutela**

I rapporti con le Associazioni dei cittadini si sostanziano, sul versante della comunicazione e della partecipazione, nel supporto all'attivazione di progetti che integrino obiettivi aziendali di salute ed assistenza con il punto di vista e la collaborazione dei cittadini associati: nel misurare la qualità dei servizi, nel promuovere comportamenti di salute, nel facilitare l'accesso alle informazioni e dall'assistenza nel promuovere percorsi di rilevazione del grado di umanizzazione degli ospedali.

- **Promozione all'autogestione (empowerment) di condizioni di salute e di cura delle malattie**

Gli assi su cui sviluppare iniziative di empowerment sono: rispetto dei diritti, coinvolgimento nella cura, coinvolgimento nella promozione della sicurezza, partecipazione alle scelte relative ai servizi, partecipazione alle politiche socio-sanitarie. I primi tre sono quelli ai quali la comunicazione aziendale può fornire un contributo sostanziale attraverso una corretta informazione e supporti comunicativi efficaci e condivisi con i cittadini.

- **Sviluppo della trasparenza e cultura della legalità**

L'art. 1, comma 1, del D.Lvo n. 33/2013 e s.m.i. (come modificato dal D.Lvo n. 97/2016) definisce la trasparenza come accessibilità totale dei dati e documenti detenuti dalle Pubbliche Amministrazioni non più solo finalizzata a "favorire forme diffuse di controllo sul perseguimento delle funzioni istituzionali e sull'utilizzo delle risorse pubbliche" ma, soprattutto, con una modifica significativa apportata dal D. Lvo n. 97/2016, "allo scopo di tutelare i diritti dei cittadini, promuovere la partecipazione degli interessati all'attività amministrativa".

L'intento del legislatore con il richiamato D. Lvo n. 97 è ancora più valorizzata in considerazione di quanto previsto nel comma 2 del decreto trasparenza (n. 33/2013) secondo cui la trasparenza è condizione di garanzia delle libertà individuali e collettive, nonché dei diritti civili, politici e sociali, integra il diritto ad una buona amministrazione e concorre alla realizzazione di una amministrazione aperta, al servizio del cittadino.

La trasparenza diviene, quindi, principio cardine e fondamentale dell'organizzazione delle pubbliche amministrazioni e dei loro rapporto con i cittadini.

Importante segnalare il comma 3 all'art. 1 del D. Lvo n. 33/2013 che stabilisce che le disposizioni del decreto n. 33 integrano l'individuazione del livello essenziale delle prestazioni erogate dalle

amministrazioni pubbliche a fini di trasparenza, prevenzione, contrasto della corruzione e della cattiva amministrazione.

Occorre anche segnalare che la Legge n. 190/2012 *“Disposizioni per la prevenzione e la repressione della corruzione e dell’illegalità nella pubblica amministrazione”* ha fatto del principio di trasparenza uno degli assi portanti delle politiche di prevenzione della corruzione prevedendo, all’art. 1, comma 15, che la trasparenza dell’attività amministrativa sia assicurata mediante la pubblicazione, nei siti web istituzionali delle pubbliche amministrazioni, delle informazioni relative ai procedimenti amministrativi secondo criteri di facile accessibilità, completezza e semplicità di consultazione, nel rispetto delle disposizioni in materia di segreto di Stato, di segreto d’ufficio e di protezione dei dati personali, la Legge 190 ha conferito al Governo una delega ai fini dell’adozione di un decreto legislativo per il riordino della disciplina riguardante gli obblighi di pubblicità e trasparenza da parte delle pubbliche amministrazioni. In attuazione di tale delega il Governo ha adottato il richiamato D. Lgs n. 33/2013 che ha complessivamente operato una sistematizzazione dei principali obblighi di pubblicazione in materia di trasparenza prevedendo la creazione, sui siti web istituzionali, della sezione *“Amministrazione Trasparente”*.

Su questo tema gli obiettivi finalizzati alla comunicazione ed interazione con il cittadino/utente sono:

- informare sul ruolo svolto dall’Azienda Sanitaria rafforzando il rapporto fiduciario con i cittadini e assicurando la massima visibilità sull’efficienza e l’impegno;
- richiamare l’attenzione dei cittadini per la valutazione dei servizi erogati ed incrementare le iniziative di coinvolgimento;
- sviluppare una rete di collaborazione esterna con altri soggetti istituzionali per la valorizzazione di temi di interesse pubblico;
- rendere puntuale conto della correttezza ed efficacia degli atti;
- garantire la massima trasparenza sull’andamento dell’Azienda.

#### • **Promozione della formazione**

La formazione svolge un ruolo fondamentale nell’assicurare lo sviluppo professionali degli operatori e la valorizzazione delle potenzialità esistenti, indispensabili per la realizzazione della mission aziendale. I momenti formativi sono però altrettanto utili come occasione di conoscenza, dialogo e confronto con tutti gli operatori: per questa ragione, siano essi formalmente definiti attraverso corsi di formazione ovvero quali momenti di incontri in gruppi di lavoro o riunioni, sono estremamente utili per la creazione del senso di appartenenza ed il rafforzamento dell’identità aziendale.

#### • **Comunicazione tra sanitari e paziente**

La comunicazione tra gli operatori sanitarie e di assistenza e il paziente e i suoi congiunti (nel rispetto della normativa sulla privacy) è un elemento qualificante dell’assistenza prestata e rappresenta la base del rapporto di fiducia tra i pazienti e i curanti.

E’ indispensabile che qualunque atto sanitario e assistenziale sia condiviso tra gli operatori ed i pazienti. Affinchè si realizzi tale condivisione gli operatori devono spiegare i passaggi salienti del percorso al paziente, motivando le scelte e prestando attenzione alle domande e alle specifiche esigenze del paziente, onde personalizzare il percorso stesso.

La responsabilità di tale comunicazione è di ciascun operatore per la parte di competenza. In merito al più specifico discorso del consenso informato all’atto sanitario si deve fare riferimento alla procedura aziendale in materia.

In ogni caso è necessario che la comunicazione sia:

- **continua**, aggiornata ad ogni modifica della situazione e/o delle condizioni del soggetto;
- **estesa** secondo i desideri del paziente sia per quanto riguarda l’approfondimento della conoscenza che ritiene di voler avere sia per quanto riguarda il coinvolgimento di persone terze;
- **riservata** sia rispetto alle persone terze sia rispetto al luogo dove deve avvenire;
- **adeguata** alle conoscenze e capacità del soggetto.

Nei Reparti sono affissi cartelli informativi che riportano il seguente testo:

“Il Personale Medico si rende disponibile a comunicare ed informare i pazienti e le persone autorizzate dagli stessi in merito alla procedura clinica adottata ed alle eventuali modifiche dovute al variare della situazione del paziente. La Coordinatrice o il Coordinatore Infermieristico è disponibile a rilasciare le informazioni relative al percorso assistenziale del paziente.”

I momenti di comunicazione con il paziente sono molto numerosi, sia formali sia più informali, e pertanto non possono essere documentati tutti nella documentazione sanitaria. E' opportuno che siano riportati i momenti formali, anche al di fuori di quanto già previsto per il consenso informato all'atto sanitario, soprattutto se collegiali e/o con la presenza di terzi, nonché in caso di particolari esigenze (dissenso del paziente su alcune scelte cliniche proposte, scelta di dimissione anticipata o rifiuto del ricovero del paziente ...)

- **Sviluppo del sistema di comunicazione interna**

Una buona comunicazione interna, fondata su un'ampia circolazione delle informazioni sulle attività e sui processi lavorativi e il pieno coinvolgimento del personale nei progetti di cambiamento organizzativo, consente di costruire al meglio l'identità aziendale e favorisce la crescita del senso di appartenenza positivo alla dimensione del lavoro pubblico.

E' questo l'obiettivo propedeutico ad ogni altra azioni di comunicazione ed informazione realizzata dall'Azienda. Questo risultato si raggiunge, in primis, potenziando l'azione di raccordo e collaborazione con tutte le Macrostrutture e le Strutture aziendali, garantendo la coerenza degli obiettivi di comunicazione con i fini ed i programmi dell'ASL VCO mediante la definizione di una strategia integrata.

Nell'Azienda il processo di comunicazione interna, partendo dalla Direzione Generale, coinvolge tutti gli operatori, così che gli “attori” risultano anche “destinatari” della comunicazione.

La comunicazione interna si realizza principalmente attraverso i seguenti attori:

Direzione Generale – Ufficio Stampa

Direttori e Responsabili di Dipartimento e di Struttura

Operatori Professionali Sanitari Coordinatori

Dipendenti

**Principali strumenti utilizzati:**

- posta elettronica – la posta elettronica aziendale costituisce il principale strumento aziendale per le comunicazioni interne  
Per questa ragione sono stati creati una serie di indirizzi a livello aziendale. In taluni casi le informazioni vengono divulgate simultaneamente a tutti gli indirizzi email interni attivi
- Intranet – è il sito dedicato a chi lavora all'interno dell'ASL VCO  
Consente di reperire informazioni, notizie, regolamenti, procedure, modulistica, accedere alla rubrica telefonica, ecc. ....
- News letter interna – dal titolo “Vivere in Salute” è diffusa internamente agli operatori tramite pubblicazione su intranet
- Riunioni a tema sia in presenza che in videoconferenza
- Note della Direzione Generale e/o delle Direzioni Operative
- Deliberazioni aziendali e Determini dirigenziali pubblicate su intranet e internet in sezioni dedicate

**Modalità di diffusione delle informazioni:**

*informazioni di carattere strategico*

Direzione Generale  $\Rightarrow$  Direttori di Dipartimento  $\Rightarrow$  Direttori di SOC/SOSD  $\Rightarrow$  personale medico e personale sanitario e tecnico

Direzione Generale  $\Rightarrow$  Direttori di SOC amministrative / Responsabili Strutture in staff  $\Rightarrow$  personale di riferimento

#### Informazioni di carattere organizzativo

Direzione Generale  $\Rightarrow$  Direzione Sanitaria Ospedaliera e Direzione DiPSa  $\Rightarrow$  Direttori di Dipartimento  $\Rightarrow$  Direttori di SOC/Responsabili SOSD  $\Rightarrow$  personale di riferimento

Direzione Sanitaria Ospedaliera / Direttore di Dipartimento  $\Rightarrow$  Direttori SOC / Responsabili SOSD  $\Rightarrow$  personale di riferimento

Direttore Dipartimento  $\Rightarrow$  Direttori SOC / Responsabili SOSD di area  $\Rightarrow$  personale di riferimento

Direttore SOC/Responsabile SOSD  $\Rightarrow$  personale di riferimento

Direttore SOC amministrativa/Responsabile SOS in staff  $\Rightarrow$  Responsabile SOS  $\Rightarrow$  personale di riferimento

Responsabile SOS  $\Rightarrow$  personale di riferimento

Coordinatore Infermieristico / Coordinatore Tecnico  $\Rightarrow$  personale di riferimento

#### Informazioni di carattere generale

Direzione Generale  $\Rightarrow$  personale dipendente

L'Ufficio Stampa supporta la Direzione Generale e le differenti Strutture per lo sviluppo delle modalità e dei tempi di diffusione delle informazioni.

E' importante che le comunicazioni di carattere informativo e organizzativo arrivino a tutti i dipendenti. Ciascun Direttore / Responsabile e Coordinatore deve farsi carico di informare tutti i suoi collaboratori, con strumenti (email, riunioni di Reparto, comunicati interni, ...) che permettano di fornire e tracciare l'evidenza dell'avvenuta comunicazione.

L'efficacia della comunicazione interna è strettamente correlata al reperimento delle informazioni in possesso di ciascuna Struttura e alla loro trasmissione alla Direzione Generale e all'Ufficio Stampa, il quale si farà carico della loro elaborazione e dell'eventuale diffusione interna ed esterna di concerto con la Direzione Generale.

## **Diritto dei cittadini alle informazioni**

Si intende proseguire con le procedure di miglioramento dell'accessibilità al sito in sinergia con il Responsabile della Transizione Digitale. Inoltre l'Ufficio Comunicazione e URP proseguirà con l'aggiornamento del sito internet e, per quanto di competenza, del sito intranet.

Si prevede un'attività di formazione con il supporto della SOS ICT per gli operatori che operano sui siti internet e intranet.

Si prevede di sviluppare ulteriormente gli strumenti telematici di ausilio all'interazione con l'utenza e privilegiare il feed-back con questa e gli altri potenziali interlocutori, per rilevarne i bisogni, le preferenze ed il grado di soddisfazione dei servizi prestati.

Il diritto di accesso promosso attraverso l'uso delle tecnologie telematiche, tra l'altro, viene incontro al dovere verso i cittadini e i componenti degli Organi provinciali di trasparenza e pubblicità dell'azione amministrativa.

In quest'ottica si prevede:

- di favorire la circolazione delle informazioni sulle scelte aziendali, sull'organizzazione, sugli obiettivi della Direzione, sulle problematiche gestionali in corso di trattazione di particolare rilevanza aziendale;
- di determinare la circolazione di informazioni sui fatti che accadono in ambito sanitario mediante la diffusione di news e rassegne stampa a distribuzione capillare (intranet) ed a valenza quotidiana.

## **Sviluppo della rete della comunicazione esterna**

La comunicazione esterna si propone, nel quadro di tutela dei cittadini, di attuare un flusso di comunicazione tra l'Azienda e l'esterno rivolta ai cittadini/utenti e agli stakeholders, sia in forma diretta sia mediata dai mezzi di comunicazione.

Obiettivi della comunicazione esterna sono sostanzialmente:

- rendere più mirato il ricorso all'assistenza sanitaria pubblica, facilitando la fruibilità delle prestazioni;
- migliorare l'appropriatezza del ricorso alle prestazioni sanitaria diminuendo sprechi e riducendo i tempi di attesa;
- assicurare la trasparenza gestionale e l'accesso agli atti;
- corresponsabilizzare i cittadini, informandoli delle problematiche sanitarie, circa la comune necessità di migliorare allocazione e utilizzo delle risorse disponibili.

Punto focale della strategia comunicativa dell'ASL VCO è la creazione di un sistema in grado di mettere in rete tutti gli operatori e gli strumenti interni ed esterni al fine di sviluppare le relazioni con i cittadini, potenziare ed armonizzare i flussi di informazioni al suo interno e concorrere ad affermare il diritto dei cittadini ad un'efficace comunicazione.

La struttura di seguito descritta è finalizzata ad attività di comunicazione interna, esterna e coordinate intese ad illustrare ed informare gli operatori e la popolazione di riferimento circa le attività che l'ASL VCO attua per conseguire gli obiettivi istituzionali, evidenziando anche, in questo modo, le potenzialità e le eccellenze dell'azienda.

Un modello di comunicazione volto a relazionare, nei confronti della popolazione, il maggior numero di progetti-iniziative attuati o da attivare per migliorare la qualità percepita e favorire il processo di appartenenza alla gestione pubblica ed il pieno consenso dei cittadini e degli operatori nei riguardi della missione aziendale.

Al tempo stesso, la Direzione Generale, le Direzioni Operative e tutti gli operatori dell'ASL potranno ricavare una più ampia percezione dei reali bisogni della popolazione di riferimento, così da poter elaborare e correggere in itinere le politiche sanitarie aziendali, rendendole sempre più prossime e reattive rispetto ai bisogni dell'utenza.

## **Linee strategiche per lo sviluppo della comunicazione**

La strategia per raggiungere gli obiettivi sopra indicati prevede l'utilizzo dell'Ufficio Comunicazione e URP e della rete informativa fin qui approntata dall'ASL VCO, ampliata alle principali testate giornalistiche locali, dal sito web aziendale, dal sito intranet, dai social network e dalla Carta dei Servizi.

I Media Locali possono svolgere la funzione di collettore rispetto ai quesiti ed alle richieste d'informazione provenienti dall'opinione pubblica, inoltrandoli all'ASL dove saranno presi in gestione dall'URP.

Un ruolo fondamentale viene svolto anche dalla Conferenza Aziendale di Partecipazione, istituita per riconoscere agli Organismi di Rappresentanza degli utenti, del Terzo Settore e dell’Imprenditorialità Sociale un ruolo partecipativo nella programmazione e valutazione dei servizi sanitari, secondo quanto previsto dal D. Lvo 502/1992 e dalla Delibera di Giunta Regionale 16-9683 del 30.09.2008.

All’interno della Conferenza di Partecipazione sono stati costituiti due gruppi di lavoro denominati “Umanizzazione Presidi Socio Sanitari” e “Servizi Sanitari Territoriali per la presa in carico delle fragilità e cronicità”.

Una equilibrata comunicazione può assumere un ruolo di primo piano non solo per informare ed educare i cittadini a coretti stili di vita ma anche per coinvolgerli e responsabilizzarli – in quanto pazienti – nella corretta fruizione dell’offerta sanitaria.

Anche le Associazioni che fanno parte della Conferenza possono svolgere la funzione di collettore delle osservazioni, dei reclami e delle istanze provenienti dal segmento di opinione pubblica di riferimento, oltre a ricoprire un importante ruolo di monitoraggio del grado di soddisfazione dell’utenza.

## Aspetti metodologici

Obiettivi e attività previste nel Piano di Comunicazione sono singolarmente oggetto di una pianificazione specifica che richiede, di volta in volta:

- l’analisi del contesto
- la descrizione degli obiettivi
- l’individuazione del pubblico di riferimento
- la scelta delle strategie e dei contenuti
- l’individuazione delle attività e degli strumenti
- la misurazione dei risultati

Il monitoraggio delle attività del Piano è svolto periodicamente, anche in relazione al controllo degli obiettivi aziendali e di budget assegnato alle diverse strutture, nei casi in cui questi coincidano con alcuni obiettivi del Piano stesso.

La valutazione finale, prevalentemente “di risultato”, è effettuata invece sulla base degli indicatori individuati ed evidenziati all’interno del Piano stesso, nel capitolo dedicato.

## Modalità operative - azioni / strumenti

Modalità operativa	Strumento
<b>Riunioni periodiche</b> Sono previsti contatti periodici con i referenti della comunicazione per lo scambio di informazioni, l’aggiornamento sulle iniziative aziendali, il loro monitoraggio e lo studio di nuove proposte	<b>Addetto stampa / Referenti comunicazione</b>
<b>Banca dati e statistiche</b> Aggiornamento banca dati su attività e prestazioni erogate dall’ASL, oltre a recepimento di tutte le informazioni utili ad un’attività di comunicazione completa, corretta e trasparente	<b>Addetto stampa / URP</b>
<b>Rete internet e intranet</b> Con questa tecnologia vengono rese subito disponibili all’utente, sia esso interno o esterno all’Ente, le informazioni che provengono dai singoli servizi e le iniziative e gli atti adottati dall’Azienda.	<b>Ufficio stampa</b>

Modalità operativa	Strumento
<p><b>Customer satisfaction</b></p> <p>Introduzione di SMS inviati a pazienti ed utenti per raccogliere la loro opinione sulla qualità dei nostri servizi. Passaggio a questionari telematici con superamento del cartaceo.</p> <p>I report delle rilevazioni vengono divulgati attraverso incontri pubblici, incontri con le Associazioni di Volontariato e Pubblica Tutela accreditate presso l'Azienda Sanitaria e facenti parte dell'Assemblea della Conferenza di Partecipazione.</p> <p>Saranno previsti sondaggi specifici per singoli servizi, anche coinvolgendo il personale dell'Azienda per la valutazione di servizi interni.</p>	URP / Coordinatori Sanitari / ICT
<p><b>Formazione professionale</b></p> <p>E' stato richiesto l'inserimenti di corsi dedicati al personale di front office all'interno del piano formativo aziendale con lo scopo di migliorare i rapporti interpersonali con l'utenza.</p>	Ufficio stampa / Formazione
<p><b>Front office URP</b></p> <p>Dal punto di vista della comunicazione questo ufficio rappresenta uno strumento strategico e qualificante del sistema di comunicazione aziendale e il punto di contatto privilegiato tra l'Azienda e gli utenti.</p> <p>Deve essere potenziata la qualità e la quantità di informazioni veicolate dall'URP attraverso un più diffuso utilizzo dei mezzi interattivi e percorsi di condivisione con le macrostrutture e le Strutture aziendali.</p> <p>Per raggiungere questo obiettivo risulta fondamentale il coinvolgimento della rete dei referenti della comunicazione</p>	URP / Referenti comunicazione
<p><b>Internet - Sito web</b></p> <p>Strumento fondamentale per una moderna comunicazione per la divulgazione di informazioni di carattere generale e specifico sull'attività dell'Azienda. Costantemente aggiornato nei contenuti, il sito rappresenta la sede dove confluiscano le informazioni sugli argomenti di principale interesse o inerenti le attività e i servizi dell'Azienda e garantirà la presenza online dell'Azienda, anche grazie alla sua sinergia con i social media e all'accesso facilitato, essendo prevista la traduzione in quattro lingue e font ad alta leggibilità.</p> <p>Si cercherà di migliorare l'accesso dei visitatori con un aggiornamento continuo delle informazioni con la possibilità di ricerche mirate e più semplici.</p> <p>Sarà rilevata anche nel corso del corrente anno l'opinione del cittadino attraverso la pubblicazione di sondaggi on line sul gradimento del portale aziendale, sia per la sezione "Amministrazione Trasparente"</p>	Ufficio stampa/ Strutture coinvolte

Modalità operativa	Strumento
<b>Social network</b> Dedicato alla comunicazione di notizie su iniziative e attività, favorisce l’interattività con i cittadini. Ne sarà implementato l’utilizzo, anche attraverso la promozione di campagne informative dedicate a particolari argomenti di promozione della salute	<b>Ufficio stampa</b>
<b>Associazioni di volontariato</b> Saranno favorite iniziative con Associazioni di Volontariato e di Pubblica Tutela, delle quali l’Azienda Sanitaria avrà il coordinamento, a sostegno di attività comunicative e promozionali su tematiche sanitarie	<b>Ufficio stampa</b>
<b>Gestione reclami</b> Gestione reclami e manifestazioni di disagio, segnalazioni ed attestazioni di soddisfazione dei cittadini, informazioni agli utenti sulla fruizione dei servizi e sulle strutture	<b>URP</b>
<b>Rapporti con i mass media</b> Gestione dei rapporti con i media locali, elaborazione di materiale da inviare agli organi di informazione, redazione comunicati stampa, organizzazione conferenze stampa e coordinamento e promozione attività comunicative all’interno di spazi dedicati pressi i media locali e nazionali. Esclusivo rapporto con gli organi di informazione in stretta sinergia e condivisione con il Direttore Generale. Il singolo dipendente deve astenersi da diramare autonomamente notizie ed informazioni aziendali dirette all’esterno.	<b>Addetto stampa / Ufficio stampa</b>
<b>Comunicazione esterna</b> Spazio ad argomenti di particolare interesse indicati dall’ASL (anche con interviste della Direzione Generale e di operatori sanitari all’uopo indicati). Gestione dei casi di emergenza, conoscenza dei meccanismi con cui i media diffondono le notizie, per ovviare a problemi causati dalla pubblicazione di informazioni errate o deformate e accrescere i momenti di buona visibilità aziendale.	<b>Ufficio stampa / Media locali e nazionali</b>
<b>Carta dei Servizi</b> Aggiornata annualmente per quanto riguarda la descrizione dell’articolazione aziendale e delle attività erogate, viene pubblicata sul sito web aziendale. Contiene i principi, la mission e gli obiettivi che la Direzione Generale intende raggiungere con i relativi indicatori di verifica.	<b>Ufficio stampa / URP</b>

Modalità operativa	Strumento
<b>Trasmissioni televisive e radiofoniche</b> Ad emissione mensile, con la trasmissione Vivere in Salute vengono presentati i servizi offerti dall'Azienda Sanitaria. Attraverso le trasmissioni radiofoniche vengono divulgare le informazioni inerenti le iniziative aziendali e interviste "a tema" con professionisti dipendenti dell'ASL. Si tenderà a coinvolgere le testate giornalistiche online.	<b>Addetto stampa / Ufficio stampa / professionisti dipendenti</b>
<b>Applicazioni per smartphone</b> Utili attraverso i QR CODE per scaricare con smartphone video esplicativi di particolari procedure sanitarie effettuabili a domicilio	<b>Ufficio stampa / ICT</b>
<b>Canale Youtube</b> Usato principalmente per visionare le puntate della trasmissione "Vivere in Salute" e altri filmati che promuovano o informino sulle attività aziendali	<b>Ufficio stampa</b>
<b>Rassegna stampa</b> Raccolta di tutti i redazionali e articoli ottenuti su quotidiani, periodici, online. Realizzata tramite la fruizione della rassegna stampa messa a disposizione dalla Regione Piemonte e tramite i media online e non locali	<b>Ufficio stampa</b>
<b>Campagne di comunicazione</b> Strumento privilegiato per diffondere messaggi importanti, per trasmettere contenuti forti, per attirare l'attenzione su un tema particolare	<b>Addetto stampa / Ufficio stampa</b>
<b>Cartellonistica</b> Verifica e aggiornamento cartellonistica interna dei Presidi Ospedalieri e sanitari distribuiti sul territorio. Gestione della segnaletica stradale esterna.	<b>URP / società appaltatrice del servizio</b>
<b>Eventi aziendali</b> Supporto organizzativo per eventi aziendali e promossi da singole Strutture con elaborazione grafica e stampa del materiale informativo e promozionale	<b>URP / Ufficio stampa</b>
<b>Materiale informativo</b> Elaborazione grafica e stampa di materiale informativo destinato all'utenza, modulistica	<b>URP</b>
<b>News letter</b> Utile strumento per la veicolazione di notizie e dati sulle attività aziendali, progetti ed eventi. Particolare attenzione sarà data anche alle nuove acquisizioni di personale e ai dipendenti che lasceranno l'Azienda per quiescenza	<b>Ufficio Stampa / Comitato di redazione</b>

Modalità operativa	Strumento
<p><b>Formazione</b>  Fondamentale nell'assicurare lo sviluppo professionali degli operatori e la valorizzazione delle potenzialità esistenti, indispensabili per la realizzazione della mission aziendale.  Saranno organizzati corsi di formazione o momenti di incontri in gruppi di lavoro o riunioni per la creazione del senso di appartenenza, il rafforzamento dell'identità aziendale e per il miglioramento della comunicazione operatore-paziente/cittadino</p>	<p><b>Ufficio Stampa / Formazione / operatori front office</b></p>
<p><b>Incontri pubblici informativi</b>  Dedicati alla promozione della salute e del vivere sano, costituiscono momenti di approfondimento su tematiche di interesse comune</p>	<p><b>Ufficio Stampa/Strutture coinvolte</b></p>
<p><b>Testate giornalistiche online</b>  Diculgazione di informazioni inerenti le iniziative aziendali e interviste "a tema" con professionisti dipendenti dell'ASL.</p>	<p><b>Addetto stampa / Ufficio Stampa / Strutture coinvolte</b></p>

## Sponsorizzazioni

Sarà attivato un sistema finalizzato a reperire risorse economiche aggiuntive mediante le sponsorizzazioni pubblicitarie. L'obiettivo del sistema è quello di reperire risorse in modo tale da far fronte a specifiche e particolari esigenze in materia di innovazione, miglioramento della qualità e risparmio rispetto agli stanziamenti così come previsto dalla normativa di riferimento, con l'adozione di un Regolamento per l'attivazione di un Comitato etico, la stesura di un contratto-tipo, di un tariffario, il tutto pubblicato sul sito aziendale.

Le sponsorizzazioni sono gestite direttamente dall'Azienda che comunque potrebbe avvalersi della collaborazione di agenzie accreditate.

## Marketing

Il processo di modernizzazione e di semplificazione in atto nella Pubblica Amministrazione sta portando ad una progressiva ridefinizione del ruolo della comunicazione nell'ambito degli Enti Pubblici.

Questo nuovo orientamento non consente di limitare la funzione di comunicazione all'informazione, ma richiede un approccio più ampio orientato al marketing pubblico nel suo complesso.

Il marketing è una funzione aziendale che ha l'obiettivo di adattare l'offerta alle esigenze della domanda, interpretando le esigenze e le aspettative degli utenti.

Il marketing nella Pubblica Amministrazione cerca di stabilire, mantenere e rafforzare i rapporti a lunga scadenza con i cittadini/clienti, per creare un rapporto di fidelizzazione ai servizi.

Per sviluppare un'azione di marketing si parte dall'analisi della domanda, da un'analisi interna e dall'analisi dell'offerta. Si definisce la propria posizione e si agisce con una attività di comunicazione e marketing nei confronti del target dei potenziali clienti/utenti.

Nell'azione di marketing va tenuto conto del clima, sia aziendale che esterno, nei confronti dell'Azienda, sia della gestione dei reclami e della loro analisi e sia della customer satisfaction come verifica di qualità.

## **Monitoraggio e valutazione dei risultati**

Il monitoraggio rappresenta un momento fondamentale per l'attuazione del Piano di Comunicazione perché consente di verificare il funzionamento della struttura aziendale in rapporto alle attività di informazione e comunicazione e di riscontrare la diffusione all'esterno e all'interno dell'ASL delle informazioni.

Può inoltre rendersi necessario in corso di attuazione del piano apportare delle correzioni, per necessità soprattutti o evidenziate che riguardano le strategie di comunicazione, gli strumenti e i destinatari per la realizzazione degli obiettivi prefissati nel rispetto della "ratio" cui si ispira il Piano di Comunicazione e delle scelte che si sono operate.

Per rispondere a queste diverse esigenze è necessario prevedere una verifica dello stato di attuazione del Piano di Comunicazione e dei suoi progetti, per verificare l'effettiva attuazione delle scelte compiute in termini di congruenza tra i risultati conseguiti e gli obiettivi predefiniti e di verifica della realizzazione degli stessi.

Il processo di valutazione che ne consegue persegue dunque differenti finalità:

- verificare la congruenza delle azioni con gli obiettivi predefiniti
- orientare l'azione verso il loro raggiungimento
- ascoltare e leggere i segnali provenienti dall'esterno
- far emergere i punti di forza e di debolezza traducendoli in azioni mirate
- assicurare la correzione degli errori
- affinare le procedure

Per l'attività di monitoraggio dei risultati delle iniziative di comunicazione si utilizzeranno indicatori quantitativi come:

- consuntivo attività
- numero di pubblicazioni sui media degli eventi e dei comunicati divulgati
- indici di ascolto delle trasmissioni radio e tv
- rilevazioni presenze a seminari e convegni
- diffusione dei materiale cartacei

e qualitativi come:

- valutazione sull'organizzazione e realizzazione degli eventi programmati (con verifiche ex post)
- rilevazione sul gradimento dell'utenza tramite questionari di gradimento / efficacia dei servizi e di funzionalità della comunicazione interna

Indicatori generali sull'efficienza e gradimenti da parte dell'utenza nei confronti degli strumenti di comunicazione esterna possono inoltre esser ricavati da specifiche attività di customer satisfaction svolte e coordinate dall'URP.

## **Durata**

Il Piano di Comunicazione ha durata triennale e può essere aggiornato annualmente per contestualizzare le strategie comunicative in base ai bisogni evidenziati e agli obiettivi indicati.

## **Linee strategiche per lo sviluppo della comunicazione in caso di emergenza sanitaria**

Sulla scorta dell'esperienza maturata durante la pandemia da Covid19, si prevedono interventi mirati ad assicurare un adeguato livello di comunicazione interna/esterna in caso di situazioni di emergenza sanitaria che si intende sviluppare come di seguito specificato

## Azioni di comunicazione

Informazione attraverso la comunicazione esterna destinata a:

- Sindaci
- Istituzioni
- Medici di Assistenza Primaria – Pediatri di Libera Scelta
- RSA
- Specialisti Ambulatoriali
- Associazioni di Volontariato
- Cittadini
- Media
- Altri stakeholders

Informazione tramite la comunicazione interna destinata a:

- Dipendenti ASL

## Aspetti metodologici

L'attività di informazione sarà gestita in relazione ai differenti livelli di responsabilità dei singoli soggetti destinatari dell'attività di comunicazione in merito all'andamento della situazione della situazione di emergenza sanitaria e relativamente alle iniziative promosse dall'Azienda.

Per una migliore gestione della comunicazione interna/esterna i rapporti con gli organi di informazione e la partecipazione a spazi informativi sono di competenza esclusiva della Direzione Generale che la svolge attraverso l'Ufficio Stampa, al quale si rivolgono gli operatori e i professionisti sollecitati dai media o che intendono promuovere attività o informazioni.

## Raccolta dati

Al fine della realizzazione dell'attività di comunicazione e informazione dedicata situazione di emergenza sanitaria sono richiesti alle SOC interessate aggiornamenti quotidiani dei dati sui contagi, sui ricoveri, sui passaggi al DEA che saranno utilizzati per popolare un cruscotto di informazioni basiche sull'andamento della situazione di emergenza sanitaria a disposizione della Direzione Generale e di eventuali Gruppi di Lavoro.

## Monitoraggio e valutazione dei risultati

Verifica della presenza e correttezza sulla rassegna stampa di articoli dedicati alla situazione di emergenza sanitaria emessi dall'Ufficio Stampa.

Verifica passaggi sull'emittente televisiva locale dei messaggi sulla situazione di emergenza sanitaria tramite trasmissioni dedicate e spazi informativi specifici sull'argomento

Numero telefonate in entrata all'URP per informazioni sulla situazione di emergenza sanitaria in diminuzione rispetto alla media attuale

Numero richieste chiarimenti e informazioni sulla pagina aziendale di Facebook in diminuzione rispetto alla media attuale

## Modalità operative – azioni e strumenti

Modalità operativa - strumenti	Azione
<b>Comunicati stampa</b>	Attività di comunicazione rivolta ai media e cittadini su informazioni istituzionali e aggiornamenti di progetti, attività ed iniziative promosse dall'Azienda Sanitaria
<b>Trasmissioni "Vivere in Salute"</b>	Trasmissioni periodiche di approfondimento medico-scientifico dell'Azienda Sanitaria .

Modalità operativa - strumenti	Azione
<b>ASL VCO news</b>	Rubrica di notizie e informazioni periodiche a contenuto multimediale diffusa dall'ASL su canali social e media locali con notizie generali, informazioni istituzionali e aggiornamenti su progetti, attività ed iniziative promosse dall'Azienda Sanitaria
<b>Sito internet aziendale</b>	Vetrina digitale, fondamentale per aumentare visibilità, credibilità e contatti, presentando servizi progetti, attività ed iniziative promosse dall'Azienda Sanitaria
<b>Sito intranet</b>	Vetrina digitale per il personale interno dell'Azienda Sanitaria
<b>Pagina aziendale facebook / instagram/ linkedIn</b>	<p>Pubblicazione di notizie generali sull'attività dell'ASL, su alcune campagne di prevenzione, bandi per assunzione e conseguente presentazione dei nuovi assunti.</p> <p>Pubblicazione di notizie e informazioni istituzionali di eventi e di attività. Pubblicazioni di video e poster informativi.</p> <p>Rimandi periodici settimanali al contenuto della pagina presente in home page del sito internet (comunicati stampa)</p> <p>Sarà valutato altresì l'attivazione di un profilo aziendale tic toc.</p>
<b>Canale Youtube</b>	Pubblicazione video trasmissione "Vivere in Salute", ASL VCO news e altri video informativi
<b>Rassegna stampa</b>	Raccolta sistematica delle notizie più importanti e pertinenti per l'Azienda Sanitaria che sono pubblicati su vari mezzi di comunicazione e pubblicato su sito intranet aziendale
<b>DAIRI</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Newsletter Editoriale</li> <li>- Rassegna Evidenze Scientifiche</li> <li>- Ricerca Professioni Sanitarie</li> </ul>	Pubblicazione su sito intranet aziendale di articoli scientifici