



Regione Siciliana
Azienda Sanitaria Provinciale di
AGRIGENTO

DELIBERAZIONE DIREZIONE GENERALE N. 68 DEL 04 LUG. 2024

OGGETTO: Adozione Piano di Comunicazione Aziendale per la Salute 2024

DIREZIONE
 AMMINISTRATIVA
 Dr. Beatrice Salvage

STRUTTURA PROPONENTE: U.O.S. Comunicazione Istituzionale ed Interna

PROPOSTA N. 87 del 28/06/2024

IL RESPONSABILE DEL PROCEDIMENTO (dott.ssa Maria Giovanna Tuttolomondo) <u>Maria Giovanna Tuttolomondo</u>	RESPONSABILE DELLA STRUTTURA (Dott. ssa Maria Anna Barraco) <u>M. Barraco</u>
--	---

VISTO CONTABILE

Si attesta la copertura finanziaria:
 come da prospetto allegato (ALL. N. _____) che è parte integrante della presente delibera.

Autorizzazione n. _____ del _____ C.E. / C.P. _____

IL RESPONSABILE DEL PROCEDIMENTO S.E.P.P. Sig.ra Siracusa Maria ASSISTENTE AMMINISTRATIVO <u>[Signature]</u>	IL DIRETTORE UOC SEF e P. <u>[Signature]</u>
--	---

RICEVUTA DALL'UFFICIO ATTI DELIBERATIVI IN DATA 02 LUG. 2024

L'anno duemilaventiquattro il giorno QUATTRO del mese di LUGLIO
 nella sede dell'Azienda Sanitaria Provinciale di Agrigento

IL DIRETTORE GENERALE

Dott. Giuseppe Capodiceci, nominato con Decreto del Presidente della Regione Siciliana n. 310/Serv.1°/S.G. del 21/06/2024, acquisito il parere del Direttore Sanitario, dott. Emanuele Cassarà, nominato con delibera n. 376 del 22/02/2023 e s.m.i., con l'assistenza del Segretario verbalizzante DOTT.SSA TERESA CINQUE, adotta la presente delibera sulla base della proposta di seguito riportata.

PROPOSTA

Il Responsabile della U.O.S. Comunicazione Istituzionale ed Interna, dott.ssa Maria Anna Barraco

VISTO l'Atto Aziendale di questa ASP, adottato con deliberazione n. 265 del 23.12.2019 ed approvato con D.A. n. 478 del 04.06.2020, di cui si è preso atto con Deliberazione n. 880 del 10.06.2020;

PREMESSO che il D.A. dell'Assessorato alla Salute n. 002511 del 30 dicembre 2013 adotta le "Linee Guida per la stesura del Piano di Comunicazione Aziendale", che al punto 2 prescrivono l'adozione del documento programmatico redatto dal Responsabile dell'U.O. Comunicazione in coerenza con le Linee Guida Regionali e le linee di indirizzo della Direzione Generale, da trasmettere al Servizio 5 del DASOE –Assessorato Regionale alla salute;

CONSIDERATO che l'Assessorato alla Salute ha emanato il D.A. n. 308 del 15 aprile 2021 pubblicato nel supplemento ordinario n.2 alla GURS del 30.04.2021 n. 19 "Approvazione Piano Regionale Comunicazione per la Salute anno 2021" con cui prescrive alle Aziende Sanitarie di dotarsi di un analogo documento che ne riprenda i contenuti adattandoli alla realtà di ciascuna ASP;

VISTO il "Piano di Comunicazione Aziendale per la Salute 2024", proposto dal Responsabile dell'U.O.S. Comunicazione Istituzionale e Interna, redatto in accordo a quanto previsto dal D.A. 308 del 15.04.2021, che è parte integrante del presente atto deliberativo (**Allegato A**);

ATTESO che il "Piano di Comunicazione Aziendale per la Salute 2024" risponde alle necessità di questa Azienda in materia di comunicazione interna, esterna ed inter-istituzionale anche nell'ottica delle attività di comunicazione stabilite dal "Piano Regionale di Prevenzione 2020-2025", approvato dalla Regione Sicilia con D.A. 1438 del 23.12.2021 e pubblicato nel supplemento ordinario n. 2 alla GURS del 14.01.2021 n. 2;

ATTESO altresì che il "Piano di Comunicazione Aziendale per la Salute 2024" è redatto in coerenza con il "Piano strategico-operativo regionale di preparazione e risposta ad una pandemia influenzate (PanFlu-Piano Pandemico Regionale) 2021-2023, di cui al D.A. 133 del 28.02.2022, pubblicato nel supplemento ordinario n. 2 alla GURS dell'8.04.2022 n.16;

CONSIDERATO che per la realizzazione delle azioni previste nel già citato "Piano di Comunicazione per la Salute 2024" si potrà fare ricorso, ove pertinente, alle somme vincolate per le diverse linee strategiche che discendono dal PSR e dal PRP 2020-2025;

PROPONE

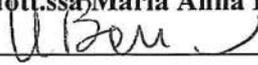
Per le motivazioni espresse in premessa che si intendono qui riportate e trascritte:

- Di approvare il "Piano di Comunicazione Aziendale per la Salute 2024", facente parte integrante del presente provvedimento (**Allegato A**);
- Di dare atto che per la realizzazione delle azioni previste nel già citato Piano di Comunicazione Aziendale per la Salute 2024 si potrà fare ricorso, ove pertinente, alle somme vincolate per le diverse linee strategiche che discendono dal PSR e dal PRP 2020-2025;
- Che l'esecuzione della deliberazione verrà curata dalla U.O.S. Comunicazione Istituzionale ed Interna che provvederà a trasmetterla al Servizio 5-DASOE, al Comitato Consultivo Aziendale oltre che alla pubblicazione sul Sito Web istituzionale.
- Dichiarare il presente atto immediatamente esecutivo ai fini della realizzazione delle attività di comunicazione correlate.

Attesta, altresì, che la presente proposta, a seguito dell'istruttoria effettuata, nella forma e nella sostanza, è legittima e pienamente conforme alla normativa che disciplina la fattispecie trattata.

I documenti citati e non allegati sono depositati e visionabili presso la sede della U.O. Comunicazione Istituzionale e Interna.

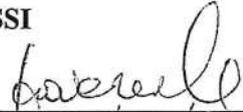
Il Responsabile della U.O.S. Comunicazione Istituzionale ed Interna,
(dott.ssa Maria Anna Barraco)



SULLA SUPERIORE PROPOSTA VENGONO ESPRESSI

Parere

Data



Il Direttore Sanitario
Dott. Emanuele Cassarà

IL DIRETTORE GENERALE

Vista la superiore proposta di deliberazione, formulata dalla dott.ssa Maria Anna Barraco, Responsabile U.O.S. Comunicazione Istituzionale ed Interna, che, a seguito dell'istruttoria effettuata, nella forma e nella sostanza, ne ha attestato la legittimità e la piena conformità alla normativa che disciplina la fattispecie trattata;

Ritenuto di condividere il contenuto della medesima proposta;

Tenuto conto del parere espresso dal Direttore Sanitario;

DELIBERA

di approvare la superiore proposta, che qui si intende integralmente riportata e trascritta, per come sopra formulata e sottoscritta dalla dott.ssa Maria Anna Barraco, Responsabile U.O.S. Comunicazione Istituzionale ed Interna

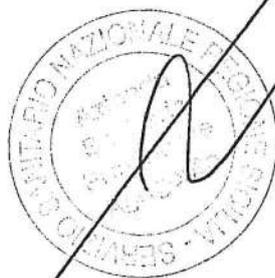
IL DIRETTORE GENERALE

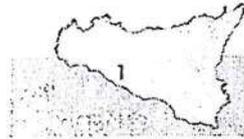
Dott. Giuseppe Capodici



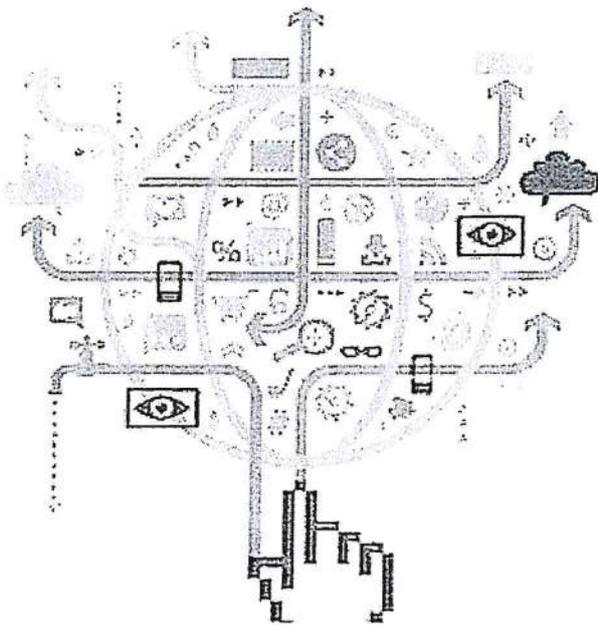
Il Segretario verbalizzante

IL COLLABORATORE AMM.VO TPO
"Ufficio Staff e Controllo di Gestione"
Dott.ssa Teresa Cinque





Piano Comunicazione Aziendale 2024



Staff Direzione Strategica
U.O. Comunicazione
Istituzionale e Interna

Premessa e riferimenti normativi	3
Analisi dello scenario	4
- 1. Popolazione residente	
- 2. La struttura dell'ASP.	
- 3. L'Unità Operativa Comunicazione.	
Obiettivi Generali del PCA	7
Obiettivi Specifici del PCA	8
La Comunicazione Integrata	10
La Comunicazione Istituzionale.....	11
La Comunicazione Interna.....	11
La Comunicazione Esterna	11
La Comunicazione sanitaria	12
- 1. La Comunicazione Online	
- 2. La Comunicazione Offline	
- 3. La Carta dei Servizi	
La Comunicazione per la Salute	13
La Progettazione operativa	24
- 1. Strumenti	
- 2. Il Sito Web	
- 3. I Social Network	
- 4. Campagne di comunicazione	
- 5. La Comunicazione offline	
- 6. La Comunicazione online	
- 7. La Carta dei Servizi	
Risorse	18
Monitoraggio e Valutazione.....	18
La Comunicazione del Rischio.....	18
Le azioni del Piano di Comunicazione per la Salute	21

Premessa e riferimenti normativi

Il presente Piano della Comunicazione, redatto in conformità con le *“Linee Guida per la stesura del Piano di Comunicazione Aziendale”*, adottate dall’Assessorato alla Salute con Decreto 02511 del 30 dicembre 2013, recepisce il *“Piano della Comunicazione per la Salute”* adottato dall’Assessorato alla Salute della Regione Siciliana con decreto del 15 aprile 2021 (Supplemento Ordinario n. 2 della GURS n. 19 del 30.04.2021), declinandolo secondo le esigenze e le potenzialità di questa Azienda Sanitaria Provinciale.

Tiene conto, inoltre, delle nuove esigenze comunicative determinate dal *“Piano Regionale di Prevenzione 2020-2025”* e dal *“Piano Strategico-Operativo Regionale di Preparazione e Risposta ad una Pandemia Influenzale (PanFlu) 2021-2023”*, elaborato dalla Regione Siciliana in sintonia con le Linee Guide definite dal Ministero della Salute nel *“Piano Strategico-operativo Nazionale di Preparazione e Risposta ad una Pandemia Influenzale (PanFlu) 2021-2023”*, quest’ultimo già oggetto di revisione e validazione finale.

Sono inoltre assunti a riferimento implicito l’Atto Aziendale dell’Azienda Sanitaria di Agrigento, approvato con D.A. n. 478 del 04/06/2020 e di cui si è preso atto con Deliberazione n. 880 del 10/06/2020), e gli atti e le direttive della Direzione Aziendale che ne disciplinano l’organizzazione e le attività.

Con riferimento alle attività di comunicazione, la complessa legislazione vigente per gradi successivi ha reso le attività di Comunicazione Aziendale come uno dei doveri della Pubblica Amministrazione.

Difatti, a partire dalla L. 241/1990, che aveva come obiettivo l’informazione ai cittadini quale profilo essenziale della trasparenza amministrativa, obbligo degli enti pubblici, alla L. 150/2000 e s.m.i., che disciplina le attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni, sino al Decreto Legislativo n. 33/2013 ed ai successivi ulteriori sviluppi normativi (D.L. 9 giugno 2021, n. 80 convertito in Legge 6 agosto 2021, n. 113), i quali hanno riordinato e semplificato la normativa in materia di obblighi di pubblicità, trasparenza e diffusione delle informazioni da parte delle amministrazioni pubbliche, si definisce uno scenario di sempre maggiore apertura della PA nei confronti dei cittadini: è la stessa Pubblica Amministrazione a doversi *“attrezzare”* per raggiungere tutti i potenziali utenti e non il contrario, assicurando nel contempo qualità e trasparenza dell’attività amministrativa.

In questa prospettiva, con il presente documento si descrivono le diverse forme di comunicazione che ASP di Agrigento adotta per dialogare con l’esterno dell’organizzazione ed all’interno, tra gli stessi operatori, alla luce delle indicazioni contenute nell’ultimo Documento Regionale sulla Comunicazione per la Salute anno 2021.

Analisi dello scenario

1. **Popolazione residente.** Il territorio della provincia di Agrigento coincide con quello di competenza dell'ASP di Agrigento fatta eccezione per le isole di Lampedusa e Linosa che, per ragioni di maggiore accessibilità negli spostamenti, fanno capo all'ASP di Palermo.

La provincia di Agrigento comprende 43 comuni e presenta una popolazione che, al 1° gennaio 2022, ammonta a 412.427 residenti ed una densità di popolazione pari a 135 abitanti per Kmq.

I principali indicatori demografici provinciali riferiti all'anno 2022, confrontati con quelli regionali nel periodo 2017-2022 e quelli nazionali per l'anno 2022, sono riportati nella tabella seguente:

Indicatori di struttura della popolazione

	% popolazione 0-14 anni	% popolazione 15-64 anni	% popolazione 65 anni e più	Indice di dipendenza strutturale	Indice di dipendenza anziani	Indice di vecchiaia	Età media	Tasso di natalità (per 1.000 abitanti)
Sicilia								
2017	14,1	65,3	20,6	53,0	31,5	145,8	43,0	8,2
2018	14,0	65,2	20,8	53,4	32,0	149,3	43,2	8,1
2019	13,8	65,0	21,2	53,8	32,6	153,7	43,5	8,1
2020	13,6	64,8	21,6	54,4	33,4	159,0	44,4	7,9
2021	13,7	64,0	22,3	56,3	34,9	163,4	44,7	7,7
2022	13,5	63,9	22,6	56,6	35,4	167,7	44,9	7,7
Province - 2022								
Agrigento	12,8	63,8	23,4	56,7	36,6	182,3	45,4	7,2
Caltanissetta	13,0	64,5	22,5	55,1	34,9	172,3	44,9	7,1
Catania	14,4	64,3	21,3	55,5	33,1	148,0	44,0	8,4
Enna	12,0	63,5	24,5	57,4	38,5	203,5	46,2	6,4
Messina	12,2	63,3	24,5	58,0	38,8	201,8	46,5	6,8
Palermo	14,2	63,6	22,2	57,2	35,0	157,2	44,5	8,2
Ragusa	14,0	64,8	21,2	54,3	32,7	151,0	44,0	8,2
Siracusa	13,2	64,1	22,7	56,0	35,4	172,0	45,2	7,5
Trapani	12,6	63,3	24,1	57,9	38,1	192,2	45,8	7,3
Italia	12,7	63,5	23,8	57,5	37,5	187,9	46,2	6,8

Tabella 1. Indicatori strutturali della popolazione residente per provincia confrontati con i dati regionali e nazionali. Aggiornamento al 1° gennaio 2022. Elaborazione dati DASOE – Servizio 9. Fonte: ISTAT.

Come mostrato nella tabella 1, dal 2017 al 2022, in Sicilia ed in provincia di Agrigento si è registrato un tasso di natalità in costante decremento.

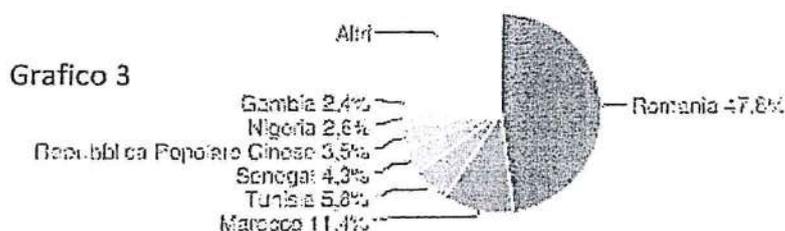
In particolare, il tasso di natalità ad Agrigento ed in provincia nell'anno 2022 si attesta a 7,2 per mille abitanti contro la media nazionale di 6,8 nati ogni mille abitanti.

L'età media della popolazione residente nella suddetta provincia nel 2022 è di 45,4 anni, valore superiore rispetto al dato registrato in regione (44,9) ed inferiore a quello dell'intera nazione (46,2).

Gli individui over 65 anni rappresentano il 23,4% dell'intera popolazione residente in provincia, valore superiore rispetto al dato dell'intera popolazione regionale (22,6%) ed inferiore a quello registrato per l'intera nazione (23,8%).

I giovani con meno di 15 anni nell'anno 2022 rappresentano il 12,8% della popolazione residente nella provincia di Agrigento e l'indice di vecchiaia è pari a 182,3 anziani per cento giovani, che si considera essere un valore inferiore a quello osservato nell'intera nazione (187,9) ma che, tuttavia, risulta essere superiore al valore registrato a livello regionale (167,7).

Gli adulti di età compresa tra 15 e 64 anni (età lavorativa) rappresentano il 63,8% della popolazione, con un rapporto di 100 individui in età lavorativa su 56,7 individui in età non attiva (indice di dipendenza strutturale) ed in particolare su 36,6 anziani (indice di dipendenza anziani), registrando un valore più basso rispetto al valore nazionale (37,5%).



Gli stranieri residenti nel Libero Consorzio Comunale di Agrigento al 1° gennaio 2021 sono 14.403 e rappresentano il 3,7% della popolazione residente.

2. La struttura dell'ASP. L'Azienda Sanitaria Provinciale di Agrigento è stata istituita a seguito della Legge regionale 14 aprile 2009 N. 5 ed è diventata operativa a partire dal 1° settembre 2009.

L'organizzazione e il funzionamento dell'Azienda sono disciplinati con Atto Aziendale di diritto privato approvato con D.A. n. 478 del 04/06/2020, di cui si è preso atto con Deliberazione n. 880 del 10/06/2020. L'operato dell'Azienda assicura l'erogazione delle prestazioni sanitarie essenziali ed appropriate, lo sviluppo dei sistemi di qualità, la massima accessibilità ai servizi dei cittadini, l'equità delle prestazioni erogate, il raccordo istituzionale con gli Enti Locali, il collegamento con le altre organizzazioni sanitarie e di volontariato, nonché l'ottimizzazione e l'integrazione delle risorse e delle risposte assistenziali.

L'ASP di Agrigento è governata da un Direttore Generale, coadiuvato dal Direttore Amministrativo e da quello Sanitario. L'Azienda Sanitaria Provinciale di Agrigento si articola in:

- *Area Staff*, nel cui ambito rientrano le strutture a rilevanza aziendale che, in relazione alle competenze attribuite, afferiscono alla Direzione Generale o Sanitaria o Strategica;

- *Area Amministrativa*, a cui fanno riferimento il Dipartimento Amministrativo strutturale e le strutture complesse e semplici afferenti con mansioni amministrative;
- *Area Territoriale*, composta dai 7 Distretti Sanitari con le afferenti unità organizzative, i Dipartimenti territoriali (Prevenzione, Prevenzione Veterinario, Salute Mentale, Cure Primarie, Materno Infantile);
- *Area Ospedaliera*, cui fanno capo i Presidi Ospedalieri (Agrigento, Canicattì, Licata, Ospedali riuniti di Sciacca e Ribera) e i Dipartimenti ospedalieri;
- *Area del Farmaco*, nel cui ambito rientrano il Dipartimento del Farmaco e le Farmacie dei Presidi Ospedalieri e la Farmacia Territoriale.

3. L'Unità Operativa Comunicazione Istituzionale ed Esterna. All' U.O. Comunicazione è affidato il compito di "governare" i processi di comunicazione interna e verso l'esterno per condurli ad unità. Istituita con l'Atto Aziendale e collocata in Staff della Direzione Strategica, fanno parte dell' U.O. Comunicazione l'Ufficio Relazioni con il Pubblico Aziendale e l'Ufficio Stampa.

La U.O. Comunicazione, con le sue strutture periferiche, in linea con il quadro normativo nazionale e regionale, con l'Atto Aziendale e con i Regolamenti formalmente adottati dall'Azienda, assicura gli adempimenti per consentire la partecipazione e tutela dei cittadini e l'Accesso atti, garantisce il back office in numerose linee di attività aziendali, cura la linea editoriale del sito web aziendale e garantisce la pubblicazione di contenuti nelle sezioni del portale dedicate all'informazione rivolta ai cittadini.

Garantisce inoltre la segreteria al Comitato Consultivo Aziendale, favorendo la partecipazione civica nel settore sanitario (Associazioni di volontariato, Rete Civica della Salute), collabora nella rilevazione della Qualità Percepita e, a pieno regime di personale, organizza gli Sportelli informativi, implementando la Carta dei Servizi.

Partecipa infine alla Rete Regionale per la Comunicazione Integrata istituita presso l'Assessorato alla Salute.

3.1 L'Ufficio Relazioni con il Pubblico (URP). Nel febbraio 2010 è stato istituito l'URP Aziendale, attualmente articolato, sul piano funzionale e organizzativo, con un ufficio centrale, ubicato nel padiglione in cui ha sede la Direzione Aziendale e con gli uffici periferici, allocati in ciascuno dei sette Distretti Sanitari e dei cinque Presidi Ospedalieri. Per ciascun URP decentrato è stato in origine individuato un referente che assicurava il front office per i servizi sanitari posti nel territorio di riferimento: tali uffici in atto risultano parzialmente depauperati per la carenza di personale, impegnato anche su altri fronti.

L'organizzazione e le attività dell'URP sono definite dal Regolamento di Pubblica Tutela, adottato formalmente dall'Azienda con deliberazione n. 220 del 2 marzo 2010 e

disponibile alla consultazione nella pagina del sito web aziendale dedicata all'URP oltre che nella sezione denominata Regolamenti.

3.2 L'Ufficio Stampa. È assegnato a questo ufficio un componente dell'U.O. Comunicazione, iscritto all'albo dei giornalisti pubblicisti che garantisce lo svolgimento di tutte le attività di comunicazione esterna. Costituisce il riferimento e lo strumento di connessione fra l'Azienda e il sistema dei mass media. L'attività dell'Ufficio Stampa è finalizzata a:

- selezionare, filtrare e veicolare il flusso delle informazioni provenienti dall'interno dell' Azienda verso gli organi di informazione. I suoi principali interlocutori sono i mass media: quotidiani, radio, tv, riviste, ecc. in grado di raggiungere il pubblico di massa in generale;
- promuovere l'immagine dell'Azienda a livello provinciale, regionale e nazionale assicurando all'esterno la conoscenza delle linee di azione dei vertici aziendali e degli interventi operativi per promuovere le strategie e le azioni dell'ente nei diversi settori di intervento;
- garantire che il flusso di notizie verso i mass media e i cittadini sia efficace, che l'informazione risulti completa ed equilibrata e che siano evitate strumentalizzazioni;
- diffondere tra i responsabili e gli operatori aziendali notizie e informazioni provenienti dal mondo dei mass media, che riguardino l'Azienda e l'ambito della sanità.
- Infine contribuisce alla misurazione della soddisfazione dell'utente insieme con l'URP e provvede a rilevare e contrastare l'eventuale comparsa di fake news e di contenuti comunicativi distorti, non veritieri e discriminatori.

In caso di pandemia, determinante è il ruolo che l'Ufficio Stampa riveste nella diffusione di informazioni univoche relative l'andamento dei contagi in Provincia, delle linee di intervento definite dalla Direzione Aziendale nonché delle Campagne sulla Prevenzione della diffusione del patogeno emergente e sulle Vaccinazioni promosse dall'Assessorato Regionale alla Salute e di ogni altra informazione utile alla gestione dell'emergenza. A tal fine è risultata efficace, nella trascorsa pandemia da Covid 19, la rubrica "Il punto settimanale" nella quale lo stesso vertice aziendale, teneva un dialogo diretto con tutta la popolazione della provincia: la rubrica in parola, pubblicata sul sito web istituzionale, sulle pagine social aziendali e diffusa tra i media veniva infatti regolarmente riproposta dai medesimi sulle loro pagine giornalistiche.

Obiettivi Generali del Piano di Comunicazione Aziendale (PCA)

Obiettivo generale del Piano Aziendale Comunicazione è quello di sviluppare e standardizzare il circuito informativo interno per migliorare anche la comunicazione verso l'esterno.

La comunicazione interna ed organizzativa può essere considerata, infatti, la fonte primaria di produzione di contenuti e dati che, opportunamente rimodulati nel linguaggio e nello stile in funzione dei diversi target di riferimento e delle modalità di comunicazione utilizzate, rendono efficace la comunicazione esterna per orientare i cittadini, le imprese e le istituzioni al corretto utilizzo dei servizi sanitari offerti.

Oltre questo prioritario obiettivo, alla luce delle indicazioni del Piano Regionale per la Comunicazione della Salute, si adottano inoltre come obiettivi generali:

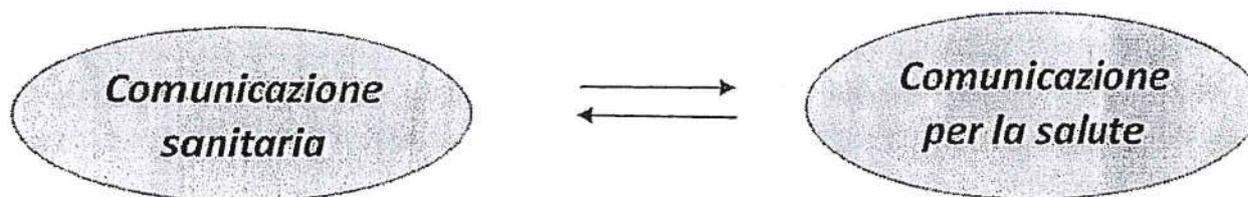
1. Aderire ai principi espressi nell'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite ed in particolare a quanto dichiarato nell'obiettivo 3: *"Garantire una vita sana e promuovere il benessere di tutti a tutte le età"*, mediante l'implementazione di strategie e azioni finalizzate a supportare obiettivi e programmi sanitari in grado di promuovere l'accessibilità alle cure e la diffusione della cultura della promozione della salute e dei sani stili di vita a tutte le età e fasce della popolazione con particolare riferimento alle fasce deboli.
2. Implementare un sistema continuo di flussi di comunicazione interna ed esterna per migliorare la qualità dei servizi e l'efficienza organizzativa.
3. Informare correttamente i cittadini e gli operatori sulle iniziative di salute intraprese nell'ottica di diminuire il gap tra ciò che viene promosso dall'Azienda e quanto percepito.
4. Valorizzare i numerosi servizi offerti dal SSR in tutte le fasi di vita del cittadino ed indirizzare correttamente gli utenti verso i servizi erogati, con particolare attenzione alle fasce di popolazione più vulnerabili e agli effetti sulla salute generati dalle disuguaglianze socioeconomiche.
5. Realizzare in maniera sistematica attività di informazione, promozione ed educazione alla salute ispirate ai principi di trasparenza, imparzialità, partecipazione ed esigibilità dei diritti da parte dei cittadini nonché di sostenere i principi di uguaglianza, universalità, globalità e volontarietà della legge di istituzione del Servizio Sanitario Nazionale n. 833/1978.

Obiettivi Specifici del PCA

La comunicazione nel settore «health» ha lo scopo di accompagnare l'agire medico ed essere così a supporto e a servizio della medicina, degli operatori sanitari e di chi ne fruisce.

La Comunicazione rappresenta in numerose attività dell'ambito sanitario una azione trasversale che contribuisce al raggiungimento degli obiettivi di salute e di equità.

All'interno della comunicazione pubblica in sanità si distinguono 2 aree, con specifici tratti distintivi ma con forti relazioni sinergiche:



La comunicazione va pertanto sviluppata sia come comunicazione sanitaria, sia come comunicazione per la salute, rispettivamente finalizzate alla "mappatura" e diffusione delle opportunità di salute presenti sul territorio e alla produzione e condivisione, all'interno della comunità, di conoscenza sui problemi di salute, con l'obiettivo di orientare, responsabilizzare e motivare le persone e quale strumento di supporto alle decisioni e alle politiche di prevenzione.

In particolare, con il recepimento da parte dell'ASP del Piano Regionale della Prevenzione (PRP) 2020-2025 (Deliberazione n. 146 del 31 gennaio 2021) e l'adozione del Piano Aziendale di Prevenzione 2020-2025 (Deliberazione n. 1848 del 17 ottobre 2023), le attività di Comunicazione, unitamente a quelle di Formazione, sono azioni trasversali volte a rafforzare l'approccio intersettoriale e a perseguire l'equità.

Insieme alla formazione, la comunicazione è infatti presente in tutti i 14 Programmi (Predefiniti e Liberi) del PRP a servizio dell'integrazione e dell'intersectorialità, rivolgendosi anche agli amministratori e ai policy maker oltre che alla popolazione e agli operatori sanitari, al fine di contribuire significativamente al contrasto alle disuguaglianze, veicolando al meglio messaggi alla popolazione generale e a specifiche fasce di soggetti a rischio.

Il processo di comunicazione accompagna costantemente il lavoro di definizione degli obiettivi e delle priorità e dell'analisi delle caratteristiche del target, per proseguire con l'individuazione degli interventi da realizzare e il monitoraggio della loro corretta implementazione e concludersi con la valutazione di impatto.

La comunicazione, infatti, è uno strumento strategico per aumentare la conoscenza e l'*empowerment*, promuovere atteggiamenti favorevoli alla salute, favorire modifiche di norme sociali, accesso e adesione ai programmi di prevenzione e di cura, coinvolgimento attivo del cittadino (*engagement*); può facilitare la creazione di reti inter-istituzionali e la collaborazione tra le organizzazioni sanitarie e non, sostenendo la fiducia della popolazione e contribuendo all'*accountability* del sistema salute.

Funzionale al raggiungimento degli obiettivi del Piano Aziendale di Prevenzione 2020-2025 è anche l'utilizzo del marketing sociale, che si avvale dei principi e delle tecniche del marketing per influenzare un gruppo target ad accettare, rifiutare, modificare o abbandonare un comportamento in modo volontario, allo scopo di ottenere un vantaggio per i singoli, i gruppi o

la società nel suo complesso. Il marketing sociale mira a risolvere un problema di interesse collettivo attraverso il cambiamento di comportamenti individuali e/o di gruppo, prospettando benefici individuali e di interesse collettivo (es. adozione di stili di vita sani, riduzione di comportamenti a rischio, ecc.) e benefici sociali derivanti da comportamenti individuali (es. risparmio energetico, raccolta rifiuti differenziata, consumi e mobilità sostenibili): si applica quindi sia alla promozione e alla tutela della salute sia alla promozione di comportamenti sociali in tutti gli ambienti di vita e di lavoro.

Uno degli Obiettivi specifici di questo Piano della Comunicazione Aziendale è dunque quello di supportare le attività di comunicazione così come richiesto dai Referenti del Piano della Prevenzione Aziendale 2020-2025 e/o dai Servizi aziendali coinvolti nella realizzazione delle "Azioni" dei Programmi Predefiniti e Liberi in esso contenuti.

Le attività riguardano in particolare la promozione di azioni di sensibilizzazione rivolte alla popolazione su temi specifici per sviluppare l'empowerment e mantenere viva l'attenzione sugli sviluppi della ricerca, l'importanza e la promozione di stili di vita salutari e sicuri, da realizzare anche in occasione delle giornate tematiche OMS. Sarà inoltre assicurato il contributo alla organizzazione di eventi/incontri/tavoli tematici intersettoriali a sostegno delle politiche per la salute oltre che alla organizzazione di Campagne di sensibilizzazione e celebrazioni di giornate mondiali.

Altro obiettivo specifico della comunicazione è contribuire alla realizzazione delle "Azioni" di comunicazione, tra cui la Comunicazione del Rischio, che il Piano Pandemico vigente, pone in capo alle AA.SS.PP per la preparazione e risposta ad una eventuale pandemia da patogeno respiratorio o da altro patogeno emergente, così come recepito a livello regionale e locale.

La Comunicazione Integrata

Il Sistema sanitario è tra i più complessi tra quelli esistenti. Al fine di rendere sinergiche e coerenti le molteplici attività di comunicazione nel territorio regionale, l'Assessorato Regionale della Salute con D.A. 1209/2020 ha istituito il "Tavolo Tecnico Regionale Permanente per la Comunicazione Integrata per la Salute" con il compito di coordinare la rete locale dei Referenti della Comunicazione e degli Addetti stampa, in un'ottica di pianificazione e sviluppo delle attività di comunicazione in periferia.

In tale ottica, l'U.O. Comunicazione Aziendale acquisisce le indicazioni e/o creatività e prodotti editoriali elaborati a livello regionale e li condivide diffondendoli tramite gli strumenti/canali disponibili e più appropriati della comunicazione istituzionale e della comunicazione interna ed esterna.

La Comunicazione Istituzionale

Nasce dall'esigenza della Struttura Sanitaria Pubblica di:

- comunicare all'interno dell'organizzazione
- di informare correttamente il cittadino rispondendo ai criteri di chiarezza, trasparenza ed equità
- contribuisce alla definizione della propria immagine in termini di credibilità ed affidabilità.

La comunicazione istituzionale deve essere chiara, diretta e accessibile.

Il servizio di riferimento è l'U.O. Comunicazione di cui fanno parte l'Ufficio Stampa e l'URP

La Comunicazione Interna

Le risorse umane costituiscono parte attiva del processo di comunicazione interna, e, al tempo stesso, veicolo di divulgazione della comunicazione verso l'esterno.

Lo sviluppo di questa area passa dalla sensibilizzazione di tutti i professionisti che operano in Azienda sull'importanza dei processi di comunicazione interna e sulla ricaduta verso l'esterno. La disponibilità di informazioni aggiornate consente un efficace orientamento alla fruizione dei servizi all'utenza con l'immediata ricaduta sia in termini di miglioramento dell'immagine dell'Azienda sia di sviluppo del senso di appartenenza alla stessa da parte degli operatori. Essere al corrente delle attività intraprese dall'ente aumenta il senso di appartenenza, con un effetto positivo sul clima interno ed il benessere organizzativo

Contestualmente occorre precisare che lo sviluppo di tale area non può prescindere dall'uso e dall'implementazione della tecnologia e dei canali di comunicazione (web, applicativi dedicati, mail, portali di scambio contenuti, ecc.) di cui l'azienda dispone ovvero sono in fase di programmazione/acquisizione.

La Comunicazione Esterna

La comunicazione verso l'esterno è l'altra faccia della comunicazione interna da cui ricava i contenuti necessari per sostanziarla. Una efficiente e sollecita comunicazione interna determina infatti la puntuale e chiara comunicazione verso l'esterno. L'azienda ha necessità di promuovere il dialogo con i cittadini attraverso tutti i canali a disposizione per favorire la conoscenza dei servizi sanitari offerti agevolandone l'accesso e per promuovere corretti stili di vita.

Per assolvere a questo complesso compito, l'Azienda negli anni si è adeguata ad acquisire tutti gli strumenti di comunicazione esterna per raggiungere il diversificato target dei destinatari.

Pertanto, accanto al sito web, strumento fondamentale nella comunicazione istituzionale, sono sempre più utilizzati i social (Facebook, Instagram, You Tube) per la diffusione di informazioni

diverse, ma anche i media classici come giornali, radio, video servizi per approfondimenti, attivati dalla diffusione di comunicati stampa.

Target della comunicazione esterna sono:

- i cittadini-pazienti, il gruppo più numeroso ed eterogeneo dei destinatari della comunicazione sanitaria. È indispensabile specializzare gli strumenti di comunicazione per essere coerenti con i linguaggi e le modalità di comunicazione dei diversi destinatari, più omogenei per caratteristiche demografiche e socio/culturali, e delineare i bisogni per contribuire a un miglioramento della qualità di vita;
- gli operatori professionali, aziende sanitarie, istituti di ricerca, professioni specifiche dell'ambito sanitario, ordini professionali, farmacisti, società scientifiche, ecc. Il bisogno di comunicazione riguarda l'agevole comprensione delle indicazioni regionali e aziendali. La comunicazione verso loro deve essere posta come attività di scambio di idee, informazioni ed esigenze, con l'obiettivo di facilitare l'implementazione delle strategie dell'azienda;
- portatori di interessi della comunità (stakeholder), rilevanti in vista del raggiungimento degli obiettivi prefigurati e leve fondamentali di trasmissione dei messaggi di comunicazione (enti locali, associazioni di cittadini, ordini professionali, associazioni di categoria, sindacati, ecc.). Una posizione privilegiata è ricoperta dal Comitato Consultivo Aziendale (CCA), organo collegiale che, dopo il rinnovo avvenuto nel corso del 2021, nel 2022 si è insediato per dare avvio alle attività di istituto. È composto da 23 rappresentanti di Associazioni di volontariato sociosanitario e Organismi competenti del settore. L'Azienda, inoltre, con deliberazione n. 817 del 18 dicembre 2014 ha adottato il modello della Rete Civica della Salute come da disposizione Assessoriale e, con successiva deliberazione, costituito il Team Work, composto da dipendenti dell'Azienda, per avviare il lavoro di costruzione della medesima Rete Civica in provincia.
- media e i social: costituiscono, assieme agli altri media tradizionali come carta stampata, tv, radio, un mezzo di diffusione delle informazioni molto importante.

La Comunicazione sanitaria

E' incentrata specialmente sui servizi e sulle prestazioni offerte in tutti i livelli di assistenza: prevenzione, diagnosi, cura e riabilitazione.

In questo ambito le organizzazioni sanitarie sviluppano attività di comunicazione finalizzate:

- ad abilitare alla partecipazione dei cittadini ai processi decisionali, alla valutazione dei servizi, ecc. (CCA, RCS, Audit Civici, ecc.).
- a facilitare l'accesso ai servizi stessi tramite l'offerta e la semplificazione amministrativa online (URP, PUA, sito web, ecc.).

Rientrano in questo ambito anche le funzioni legate all'agire amministrativo dell'ASP e precisamente la trasparenza, l'accountability, la misurazione della performance e la qualità percepita.

All'interno della comunicazione sanitaria assume particolare rilevanza anche la **comunicazione di crisi** ed emergenza come funzione che consente di presidiare le situazioni di allarme improvviso relativo alla salute (es. epidemie, ecc) con lo scopo di fornire risposte corrette ed equilibrate alle pressanti richieste dei cittadini e del sistema dei media.

La Comunicazione per la salute

Si tratta di un'area che si identifica con le attività di **prevenzione, educazione alla salute e comunicazione** finalizzate a promuovere comportamenti salubri e stili di vita corretti e ad accrescere la consapevolezza delle situazioni di rischio per la salute propria e degli altri.



Nella comunicazione per la salute **i protagonisti sono i diversi settori della società** – enti, istituzioni, aziende sanitarie, associazioni del terzo settore e cittadini – interlocutori attivi e consapevoli di un percorso di “costruzione sociale” che trova nella partecipazione e nella condivisione di obiettivi, strategie e attività i suoi punti di forza.

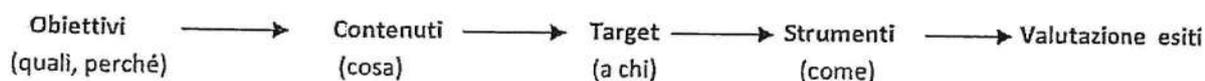
Gli ambiti di intervento di questa area riguardano tutti i fattori che influiscono sulla salute, i cosiddetti determinanti di salute che possono essere schematicamente distinti in ambientali, sociali, economici, relativi agli stili di vita (alimentazione, attività fisica, fumo ecc) e sull'accesso ai servizi, non solo sanitari ma anche sociali, scolastici, ricreativi ecc.

La comunicazione riguardante la “Salute” intesa come “One Health” e “Salute in tutte le politiche” è funzionale al raggiungimento degli obiettivi del PRP 2020 – 2025.

La Progettazione Operativa

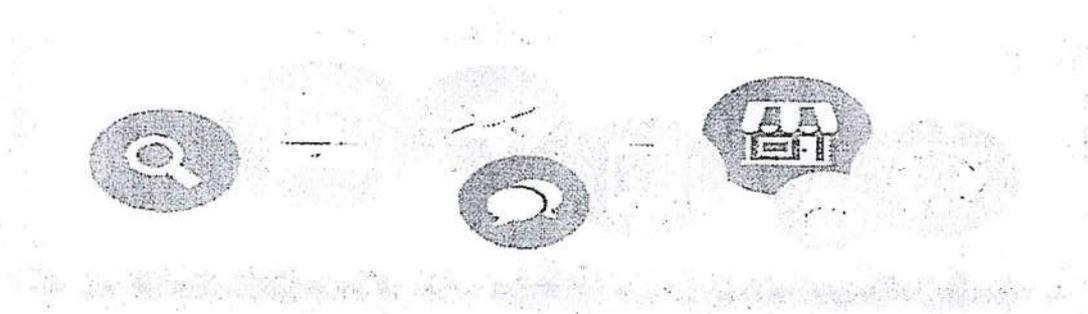
Diversi sono gli strumenti disponibili per veicolare i contenuti del messaggio informativo. Nella progettazione di interventi di comunicazione occorre scegliere gli strumenti di comunicazione tenendo conto del linguaggio e delle modalità di comunicazione del gruppo di popolazione che si intende raggiungere.

E' necessario pertanto definire:



Utilizzando gli strumenti «*in maniera integrata*» e «*multicanale*» si contribuisce a soddisfare i bisogni di comunicazione del cittadino:

- bisogno di personalizzazione ed umanizzazione (facilità di accesso, prenotazione e di adempimenti amministrativi e tutela dei diritti)
- bisogno di informazione (informazioni sui servizi, informazione sanitaria, ecc.)



Ogni strumento ha caratteristiche ben precise e può raggiungere target diversi.

1. Strumenti:

- Sito web
- Ufficio Stampa e comunicati stampa
- Social network (Facebook, Instagram, Youtube)
- WhatsApp
- Carta stampata
- Tv e Radio
- grafiche
- spot video
- cartellonistica, locandine e brochure
- pubblicità dinamica

- o seminari e convegni
- o campagne di comunicazione
- o camper itinerante
- o partecipazione a fiere, eventi
- o Uffici Relazioni con il Pubblico
- o sportelli polifunzionali
- o intranet
- o e-mail
- o numero verde, call center, help desk
- o Portale Costruire Salute.

2. Il Sito Web

Il sito web istituzionale è il portale ufficiale dell'Azienda. È il canale di accesso all'Azienda più completo e immediato. Contiene tutte le informazioni sull'Azienda e i suoi organi, la sua organizzazione, i servizi erogati, la modulistica, i documenti prodotti dall'Azienda e fruibili ai cittadini. Contiene tutte le indicazioni per contattare servizi e professionisti, con riferimenti telefonici e indirizzi mail. Sono contenute pagine informative sulle prassi per l'accesso alle prestazioni erogate, dall'accesso agli atti amministrativi alle modalità per l'accreditamento, per il rinnovo della patente o il cambio del Medico curante. Direttamente dalla home page si acceda all'Area Trasparenza in cui trovano posto tutte le informazioni a rilevanza legale, secondo quanto stabilito dalle normative sulla Trasparenza nelle Pubbliche Amministrazioni. Dalla pagina Dipendenti si accede agli applicativi per i dipendenti – Protocollo, RegISTRAZIONI, Deliberazioni, ecc. - oltre che consentire l'accesso a ogni dipendente profilato, nell'area personale.

Il sito web è regolarmente aggiornato con le informazioni che costantemente giungono da parte delle diverse strutture aziendali sui piccoli e grandi cambiamenti logistici, ma anche sulla vita dell'Azienda attraverso la newsletter pubblicata a cura dell'Addetto Stampa Aziendale.

3. I Social Network

I canali social consentono di veicolare il messaggio istituzionale in modo ampio e immediato seppure informale. Questa Azienda ha attivato una pagina Facebook e una di Instagram, i cui profili servono anche a contrastare il fenomeno della diffusione di false notizie. La scelta di questi strumenti ha l'obiettivo di creare una identità forte, supportarne le strategie comunicative, soprattutto come avvenuto in passato in occasione dell'emergenza sanitaria da COVID-19.

4. Campagne di comunicazione

La realizzazione di campagne di comunicazione ha rappresentato uno degli strumenti più efficaci nel perseguimento degli obiettivi di salute presenti nel Piano Regionale di Prevenzione.

Tra gli obiettivi principali di tale strumento:

- la promozione di stili di vita sani e sicuri ai fini della prevenzione
- l'educazione sanitaria e la tutela della salute materno-infantile
- la sicurezza negli ambienti di vita e di lavoro
- la prevenzione degli incidenti stradali e domestici
- il contrasto alle malattie infettive, alla antimicrobico resistenza e promozione delle vaccinazioni
- il contrasto alle malattie croniche
- la prevenzione delle dipendenze da sostanze o da comportamenti
- promozione degli screening
- ecc.

5. La Comunicazione Offline



Pur adeguandosi ai nuovi mezzi di comunicazione digitale, l'Azienda non trascura la comunicazione "tradizionale", offline. Quest'ultima, infatti, permette di raggiungere quella parte di popolazione che non è "disponibile" al viaggio in rete.

Per questo motivo l'Azienda continua a produrre azioni e strumenti per raggiungere anche questa parte di popolazione: sia attraverso brochure, iniziative sul posto che attraverso campagne mirate di prevenzione sul territorio (ad esempio ambulatorio mobile) si sensibilizza e raggiunge un pubblico che diversamente non sarebbe possibile raggiungere.

6. La Comunicazione Online

I canali digitali rappresentano, per molti cittadini, strumenti fondamentali per reperire informazioni e comunicazioni sanitarie e per accedere a servizi online.

Ha rilevanza strategica nel tracciamento di quei dati che consentono di conoscere meglio il proprio target di riferimento e calibrare le azioni.

7. La Carta dei Servizi

La Carta dei servizi, introdotta nel nostro paese con la Direttiva del Consiglio dei ministri del 27 gennaio 1994, è stata resa vincolante per le Aziende Sanitarie dalla Legge 273/1995. Nella direttiva viene affermato per la prima volta il principio in base al quale *“le aziende si impegnano nei confronti del cittadino-utente a fornire determinati livelli di servizio ed a garantire precise forme di tutela”* ed *“i soggetti erogatori danno immediato riscontro all’utente circa le segnalazioni e le proposte da esso formulate”*.

La Carta dei Servizi è, per definizione, il patto tra le strutture del Servizio Sanitario e i cittadini dove l'erogazione dei servizi e delle prestazioni per essi avviene nel rispetto dei principi fondamentali contenuti nel DPCM del 19 maggio 1995:

- Eguaglianza ed Equità: ogni cittadino ha il diritto di ricevere l'assistenza e le cure più appropriate senza alcuna discriminazione di sesso, razza, lingua, ceto, religione ed opinioni politiche.
- Imparzialità, garantita al cittadino per l'accesso e per il trattamento.
- Continuità: il cittadino ha il diritto all'erogazione dei servizi sanitari in modo regolare e continuo.
- Diritto di scelta: il cittadino ha il diritto, nei limiti e nelle forme previste dalla normativa a scegliere la struttura sanitaria dove farsi curare, ovunque sul territorio nazionale ed europeo.
- Partecipazione: l'azienda nel riconoscere la centralità del cittadino ne garantisce la partecipazione tramite le associazioni di volontariato e di tutela dei diritti dei cittadini.
- Efficienza ed efficacia: i servizi sanitari pubblici devono essere erogati in modo da garantire un risultato qualitativamente valido ed un'economicità nell'impiego delle risorse.

La divulgazione tramite la Carta dei Servizi degli impegni assunti con relativi standard di qualità, permette al cittadino di verificare il raggiungimento di quanto dichiarato. È quindi uno strumento a tutela del diritto alla salute del cittadino in quanto gli attribuisce la prerogativa di un controllo effettivo sui servizi erogati e sulla loro qualità. È uno strumento di comunicazione tra le Aziende sanitarie e i cittadini, un legame fatto di informazione, impegni, ascolto, che permette ad ogni Azienda di crescere erogando servizi migliori, offrendo agli utenti le informazioni su dove le attività vengono svolte affinché siano meglio conosciute. Essere informato correttamente permette, infatti, ai cittadini una scelta consapevole e la Carta dei Servizi rappresenta uno degli strumenti per affermare la centralità del cittadino nel Sistema Sanitario all'insegna della massima trasparenza.

Nel territorio della Regione Siciliana le prime indicazioni sull'adozione della Carta dei Servizi sono fornite dalla legge regionale n. 5 del 14/04/2009 *“Norme per il riordino del Servizio Sanitario Regionale”*, che all'articolo 3 lett. h recita *«Prevedere forme di partecipazione dei cittadini e degli utilizzatori dei servizi alla verifica dell'attività svolta e alla formulazione di*

proposte rispetto all'accessibilità dei servizi offerti, nonché l'adozione e l'utilizzazione sistematica della carta dei servizi per la comunicazione con i cittadini».

Questa Azienda ha sostituito la Carta dei Servizi cartacea – aggiornata diverse volte nel corso degli anni ma superata dopo pochi giorni dalla pubblicazione per la continua evoluzione delle dinamiche aziendali – nuovi servizi, cambi di indirizzo, telefono, e-mail aggiornamento orari di apertura, ecc. - con quella on line sin dalla realizzazione del sito istituzionale.

Questa scelta ha consentito di avere sempre aggiornato il documento, consultabile da tutti i cittadini oltre che dagli operatori UU.RR.PP. preposti a fornire risposte ai cittadini su tutti i servizi aziendali.

Sarà comunque valutata la possibilità di stampare in forma cartacea una Carta dei Servizi contenente informazioni che possano essere resistenti ai cambiamenti quotidiani.

Risorse

La comunicazione nell'ambito di una Azienda Sanitaria riguarda la salute collettiva e il benessere di una popolazione. Pertanto, nella realizzazione delle linee di attività riconducibili al Piano Aziendale di Prevenzione, l'U.O. Comunicazione farà ricorso alle somme vincolate per le diverse linee strategiche che discendono dal PSR e dal PRP 2020-2025, nell'ambito delle specifiche attività di comunicazione.

Monitoraggio e valutazione

Il piano di monitoraggio e valutazione prevede l'adozione di un sistema di valutazione dell'efficacia delle principali attività di comunicazione programmate attraverso il monitoraggio degli accessi alle pagine dedicate del portale e dei social e della pubblicazione sulla stampa locale di notizie diffuse attraverso i comunicati stampa.

Monitoraggio e valutazione permettono di analizzare lo stato di avanzamento delle azioni previste in fase di pianificazione, di verificare i risultati ottenuti, misurare l'impatto e gli effetti del Piano.

La Comunicazione del Rischio

La Comunicazione del rischio è definita da Giancarlo Sturloni nel primo manuale sulla materia come *“ Un insieme di scambi informativi tra i diversi portatori di interesse (stakeholders) che prendono parte alla discussione pubblica sui rischi per la salute e per l'ambiente”*

In tal senso, l'obiettivo della comunicazione istituzionale del rischio è quello di condividere le informazioni necessarie per favorire scelte consapevoli e partecipate a tutela della sicurezza

individuale e collettiva, rappresentando uno strumento strategico nell'ambito della prevenzione dei rischi e nella gestione delle emergenze

Riguardo agli ambiti di applicazione della comunicazione del rischio è possibile distinguere :

La *care communication* che si occupa di rischi noti, che possono essere evitati adottando comportamenti opportuni; ha come obiettivo motivare le persone esposte a un rischio riconosciuto a modificare i propri comportamenti dannosi, offrendo loro un rimedio disponibile. Il principale campo di applicazione è quello della prevenzione dei rischi (es. campagne di promozione della salute, campagne di prevenzione dei disastri naturali).

La *crisis communication* che ha l'obiettivo rendere le persone consapevoli di un rischio imminente a cui sono esposte per favorire comportamenti responsabili di auto protezione e salvaguardare la loro sicurezza. L'ambito è quello della crisi - situazione caratterizzata da un livello crescente di allarme, che può durare diversi giorni, settimane o mesi (es. epidemie, arrivo di un ciclone,) e dell'emergenza - fenomeno improvviso e con impatto immediato (es. incidente industriale, terremoto, ecc.). Essa prevede un ruolo attivo della popolazione a cui è richiesto di reagire a una minaccia adottando comportamenti per la salvaguardia e la sicurezza degli individui, mentre le istituzioni preposte alla gestione del rischio conservano un ruolo di guida, fornendo informazioni e indicazioni comportamentali. La comunicazione del rischio durante una crisi o un'emergenza, per essere efficace, deve soddisfare i principi di tempestività, trasparenza, chiarezza, coerenza, ascolto, empatia e coinvolgimento. Nell'ambito della crisis communication rientrano, inoltre, le strategie comunicative per rimediare a una crisi reputazionale che può investire un'istituzione pubblica o un'azienda privata.

La *consensus communication* che ha l'obiettivo di favorire il confronto tra le parti in una controversia sul rischio per giungere a scelte il più possibile condivise e partecipate nella gestione del rischio (es. controversie su organismi geneticamente modificati (OGM), sulle emissioni degli inceneritori, ecc.)Le discussioni possono riguardare la natura di un pericolo e le sue possibili conseguenze, l'effettiva entità di una minaccia o le modalità di gestione della stessa, coinvolgendo a vario titolo diversi stakeholder.

I tre ambiti di applicazione sopra citati, oltre che definire i tre principali obiettivi specifici della comunicazione del rischio, consentono di sviluppare in modo efficace le strategie comunicative per raggiungere i principali target della comunicazione nei diversi contesti operativi.

L'OMS in un suo documento del 2020 ha definito la "Comunicazione del rischio e il coinvolgimento della popolazione" come uno degli 8 pilastri strategici per la preparazione e risposta a COVID-19 .

Infatti nella trascorsa pandemia da COVID 19, la comunicazione sanitaria è divenuta sempre più uno strumento fondamentale per guidare ed educare il cittadino nel compiere azioni

responsabili e per combattere la diffusione di *fake news* e false informazioni (Infodemia) che potevano ingenerare confusione e produrre atteggiamenti sbagliati da parte dei destinatari del messaggio, atteso che una "buona comunicazione" contribuisce anche a mantenere/incrementare la fiducia e la reputazione del Sistema Sanitario.

Alla luce di quanto detto e dell'esperienza maturata, la gestione della comunicazione nelle situazioni di crisi prevede una stretta centralizzazione interna all'organizzazione e una diretta correlazione con la Direzione Strategica e l'Unità di Crisi (Cabina di Regia), che si occupano più propriamente di tutti i processi strategici, decisionali ed organizzativi di risposta all'emergenza. È previsto inoltre di identificare, i "Portavoce" interni, i quali, in numero molto limitato, sulla base delle specifiche tematiche e competenze specialistiche, con empatie e chiarezza, al bisogno, intrattengono un dialogo con la popolazione in generale, i pazienti ed i media. In ultima analisi le regole che vanno rispettate per una divulgazione sanitaria efficace in momento di crisi e/o di emergenza sono:

1. Tempismo
2. Corretto utilizzo dei social network
3. Rigore scientifico
4. Empatia
5. Promozione ed attività dell'Ufficio Stampa
6. Networking (mettere in comune idee e fare rete)
7. Regolarità nelle pubblicazioni
8. Contenuti comunicativi chiari, semplici coerenti che raggiungono tutti, in particolare i più fragili e progettati sui bisogni dei destinatari.

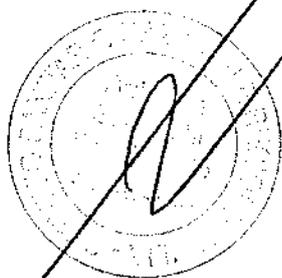
Infine la multicanalità (scelta ed utilizzo di una varietà di mezzi di comunicazione) risulta strategica al fine di raggiungere una platea più ampia possibile, mentre per la comunicazione interna all'Azienda la mail aziendale viene al momento privilegiata.

Le Azioni del Piano di Comunicazione per la Salute

Obiettivo Generale 1 MODERNIZZARE,POTENZIARE,COORDINARE E DIGITALIZZARE LA COMUNICAZIONE DEI SERVIZI DELL'AZIENDA						
Obiettivi specifici	Risultati attesi	Azioni	Indicatori di risultato	Target	Attori coinvolti	Periodo
1.Pianificare e valorizzare il processo di comunicazione dell'Azienda	Aggiornare e diffondere la Carta dei Servizi aziendali	Progettazione ed aggiornamento della Carta dei Servizi	-Realizzazione di un nuovo progetto grafico * -Aggiornare la Carta dei Servizi	Cittadini, scuole, personale dell'Azienda, MMG, PLS, famiglie stakeholders	Personale dell'Azienda	Gennaio /Dicembre 2024
	Promuovere la diffusione di conoscenze che favoriscano cambiamenti sostenibili di prassi organizzative-sociali-educative-lavorative per rendere adottabili scelte comportamentali favorevoli per il rafforzamento della salute globale	Incrementare e valorizzare il Flusso di Comunicazione verso l'interno e verso l'esterno	-Assicurare la collaborazione ad almeno il 50% delle Giornate/Campagne di comunicazione 2024 promosse dall'Azienda -Pubblicare e diffondere almeno 5 contenuti comunicativi al mese		Responsabili e referenti dell'UOEPSA, Epidemiologia ecc., stakeholders	
	Favorire il contrasto alla disinformazione online (Fake News)	Monitoraggio Canali TV, Stampa, Siti social Media dedicati	Aggiornamento continuo della sezione pubblica del Sito Web Istituzionale		UO Comunicazione, Ufficio stampa	
2.Implementare e potenziare il processo della comunicazione interna ed esterna	Aggiornare i canali di comunicazione dedicati attraverso il Web	Riorganizzare la struttura del Sito Web con l'inserimento di aree di scambio di contenuti con privilegi di accesso predefiniti*	Nuova funzionale organizzazione dei contenuti del Sito Web per migliorare fruibilità*	Cittadini, scuole, personale dell'Azienda, famiglie stakeholders	UO Comunicazione, Ufficio stampa ,Responsabile Servizi Informatici	Gennaio /Dicembre 2024
	Informare correttamente cittadini e stakeholders sulle iniziative dell'Azienda	-Realizzare campagne di informazione per target dedicati -Rapporti co Mass Media ed Uffici Stampa	-Realizzare almeno il 50% delle Giornate/Campagne di comunicazione 2024 promosse dall'Assessorato della Salute -Realizzare Comunicati stampa, interviste, conferenze stampa ecc.	Cittadini, scuole, personale dell'Azienda, MMG, PLS, famiglie stakeholders	UO Comunicazione, Ufficio stampa	
	Agevolare l'Accesso Civico	Migliorare la ricerca di atti e documenti all'interno del portale	Creazione di percorsi diretti ed intuitivi con pagine di maggiore interesse*	Cittadini, scuole, personale dell'Azienda, MMG, PLS, famiglie stakeholders	UO Comunicazione, Ufficio stampa	
	Agevolare il funzionamento del Comitato Consultivo Aziendale	Garantire il funzionamento del CCA assicurando il lavoro di segreteria	Presiedere allo svolgimento di tutte le procedure riferite al CCA (Pubblicazione verbali ecc.)	Stakeholders, Associazioni,citadini	UO Comunicazione	

Obiettivo Generale 2 PIANIFICARE E VALORIZZARE IL PROCESSO DELLA COMUNICAZIONE A SUPPORTO DEL PIANO AZIENDALE DELLA PREVENZIONE						
Obiettivi specifici	Risultati attesi	Azioni	Indicatori di risultato	Target	Attori coinvolti	Periodo
1. Utilizzare strumenti di comunicazione e organizzare interventi di comunicazione ed informazione	Supportare, orientare, informare e motivare la popolazione e il personale dell'Azienda	-Progettare attività di comunicazione per la promozione, lo sviluppo e la diffusione della prevenzione -Sostenere la progettazione delle attività di supporto psicologico	-Assicurare la partecipazione ai gruppi di lavoro tematici per i Programmi del PAP 2020-2025 -Collaborare alla realizzazione delle attività di comunicazione previste dai Programmi del PAP 2020-2025 -Informare i cittadini e gli operatori dell'attivazione di eventuali servizi Help on line per il supporto ed orientamento della popolazione e degli operatori in caso emergenza	Cittadini, scuole, personale dell'Azienda, MMG, PLS, famiglie stakeholders, Enti locali, Associazioni	Responsabili e referenti dell'UOEPSA, Epidemiologia, Responsabile e Referenti pap, Ser. Psicologia, ecc.	Gennaio /Dicembre 2024
	Promuovere la diffusione di conoscenze che favoriscano cambiamenti sostenibili di prassi organizzative-sociali-educative-lavorative per rendere adottabili scelte comportamentali favorevoli per il rafforzamento della salute globale	Progettare /produrre strumenti /materiali per iniziative di comunicazione sociale e marketing sociale	--Partecipare alla realizzazione di almeno 1 intervento di comunicazione sociale -Progettare strumenti per iniziative di marketing sociale			
	Promuovere la diffusione del modello della Rete Regionale di scuole che promuovono salute	Progettare /realizzare strumenti /materiali di diffusione della Rete	Realizzare almeno 2 strumenti/iniziative			
2. Organizzare interventi di comunicazione /informazione sulla Comunicazione del Rischio	Sensibilizzare la popolazione nell'adozione di comportamenti di prevenzione e protezione della salute e sicurezza personale e della collettività	Collaborare alle attività volte allo sviluppo e implementazione di iniziative, strumenti, materiali per informare e sensibilizzare il target su stili di vita sani, sicuri ed ecosostenibili e su rischi e malattie professionali	Nuova funzionale organizzazione dei contenuti del Sito Web per migliorare fruibilità*	Cittadini, scuole, personale dell'Azienda, famiglie stakeholders	Responsabili e referenti del PAP, dell'UOEPSA, Epidemiologia ecc.	Gennaio /Dicembre 2024

*A seguito di acquisto di nuova piattaforma del Sito WEB



PUBBLICAZIONE

Si dichiara che la presente deliberazione, a cura dell'incaricato, è stata pubblicata in forma digitale all'albo pretorio on line dell'ASP di Agrigento, ai sensi e per gli effetti dell'art. 53, comma 2, della L.R. n.30 del 03/11/93 e dell'art. 32 della Legge n. 69 del 18/06/09 e s.m.i., dal _____ al _____

L'Incaricato

Il Funzionario Delegato
Il Collaboratore Amm.vo Prof.le
Sig.ra Sabrina Terrasi

Notificata al Collegio Sindacale il _____ con nota prot. n. _____

DELIBERA SOGGETTA AL CONTROLLO

Dell'Assessorato Regionale della Salute ex L.R. n. 5/09 trasmessa in data _____ prot. n. _____

SI ATTESTA

Che l'Assessorato Regionale della Salute:

- Ha pronunciato l'**approvazione** con provvedimento n. _____ del _____
- Ha pronunciato l'**annullamento** con provvedimento n. _____ del _____

come da allegato.

Delibera divenuta esecutiva per decorrenza del termine previsto dall'art. 16 della L.R. n. 5/09 dal _____

DELIBERA NON SOGGETTA AL CONTROLLO

- Esecutiva ai sensi dell'art. 65 della L. R. n. 25/93, così come modificato dall'art. 53 della L.R. n. 30/93 s.m.i., per decorrenza del termine di 10 gg. di pubblicazione all'Albo,

dal _____

X Immediatamente esecutiva dal **04 LUG 2024**

Agrigento, li **04 LUG 2024**

Il Referente Ufficio Atti deliberativi
Il Collaboratore Amm.vo Prof.le
Sig.ra Sabrina Terrasi

Sabrina Terrasi

REVOCA/ANNULLAMENTO/MODIFICA

- Revoca/annullamento in autotutela con provvedimento n. _____ del _____
- Modifica con provvedimento n. _____ del _____

Agrigento, li

Il Referente Ufficio Atti deliberativi
Il Collaboratore Amm.vo Prof.le
Sig.ra Sabrina Terrasi