

Allegato A) alla deliberazione n. 53 del 18 FEBBRAIO 2016

PIANO DI COMUNICAZIONE DELL'ASL VCO

Anno 2016

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Ammin', is located in the bottom left corner of the page.

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.

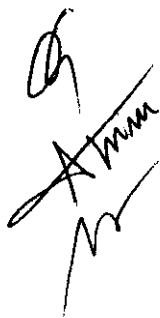
La missione dell'ASL VCO è rispondere ai bisogni e alle aspettative di salute dei cittadini, gestendo con efficienza le risorse disponibili per garantire prestazioni di prevenzione, cura e riabilitazione efficaci ed appropriate, offerte con tempestività, rispetto della persona ed in condizioni di sicurezza.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

Il Piano di Comunicazione dell'ASL VCO per l'anno 2016 prosegue nell'attuazione del disposto della L. 150/2000 e di quanto sin qui realizzato nell'ambito delle precedenti pianificazioni ed illustra tutte le attività di relazione con il pubblico organizzate istituzionalmente nell'ambito dell'URP, con la gestione dei reclami e delle segnalazioni, sia di criticità che di elogio, e le informazioni agli utenti sull'organizzazione aziendale e sulle modalità di fruizione dei servizi, l'ufficio stampa con la gestione degli organi di informazione, il sito internet aziendale, la presenza su social network, il coinvolgimento delle Associazioni di Volontariato e Pubblica Tutela e delinea le 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 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:

- Decreto Legislativo n. 502/1992 e s.m.i. - normativa sulla riforma del Servizio Sanitario Nazionale;
- Direttiva del Presidente del Consiglio dei Ministri 27 gennaio 1994 "Principi sull'erogazione dei servizi pubblici";
- Direttiva del Presidente del Consiglio dei Ministri 11 ottobre 1994 "Direttiva sui principi per le relazioni con il pubblico";
- Direttiva del Presidente del Consiglio dei Ministri 19 maggio 1995: "Schema generale di riferimento della carta dei servizi pubblici sanitari";
- Decreto del Ministro della Sanità 15 ottobre 1996: "Approvazione degli indicatori di valutazione...il diritto alle informazioni...omissis";
- Circolare Prot. 713/96 – Assessorato alla Sanità della Regione Piemonte ad oggetto: "Rapporti con i mezzi di informazione";
- Legge n. 150/00 "Disciplina delle attività di informazione e comunicazione delle pubbliche amministrazioni"
- Decreto legislativo n. 267/2000 "Testo unico delle leggi sull'ordinamento degli enti locali";
- Decreto Legislativo n. 165/2001 "Norme generali sull'ordinamento del lavoro alle dipendenze delle amministrazioni pubbliche"
- Decreto del Presidente della Repubblica n. 422/01 "Regolamento recante norme per l'individuazione dei titoli professionali del personale da utilizzare presso le pubbliche amministrazioni per le attività di informazione e di comunicazione e disciplina degli interventi formativi;
- Direttiva 7 febbraio 2002 della presidenza del Consiglio dei Ministri, Dipartimento della funzione pubblica "attività di comunicazione delle pubbliche amministrazioni";
- Direttiva 8 maggio 2002 della Presidenza del Consiglio dei Ministri, Dipartimento della Funzione Pubblica "Semplificazione del linguaggio dei testi amministrativi";
- Decreto legislativo n. 235/2010, "Codice dell'Amministrazione Digitale;
- Legge n. 69 del 18 giugno 2009 "Disposizioni per lo sviluppo economico, la semplificazione Direttiva n. 8/09 del Ministro per la Pubblica Amministrazione e l'innovazione, per la riduzione dei siti web delle pubbliche amministrazioni e per il miglioramento della qualità dei servizi e delle informazioni on line al cittadino
- Linee guida per i siti web della PA – ex art. 4 della Direttiva 8/09 del Ministro per la pubblica amministrazione e l'innovazione
- Direttiva 27 luglio 2005 Presidenza del Consiglio dei Ministri - Dipartimento per l'innovazione e le tecnologie, "Qualità dei servizi on-line e misurazione della soddisfazione degli utenti".
- Direttiva 24 marzo 2004 Ministro della funzione pubblica – "Rilevazione della qualità percepita dai cittadini", la competitività nonché in materia di processo civile", 'art. 21, comma 1 – pubblicazione delle informazioni relative ai dirigenti (curriculum vitae, retribuzione, recapiti istituzionali);
- Legge n. 183 del 4 novembre 2010 (nota come collegato lavoro), art. 5 – necessità di istituire la banca dati "Dirigenti" presso il Dipartimento della Funzione Pubblica - Circolare n. 03/2009, 17 luglio 2009 - Circolare n. 05/2009, 12 ottobre 2009 Circolare n. 01/2010, 14 gennaio 2010



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 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) 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 interno sia con i cittadini e gli utenti dei servizi.

Il Piano della Comunicazione 2016 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, 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 sanitarie 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, 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.



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 sono stati individuati dei referenti che uniti ai referenti della qualità percepita costituiscono una rete presso le Macrostrutture e le SOC con il compito di mantenere i rapporti con l'Ufficio Stampa e l'URP.

Riunioni periodiche

Sono previsti incontri con i referenti per lo scambio di informazioni, l'aggiornamento sulle iniziative aziendali, il loro monitoraggio e lo studio di nuove proposte.

Banca dati e statistiche

L'Ufficio Stampa è interessato a creare una banca dati relativamente alle attività e prestazioni erogate dall'ASL oltre a recepire tutte le informazioni utili ad un'attività di comunicazione completa, corretta e trasparente.

Rete internet ed intranet

Con questa tecnologia si può rendere subito disponibile all'utente, sia esso esterno o interno all'Ente, le informazioni che provengono 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.

Formazione professionale

Si intende promuovere momenti formativi tendenti a migliorare la comunicazione interna e relazionale verso il cittadino con particolare attenzione al personale di front-office.



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 uno strumento strategico e qualificante del sistema di comunicazione aziendale e 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 2016 di garantire ai visitatori un aggiornamento continuo delle informazioni con la possibilità di ricerche mirate e più semplici.

Sarà rilevata l'opinione del cittadino attraverso la pubblicazione di sondaggi on line sul gradimento del portale aziendale, sia per la sezione "Amministrazione Trasparente" sia per il sito nel suo complesso.

Social network

Sarà promosso l'utilizzo di social network per migliorare l'attività informativa favorendo l'interattività.

Associazioni di Volontariato

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.

9
Attilio
M

3. "Sviluppare la rete della comunicazione esterna"

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 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-iniziativa 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, 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 e poi veicolando le relative risposte dell'Azienda Sanitaria.

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	Gestisce i reclami e manifestazioni di disagio, le segnalazioni ed attestazioni di soddisfazione dei cittadini, le informazioni agli utenti sulla fruizione di servizi e sulle strutture
Addetto Stampa/Ufficio stampa	<p>Sovrintende i rapporti con i media locali, all'elaborazione di materiale da inviare agli organi di informazione, redige i comunicati stampa, organizza le conferenze stampa e coordina e promuove attività comunicative all'interno di spazi dedicati presso i media locali e nazionali.</p> <p>All'Ufficio Stampa compete l'esclusiva di rapporto con gli organi di informazione in stretta sinergia e condivisione con il Direttore Generale.</p> <p>I Direttori delle Strutture sono tenuti a considerare di primaria importanza la funzione di informazione all'esterno e valorizzazione di notizie, progetti, iniziative.</p> <p>Risulta di fondamentale importanza mantenere un coordinamento unico e professionale per le notizie da diramare all'esterno, al fine di evitare la diffusione di notizie scoordinate, contraddittorie, non aggiornate o non veritiere o suscettibili di strumentalizzazione.</p> <p>Il singolo dipendente deve astenersi da diramare autonomamente notizie ed informazioni aziendali dirette all'esterno.</p>
Media	<p>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.</p> <p>Disponibilità a dedicare spazio ad argomenti di particolare interesse indicati dall'ASL (anche con interviste della Direzione Generale e di operatori sanitari indicati)</p>
Sito web	Considerato uno strumento fondamentale per una moderna comunicazione, divulga informazioni di carattere generale e l'attività erogata, e viene costantemente aggiornato nei contenuti.

Atm

Intranet	<p>Dedicato alla comunicazione interna risulta un efficace strumento per raggiungere la totalità del personale dipendente.</p> <p>E' stata generata una sezione dedicata all'informazione diretta dei dipendenti, denominata "Lavorare informati", finalizzata a tenere aggiornati tutti i dipendenti dell'ASL in merito alle scelte strategiche, ai progetti e alle iniziative assunte dalla Direzione Generale.</p>
Social network	<p>Dedicato alla comunicazione di notizie su iniziative e attività, favorisce l'interattività con i cittadini</p>
Carta dei Servizi – Guida ai Servizi	<p>Aggornate annualmente per quanto riguarda la descrizione dell'articolazione aziendale e delle attività erogate, vengono pubblicate sul sito web aziendale.</p> <p>La Carta dei Servizi contiene i principi, la mission e gli obiettivi che la Direzione Generale intende raggiungere, con i relativi indicatori di verifica.</p>



Monitoraggio e valutazione dei risultati

Il monitoraggio rappresenta un momento fondamentale per l'attuazione del Piano di Comunicazione perchè 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 sopraggiunte od evidenziatesi 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

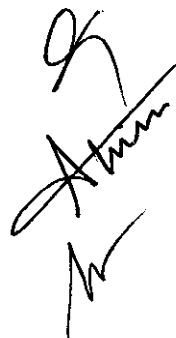
Per l'attività di monitoraggio dei risultati delle iniziative di comunicazione si utilizzeranno indicatori quantitativi come:

- 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.



Sponsorizzazioni

Sarà attivato un sistema finalizzato a reperire risorse economiche aggiuntive mediate 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 e l'attivazione di un Comitato etico, la stesura di un contratto-tipo, di un tariffario, il tutto pubblicato sui siti aziendali. Le sponsorizzazioni sono gestite direttamente dall'azienda che comunque potrebbe avvalersi della collaborazione di agenzie accreditate.

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'A. Min', with a stylized flourish above it.