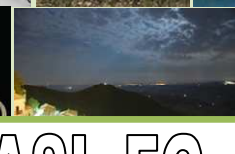
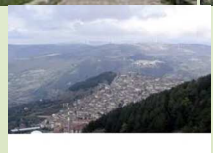
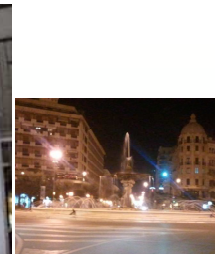


PIANO DELLA COMUNICAZIONE
aggiornamento

ASL FG
AA.2013/2015



I COMUNI AFFERENTI ALL'ASL FG

PREMESSA

- l'Azienda Sanitaria Locale della Provincia di Foggia, **con delibera n.745 del 14 maggio 2012**- si è dotata di un Piano di Comunicazione Istituzionale annuale. Sulla base di integrazioni o modifiche rapportate ad evidenziare le attività in itinere nell'ambito territoriale di riferimento e ad ottimizzare risorse ed opportunità, grazie all'implementazione di una efficace comunicazione istituzionale ed informazione, si è verificata la necessità di redigere un piano triennale.

- Il Piano di Comunicazione Istituzionale è un valido strumento, finalizzato a migliorare il flusso comunicativo verso le Persone Assistite e verso i Portatori di interesse e per programmare scelte di comunicazione improntate alla trasparenza, fondate sulla condivisione e sul confronto con il territorio afferente;

- la realizzazione e l'aggiornamento del Piano di Comunicazione Istituzionale è fondamentale per l'integrazione ed il potenziamento di azioni di intervento, condivise e raccordate tra le Strutture aziendali e la collaborazione con gli Enti esterni, per garantire la coerenza della *Mission* aziendale, tramite il perseguimento di obiettivi comunicativi specifici;

- tale Piano deve prevedere che la comunicazione istituzionale avvenga tramite i canali indicati dalla legislazione vigente, quali:

- a) aggiornamento della Carta dei Servizi;
- b) aggiornamento del Sito web e Portale Regionale della Salute (Migrazione sito ASL FG);
- c) progetti di prevenzione e promozione di corretti stili di vita;
- d) progetti quali l'Audit civico, con partecipazione civica;
- e) attività URP – CCM – CUG –

- gli strumenti maggiormente fruibili e immediati, che coprono la fetta maggiore di target, sono i *mass media*;

il Piano quindi deve prevedere il loro utilizzo, per rendere visibilmente incisiva la comunicazione istituzionale e l'informazione.

Con la stesura del Piano di Comunicazione istituzionale, l'ASL di Foggia, intende perseguire la finalità di implementare una comunicazione integrata, coordinando **la comunicazione interna**, rappresentata da una Rete di Referenti che svolga attività di aggiornamenti e di ricognizione delle esigenze di comunicazione dell'Azienda e permetta la circolazione delle informazioni e **la comunicazione esterna**, rappresentata dalle strategie ed azioni di comunicazione.

L'aggiornamento del Piano di Comunicazione Istituzionale A. 2012, perseguendo gli impegni assunti dall'Azienda, diventa un mezzo concreto, finalizzato a sostenere l'ASL nel raggiungimento di specifici obiettivi strategici, per la valorizzazione e la diffusione di quanto posto in essere, poiché permette la programmazione e la gestione di azioni di comunicazione, e la pianificazione di interventi di comunicazione istituzionale, mirati alla trasparenza e al dialogo con l'Utenza fruitrice delle prestazioni e dei servizi erogati dall'ASL di Foggia;

- per l' A. 2012, sono state previste attività di comunicazione atte a rafforzare e divulgare la percezione dell'Azienda, quale Organismo che sinergicamente opera con altri Enti territoriali, tramite tavoli di incontro, con Associazioni di Volontariato e di Tutela, OO.SS., per condivisione, partecipazione e per affrontare problematiche correlate a pietre di inciampo che delimitano il regolare percorso di iniziative di miglioramento- è indispensabile articolare azioni e strumenti di comunicazione chiara ed efficace che opportunamente rappresentino la figura istituzionale dell'ASL, e che rinsaldino la comunicazione ed i rapporti con i media, tramite l'ausilio della **Rete di Referenti interni** e l'adeguata funzionalità di una comunicazione esterna;

tale comunicazione deve altresì interagire con gli organi di stampa e le televisioni, e deve permettere la diffusione e la conoscenza delle iniziative progettuali intraprese dall'Asl, anche su quotidiani e riviste specializzate attive sul territorio;

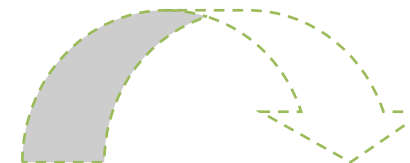
- per regolamentare le attività di comunicazione e di informazione e delle azioni di competenza della Rete dei Referenti interni è stato predisposto il Regolamento Interno aziendale "REGOLAMENTO DI DISCIPLINA DELLE ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE E DI INFORMAZIONE - ASL FOGGIA " -

-con nota **prot. n. 0020318-12 dell' 8/03/2012** della Direzione Generale, è stata fatta richiesta ai Direttori delle Strutture aziendali di individuare il referente della Comunicazione per la Costituzione della Rete interna;

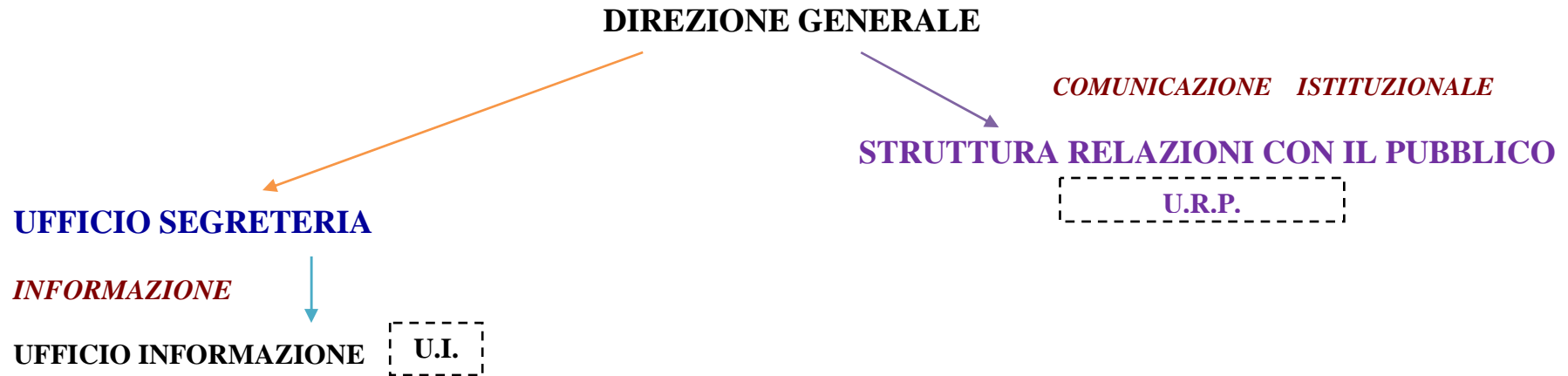
- con successivo atto deliberativo sarà istituita formalmente la Rete dei Referenti;

- per garantire adeguata pubblicità alle diverse iniziative promosse e organizzate dall'Azienda con Delibera DG DG0623/12 del 26/04/2012, avente per oggetto "Comunicazione legale ed istituzionale - Pubblicazione di bandi e avvisi .", sono state definite le modalità operative per l'inserimento di informativa promozionale o di comunicazione legale su testate, quotidiani locali e nazionali o su riviste di settore per la trasparenza degli appalti e delle aggiudicazioni.

Con delibera n.1605 del 31.10.2012 è stato istituito l'Ufficio Informazione ; si riporta a seguire l'organigramma delle funzioni di competenza



ORGANIZZAZIONE AZIENDALE



le attività di collaborazione previste sono:

- supporto organizzativo convegni ed eventi aziendali;
- sviluppo comunicazione interna (intranet, newsletter aziendale etc.)
(*rassegna stampa e conferenze stampa a cura U.I.*)
- sviluppo comunicazione esterna (comunicati stampa, contenuti sito web, rapporti con i mass media)
- gestione azioni di marketing;

per puntare:

- **alla** realizzazione e gestione di un sistema di trasmissione e distribuzione delle informazioni coinvolgendo soggetti plurimi anche in iniziative di prevenzione e divulgazione di corretti stili di vita;
- **a** promuovere campagne educazionali nell'ambito di quanto previsto dal Piano Sanitario Nazionale e dal Piano Sanitario Regionale;
- **a** contribuire a facilitare la conoscenza e l'utilizzo dei servizi all'utenza di riferimento;
- **a** progettare ed aggiornare banca-dati di informazioni sulla rete dei servizi sanitari e sulle prestazioni offerte;
- **ad** aumentare la conoscenza delle opere ed attività realizzate dall'azienda garantendo la massima visibilità;
- **a** sensibilizzare tutti i soggetti aziendali coinvolti nel processo di comunicazione sull'importanza di un flusso informativo efficace, capillare e continuo;
- **a** puntare allo sviluppo di un senso di appartenenza verso la struttura sanitaria quale strumento comune volto al mantenimento della salute pubblica.

CIRCUITO INFORMATIVO

- **l'obiettivo generale dell'ASL FG** è il potenziamento di un **circuito informativo** diffuso, trasparente, efficace ed efficiente, in attuazione delle linee guida vigenti riferite alla comunicazione di pubblica utilità, si prevede una suddivisione dell'Utenza sia interna che esterna, come si riporta a seguire:

Utenza interna:

Dipendenti e Collaboratori

Utenza esterna:

Cittadini - Istituzioni - Enti - Organizzazioni.

Media:

Carta stampata - Quotidiani di informazione o Periodici -

- preparazione di specifici redazionali a pagamento volti a promuovere le attività in itinere;
- commissione di apposite pagine pubblicitarie grafiche con contenuti mirati o in alternativa finalizzati ai servizi istituzionali dell'ASL FG;

TV

- commissioni di appositi spazi realizzati da società video - pubblicitarie;
- eventuali spazi pubblicitari contenenti interviste istituzionali a pagamento.

Media on line:

La cabina di regia della comunicazione è essenziale per combinare azioni comunicative diverse per fonte, contenuto, forma e scopo.

La classificazione dei mezzi e strumenti di comunicazione è ripartita in:

• scritti/parlati/ ad immagine/ nuovi media.

Tra gli **strumenti scritti** utilizzati e da utilizzare:

- giornali quotidiani con la diffusione di comunicati e la realizzazione di redazionali;
- periodici o settimanali di interesse pubblico e di genere ;

- pubblicazioni periodiche, prevalentemente di tipo locale che garantiscono una maggiore persistenza della notizia;
- pubblicazioni aziendali di tipo periodico;
- house organ;
- pubblicazioni aziendali ;
- opuscoli (*depliant, segnalibri, folder, brochure*) diretti sia all'esterno che all'interno;
- manuali e schede con protocolli e procedure;
- bacheche e spazi di affissione interni all'Azienda;
- affissione statica e dinamica (muraria e mezzi di trasporto);
- cartellonistica e segnaletica .

Tra gli **strumenti ad immagine:**

- audiovisivi a scopo didattico formativo e strumento per informare sui servizi e le modalità di accesso;
- televisioni:
 - private locali attraverso l'acquisto di spazi dedicati per la trasmissione di campagne informative e di sensibilizzazione;
 - a circuito chiuso presso le sedi ASL e/o posizionate nelle sale d'attesa per informare l'Utenza;
- proiezione di presentazioni;
- presentazione, Organizzazione e partecipazione a eventi speciali.

Altri **strumenti di comunicazione**

- Sito web aziendale - www.aslfg.it;
- Portale Regionale della Salute - www.sanita.puglia.it;
- Rete intranet, Rugar;
- Sportello Unico di Accesso (PUA);
- Sportello Informativi UU.RR.PP.

STRUMENTI INTERNI ED AZIONI DI INTERVENTO

UFFICIO RELAZIONI CON IL PUBBLICO

U.R.P.

CCM ASL FG - AUDIT
CIVICO - CUG ASLFG

L'Ufficio Relazioni con il Pubblico (URP) è un servizio orientato al miglioramento del rapporto fra il cittadino e l'Azienda Sanitaria. L'Ufficio infatti si relaziona con i cittadini singoli per diffondere informazioni relative alle modalità di accesso ai servizi sociosanitari offerti dall'ASL.

Inoltre garantisce l'esercizio dei diritti di informazione, favorendo così la piena partecipazione del cittadino, contribuendo alla trasparenza e alla semplificazione delle attività dell'ASL.

È un luogo d'ascolto nel quale il cittadino viene sostenuto ed orientato nell'utilizzo dei percorsi e dei servizi dell'Azienda, fornendo una risposta personalizzata ai bisogni espressi.

Accoglienza: ascolta il cittadino, lo sostiene e lo orienta nell'utilizzo dei percorsi e dei servizi dell'Azienda, fornendo una risposta personalizzata ai bisogni espressi; assicura la presa in carico dell'utente che ha incontrato difficoltà nell'uso dei servizi, indirizzandolo alla risoluzione del problema; accoglie i suggerimenti e le proposte avanzate dall'utente; collabora alla cura delle procedure di accoglienza all'interno dell'Azienda.

Informazione: assicura al cittadino le informazioni di carattere generale necessarie all'accesso ai servizi e alle prestazioni; partecipa alla stesura di materiale informativo e divulgativo finalizzato ad educare il cittadino su tematiche attinenti alla salute e all'uso dei servizi sanitari e sociali del territorio dell'Azienda, anche sulla base dei bisogni rilevati ed espressi dalla comunità.

Partecipazione: assicura un canale di comunicazione e collaborazione con le associazioni di volontariato e tutela che hanno sottoscritto il protocollo d'intesa con l'Azienda, finalizzando le azioni al miglioramento delle attività sanitarie, tecniche e amministrative; partecipa alla rilevazione delle indagini di soddisfazione degli utenti sulla qualità dei servizi sanitari con altri soggetti dell'Azienda e con le associazioni di volontariato e tutela; collabora all'organizzazione annuale della Conferenza dei Servizi.

Rapporti con associazioni – cittadinanza – dipendenti interni

- tutela partecipazione cittadini assicurata grazie a protocolli d'intesa con le associazioni di volontariato e di tutela operanti nell'area di competenze dell'Azienda;
- **C.C.M.** Comitato Consultivo Misto
- **AUDIT CIVICO**
- **C.U.G.** - Comitato Unico di Garanzia

Tutela: contribuisce alla stesura della Carta dei Servizi, quale strumento volto alla tutela dei diritti degli utenti; raccoglie segnalazioni, esposti e reclami da parte del cittadino su disservizi ed inefficienze; classifica i reclami per tipologia secondo l'Osservatorio Regionale Carta dei Servizi Pubblici Sanitari; propone azioni di miglioramento in relazione alle criticità emerse; redige la Relazione di Pubblica Tutela.

Comunicazione legale ed istituzionale:

- l'acquisto di spazi su quotidiani locali o nazionali per pubblicizzazioni di natura legale o di comunicazione istituzionale sarà subordinato all'acquisizione - da parte della Struttura Relazioni con il Pubblico Aziendale, di specifiche e dettagliate notizie sui dati di diffusione delle testate, sul target dei lettori della stessa e sulla collocazione territoriale nell'ambito della quale il quotidiano o la rivista specializzata vengono distribuiti e letti;
- per quanto riguarda gli spazi da acquistare, per le finalità prima indicate, l'adeguata scelta delle testate spetta al Direttore Generale, in accordo con i Referenti dei canali di comunicazione aziendali e con la Struttura Relazioni con il Pubblico Aziendale.

Collaborazione con l'UFFICIO INFORMAZIONE

- inaugurazioni di strutture/impianti/presidi della ASL acquisiti o innovati anche attraverso l'intervento privato (donazioni, lasciti, etc.);
- seminari a tema;
- convegni/incontri finalizzati in genere alla presentazione di iniziative, progetti o divulgativi per operatori e cittadinanza;
- partecipazione a Forum nazionali (Forum sanità, Forum P.A. etc.) con stand aziendali o regionali.

Gestione-organizzazione attività informative/educative:

- *ad es.* :gestione campagne di prevenzione a tema



L'Ufficio Informazione concorre alla promozione dell'immagine dell'Azienda, cura i collegamenti con gli organi di informazione, fornendo loro comunicati, materiali informativi e notizie. organizza e coordina le conferenze stampa e cura le interviste su giornali, radio, televisione, periodici on-line.

Tali compiti sono disciplinati da una procedura "centralizzata" che prevede:

- accoglimento delle richieste scritte dei giornalisti;
- segnalazione delle stesse alla Direzione Generale;
- invio ai servizi competenti per l'istruttoria delle richieste;
- eventuale rielaborazione dal punto di vista dell'efficacia comunicativa delle informazioni ricevute;
- approvazione del Direttore Generale.
- invio ai giornalisti.

Sovrintende i rapporti con i media locali. Contribuisce all'elaborazione materiale da inviare ai media, in particolare spazi dedicati ed interviste.

Gli strumenti utilizzati e da utilizzare:

- rassegna stampa quotidiana
- *mailing list*
- portale aziendale/regionale
- eventi interni aziendali

Rapporti con i mass media:

- comunicati stampa descrittivi di iniziative poste in essere da strutture o dalla direzione generale della ASL;
- conferenze stampa, cui partecipano quali relatori i referenti aziendali o la direzione generale, che illustrano attività o programmi migliorativi di interventi a favore dei cittadini/utenti;
- interviste televisive e radiofoniche a cadenza settimanale, volte a divulgare, attraverso la comunicazione diretta da parte di dirigenti/operatori aziendali, le iniziative innovative dei nostri servizi e a raggiungere obiettivi educazionali;
- raccolta ed archiviazione rassegna stampa;

AZIONI DI COMUNICAZIONE

Potenziamento rete comunicazione interna

a) informare l'URP sull'attività dei propri servizi al fine di :

- aggiornare il sito per quanto concerne iniziative e scadenze del settore di competenza;
- garantire tempestivamente l'informazione su nuove iniziative, che sarà poi distribuita dall'URP sui canali informativi previsti dall'Azienda;

b) collaborare con la redazione dell'URP per la realizzazione di campagne di promozione e di sensibilizzazione.

c) I Referenti dei Servizi sono tenuti a comunicare in via preventiva e a trasmettere all'URP il piano delle iniziative ed eventi, ricorrenti e programmati per l'anno in corso.

Il Coordinamento URP convoca riunioni periodiche dei referenti per la comunicazione delle Strutture, per valutare la necessità di predisporre specifici strumenti comunicativi e proporre l'adozione di eventuali misure organizzative, che facilitino l'accesso dell'Utenza ai servizi erogati e migliorino l'efficacia dell'informazione data.

Per gli interventi che prevedono una sostanziale sinergia con altri Enti e soggetti pubblici e privati, è necessario che siano articolati ed armonizzati sul territorio in un'ottica di area vasta e comunque comunicati all'URP, per essere immessi nei canali di informazione dell'Azienda.

Potenziamento comunicazione esterna

La strategia per raggiungere gli obiettivi sopra indicati prevede l'utilizzo dell'URP, dell'Ufficio Informazione e della rete dei referenti attivata dall'ASL FOGGIA ampliata alle principali testate giornalistiche locali.

Le attività di informazione e di comunicazione sono, in particolare, finalizzate ad

a) illustrare e favorire la conoscenza delle disposizioni normative, per facilitarne l'applicazione;

b) illustrare le attività delle istituzioni e il loro funzionamento; nonché tutte le disposizioni normative e amministrative adottate;

c) favorire l'accesso ai servizi pubblici, promuovendone la conoscenza; alle informazioni e ai documenti attraverso una pluralità di strumenti e modalità che garantiscono la piena soddisfazione del bisogno d'informazione e conoscenza del cittadino/utente, non imponendo restrizioni e limiti che non siano esplicitamente previsti da disposizione di legge o da regolamento;

d) promuovere conoscenze allargate e approfondite su temi di rilevante interesse pubblico e sociale;

e) favorire processi interni di semplificazione delle procedure e di modernizzazione degli apparati, nonché la conoscenza dell'avvio e del percorso dei procedimenti amministrativi;

f) promuovere l'immagine, l'identità dell'Azienda per dare conoscenza e visibilità ad eventi d'importanza locale, regionale, nazionale ed internazionale.

Favorire il diritto dei cittadini di accesso alle informazioni

g) garantire l'ascolto dei cittadini e dei componenti dell'organizzazione di riferimento per migliorare la qualità dei servizi erogati;

h) favorire la circolazione delle informazioni, relative alla strategia, gli obiettivi e l'organizzazione dell'Azienda tra dipendenti, per accrescere la partecipazione e il senso di appartenenza, conferendo coerenza tra la comunicazione esterna e la comunicazione interna.

La partecipazione e il diritto di informazione e di accesso dei cittadini in modalità multicanale

1. L'ASL di Foggia si impegna a garantire all'Utenza la massima partecipazione, accessibilità alle informazioni e ai servizi in modalità tradizionale e *successivamente* in modalità telematica, così come, previsto dal nuovo Codice di Amministrazione digitale, D.Lgs. 7 marzo 2005 n.85.

2. L'ASL di Foggia, rende disponibili tutte le informazioni in maniera omogenea, in tutti i suoi canali:

l'URP e gli uffici di sportello, la rete Internet, la comunicazione stampa e cartacea, la comunicazione telefonica (numero verde, numeri telefonici istituzionali) e successivamente multimediale, tramite posta elettronica, posta tradizionale, fax, e/o con specifiche campagne di comunicazione sui mezzi di informazione locali e

IL SITO INTERNET ASL FG www.aslfg.it

Il sito internet della ASL Provincia di Foggia migrato nel Portale Regionale della Salute www.sanita.puglia.it rappresenta il luogo dove tutti gli enunciati precedenti, possono trovare la loro applicazione. Il sito va periodicamente revisionato innanzitutto per adeguare la qualità delle informazioni .

GALLERIA FOTOGRAFICA E GALLERIA VIDEO

Riprese delle strutture territoriali e delle attività condotte dai servizi Aziendali , da veicolare con distribuzione gratuita, prodotte dall'Ufficio Informazione o inviate anche dai cittadini.

LA COMUNICAZIONE VISIVA coordinamento dell'immagine

Per uniformare l'immagine dell' Azienda saranno adottati dei criteri da utilizzare per tutte le comunicazioni in uscita dagli uffici amministrativi , dalle Strutture sanitarie afferenti.

Saranno specificati gli stili grafici da utilizzare per: carta intestata e buste, fax, comunicazioni varie e verrà definito il carattere da utilizzare per le comunicazioni ufficiali.

La Modulistica utilizzata sarà uniforme, non circoleranno moduli o altro differenti o datati

LA CARTA DEI SERVIZI ON LINE

La Carta dei Servizi *on line* è stata approntata per fornire informazioni utili a garantire un'adeguata fruizione dei servizi resi dalla ASL FG.

In un'Azienda territoriale articolata ed estesa come quella della ASL di Foggia, periodicamente si verificano cambiamenti nei servizi offerti e riferiti all'attivazione di nuove prestazioni, con conseguenziali cambi di orari, sedi *etc...*

A tal fine, per una efficace comunicazione e informazione ai Cittadini intesi, come esterni ed interni, sono stati attivati 3 tipi di canali (alcuni dei quali di facile aggiornamento) che sono:

- ▶ Carta dei servizi *on line* e cartacea;
[la pubblicazione on line](#) , [permette l'aggiornamento in tempi brevi del documento](#)
- ▶ Numeri telefonici utili *on line* (presenti nel Sito Aziendale – *Banner NUMERI TELEFONICI*);
- ▶ Schede informative Servizi e prestazioni *on line*

Le finalità della Carta dei Servizi sono:

- informare l'Utenza sulle peculiarità dei servizi dell'ASL FG e sulla loro accessibilità;
- assicurare la partecipazione dell'Utenza alle prestazioni dei servizi offerti;
- verificare il livello di soddisfazione dell'Utenza al fine di migliorare la qualità dei servizi.
- assicurare all'Utenza la possibilità di tutelare il proprio diritto alla salute, tramite forme quali il reclamo o la semplice segnalazione di eventuali disagi occorsi a causa di disservizi.

Il logo ASL FG

Il logo deve definire l'Azienda e le attività che produce . Il logo ASL FG deve essere facilmente utilizzabile e molto riconoscibile nei contesti più disparati *se ad es. utilizzato nei patrocini che come eventuale sponsor*

Verrà realizzato un **manuale d'uso del logo** della Azienda (istituzionale e commerciale) per definire le modalità di utilizzo e la collocazione nei diversi ambiti.

UTILIZZO DEL LOGO PER

- posizionamento del logo su carta intestata, buste, biglietti ;
- colori per carta intestata, buste e biglietti
- rapporto tra logo e sottotitolo ;
- esempi di uso del logo ;
- caratteri da usare nel coordinato carta intestata -busta e biglietti ;
- definizione copertina fax ;
- tipo di carta da lettera operativa, di direzione e per la Direzione in particolare carta per corrispondenza interna ;
- carta intestata per comunicati stampa e rassegna stampa ;
- buste ed etichette adesive ;
- cartelline per confezionare prodotti destinati all'esterno ;
- impostazione grafica dei manifesti istituzionali ;
- riconoscibilità dei prodotti dei diversi settori e/o uffici, attraverso una specifica grafica: colore, impostazione spaziale dei titoli e dei contenuti ;
- omogeneità grafica delle realizzazioni.
- *Ideazione nuovo logo ASL FG da proporre a scolaresche delle scuole elementari/medie/superiori , tramite apposito avviso*

SPONSOR

utilizzo sponsor regolamentato per partecipazione a es. *forum della P.A. o altro*

PUBBLICAZIONI SULLE TESTATE

con costi definiti

Periodicamente usciranno pubblicazioni (pagine) dedicate alle varie informative, con spazio a disposizione per interventi di carattere istituzionale e anche approfondimenti che a seconda delle necessità contingenti, possono diversificarsi.

Sarà in questo modo fattibile, fornire informazioni e aggiornamenti autonomamente e promuovere le attività e i servizi aziendali.

Le uscite saranno basate sugli argomenti a seguire:

- contributi, bandi, ecc.;
- scadenze avvisi;
- promozione educazione sanitaria e di prevenzione;
- progetti e lavori in corso.

La pagina del lavoro verrà mantenuta e adeguata alla immagine coordinata.

COMUNICARE CON I LAVORI

I lavori realizzati o da realizzare riferiti alla costruzione o inaugurazione di nuove strutture sanitarie saranno illustrate per condivisione ai cittadini (v. tramite CCM).

Cartellonistica messa in loco per mostrare l'iter dei lavori, con proiezioni e grafici, anche tramite monitor.

Sul sito web, potranno essere visibili le informazioni, corredate, se disponibili, da simulazioni 3d. Anche all'interno dell'URP, si può prevedere uno schermo per visionare i progetti.

Cronoprogramma e costi dei lavori previsti.

LA PROMOZIONE DELL'ASL FOGGIA

La riconoscibilità dell'ASL FG deve essere la base per un approccio ed una partecipazione alla e dell'Utenza, atta a rappresentare l'attenzione posta nei confronti del cittadino e di quello che offre negli ambiti territoriali che rappresenta.

Continuare il processo di partecipazione civica tramite Organismi quali il Comitato Consultivo Misto è utile per cogliere le opportunità che derivano dalla condivisione e risoluzione dei problemi e delle difficoltà rappresentate dagli attuali tempi, tra Ente e Utenza, per rafforzare il rapporto di fiducia, tramite interventi di sensibilizzazione dei Cittadini nei confronti delle tematiche di Salute.

Tale condivisione può perciò poter essere spesa in termini di marketing tramite alcuni strumenti da utilizzare per la realizzazione delle campagne promozionali quali:

- manifesti da affiggere sul territorio;
- depliant/cartoline;
- pubblicità sui principali media locali (quotidiani, radio, tv);
- gadget a tema *tramite sponsor*;
- mailing tradizionale ed e-mail;
- sito web;
- presenza alle manifestazioni di prevenzione e cura (*vedi Sportivamente etc.*) esistenti sul territorio (fiere, feste) con stand o spazi promozionali;
- trasparenza e resa pubblica delle attività in itinere anche attraverso video appropriati.

per approfondire LA COMUNICAZIONE INTERNA

Obiettivo del piano di comunicazione è la "traduzione" in concrete azioni comunicative degli intenti che l'azienda si prefigge di attuare.

Più sarà conforme la comunicazione con gli interventi strategici dell'azienda, più sarà possibile, tramite le attività di comunicazione ed informazione, la rispondenza ai principi di efficacia ed efficienza e maggiormente adeguata e coerente potrà essere l'erogazione di servizi correlati alle vere esigenze ed ai necessari bisogni di tutti e diversi fruitori. Per tali finalità è chiaro che la trasposizione da pianificazione cartacea ad attività di realizzazione, consentirà il raggiungimento degli esiti da implementare.

Pertanto diventa sostanziale la ripartizione dei compiti e delle responsabilità all'interno della Azienda, congruentemente ad un opportuno cronoprogramma dei tempi di realizzazione.

Le modalità di attuazione del piano *comportano quanto a seguire*:

- istituzione formale del gruppo operativo (resp.le URP, referente ufficio informazione, rete di referenti interni (*uno per ogni servizio*) già esistente;
- riunioni periodiche di informazione ed aggiornamento fra i referenti;
- definizione di una scheda progetto per ogni evento comunicativo (*vedi allegato*);
- azioni di coinvolgimento operativo tra le strutture della comunicazione e le altre strutture dell'azienda;
- attività di controllo da parte del gruppo operativo, che prevedono:
 - programmazione di linee guida (realizzazione manuale per l'immagine coordinata)
 - gestione centralizzata del budget della comunicazione (*riduzione costi*)
 - *visto di conformità* per tutte le pubblicazioni che escono dalla Azienda (*visto stampa*)
 - per tutte le pubblicazioni che escono dalla Azienda (*visto stampa*)
 - per tutte le pubblicazioni che escono dalla Azienda (*visto stampa*).

ATTIVITA' DI FORMAZIONE

Proposta di avvio di un percorso formativo, *volano* per il miglioramento delle modalità di comunicazione del dipendente e per la condivisione /implementazione del presente Piano.

In un'Azienda Pubblica come la ASL, il Dipendente si rapporta direttamente con il fruitore e diventa egli stesso *strumento* essenziale della comunicazione, un veicolo di pubblicità affidabile all'esterno; di conseguenza non può essere un fattore che contrasta con gli intenti dell'offerta di una comunicazione esterna attendibile.

La *buona comunicazione* può essere fattibile tramite una newsletter aziendale (trasmessa con e-mail) e successivamente con incontri strutturati che diventino occasioni di scambio e ambiti dove il personale può adeguatamente rappresentare in modo formale e/o informale il proprio parere.

L' eventuale partecipazione annuale ad eventi, quali il COMPA o il FORUM della P.A., *ambiti di confronto con altre realtà per conoscere ulteriori progetti di comunicazione*, potranno rappresentare altri *steps* del percorso formativo mirato a fornire diversificati strumenti per dare e ricevere una buona comunicazione.

CUSTOMER SATISFACTION

L'ASCOLTO DELL'UTENZA

La rilevazione del grado di soddisfazione percepito dall'Utenza, è di primaria necessità per l'ottimizzazione dei servizi e delle prestazioni; verrà pertanto attuato apposito e specifico monitoraggio, anche sulla base di segnalazioni pervenute all'URP o alla Direzione aziendale.

Sul sito internet è previsto un *contenitore* che raccoglierà le risposte a specifici questionari pubblicati *on line*; sarà inclusa anche la funzione di reclami *on-line*.

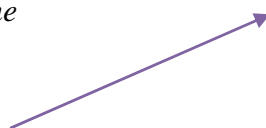
Le schede già presenti presso gli sportelli informativi UU.RR.PP., rappresentano un ulteriore strumento di monitoraggio di soddisfazione di quanto offerto. L'indagine servirà a migliorare e *tarare* meglio i servizi offerti.

Sono previste inoltre indagini conoscitive mirate.

Strutture territoriali Statistica e conoscenza

L'adeguata cognizione e comprensione degli ambiti territoriali afferenti all'Azienda, tramite un potenziamento della statistica, è di base primaria per la preparazione di opportune campagne informative corrispondenti ai reali bisogni di salute degli abitanti. L'utilizzo di collaudate strategie già "testate" tramite osservazioni e ricognizioni su base nazionale e regionale, può determinare fattori di crescita di un percorso condiviso con la Regione ed altri Enti.

lateralmente si riporta scheda per attuazione progetti di comunicazione



PROGETTO DI COMUNICAZIONE (FACSIMILE SCHEDA)

Azione da comunicare _____

Spese previste _____

Spese sostenute da finanziamento
(sponsor o altro) _____

Data di uscita (mese) _____

DIVERSIFICAZIONE AZIONI DI COMUNICAZIONE

- ▶ Campagna promozionale
- ▶ Comunicazione su singola attività
 - ▶ Evento
 - ▶ Pubblicazione
- ▶ Sito internet - Portale regionale della Salute
- ▶ Partecipazione ad attività di promozione e tutela della salute
 - ▶ Partecipazione a eventi
- ▶ Altro (specificare) _____

STRUMENTI DI COMUNICAZIONE PREVISTI

- ▶ Campagna affissioni
- ▶ Affissioni o altre presenze in spazi diversi (stazioni ferroviarie, fermate autobus etc..)
- ▶ Spot radio ▶ Spot televisivi
- ▶ Trasmissioni radio ▶ Trasmissioni televisive
- ▶ Spazi su quotidiani locali e/o regionali ▶ Spazi su altra stampa (*periodici di varia lettura e utilità*)
 - ▶ pagine internet ▶ CD /DVD e altri prodotti multimediali
 - ▶ Cartoline - Depliant informativi
 - ▶ Allestimenti stand per specifiche finalità
- ▶ Altro (specificare) _____

MODALITA' OPERATIVE

- ▶ Interna ▶ Esterna ▶ Mista (interna più agenzie/professionisti esterni)

TARGET Destinatari _____

MODALITA' di MONITORAGGIO E VERIFICA/VALUTAZIONE DEL PIANO DI COMUNICAZIONE

Per l'attività di monitoraggio dei risultati delle iniziative di comunicazione ed informazione

indicatori quantitativi


- resoconto azioni effettuate;
- numero di informative e comunicati stampa sui media ;
- diffusione di opuscoli di pubblica utilità.

indicatori qualitativi

- attività di *customer satisfaction* rivolte all'Utenza svolte e coordinate dall'U.R.P. ,tramite la somministrazione di questionari di gradimento/efficacia dei servizi e di funzionalità della comunicazione interna;
- questionari on-line sul gradimento del sito web o portale aziendale;
- valutazione sull'organizzazione e realizzazione degli eventi programmati e successiva verifica .

VERIFICA E VALUTAZIONE DEI CANALI DI INFORMAZIONE E DI COMUNICAZIONE

tramite le azioni a seguire

- osservanza della normativa vigente sia per la semplificazione delle procedure della P.A. che per i requisiti previsti dell'accessibilità di internet e intranet;
 - verifica della congruenza delle azioni con gli obiettivi predefiniti;
 - decifrare i segnali provenienti dall'esterno;
 - fare emergere i punti di forza e di debolezza traducendoli in azioni mirate;
 - assicurare la correzione degli errori;
 - ottimizzare le procedure.
- 

CONCLUSIONI

Alla base del progetto di comunicazione, e delle prospettive future che sono state individuate ed elaborate per la Azienda sanitaria Locale della Provincia di Foggia, c'è una comunicazione pubblica che è ora caratterizzata dalla **centralità del cittadino nella relazione con la Pubblica Amministrazione.**

Il presente Piano di comunicazione ASL FG soggetto a revisione periodica, "risentirà" delle incursioni atte ad ottimizzare i percorsi di cura adeguati, se in connubio con una adeguata informazione.