

Allegato A alla deliberazione n. 26 del 20 GENNAIO 2015

PIANO DI COMUNICAZIONE DELL'ASL VCO

ANNO 2015

*a o D M
pm 1*

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.

A tal proposito, nell'atto aziendale che disciplina i principi e criteri dell'organizzazione dell'ASL VCO, tra i valori guida che orientano e sostengono le azioni ed i comportamenti dei singoli operatori e dell'interna struttura ci sono la semplificazione dell'accessibilità e fruibilità dei servizi, la trasparenza dei processi decisionali e dell'azione organizzativa, la corretta comunicazione delle politiche sanitarie aziendali e la sistematica informazione al cittadino ed ai fruitori dei servizi sui loro diritti e sulle opportunità offerte.

All'interno di queste coordinate, informazione e comunicazione assumono dunque un ruolo di notevole importanza strategica.

La legislazione vigente, a partire dalla L. 241/1990 (che ha tra gli obiettivi l'informazione ai cittadini quale profilo essenziale della trasparenza amministrativa) sino alla L. 150/2000 (disciplinante le attività di informazione e comunicazione delle pubbliche amministrazioni) 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.

In questa prospettiva, informazione e comunicazione possono svolgere un ruolo rilevante nel concretizzare i citati valori di semplificazione all'accesso, trasparenza e diffusa conoscenza dei servizi che guidano l'attività dell'ASL VCO.

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. Informazione e comunicazione possono 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.

Il Piano di Comunicazione dell'ASL VCL per l'anno 2015 prosegue nell'attuazione del disposto della L. 150/2000 e di quanto sin qui realizzato nell'ambito delle precedenti pianificazioni 2010-2011-2012-2013 e 2014. partendo dall'elencazione delle funzioni previste per Ufficio Stampa ed URP nel Piano di Organizzazione aziendale, il Piano di Comunicazione delinea le linee di indirizzo dell'attività di comunicazione individuandone contenuti, strumenti, risorse e destinatari. E continua nella progressiva implementazione di un sistema comunicativo efficiente ed efficace, in grado di coniugare schematismo, flessibilità e creatività, elementi indispensabili della moderna comunicazione pubblica.



Il contesto normativo

Il contesto normativo in cui si sviluppa la comunicazione nell'ASL VCO è deliberato da specifiche normative che ne regolamentano e disciplinano le attività e le modalità, tra le quali:

- **la delibera di Giunta Regionale 5 luglio 1999 n. 9-27701** che ha approvato le linee guida per l'individuazione delle attività dell'Ufficio per le Relazioni con il Pubblico, sottolineando l'importanza della comunicazione in ambito sanitario anche con l'utilizzo dei media per divulgare l'attività istituzionale delle ASL piemontesi e per agevolare l'accesso dei cittadini alle strutture ed ai servizi;
- **la legge 7 giugno 2000 n. 150** "Disciplina delle attività di informazione e comunicazione delle pubbliche amministrazioni", che prevede la realizzazione da parte delle amministrazioni dello Stato di un apposito programma comunicativo individuato nel Piano di Comunicazione;
- **la direttiva del Presidente del Consiglio dei Ministri 27 settembre 2000** "Direttiva sul programma delle iniziative di informazione e comunicazione istituzionale delle amministrazioni dello Stato" che contiene modalità e principi per la definizione del programma annuale delle attività comunicative da parte delle pubbliche amministrazioni;
- **il D.P.R. del 21 settembre 2001, n. 422** "Regolamento recante norme 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", che definisce i requisiti per lo svolgimento delle attività di comunicazione;
- **la Direttiva del 13 dicembre 2001** "Formazione e valorizzazione del personale delle pubbliche amministrazioni", che promuove le attività formative del personale quale strumento utile per i partecipanti ai corsi, per le amministrazioni ed i cittadini;
- **la Direttiva del 2 febbraio 2002** "Attività di comunicazione delle pubbliche amministrazioni", che delinea gli indirizzi per l'applicazione delle normative in materia di informazione e comunicazione pubblica.

Obiettivi della comunicazione aziendale

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

Il presente Piano di Comunicazione vuole pertanto rappresentare, oltre che un messo 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) 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'utente si relaziona sia con gli interni sia con i cittadini e gli utenti dei servizi.

Il Piano della Comunicazione 2015 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 trasmissione e distribuzione delle informazioni coinvolgendo 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;
- contribuire a facilitare la conoscenza e l'utilizzo dei servizi all'utenza di riferimento
- aumentare la conoscenza delle opere ed attività realizzate dall'azienda garantendo la massima visibilità
- sensibilizzare tutti i soggetti aziendali coinvolti nel processo di comunicazione sull'importanza di un flusso informativo efficace, capillare e continuo
- puntare allo sviluppo di un senso di appartenenza verso la struttura aziendale quale strumento comune volto al mantenimento della salute pubblica
- aggiornare le informazioni sulla rete dei servizi sanitari e sulle prestazioni offerte tramite strumenti telematici
- promuovere l'immagine dell'Azienda e le sue attività
- delineare le linee per un piano di marketing dedicato alle prestazioni erogate
- regolamentare l'attività di sponsorizzazione a favore dell'Ente



Le azioni di comunicazione

1. "Sviluppare il sistema di comunicazione interna"

E' questo l'obiettivo propedeutico ad ogni altra azione 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.

Gli strumenti

Rete dei referenti dell'informazione e della comunicazione

Per garantire il coordinamento delle attività di informazione e comunicazione è prevista la creazione di una rete di referenti della comunicazione. Presso ogni Macrostruttura e Struttura complessa è stato individuato un referente con il compito di fornire ai Servizi interessati tutte le informazioni necessarie per la realizzazione della banca dati dell'URP, del sito istituzionale e di ogni altra pubblicazione o trasmissione informativa o promozionale. I referenti individuati sono inoltre coinvolti in tutti gli adempimenti legati all'attuazione, alla verifica e all'aggiornamento del Piano di Comunicazione per gli aspetti che riguardano la struttura di appartenenza.

Riunioni periodiche

Sono previsti incontri tra tutti i soggetti (addetto stampa, responsabile URP, referenti) che operano nel campo dell'informazione. Questi incontri consentono lo scambio di informazioni, l'aggiornamento sulle iniziative aziendali in corso e in programmazione, lo studio di nuove iniziative e il monitoraggio di quelle in corso.

Banca dati e statistiche

A supporto della rete dei referenti dell'informazione e della comunicazione, è auspicabile porre in essere una banca dati che fornisca tutte le informazioni necessarie a supportare le attività di comunicazione dell'Azienda.

Rete internet ed intranet

Con questa tecnologia si può rendere subito disponibile all'utente, sia esso esterno o interno all'Ente, la massa di informazioni che proviene dai singoli servizi.

Customer satisfaction

Si intende promuovere strumenti per dare visibilità ai risultati della rilevazione della customer satisfaction e sottolineare l'importanza dell'indagine di qualità percepita.

2. "Favorire il diritto dei cittadini di accesso alle informazioni"

L'ASL del VCO intende procedere nella direzione di potenziare l'accesso dell'utenza esterna ai servizi sanitari tramite il sito internet.

In tale contesto 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.

Gli strumenti

Front-office U.R.P.

Dal punto di vista della comunicazione, questo ufficio rappresenta il punto di contatto privilegiato tra l'Azienda e gli utenti. Deve essere potenziata la qualità e quantità di informazioni veicolate dall'URP attraverso in più diffuso utilizzo dei mezzi interattivi e percorsi di condivisione con le Macrostrutture e le Strutture aziendali. Per raggiungere questo obiettivo, risulta fondamentale il coinvolgimento della Rete dei referenti della comunicazione di cui al precedente punto 1.

Indagine di soddisfazione dell'utenza

La pubblica amministrazione ha il compito di rilevare i bisogni e le esigenze della collettività, in modo da poter adattare l'offerta di servizi e prestazioni. A tal fine è in corso un'indagine volta a verificare l'immagine che i cittadini hanno dell'ASL VCO, coinvolgendo nella elaborazione dell'indagine e nella sua pratica realizzazione anche la Conferenza Aziendale di Partecipazione.

I risultati saranno poi utilizzati per meglio rispondere alle esigenze dei cittadini e per una correzione nelle relazioni con tutta la collettività amministrata.

Internet

Il sito rappresenta la sede dove confluiscono le informazioni sugli argomenti di principale interesse o inerenti le attività e i servizi dell'Azienda. In tal senso si cercherà anche per l'anno 2015 di garantire ai visitatori un aggiornamento continuo delle informazioni con la possibilità di ricerche mirate e più semplici.

3. "Sviluppare la rete della comunicazione esterna"

Punto focale della strategia comunicati 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 coordinata intese ad illustrare ed informare gli operatori e la popolazione di riferimento circa le attività che l'ASL del VCO attua per conseguire gli obiettivi istituzionali, evidenziando anche, in questo modo, le potenzialità e le eccellenze dell'azienda.

Si propone 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 sanitaria 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.

La strategia

La strategia per raggiungere gli obiettivi sopra indicati prevede l'utilizzo dell'URP e della rete informativa fin qui approntata dall'ASL VCO, ampliata alle principali testate giornalistiche locali. I media locali infatti possono svolgere la funzione di collettore rispetto ai quesiti ed alle richieste d'informazione provenienti dall'opinione pubblica, inoltrandoli all'ASL e poi veicolando le relative risposte dell'Azienda

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.LGS 502/1992 e dalla Delibera di Giunta Regionale 16-9683 del 30.09.2008. 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.

Gli strumenti

Gli strumenti per la concreta attuazione della strategia sopra tracciata fanno parte della rete di informazione e comunicazione approntata, nel tempo, dall'ASL VCO in attuazione della Legge 150/2000 e di tutti gli atti regionali in materia di pubblicizzazione dell'attività dell'Ente:

Strumenti	Azioni
URP	Attraverso numero verde ed email raccoglie domande. Provvede al loro inoltro presso sanitari competenti e ne raccoglie le risposte. Elabora elenco domande/risposte più frequenti per pronto utilizzo. Inoltra domande/risposte all'addetto stampa
Addetto Stampa	Sovraintende i rapporti con i media locali. Contribuisce all'elaborazione di materiale da inviare ai media, in particolare spazi dedicati ed interviste, comunicati stampa, conferenze stampa.
Media	Fungono da collettore rispetto ai quesiti ed alle richieste d'informazione provenienti dall'opinione pubblica, inoltrandoli all'ASL e poi veicolando le relative risposte dell'Azienda. Disponibilità a dedicare spazio ad argomenti di particolare interesse indicati dall'ASL (anche con interviste dalla Direzione Generale e ad operatori sanitari indicati)

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 sopravvenute od 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 materiali 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'efficacia e gradimento da parte dell'utenza nei confronti degli strumenti di comunicazione esterna possono inoltre essere ricavati da specifiche attività di customer-satisfaction svolte e coordinate dall'U.R.P.

