



ASP  
AGRIGENTO

U.O. Comunicazione  
Istituzionale ed Interna

# **Piano Comunicazione Aziendale 2015**



# Piano Comunicazione Aziendale 2015

## Premessa

La comunicazione pubblica è oggi parte integrante e fondamentale dell'azione delle pubbliche amministrazioni. La complessa legislazione vigente, a partire dalla L. 241/1990, che ha come obiettivo l'informazione ai cittadini quale profilo essenziale della trasparenza amministrativa e come 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 più recente decreto legislativo n. 33/2013 che ha riordinato e semplificato la normativa in materia di obblighi di pubblicità, trasparenza e diffusione delle informazioni da parte delle amministrazioni pubbliche, definiscono uno scenario di sempre maggiore apertura della pubblica amministrazione nei confronti dei cittadini al punto che è proprio la pubblica amministrazione a doversi "attrezzare" per raggiungere tutti i potenziali utenti e non il contrario.

In questa prospettiva, la comunicazione organizzativa svolge un ruolo rilevante nel rendere le amministrazioni più vicine ai cittadini, capaci di rispondere ai loro bisogni e per garantire pari opportunità nell'accesso ai servizi. Da ciò la necessità per le aziende sanitarie, di attivare e sostenere una comunicazione istituzionale di qualità che è il risultato di una efficiente comunicazione interna e una efficace comunicazione inter-istituzionale.

Il piano comunicazione 2015 è il secondo documento di programmazione delle attività di comunicazione dell'Azienda Sanitaria Provinciale di Agrigento, dopo quello adottato con deliberazione n. 5435 del 3 agosto 2012, redatto in conformità con le indicazioni delle *Linee Guida per la stesura del piano di comunicazione aziendale* adottate dall'Assessorato alla Salute con decreto del 30 dicembre 2013.

Con il presente documento, l'Azienda Sanitaria Provinciale di Agrigento (successivamente indicata come "ASP" e "Azienda") avvia un processo di analisi dell'esistente, di sperimentazione e di potenziamento di nuovi canali di comunicazione interna e verso l'esterno con il coinvolgimento dei professionisti dipendenti, dei cittadini e dei loro rappresentanti, degli altri enti ed istituzioni con cui aprire e implementare il dialogo inter-istituzionale.



**U.O. Comunicazione Interna ed Istituzionale**

Viale della Vittoria 321 - Agrigento - sito web: [www.aspag.it](http://www.aspag.it) mail: [comunicazione@aspag.it](mailto:comunicazione@aspag.it)

## Analisi dello scenario

**1. Territorio.** La provincia di Agrigento ha una popolazione residente di 446081 abitanti (fonte ISTAT 2013) ripartita in quarantatré comuni che ricoprono una superficie totale di 3.041,9 kmq. La densità abitativa è di 146,7 ab./km<sup>2</sup>. L'indice di natalità, nel 2013, è pari a 8/1000 abitanti; quello di mortalità è 10,1/1000. L'età media della popolazione è di 42,7 anni.

Il territorio è prevalentemente collinare seppure la parte settentrionale ricade nel territorio del sistema montuoso dei monti Sicani, e la parte meridionale costeggia per l'intera estensione, il canale di Sicilia. La provincia comprende anche le due isole di Lampedusa e Linosa che, per opportunità logistiche e di raggiungibilità, fanno parte dell'Azienda sanitaria di Palermo.

**1.1 Prassi di comunicazione in provincia.** In questo territorio, i canali più utilizzati per inviare o ricevere informazioni sono quelli giornalistici di recente affiancati da applicativi informatici (social, motori di ricerca, blog, giornali on-line). Trasmettono in provincia una decina di emittenti private, a copertura provinciale o regionale, esaustive dell'informazione locale. Si sono inoltre sviluppati numerosi giornali on-line a libera fruizione, mentre il quotidiano cartaceo risente in termini di copie vendute, della capillarità dell'informazione televisiva e on line.

Per la comunicazione istituzionale, gli enti ricorrono alle tv locali e ai giornali on line a cui forniscono comunicati stampa e interviste o, in casi particolari, ricorrono all'acquisto di spazi pubblicitari. Altro canale utilizzato regolarmente per la comunicazione istituzionale è costituito dai manifesti murali che affiancano la pubblicazione del contenuto che si intende divulgare sui siti web di cui ciascun ente dispone.

**2. Stakeholder.** Vari organismi presenti sul territorio provinciale interloquiscono con l'Azienda sanitaria. Nel mese di luglio 2014 è stato rinnovato il Comitato Consultivo Aziendale istituito con la legge 5/2009. Il Comitato raccoglie e organizza 22 associazioni del volontariato operanti in ambito sociosanitario, per garantire la tutela dei diritti del cittadino attraverso pareri e consulti su questioni organizzative, gestionali e dell'offerta sanitaria dell'azienda. Hanno un loro spazio di interlocuzione anche altre associazioni che, pur non facendo parte del CCA, rappresentano comunque istanze ed esigenze di utenti della sanità. In primis gli Enti Locali nell'ambito del lavoro di attuazione dei piani di zona; altri enti che hanno sede, centrale o periferica, in questa provincia; gli ordini e collegi delle professioni sanitarie; i patronati e quanti altri, in modo diretto o indiretto, la cui azione può avere ricaduta sulla salute e benessere dei cittadini.

**3. 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 ed il funzionamento dell'azienda, disciplinati con atto aziendale di diritto privato, assicurano 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.

Gli Organi dell'ASP di Agrigento sono:

- a) il Direttore Generale che nomina un Direttore Amministrativo e un Direttore Sanitario;
- b) il Collegio Sindacale.

L'Azienda Sanitaria Provinciale di Agrigento si articola in

- Otto Dipartimenti: Amministrativo, del Farmaco, Materno-Infantile, di Prevenzione, di Prevenzione Veterinario, di Riabilitazione e Cure intermedie, Salute Mentale, delle Scienze Radiologiche;
- Sette Distretti Sanitari: Agrigento, Bivona, Canicattì, Casteltermini, Licata, Ribera, Sciacca;
- Due Distretti Ospedalieri: AG 1 che comprende i presidi ospedalieri di Agrigento, Canicattì e Licata, e AG2 formato dai presidi di Sciacca e Ribera.

La confluenza in un unico ente delle tre aziende preesistenti - l'Azienda sanitaria locale n. 1 e l'Azienda Ospedaliera "San Giovanni di Dio" di Agrigento, e l'Azienda Ospedaliera "Ospedali Riuniti" di Sciacca - ha comportato da subito la necessità di omogeneizzare procedure e linguaggi per la creazione di un'unica identità aziendale interna e di immagine esterna a tutela della salute di tutto il territorio provinciale.

*3.1 Prassi di comunicazione interna.* La comunicazione interna è abbastanza complessa per l'eterogeneità strutturale e territoriale dell'azienda che richiede modalità multicanale per garantire la capillare diffusione delle informazioni. Il canale ancora più utilizzato per la comunicazione interna è quello cartaceo (a mezzo fax o posta interna) anche se si va sempre più diffondendo l'abitudine a consultare la sezione dedicata ai dipendenti del portale aziendale che, grazie all'aggiornamento continuo, ne consente l'acquisizione delle comunicazioni senza ausilio del formato cartaceo. La comunicazione tramite la posta elettronica aziendale è abbastanza diffusa anche se non è utilizzata in tutto il suo potenziale.

**4. L'Unità Operativa Comunicazione.** In questo contesto all'U.O. Comunicazione Interna ed Istituzionale, struttura dello Staff di Direzione, è affidato il compito di "governare" i processi di comunicazione interna e verso l'esterno per condurli ad unità, con l'obiettivo di avvicinare l'Azienda sempre più ai cittadini attraverso l'informazione mirata ad un più competente accesso ai servizi.

L'Unità Operativa è stata istituita con l'atto aziendale ed è collocata tra le strutture dello Staff della Direzione Aziendale. Sono assegnate al Dirigente 4 unità lavorative a tempo pieno e sufficienti dotazioni tecnologiche e informatiche presso la sede centrale.

Fanno parte dell'U.O. Comunicazione, l'Ufficio Relazioni con il Pubblico Aziendale e l'Ufficio Stampa.

**4.1 L'URP Aziendale.** Istituito nel febbraio 2010, è articolato sul piano funzionale e organizzativo, con un ufficio centrale che coincide con l'U.O. Comunicazione, e con 13 uffici periferici: uno in ciascuno dei sette distretti sanitari, uno in ciascuno dei cinque presidi ospedalieri e uno per l'area dove ha sede la Direzione e le sedi centrali dei dipartimenti. Per ogni URP decentrato è stato individuato un referente che assicura il front office nel territorio di riferimento. L'organizzazione e le attività dell'URP sono regolate dal regolamento di pubblica tutela, adottato formalmente dall'Azienda con deliberazione n. 220 del 2 marzo 2010 e pubblicato nella pagina del sito web aziendale dedicata all'URP.

L'URP Aziendale, 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, opera su diversi ambiti inerenti la Comunicazione istituzionale ed interna. Organizza infatti gli Sportelli informativi, predispone e aggiorna la carta dei servizi, assicura gli adempimenti per consentire la Partecipazione e tutela dei cittadini, la trasparenza e l'accesso atti; garantisce il sostegno in numerose linee di attività aziendali (Audit Civico, Comitato Consultivo Aziendale, Qualità percepita, sito web aziendale, etc.). Partecipa inoltre alla Rete regionale per la comunicazione e al Nucleo di Progettazione Aziendale sulle attività di Ricerca e Internalizzazione.

**4.2 L'Ufficio Stampa.** E' assegnato all'ufficio un dipendente iscritto all'albo dei giornalisti pubblicisti che opera in autonomia non riconoscendo le funzioni dell'U.O. Comunicazione, e fa riferimento al Direttore dello Staff Direzione.

### **5. Attività di comunicazione realizzate.**

Sin dalla sua istituzione, l'U.O. Comunicazione gestisce il sito web aziendale secondo i criteri di accessibilità e trasparenza dettati dalle norme in materia dei siti web delle Pubbliche amministrazioni e nel rispetto del "Regolamento per la gestione del sito web dell'Azienda Sanitaria Provinciale di Agrigento" adottato formalmente dall'Azienda con deliberazione n. 3068 del 14 luglio 2013 e pubblicato nella pagina dedicata alla U.O. Comunicazione. Dalla home page del portale si accede ai contenuti organizzati per categorie omogenee e rivolti a target diversi. La sezione centrale della home è dedicata alla comunicazione istituzionale arricchita, nella parte inferiore, dalle comunicazioni che transitano dalla "Amministrazione Trasparente", la sezione prevista dalle norme sulla trasparenza negli atti della Pubblica amministrazione. Dal menù di testa e da quello di sinistra si accede alle informazioni sull'azienda, le sue strutture e i servizi erogati. La sezione dipendenti è lo strumento di comunicazione interna che raggiunge tutti i professionisti per comunicazioni interne e per l'accesso agli applicativi informatici disponibili per le diverse linee di attività: protocollo, gestione deliberazioni, gestione presenze, SERT, ADI, Screening, etc. Dalle statistiche acquisite tramite Google Analytics si rileva che nel periodo gennaio-agosto 2014 oltre il 30%, dei 435.000 accessi al sito aziendale, sono "nuovi visitatori", mentre, sul totale accessi, oltre 1% viene effettuato in parte dagli U.S.A. e in parte da altri paesi dell'U.E. Altresì rilevante per l'azienda è il dato relativo al 70% dei "visitatori di ritorno" nel periodo suddetto cioè circa 300.000 visitatori utilizzano il sito per acquisire informazioni, atti o altri contenuti on line.

Nel 2013, nell'ambito della comunicazione verso l'esterno, l'Azienda, per il tramite dell'U.O. Comunicazione, ha realizzato una impegnativa campagna di sensibilizzazione alla diagnosi precoce della malattia tumorale. In raccordo con il Centro Gestionale Screening sono stati ideati e realizzati due spot televisivi in cui i testimonial (l'Arcivescovo di Agrigento e Miss Italia 2012) invitavano i telespettatori ad aderire alla campagna di prevenzione proposta dall'Azienda. Gli spot sono stati trasmessi per alcuni mesi dalle televisioni provinciali.

Sono state inoltre elaborate delle brochure, una per ogni Ospedale, riportanti le informazioni essenziali del Presidio e la carta dei diritti del paziente. Il pieghevole potrebbe in tempi brevi, essere stampato e distribuito. L'U.O. Comunicazione cura inoltre l'aggiornamento continuo della



carta dei Servizi on line che è stata redatta aggregando l'offerta sanitaria in corrispondenza alle diverse fasi (ed esigenze) della vita.

## Obiettivo del PCA

Obiettivo generale del piano comunicazione aziendale quello di sviluppare e standardizzare il circuito informativo interno per migliorare la comunicazione esterna.

La comunicazione interna ed organizzativa può essere considerata, infatti, la fonte primaria di produzione dei contenuti e dati che, opportunamente rimodulati nel linguaggio e nello stile in funzione dei diversi target di riferimento e dei canali divulgativi, rendono efficace la comunicazione esterna per orientare i cittadini, le imprese e le istituzioni al corretto utilizzo dei servizi sanitari offerti. Si rende pertanto necessario individuare alcuni obiettivi operativi congruenti rispetto all'obiettivo generale nelle tre specifiche aree della comunicazione interna, esterna ed interistituzionale che permettano di esplicitare oltre ai risultati attesi, le azioni concrete, gli attori e le risorse che l'azienda rende disponibili per il conseguimento dell'obiettivo generale.

## Punti di Forza

- a. Nella definizione dei punti di forza del piano di comunicazione è certamente da individuare la strutturazione dell'U.O. Comunicazione che, con le risorse professionali e informatiche dedicate, assicura un lavoro competente e costante nella elaborazione e monitoraggio di tutte le comunicazioni che giungono in entrata per la diffusione interna ed istituzionale.
- b. Il sito web costantemente aggiornato, con le sue diverse sezioni compresa quella dell'Amministrazione Trasparente, costituisce un solido "database" che riassume tutta la vita e l'organizzazione dell'azienda per quanti, interni o esterni, lo consultano.
- c. La posta elettronica con dominio "aspag.it" disponibile per tutti i dipendenti, rappresenta un canale capillare per la trasmissione di documenti in modo sicuro grazie agli antispam di sistema. Di norma, per raggiungere via mail il personale dipendente che ne fa uso (ad oggi circa 1000) occorre digitare l'indirizzo seguente: nome.cognome@aspag.it . Inoltre tutte le unità operative sono dotate di casella mail istituzionale rintracciabile sulle pagine dedicate nel sito aziendale. Tutte le macrostrutture dell'ASP sono inoltre dotate di PEC reperibili tramite l'apposito pulsante presente sulla home page.

5

## Punti di debolezza

- a. L'eterogeneità delle strutture, per organizzazione, logistica e dotazione informatica, non rende lineare la raccolta e la trasmissione di comunicazioni. Nello specifico, l'insufficienza delle dotazioni e/o delle competenze informatiche in talune realtà aziendali, rallentano la diffusione capillare delle comunicazioni on line.

 **U.O. Comunicazione Interna ed Istituzionale**

Viale della Vittoria 321 - Agrigento - sito web: [www.aspag.it](http://www.aspag.it) mail: [comunicazione@aspag.it](mailto:comunicazione@aspag.it)

b. Anche i più piccoli cambiamenti nell'erogazione di un servizio dovrebbero essere comunicati perché il sito web li possa riportare e metterli in evidenza. Un numero di telefono o un orario di ricevimento visionabile su una locandina di un servizio o sul sito web non corretto, o una informazione mancante, oltre che produrre un disservizio ricade sull'immagine di professionalità che l'Azienda vuole dare oscurando il lavoro dei professionisti che operano in quel servizio. La tempestività nella comunicazione sui cambiamenti organizzativi è ancora in una fase di sviluppo e messa a regime.

c. L'area di attività di comunicazione rivolta ai media, di competenza dell'Ufficio Stampa, per criticità interne all'Azienda, non assume l'evidenza che meriterebbe anche con la definizione di alcuni obiettivi operativi, per cui l'implementazione della stessa viene rimandata alla prossima revisione del presente PCA.

## **Comunicazione interna**

Sviluppare tale area vuol dire in primis sensibilizzare tutti i professionisti che operano in azienda sull'importanza dei processi di comunicazione interna e sulla ricaduta verso l'esterno sia in termini di efficacia nell'orientamento alla fruizione dei servizi, sia in termini di miglioramento dell'immagine dell'azienda oltre che di sviluppo del senso di appartenenza alla stessa da parte degli operatori. 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, facendo ricorso, ove necessario, all'adozione di procedure standardizzate per la comunicazione organizzativa sia verticale che orizzontale.

**Obiettivo della comunicazione interna: Sviluppare la comunicazione interna e organizzativa**

Comunicazione interna							
OBIETTIVO: SVILUPPARE LA COMUNICAZIONE INTERNA E ORGANIZZATIVA							
OBIETTIVI OPERATIVI	TARGET	AZIONI	ATTORI	PERIODO DI REALIZZAZIONE	INDICATORI	RISULTATO ATTESO	RISORSE
1. Rilevare i canali delle comunicazioni istituzionali interne e verso l'esterno attualmente in uso	Campione dei 20% dei Dipendenti dell'azienda (600 dipendenti)	Predisporre un censimento per individuare le modalità e i canali con cui i dipendenti inviano e ricevono le comunicazioni, o a cui ricorrono per reperire quelle che interessano	U.O. Comunicazione	1.1 Progettazione censimento: entro il 31 marzo 2015	n. questionari distribuiti/ n. dipendenti target	100%	
				1.2 Distribuzione e raccolta schede: entro il 30 giugno 2015	n. questionari compilati/ n. questionari distribuiti	almeno 70%	
				1.3 Raccolta dati, report e piano di miglioramento entro 30 settembre 2015	Report dati raccolti	Relazione finale e Piano miglioramento	
2. Attivare canali di comunicazioni dedicati attraverso il web	Tutti i professionisti dell'Azienda	2.1 Predisporre e rendere disponibili mailing list dedicate.  2.2 Creare un portale di scambio di contenuti con privilegi di accesso predefiniti.  2.3 Riorganizzare la Sezione DIPENDENTI del web site.	UO Comunicazione, Web Master, Responsabile e Consulenti Informatici	2.1 entro il 31/03/2015 gruppo dei direttori delle macrostrutture e delle UU.OO.CC. del Dip. Amm.vo; entro il 30/06/2015 gruppo dei direttori di tutte le UU.OO.CC. e dei Coordinatori Sanitari, entro il 30/09/2015 gruppo dei Responsabili di tutte le UU.OO.SS. e dei Responsabili degli Uffici.	1.Presenza delle Mailing list entro le scadenze previste	Riduzione di almeno il 30% delle comunicazioni cartacea.	
				2.2 Messa on line e sperimentazione entro il 31/06/2015. Gestione a regime entro il 31/12/2015	2.Inoltro delle mailing list ai componenti il gruppo e alla direzione,		€ 10.000,00
				2.3 Da gennaio a dicembre	3.Avvio dell'utilizzo delle mailing list		1 unità informatici
3. Agevolare la messa on line degli atti in AMMINISTRAZIONE TRASPARENTE (D.lgs 33/2013)	Referenti individuati per la pubblicazione	3.1 Redazione del vademecum per la pubblicazione in AT.  3.2 Diffusione e Aggiornamento periodico del Vademecum	UO Comunicazione, Web Master	3.1 redazione e diffusione entro il 30/06/2015	Rispetto dei tempi previsti nei vademecum delle incombenze dell'UO Comunicazione	Riscontro del 100% delle richieste dei referenti AT	
				3.2 Aggiornamento quadrimestrale	Aggiornamento del Vademecum		
4. Istituire la rete dei referenti interni comunicazione	Tutti i professionisti dell'Azienda	Individuare almeno per ogni macrostruttura (Dipartimento, Distretto, Ospedale, Unità Operative Complesse a valenza provinciale) il Referente interno Comunicazione.	UO Comunicazione, Direttori delle Macrostrutture	da gennaio a dicembre	1. Almeno un incontro entro il 30/06/2015 - 2. Creazione di mailing list entro 30/06/2015 3. Avvio attività dei referenti entro il 30/09/2015	Report attività Referenti Interni Comunicazione al 30/12/15	
5. Pubblicare periodicamente l'Organ House in formato elettronico	Tutti i professionisti dell'Azienda	Creazione una redazione ristretta dell'Organ House. Redazione linee guida per la pubblicazione. Coinvolgimento dei Referenti Interni Comunicazione.	UO Comunicazione, Redazione, Referenti Comunicazione	da gennaio a dicembre	pubblicazione n° 1 entro 30/10/2015	Horgan house on line al 30/12/15	

## Comunicazione Esterna

La comunicazione verso l'esterno è l'altra faccia della comunicazione interna da cui ricava i contenuti necessari per sostanziarsi. 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 per favorire la conoscenza dei servizi sanitari offerti agevolandone l'accesso. Al contempo la comunicazione esterna con i propri contenuti informativi sui servizi offerti, diviene strumento per implementare la partecipazione attiva dei cittadini che attraverso i propri rappresentanti (Comitato Consultivo Aziendale), possono dare un valido contributo al miglioramento della qualità dei servizi.

**Obiettivo della Comunicazione Esterna:** Promuovere il dialogo tra l'Azienda e il cittadino /  
Migliorare la comunicazione istituzionale

Comunicazione Esterna

OBIETTIVO: PROMUOVERE IL DIALOGO TRA L'AZIENDA E IL CITTADINO / MIGLIORARE LA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE

OBIETTIVI OPERATIVI	TARGET	AZIONI	ATTORI	PERIODO DI REALIZZAZIONE	INDICATORI	RISULTATO ATTESO	RISORSE
1. Agevolare la fruizione dei servizi sanitari	Tutti i cittadini	1.1 Aggiornamento Carta dei Servizi formato on line	1.1 U.O. Comunicazione	1.1 Dal 1 gennaio al 31 dicembre 2015	1.1 Report aggiornamenti o al 31/12/2015	1.1 CdS aggiornata al 31/12/2015	
		1.2 Realizzazione brochure informative dei PPOO e dei DD.SS. e specifiche di reparto/servizi	1.2 U.O. Comunicazione; urp dei P.D.	1.2 Al 30 giugno 2015 (in funzione delle somme destinate)	1.2 Produzione di almeno 5 brochure	1.2 Diffusione delle brochure realizzate tra gli utenti dei servizi	€ 20.000,00
		1.3 Aggiornamento sito web pagine dedicate all'offerta sanitaria	1.3 U.O. Comunicazione; URP Distrettuali	1.3 Costantemente	1.3 Aggiornamento pagine web	1.3 Aggiornamento pagine web	
2. Sostenere le campagne di prevenzione ed educazione sanitaria	Cittadini destinatari delle campagne	Creazione pagine web dedicate costantemente aggiornate	Centro gestionale screening; U.O. Educazione alla salute Aziendale	Concomitante al periodo antecedente e di realizzazione della campagna	Pagine web dedicate aggiornate	Esistenza pagine web dedicate	
3. Sostenere i processi di digitalizzazione per l'amministrazione trasparente	I responsabili delle pubblicazioni	Rendere disponibili se richieste, nuove categorie e/o gruppi nella sezione Amministrazione Trasparente	U.O. Comunicazione; Web Master	Entro 15 giorni dalla richiesta	n. richieste/n. categorie attivate	Almeno il 75% delle richieste soddisfatte	
4. Agevolare l'accesso civico	Cittadini, dipendenti, istituzioni, imprese, aziende.	Rendere disponibile lo spazio web. Pubblicare gli atti ai sensi del D.lvo 33/2013	U.O. Comunicazione; Responsabili della pubblicazione in Amministrazione Trasparente	Al 31 dicembre 2015	Incremento % pagine web dedicate aggiornate	Implementazione delle pagine web dedicate	
5. Agevolare il cittadino nell'espressione della propria opinione	Cittadini / utenti	5.1 Sostenere la compilazione dei questionari di QP	U.O. Comunicazione; URP Distrettuali; Ufficio Qualità; Direttori di Distretto e di Presidio	Al 31 dicembre 2015	5.1 N. questionari di qualità percepita compilati in formato cartaceo e online	5.1 Report semestrale on line questionari compilati	
		5.2 Attivare la compilazione on line delle segnalazioni/reclami su un apposito applicativo a cui si accede dal sito web istituzionale			5.2 Presenza tickets segnalazioni on line	5.2 Report al 31/12/2015 segnalazioni on line	€ 5.000,00
6. Implementare i flussi della comunicazione esterna attraverso nuovi canali divulgativi, a carattere interattivo, presenti sui web	cittadini, utenti, professionisti, altre aziende/enti	sperimentare la gestione di spazi web bidirezionali creando pagine dedicate alle attività istituzionali su networks sociali o professionali	U.O. Comunicazione	Al 31 dicembre 2015 (sperimentazione nella redazione contenuti, pubblicazione, gestione degli spazi virtuali)	volume di accesso ai blog o ai profili aziendali, condivisione di informazioni e report sulla presenza partecipata degli utenti	incremento delle possibilità comunicative, raggiungimento di nuovi target, modernizzazione dei canali, innovazione nelle strategie di contatto	

## Comunicazione inter-istituzionale

Lo svolgimento di programmi di salute in raccordo con altri soggetti istituzionali, sta assumendo progressivamente sempre più spazio nell'ambito delle attività dell'azienda sanitaria. Dall'entrata in vigore della legge 5/2009 sono stati effettuati diversi AUDIT civici per la valutazione dell'umanizzazione nelle strutture sanitarie, realizzati di concerto con l'Agenas e l'Associazionismo nella logica dell'avvio della Rete Civica della Salute. Il metodo di lavoro oggi va potenziato e implementato anche con la creazione di una rete stabile di referenti tra istituzioni e associazionismo. Inoltre tale area specifica della comunicazione va implementata per quelle linee di attività che discendono dal Piano Sanitario Nazionale, quali, per esempio, le campagne di educazione sanitaria e di prevenzione che devono essere realizzate in sinergia dai diversi livelli istituzionali (ministeri, regioni, aziende sanitarie), ma dove l'ASP è il punto di contatto e l'erogatore della prestazione per il proprio bacino d'utenza.

Altro ambito specifico di tale area è quello che vede l'azienda come struttura che governa soltanto una parte di quei processi che producono per i cittadini servizi di vario tipo: l'assistenza domiciliare, l'invalidità civile, le patenti di guida, le autorizzazioni per l'esercizio di attività commerciali o ristrutturazioni, etc. Anche in questo caso è concreta la necessità di rendere efficace la comunicazione attraverso uno sforzo comune e sinergico tra le istituzioni certificanti o coinvolte nell'erogazione di quei servizi di assistenza che per il cittadino rivestono un'importanza talvolta vitale per il proprio benessere.

**Obiettivo della comunicazione inter-istituzionale: Promuovere la nascita di un network provinciale per la comunicazione in campo sociosanitario**

10



**U.O. Comunicazione Interna ed Istituzionale**

Viale della Vittoria 321 - Agrigento - sito web: [www.aspag.it](http://www.aspag.it) mail: [comunicazione@aspag.it](mailto:comunicazione@aspag.it)

Comunicazione Interistituzionale

**OBIETTIVO: PROMUOVERE LA NASCITA DI UN NETWORK PROVINCIALE PER LA COMUNICAZIONE IN CAMPO SOCIO-SANITARIO**

OBIETTIVI OPERATIVI	TARGET	AZIONI	ATTORI	PERIODO DI REALIZZAZIONE	INDICATORI	RISULTATO ATTESO	RISORSE
1. Creare la rete provinciale degli UU.RR.P. della provincia di Agrigento	Dirigenti e funzionari degli UU.RR.P. della P.A. della Provincia	1.1 Organizzare un incontro con i dirigenti e funzionari degli UU.RR.P.	1.1 UO Comunicazione	1.1 Entro marzo 2015	1.1 Almeno n 1 riunione	Pubblicazione nei siti web dei contenuti di interesse socio sanitario condivisi dalla rete UU.RR.P.	
		1.2 Pianificare un percorso di lavoro	1.2 Dirigenti e funzionari UU.RR.P.	1.2 Entro giugno 2015	1.2 n 1 documento (Pdl) condiviso		
		1.3 Creare un collegamento virtuale tra gli UU.RR.P. della provincia attraverso i siti web	1.3 Dirigenti e funzionari UU.RR.P.	1.3 Entro settembre 2015	1.3 Presenza pulsante in almeno il 50% dei siti web degli UU.RR.P. della Provincia		
2. Migliorare l'accessibilità ai servizi della PA in provincia	Cittadini	2.1 Condividere contenuti informativi sociosanitari	Dirigenti e funzionari UU.RR.P.	2.1 Entro settembre 2015	2.1 Presenza contenuti informativi in almeno il 50% dei siti web degli UU.RR.P. della Provincia	Migliorare il gradimento dei servizi offerti	1 unità con competenza informatica dedicata €5000
		2.2 Mettere in comune gli archivi della MODULISTICA		2.2 Entro dicembre 2015	2.2 Presenza pulsante MODULISTICA UU.RR.P. in almeno il 50% dei siti web degli UU.RR.P. della Provincia		



## Definizione del target

Nel predisporre il Piano di Comunicazione l'azienda tiene conto di tutti quei soggetti, comprese le risorse umane interne che, entrando in relazione con l'Azienda in modo frequente o in via occasionale, vedono la propria sfera di interessi coinvolta dalle attività e dalle decisioni aziendali. La maggior parte di questi interlocutori è situata nel contesto ambientale in cui opera l'Azienda (Cittadini, Enti Locali, Imprese private, Associazioni varie, etc ... ).

Il target nei confronti del quale si applica il Piano di Comunicazione è così sintetizzabile:

- Professionisti dipendenti
- Strutture aziendali, con riferimento ai rispettivi campi di attività istituzionali svolte sia nell'ambito della ASP, sia in collaborazione con soggetti esterni
- Operatori di aziende fornitori di servizi
- Popolazione/utenza
- Soggetti esterni (associazioni di volontariato, di categoria, privato sociale, patronati ...)
- Soggetti istituzionali pubblici (Comuni, Provincia, Regione, Ministero della Salute ...)
- Mass media

## Individuazione degli strumenti di comunicazione

Il primo degli obiettivi specifici della comunicazione interna, è la realizzazione di un censimento per rilevare i canali di comunicazione in entrata e in uscita a cui i dipendenti di questa azienda ricorrono per inviare, ricevere o ricercare informazioni. Si potranno verificare in questo modo quali sono i canali più utilizzati e/o funzionali utilizzati nella veicolazione delle informazioni in azienda. Ad oggi le comunicazioni interne e verso l'esterno sono effettuate prioritariamente con modalità cartacea. Lettere e fax sono i principali canali utilizzati. Dalla istituzione del sito web aziendale e del dominio "aspag.it" per la posta elettronica istituzionale, alcune informazioni vengono veicolate per mail e si fa sempre più ricorso al sito web per pubblicare documenti e comunicazioni rivolte ai dipendenti. La trasmissione informatica, però, non riesce ancora a superare la quantità di comunicazioni trasmesse e ricevute in formato cartaceo. L'ipotesi è che l'analisi dei dati del censimento, se rivela in modo sistematico le abitudini dei dipendenti nell'ambito della comunicazione, potrà suggerire gli aspetti carenti e le criticità aggredibili per il miglioramento complessivo dei flussi di comunicazione interna, standardizzando, ove possibile, le procedure ma soprattutto incrementando il "digitale" anche per ridurre costi e tempi, come prevede peraltro l'agenda di Italia Digitale.

## Misurazione dei risultati

Dagli obiettivi generali discendono gli obiettivi operativi a cui sono collegati gli indicatori riferiti alle azioni previste per ciascuno di essi, per i quali peraltro è specificato il risultato atteso. La definizione degli obiettivi operativi sono il risultato di una attenta valutazione del contesto operativo e delle risorse disponibili in azienda. Alla fine dell'anno di vigenza del Piano sarà cura dell'U.O. Comunicazione redigere apposita relazione sui risultati conseguiti rispetto a quelli attesi, mettendo in evidenza ove necessario le eventuali criticità riscontrate anche al fine apportare i dovuti interventi correttivi e/o la ridefinizione degli obiettivi sia generali che operativi per migliorare e attuare lo stesso PCA.

Peraltro, le linee guida per la stesura del piano di comunicazione aziendale emanate dall'Assessorato alla Salute con D.A. 002514 del 30 dicembre 2013 hanno ormai messo a sistema l'attività di comunicazione delle Aziende sanitarie, definendo anche ai diversi livelli gli attori sia per la realizzazione delle attività che della valutazione periodica, indispensabile per lo sviluppo e il miglioramento dell'efficacia della comunicazione in sanità.