

PIANO DI COMUNICAZIONE AZIENDALE

ANNO 2018

Delibera N. 20180000246 del 31/01/2018

<i>PREPARATO</i>	<i>VERIFICATO</i>	<i>APPROVATO</i>
<i>Responsabile UOS Comunicazione Istituzionale e URP</i> Dott. Andrea Pirrone	<i>Responsabile UOC Servizi di Staff Direzione Generale</i> Dott. Andrea Pirrone <i>Responsabile Qualità Aziendale e Rischio Clinico</i> Dott.ssa Maria Anelli	<i>Commissario ASP Trapani</i> Dott. Giovanni Bavetta

<p>PIANO DI COMUNICAZIONE AZIENDALE</p> <p><i>U.O.S. Comunicazione istituzionale e URP</i></p>	 <p>ASP di Trapani <i>Via Mazzini, 1. 91100 Trapani</i></p>	<p>Codice del documento: PCA.DrQ</p> <p>Pagina 2 di 19</p>
---	---	--

Introduzione

Il **Piano di comunicazione aziendale** rappresenta lo strumento di programmazione delle attività di comunicazione dell’Azienda Sanitaria Provinciale di Trapani, redatto in conformità alle *“Linee Guida per la stesura del piano di comunicazione aziendale”*, DA 30.12.2013

Indica lo scenario di riferimento, gli obiettivi, gli strumenti, gli attori, i target e la metodologia per la misurazione dei risultati raggiunti; si pone quindi l’obiettivo di correlare logicamente fra di loro le citate variabili permettendo all’azienda di presidiare la comunicazione in modo professionale e con una visione strategica di insieme; rappresenta uno degli strumenti con cui l’organizzazione rende note e valorizza le scelte e le iniziative dall’Azienda e le modalità di verifica delle proprie iniziative di comunicazione.

In ossequio alla Legge 150/2000 *“Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni”* tutte le attività di informazione e di comunicazione svolte in modo istituzionale dall’Azienda sono ricomprese in modo coordinato ed integrato nel presente *“Piano di comunicazione aziendale”*.

La comunicazione diventa quindi *“parte integrante dell’azione aziendale”*, così come previsto altresì dalla *Direttiva 7 febbraio 2002 della Presidenza del Consiglio dei Ministri, Dipartimento della Funzione Pubblica*.

Le strategie previste nel Piano di comunicazione devono essere coerenti con lo scenario organizzativo e normativo esistente nel sistema sanitario pubblico regionale e locale, assicurando la necessaria elasticità di intervento. Pertanto, come ogni programmazione, anche quella contenuta nel piano di comunicazione, non potrà inoltrarsi nello specifico dettaglio delle azioni da svolgere rimandando l’indicazione analitica delle iniziative da adottare ai singoli programmi di comunicazione annuali.

Il piano di comunicazione presidia e coordina una specifica parte delle comunicazioni aziendali, nella fattispecie quella che viene definita la comunicazione istituzionale, tenuto conto che è insita nella professione sanitaria ed anche amministrativa/tecnica la costante e quotidiana comunicazione con il cittadino/paziente relativa ai percorsi di prevenzione, diagnosi e cura od ai servizi resi dall’azienda alla collettività dei cittadini.

La comunicazione non consiste nella semplice attività del *“diffondere le notizie”*; è piuttosto parte integrante dei processi decisionali della Direzione Aziendale. Gli atti di governo aziendale, dopo essere stati adottati, per riuscire a produrre efficaci risposte nei comportamenti dei cittadini, devono *“agganciare”* l’interesse dalla collettività, dei giovani e dei portatori di interesse.

La capacità di informare coinvolgere ed orientare i cittadini alla salvaguardia della propria salute ed alla appropriata fruizione dei servizi sanitari è un passaggio indispensabile nel percorso di gestione aziendale.

Il presente piano intende rappresentare il complesso di azioni, strumenti ed iniziative da attivare in modo coordinato e trasparente per conferire alla comunicazione aziendale maggiore efficacia e per conseguire i risultati attesi.

<p>PIANO DI COMUNICAZIONE AZIENDALE</p> <p><i>U.O.S. Comunicazione istituzionale e URP</i></p>	 <p>ASP di Trapani Via Mazzini, 1. 91100 Trapani</p>	<p>Codice del documento: PCA.DrQ</p> <p>Pagina 3 di 19</p>
---	--	---

1. ANALISI DELLO SCENARIO

1.1 Descrizione del territorio

La provincia di Trapani occupa una superficie di 2469,62 km quadrati con una densità abitativa di 176,67 abitanti per km².



Il territorio possiede poche aree pianeggianti e di estensione limitata, la prevalenza è collinare con rilievi che non raggiungono i mille metri, ad eccezione dei monti Sparagio (1110 m) e Inici (1065 m). La parte nord occidentale è di massima più accidentata che quella a sud.

Il territorio provinciale comprende anche l'arcipelago delle Isole Egadi (comune di Favignana), l'Isola di Pantelleria (comune di Pantelleria) - la più grande della Sicilia, e le Isole dello Stagnone (comune di Marsala). La provincia di Trapani è povera di corsi d'acqua di rilievo, se si eccettua il Belice e il fiume Birgi che, cambiando nome dalla sorgente alla foce varie volte, raggiunge la lunghezza di circa 40 km.

La costa della provincia di Trapani, tra le maggiori attrattive turistiche, si presenta alta e frastagliata a nord con discese a picco sul mare fino a poco prima del capoluogo; forma a nord il Golfo di Castellammare e dopo Capo San Vito i due piccoli golfi di Cofano e Bonagia separati dal Monte Cofano che discende a picco sul mare.

Da Trapani, procedendo verso sud, la costa diventa bassa e spesso sabbiosa con alternanza di piccoli rilievi che non raggiungono i duecento metri. È in questa parte di costa che si trovano i maggiori porti come quello di Trapani, di Marsala e di Mazara del Vallo.

La costa ad ovest presenta anche la particolarità di un arcipelago a pochi km di distanza da Trapani, quello delle Isole Egadi, che comprende tre isole principali, Favignana, Levanzo e Marettimo e due Isolotti, Formica e Maraone. A Marsala, nel tratto di costa compreso tra Punta Alga e Capo San Teodoro, si trova la laguna dello Stagnone, divenuta nel 1984 Riserva Naturale Orientata. Le acque sono basse e molto salate, per cui nel tempo sono nate numerose saline sulla costa e sull'isola Longa. La laguna comprende quattro isolette: l'isola Longa, Santa Maria, San Pantaleo e Schola. Altra grande attrattiva è la bellissima isola di Pantelleria.

<p align="center">PIANO DI COMUNICAZIONE AZIENDALE</p> <p><i>U.O.S. Comunicazione istituzionale e URP</i></p>	 <p align="center">ASP di Trapani <i>Via Mazzini, 1. 91100 Trapani</i></p>	<p>Codice del documento: PCA.DrQ</p> <p>Pagina 4 di 19</p>
--	--	--

1.2 Popolazione residente in provincia di Trapani

L'ASP di Trapani opera su tutto il territorio della Provincia di Trapani, comprendente 24 comuni. Si riporta di seguito la distribuzione della popolazione per comune all'1.01.2017.

Comune	Popolazione (residenti)
Marsala	83.232
TRAPANI	68.528
Mazara del Vallo	51.604
Alcamo	45.371
Castelvetrano	31.691
Erice	27.928
Castellammare del Golfo	15.293
Valderice	12.279
Campobello di Mazara	11.898
Paceco	11.336
Salemi	10.638
Partanna	10.478
Petrosino	8.142
Pantelleria	7.665
Calatafimi-Segesta	6.616
Custonaci	5.587
Santa Ninfa	5.000
San Vito Lo Capo	4.702
Favignana	4.292
Gibellina	4.035
Busetto Palizzolo	2.947
Vita	2.039
Salaparuta	1.681
Poggioreale	1.494

**PIANO DI COMUNICAZIONE
AZIENDALE**

*U.O.S. Comunicazione istituzionale
e URP*



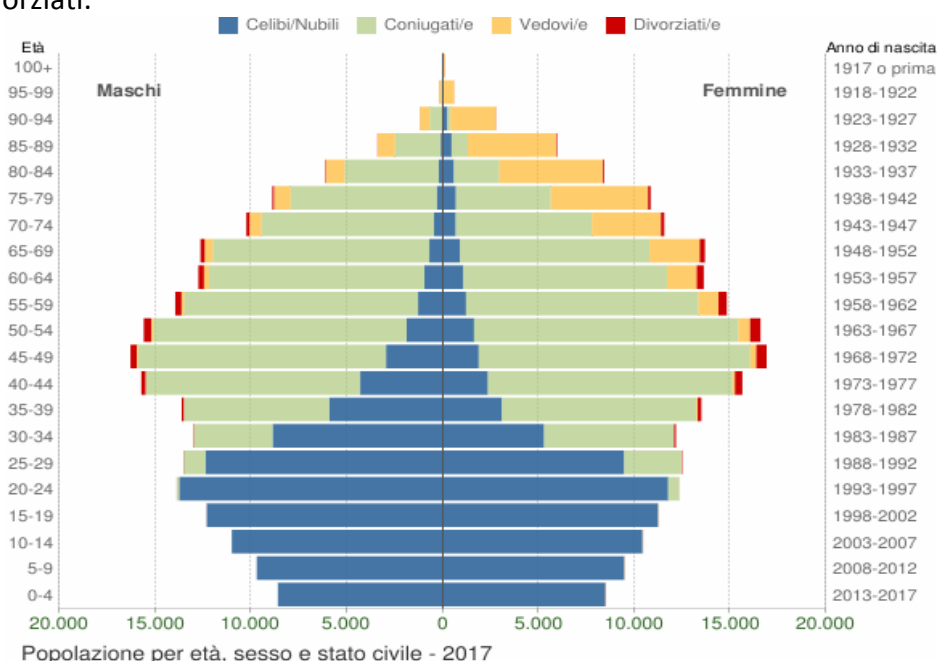
ASP di Trapani
Via Mazzini, 1. 91100 Trapani

Codice del documento: **PCA.DrQ**

Pagina 5 di 19

1.3 Popolazione per età, sesso e stato civile

Il grafico in basso, detto Piramide delle Età, rappresenta la distribuzione della popolazione residente in provincia di Trapani per età, sesso e stato civile al 1° gennaio 2017. La popolazione è riportata per classi quinquennali di età sull'asse Y, mentre sull'asse X sono riportati due grafici a barre a specchio con i maschi (a sinistra) e le femmine (a destra). I diversi colori evidenziano la distribuzione della popolazione per stato civile: celibi e nubili, coniugati, vedovi e divorziati.



1.4 Struttura della popolazione dal 2002 al 2017

L'analisi della struttura per età di una popolazione considera tre fasce di età: giovani 0-14 anni, adulti 15-64 anni e anziani 65 anni ed oltre. In base alle diverse proporzioni fra tali fasce di età, la struttura di una popolazione viene definita di tipo progressiva, stazionaria o regressiva a seconda che la popolazione giovane sia maggiore, equivalente o minore di quella anziana.

Lo studio di tali rapporti è importante per valutare alcuni impatti sul sistema sociale, ad esempio sul sistema lavorativo o su quello sanitario.

**PIANO DI COMUNICAZIONE
AZIENDALE**

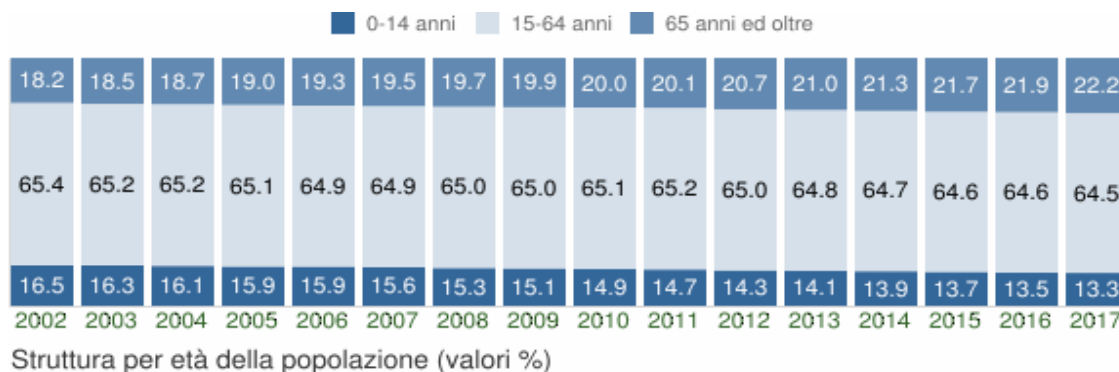
*U.O.S. Comunicazione istituzionale
e URP*



ASP di Trapani
Via Mazzini, 1. 91100 Trapani

Codice del documento: **PCA.DrQ**

Pagina 6 di 19



1.5 Indicatori demografici

I principali indici demografici calcolati sulla popolazione residente in provincia di Trapani, dal 2002 al 2017:

Anno	Indice di vecchiaia	Indice di dipendenza strutturale	Indice di ricambio della popolazione attiva	Indice di struttura della popolazione attiva	Indice di carico di figli per donna feconda	Indice di natalità (x 1.000 ab.)	Indice di mortalità (x 1.000 ab.)
	1° gennaio	1° gennaio	1° gennaio	1° gennaio	1° gennaio	1 gen-31 dic	1 gen-31 dic
2002	110,4	53,0	92,0	86,9	25,5	10,1	9,6
2003	113,2	53,5	94,3	88,3	24,8	9,9	10,3
2004	115,7	53,4	94,1	89,3	24,6	10,0	9,4
2005	119,1	53,6	91,5	90,9	24,5	9,4	9,7
2006	121,6	54,2	88,4	92,3	24,7	9,2	9,4
2007	124,7	54,0	91,5	94,9	24,9	9,0	10,1
2008	128,5	53,8	93,2	97,2	25,2	8,9	10,0
2009	131,5	53,8	97,0	99,4	25,1	8,9	10,4
2010	134,3	53,6	101,4	102,2	25,0	8,5	10,0
2011	137,3	53,4	105,6	104,8	24,8	8,4	10,5
2012	144,3	53,9	109,2	108,9	24,7	8,3	10,8
2013	148,5	54,2	109,5	110,1	24,4	7,9	10,7
2014	153,0	54,5	106,6	112,6	24,5	7,9	10,3
2015	158,2	54,9	107,1	115,0	24,8	7,9	11,5
2016	160,2	53,7	109,7	117,7	24,9	7,4	10,6
2017	165,2	54,2	112,5	120,2	24,7	-	-

<p>PIANO DI COMUNICAZIONE AZIENDALE</p> <p><i>U.O.S. Comunicazione istituzionale e URP</i></p>	 <p>ASP di Trapani <i>Via Mazzini, 1. 91100 Trapani</i></p>	<p>Codice del documento: PCA.DrQ</p> <p>Pagina 7 di 19</p>
---	---	--

1.5.1 Legenda

Indice di vecchiaia

Rappresenta il grado di invecchiamento di una popolazione. È il rapporto percentuale tra il numero degli ultrasessantacinquenni ed il numero dei giovani fino ai 14 anni. *Ad esempio, nel 2015 l'indice di vecchiaia per la provincia di Trapani dice che ci sono 158,2 anziani ogni 100 giovani.*

Indice di dipendenza strutturale

Rappresenta il carico sociale ed economico della popolazione non attiva (0-14 anni e 65 anni ed oltre) su quella attiva (15-64 anni). *Ad esempio, teoricamente, in provincia di Trapani nel 2015 ci sono 54,9 individui a carico, ogni 100 che lavorano.*

Indice di ricambio della popolazione attiva

Rappresenta il rapporto percentuale tra la fascia di popolazione che sta per andare in pensione (55-64 anni) e quella che sta per entrare nel mondo del lavoro (15-24 anni). La popolazione attiva è tanto più giovane quanto più l'indicatore è minore di 100. *Ad esempio, in provincia di Trapani nel 2015 l'indice di ricambio è 107,1 e significa che la popolazione in età lavorativa più o meno si equivale fra giovani ed anziani.*

Indice di struttura della popolazione attiva

Rappresenta il grado di invecchiamento della popolazione in età lavorativa. È il rapporto percentuale tra la parte di popolazione in età lavorativa più anziana (40-64 anni) e quella più giovane (15-39 anni).

Carico di figli per donna feconda

È il rapporto percentuale tra il numero dei bambini fino a 4 anni ed il numero di donne in età feconda (15-49 anni). Stima il carico dei figli in età prescolare per le mamme lavoratrici.

Indice di natalità

Rappresenta il numero medio di nascite in un anno ogni mille abitanti.

Indice di mortalità

Rappresenta il numero medio di decessi in un anno ogni mille abitanti.

1.6 Popolazione per classi di età scolastica, anno 2017

Distribuzione della popolazione in provincia di Trapani per classi di età da 0 a 18 anni al 1° gennaio 2017. Elaborazioni su dati ISTAT. Il grafico in basso riporta la potenziale utenza per l'anno scolastico 2016/2017 le scuole in provincia di Trapani, evidenziando con colori diversi i differenti cicli scolastici (asilo nido, scuola dell'infanzia, scuola primaria, scuola secondaria di I e II grado).

**PIANO DI COMUNICAZIONE
AZIENDALE**

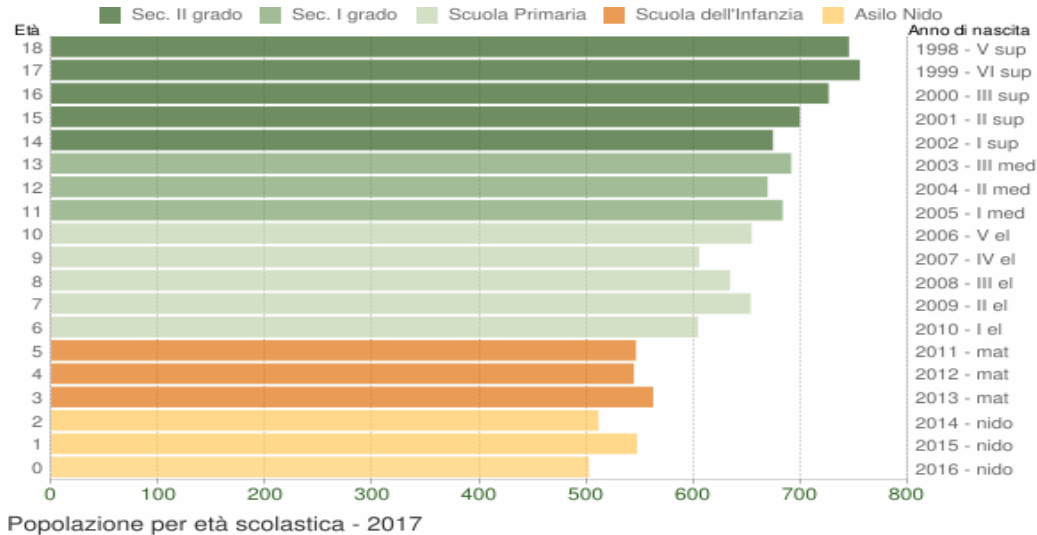
*U.O.S. Comunicazione istituzionale
e URP*



ASP di Trapani
Via Mazzini, 1. 91100 Trapani

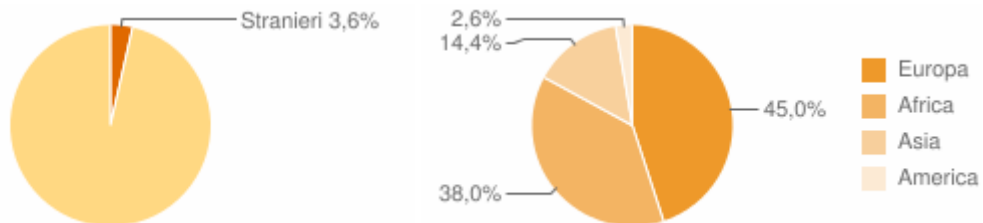
Codice del documento: **PCA.DrQ**

Pagina 8 di 19



1.7 Popolazione straniera residente in provincia di Trapani

Gli stranieri residenti a Trapani al 1° gennaio 2017 sono **2.466** e rappresentano il 3,6% della popolazione residente.



2. GLI STAKEHOLDERS PIÙ RILEVANTI SUL TERRITORIO

L'azienda orienta la programmazione e le strategie organizzative e gestionali alla valorizzazione della centralità del cittadino utente, inteso non solo come destinatario naturale delle prestazioni, ma come interlocutore privilegiato, garantendone l'ascolto, la proposta, il controllo anche ai fini di supporto, modifica o integrazione di attività.

L'azienda nell'esercizio della autonomia riconosciutale si propone come interlocutore delle istituzioni che operano al servizio della collettività e si impegna ad attuare le funzioni attribuite alla sua competenza con il coinvolgimento dell'intero sistema aziendale, nel rispetto delle decisioni assunte dagli organi di governo ad essa preordinate nella cornice istituzionale del principio di leale collaborazione sancito dal Piano Sanitario Nazionale e dal Piano Sanitario Regionale, quale strumento necessario di innovazione partecipativa nelle attività di programmazione e gestione dei servizi sanitari.

Per migliorare il Servizio Sanitario si punta sulla partecipazione determinante della società civile all'attuazione degli obiettivi di qualificazione della sanità. Le associazioni civiche di

<p>PIANO DI COMUNICAZIONE AZIENDALE</p> <p><i>U.O.S. Comunicazione istituzionale e URP</i></p>	 <p>ASP di Trapani <i>Via Mazzini, 1. 91100 Trapani</i></p>	<p>Codice del documento: PCA.DrQ</p> <p>Pagina 9 di 19</p>
---	---	--

volontariato e di tutela dei diritti degli utenti e quelle degli operatori entrano, quindi, a pieno titolo, nell'assetto istituzionale dell'ASP per mezzo del **Comitato Consultivo Aziendale**, fondamentale strumento per la partecipazione dei cittadini al Sistema Sanitario, che è presente nell'ASP di Trapani come sancito dall'articolo 9, commi 8 e 9 della Legge Regionale n. 5 del 14 aprile 2009, e disciplinato nel decreto dell'Assessore regionale alla Sanità n. 1019 del 15 aprile 2010.

3. LE MACROSTRUTTURE AZIENDALI

Nel rispetto delle vigenti disposizioni regionali in materia, la struttura organizzativa dell'Azienda è costituita da:

- Direzione Strategica: Direzione Generale, Direzione Sanitaria, Direzione Amministrativa
- Strutture di Staff
- Dipartimenti Strutturali e Funzionali
- Distretti Ospedalieri
- Distretti Sanitari

Nello specifico l'area territoriale è suddivisa nei seguenti **Distretti Sanitari**:

- Distretto di Trapani, comprendente i Comuni di Trapani, Favignana, Paceco, Erice, Valderice, Buseto Palizzolo, Custonaci, San Vito Lo Capo.
- Distretto di Marsala, comprendente i Comuni di Marsala e Petrosino.
- Distretto di Mazara del Vallo, comprendente i Comuni di Mazara del Vallo, Salemi, Vita e Gibellina.
- Distretto di Castelvetrano, comprendente i Comuni di Castelvetrano, Partanna, Santa Ninfa, Campobello di Mazara, Salaparuta e Poggioreale.
- Distretto di Alcamo, comprendente i Comuni di Alcamo, Castellammare del Golfo e Calatafimi-Segesta.
- Distretto di Pantelleria, comprende il Comune di Pantelleria.

L'organizzazione dei **Presidi Ospedalieri** risulta essere la seguente:

- DEA I livello- Ospedale S. Antonio Abate di Trapani e di Salemi
- DEA I livello- Ospedale Paolo Borsellino Di Marsala
- Presidio di base – Ospedale S.Vito e S. Spirito di Alcamo
- Presidio di base- Ospedale Abele Ajello di Mazara del Vallo
- Presidio di base- Ospedale Vittorio Emanuele II di Castelvetrano
- Presidio in zona disagiata- Ospedale Bernardo Nagar di Pantelleria

4. L' UNITÀ OPERATIVA "COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE E URP"

L'Unità operativa, in staff alla Direzione Generale, partecipa alla messa a punto delle strategie innovative, introducendo metodologie operative per lo sviluppo della comunicazione Istituzionale sia interna che esterna.

Costituisce punto di raccolta dei dati provenienti da ogni Struttura aziendale nonché di qualsiasi altro materiale, anche esterno, meritevole di diffusione. Partecipa inoltre alla rete

<p>PIANO DI COMUNICAZIONE AZIENDALE</p> <p><i>U.O.S. Comunicazione istituzionale e URP</i></p>	 <p>ASP di Trapani <i>Via Mazzini, 1. 91100 Trapani</i></p>	<p>Codice del documento: PCA.DrQ</p> <p>Pagina 10 di 19</p>
---	---	---

regionale per la Comunicazione e ha individuato al suo interno il referente aziendale per il Comitato Consultivo Aziendale.

Tra i suoi compiti anche il controllo relativo alla applicazione della normativa in materia di certificazione e dichiarazioni sostitutive (art. 15 Legge 183 del 12.11.2011), che trova visibilità nel sito web aziendale alla sezione “Amministrazione Trasparente”.

Gestisce il sito web aziendale – in ossequio al D.A. n. 2511/13 del 30 dicembre 2013 e s.m.i. – con il supporto dell’UOS ICT per gli aspetti tecnici.

Al suo interno sono collocati l’Ufficio Stampa e l’ Ufficio Relazioni con il Pubblico (U.R.P.)

- **Ufficio Stampa**

Rappresenta, con l'URP, il punto di collegamento tra l'Azienda e il Territorio. Gestisce l'informazione con gli organi a mezzo stampa, radiofonici, televisivi e on-line e ha tra le varie competenze:

- la responsabilità dell'immagine coordinata dell'azienda e dell'uso del logo aziendale;
- la responsabilità della rassegna stampa giornaliera;
- la cura e la pubblicazione dei comunicati stampa;
- l'organizzazione di conferenze stampa;
- contribuire alla organizzazione di eventi pubblici;
- fornire supporto tecnico e consulenza sulla comunicazione massmediale.

Nota. Per disposizione della Direzione strategica aziendale l’ufficio stampa è funzionalmente alle dirette dipendenze del Direttore Generale

- **Ufficio Relazioni con il Pubblico (URP)**

L’ Ufficio Relazioni con il Pubblico rappresenta uno dei principali strumenti organizzativi attraverso cui le amministrazioni pubbliche possono assolvere ai loro compiti di comunicazione e relazione con l’utenza.

Mission: dare piena visibilità alle attività dell’ ASP, garantendo al cittadino la possibilità di partecipare ed accedere all'attività della stessa, anche attraverso il coinvolgimento e l'aggiornamento costante rispetto agli iter dei procedimenti amministrativi.

Le attività istituzionali espletate:

- garantire l'esercizio del diritto di informazione, di accesso e di partecipazione (l. 241/90 e successive modificazioni);
- agevolare l'utilizzazione dei servizi offerti ai cittadini, anche attraverso l'illustrazione delle disposizioni normative e amministrative e l'informazione sulle strutture e sui compiti delle amministrazioni;
- coordinare le reti civiche;
- attuare, mediante l'ascolto dei cittadini e la comunicazione interna, i processi di verifica della qualità dei servizi e di gradimento degli stessi da parte degli utenti;
- garantire la reciproca informazione fra l'URP e le altre strutture operanti nell'organizzazione, nonché fra gli URP delle varie amministrazioni

<p style="text-align: center;">PIANO DI COMUNICAZIONE AZIENDALE</p> <p style="text-align: center;"><i>U.O.S. Comunicazione istituzionale e URP</i></p>	 <p>ASP di Trapani <i>Via Mazzini, 1. 91100 Trapani</i></p>	<p>Codice del documento: PCA.DrQ</p> <p>Pagina 11 di 19</p>
---	---	---

L'ASP di Trapani, conformandosi alla Direttiva assessoriale prot. n° 2521 del 12/01/2011, ritiene che la scelta di stipulare eventuali contratti di **sponsorizzazione** possa essere utilizzata quale forma di finanziamento per migliorare gli standards dei servizi di qualità e dei servizi erogati all'utenza, per campagne di comunicazione istituzionale, di informazione ed educazione alla salute, aventi come destinatari cittadini ed utenti. A tal uopo l'ASP, con Deliberazione n°2600 del 4 Giugno 2012, ha adottato il Regolamento Aziendale per la disciplina e gestione delle sponsorizzazioni, offrendo così anche alle Aziende private una diversa opportunità di marketing e di sviluppo commerciale, consentendo alle stesse una diffusa visibilità quotidiana.

5. PIANO DI COMUNICAZIONE AZIENDALE: OBIETTIVI

5.1 Obiettivo generale: 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, rendendo efficace la comunicazione esterna per orientare i cittadini, le imprese e le istituzioni a 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 e 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.

A tal fine, il presente Piano fa riferimento ai seguenti principi:

- **Centralità della persona** – Il cittadino, singolo o associato, è al centro degli interessi dell'Azienda.
- **Uguaglianza ed imparzialità** - I cittadini accedono alle prestazioni senza distinzioni e privilegi. La comunicazione e l'informazione, quindi, deve essere in grado di raggiungere con imparzialità e capillarità tutte le fasce di popolazione.
- **Continuità** – La comunicazione deve costantemente garantire l'informazione ai cittadini.
- **Diritto di scelta** - I cittadini devono poter fruire delle informazioni relative alla libera scelta del Medico di Fiducia e del soggetto erogatore di prestazioni sanitarie.
- **Partecipazione** - La partecipazione dei cittadini è uno strumento per lo sviluppo della democrazia e per il miglioramento dei servizi.
- **Efficienza ed Efficacia** - Le attività sono finalizzate alla risoluzione dei bisogni sanitari (efficacia), valutando, al contempo, le risorse impiegate a tal fine (efficienza).
- **Trasparenza** - Chiunque ne abbia motivato interesse, può avere accesso agli atti dell'ASP.
- **Equità** - L'ASP orienta l'offerta dei suoi servizi informativi per accrescerne le opportunità di fruizione da parte dei cittadini più deboli e dei giovani che sono tra coloro che meno li utilizzano.
- **Innovazione** – L'ASP realizza interventi comunicativi adeguati alle reali esigenze ed attitudini della popolazione, utilizzando anche le nuove tecnologie della comunicazione più utilizzate dalle giovani generazioni.

<p>PIANO DI COMUNICAZIONE AZIENDALE</p> <p><i>U.O.S. Comunicazione istituzionale e URP</i></p>	 <p>ASP di Trapani Via Mazzini, 1. 91100 Trapani</p>	<p>Codice del documento: PCA.DrQ</p> <p>Pagina 12 di 19</p>
---	--	--

5.2 Comunicazione interna

Sviluppare tale area vuol dire 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 i termini di miglioramento dell'immagine dell'azienda oltre che di sviluppo del senso di appartenenza alla stessa da parte degli operatori. Lo sviluppo di tale area non può prescindere dal potenziamento della tecnologia e dei canali di comunicazione di cui l'azienda dispone, nonché dell'implementazione di nuovi percorsi.

Obiettivo della comunicazione interna : Rafforzare il senso di appartenenza e di identità di tutto il personale, anche al fine di ridurre costi derivanti da errata o mancata comunicazione.

L'obiettivo sopra descritto, viene declinato per l'anno 2018 nelle azioni di seguito riportate.

Tab. 1 COMUNICAZIONE INTERNA						
OBBIETTIVO GENERALE: Rafforzare il senso di appartenenza e di identità di tutto il personale, anche al fine di ridurre costi derivanti da errata o mancata comunicazione.						
OBIETTIVO OPERATIVO	Target	Descrizione dell'azione	Attori coinvolti	Periodo di realizzazione	Indicatore di realizzazione risultato	Risultato atteso
Consolidamento della circolarità delle informazioni in tema di: obiettivi aziendali, processi organizzativi, iniziative ed attività aziendali	Tutto il Personale dell'ASP	Consolidamento del processo già avviato nel corso del 2017 relativamente al flusso informativo dalla Direzione strategica ai servizi aziendali e viceversa e diffusione delle informazioni tramite sito web aziendale	Direzione Strategica Tutti i responsabili dei servizi aziendali UOS Comunicazione Ufficio Stampa Responsabile sito web	GENNAIO/ DICEMBRE 2018	Informazioni in tema di: obiettivi aziendali, processi organizzativi, iniziative ed attività aziendali sul sito aziendale	Sito aggiornato
Aggiornamento delle mailing list aziendali	Tutti i dipendenti ASP	Diffusione delle mailing list aggiornate	U.O. Comunicazione; Ufficio Web Dipendenti ASP.	Primo semestre 2018	Aggiornamento mailing list	Mailing list fruibili sul sito ASP

5.3. Comunicazione Esterna

La comunicazione esterna permette la promozione del dialogo con il cittadino facendosi strumento di diffusione dei servizi offerti e agevolandone l'accesso.

<p>PIANO DI COMUNICAZIONE AZIENDALE</p> <p><i>U.O.S. Comunicazione istituzionale e URP</i></p>	 <p>ASP di Trapani <i>Via Mazzini, 1. 91100 Trapani</i></p>	<p>Codice del documento: PCA.DrQ</p> <p>Pagina 13 di 19</p>
---	---	---

Diviene, inoltre strumento per implementare la partecipazione attiva degli stessi che, attraverso i propri rappresentanti (Comitato Consultivo Aziendale), possono dare un valido contributo al miglioramento della qualità dei servizi.

Obiettivo della comunicazione esterna: diffondere l'immagine di una ASP pronta a rispondere ai bisogni di salute della popolazione particolarmente impegnata nell'ambito della promozione della salute.

C'è una relazione strettissima tra **comunicazione, consenso informato** e sistema di **valori condivisi** dalla popolazione interessata. L'opportuna valutazione di tale relazione è di fondamentale importanza per il successo di ogni azione di comunicazione istituzionale.

La comunicazione cui facciamo riferimento si riferisce a tre azioni distinte:

1. un sistema di iniziative di informazioni;
2. uno di promozione delle attività;
3. uno di scambio tra sanità e cittadinanza.

Ciò che caratterizza una campagna di comunicazione, è la coesistenza di **informazione e educazione**, poiché, naturalmente, lo scopo non è solo quello di informare e invitare a partecipare ma anche quello di incidere il più possibile nei modelli comportamentali delle persone interessate e contribuire a costruire **comportamenti di salute consapevoli**. Questo attribuisce alle iniziative di comunicazione ancora maggiore importanza e fa emergere lo spirito più moderno e sociale delle attività sanitarie.

Nella progettazione dei processi comunicativi si dovranno tenere presenti gli obiettivi informativi della popolazione target, di ogni specifica campagna di comunicazione.

Aspetto su cui la comunicazione all'esterno incide significativamente è quella rivolta alle campagne di **prevenzione della salute**, prima tra tutte gli **screening** e le campagne **vaccinali**.

La campagna di **screening** ha due grandi gruppi destinatari:

1. la popolazione generale e la popolazione target. Cioè le donne di età compresa tra i 25/65 anni per i tumori del collo dell'utero, tra i 49/69 anni per il tumore della mammella e i la popolazione tra i 40 e i 50 per il colon retto;

<p>PIANO DI COMUNICAZIONE AZIENDALE</p> <p><i>U.O.S. Comunicazione istituzionale e URP</i></p>	 <p>ASP di Trapani <i>Via Mazzini, 1. 91100 Trapani</i></p>	<p>Codice del documento: PCA.DrQ</p> <p>Pagina 14 di 19</p>
---	---	---

2. gli operatori sanitari e tutti gli altri soggetti coinvolti in modo diretto o indiretto nel programma.

Le campagne **vaccinali** hanno due grandi gruppi destinatari:

1. la popolazione generale e la popolazione target con obbligo di vaccinazione. I bambini e quindi i soggetti a rischio, in primis anziani;
2. gli operatori sanitari e tutti gli altri soggetti coinvolti in modo diretto o indiretto nel programma.

Per questo vanno utilizzati idonei **protocolli di comportamento e comunicazione**, al fine di evitare che la libera iniziativa, seppur lodevole, possa sfociare in un inappropriato sistema di informazione e relazione.

Criteri

I criteri cui bisogna prestar fede, nell'elaborazione di ogni messaggio, e in special modo quelli di natura sanitaria, sono:

1. completezza dell'informazione;
2. veridicità dei contenuti;
3. pertinenza istituzionale;
4. comprensibilità del messaggio.

Il **punto 1** si riferisce alla necessità di dare informazioni sufficienti ma non ridondanti; che non lascino adito a dubbi sulla loro completezza, come se implicitamente il messaggio nascondesse qualcosa; esaustive quanto basta perché venga colto il senso del problema e ogni domanda ne risulti come un approfondimento.

Al **punto 2** si fa riferimento alla credibilità del messaggio, al fatto che i suoi contenuti ne risultino veri anche sulla scia di informazioni precedenti e su quelle che nel tempo, attraverso vari mezzi, hanno già raggiunto le persone. Cosa ancora più importante è quella di non dire cose in cui non si crede (sarebbe molto dura gestire una comunicazione che nasce con questa grave falla) e, ancor più, non divagare e non uscire mai dal tema trattato.

<p>PIANO DI COMUNICAZIONE AZIENDALE</p> <p><i>U.O.S. Comunicazione istituzionale e URP</i></p>	 <p>ASP di Trapani Via Mazzini, 1. 91100 Trapani</p>	<p>Codice del documento: PCA.DrQ</p> <p>Pagina 15 di 19</p>
---	--	--

Il **punto 3** riguarda la legittimità delle azioni e il fatto che ne risulti immediatamente adeguato anche l'emittente. La pertinenza istituzionale è un necessario punto di partenza ma a questa va aggiunta la credibilità dei singoli operatori impegnati che dovranno risultare immediatamente competenti.

L'ultimo aspetto, quello relativo al **punto 4** è il più complesso. In genere l'errore che si commette nel mettere a punto tali messaggi è quello di considerarli comprensibili non appena appaiano tali a chi li ha elaborati. Un messaggio è comprensibile solo quando incarna una perfetta aderenza tra i suoi elementi interni (segni; sintassi; forma) e il destinatario. Quindi ogni prova preventiva è inefficace se non destinata alle persone che effettivamente poi saranno raggiunte dal messaggio stesso.

L'obiettivo sopra descritto, viene declinato per l'anno 2018 nelle azioni di seguito riportate (tabella 2)

Tab. 2 COMUNICAZIONE ESTERNA						
OBIETTIVO GENERALE : diffondere l'immagine di una ASP pronta a rispondere ai bisogni di salute della popolazione, particolarmente impegnata nell'ambito della promozione della salute.						
OBIETTIVO OPERATIVO	Target	Descrizione dell'azione	Attori coinvolti	Periodo di realizzazione	Indicatore di realizzazione risultato	Risultato atteso
1. Sostenere le campagne di prevenzione ed educazione sanitaria	Cittadini destinatari delle campagne	Creazione pagine web dedicate e/o aggiornamento esistenti	Unità Operative coinvolte nelle campagne informative. UOS comunicazione Responsabile Ufficio web	Tutto il 2018 (Concomitante al periodo di realizzazione delle campagne)	Pagine web dedicate	Pagine web dedicate a campagne informative di Educazione sanitaria

<p>PIANO DI COMUNICAZIONE AZIENDALE</p> <p><i>U.O.S. Comunicazione istituzionale e URP</i></p>	 <p>ASP di Trapani Via Mazzini, 1. 91100 Trapani</p>	<p>Codice del documento: PCA.DrQ</p> <p>Pagina 16 di 19</p>
---	--	---

<p>2.Agevolare il cittadino nell'espressione della propria opinione sui servizi dell'ASP</p>	<p>Cittadini/ utenti</p>	<p>Fornire la possibilità agli utenti che hanno usufruito dei servizi ospedalieri e distrettuali, di esprimere il proprio parere tramite interviste telefoniche previa acquisizione di consenso</p>	<p>Servizi ospedalieri e distrettuali, UOS Comunicazione e URP UOS Qualità Rete aziendale rilevatori</p>	<p>Gennaio/ Dicembre 2018</p>	<p>Inserimento consensi ed interviste su Piattaforma regionale</p>	<p>Interviste rilasciate/ Consensi dati ≥ 80%</p>
<p>3.Creazione e diffusione di una app per smartphone e tablet sui servizi offerti dall'ASP</p>	<p>Giovani stakeholders, famiglie ed insegnanti (scuole di ogni ordine e grado della Provincia)</p>	<p>Realizzazione di una app con i giovani studenti e diffusione dell'App tramite conferenza stampa, media social network e mailing list</p>	<p>U.O.C Uffici di staff UOS Comunicazione UOC Servizio di Psicologia Tutti i servizi ospedalieri e territoriali coinvolti CCA aziendale; Ufficio scolastico provinciale per il tramite di team docenti Scuole secondarie superiori</p>	<p>Gennaio/ dicembre 2018</p>	<p>Realizzazione di una App.</p>	<p>n. 1 App funzionante e fruibile online</p>

5.4 Comunicazione Interistituzionale

Una reale promozione della salute si attua attraverso un approccio intersettoriale in cui la comunicazione rappresenta strumento di integrazione degli interventi e strumento proattivo per la prevenzione e la promozione della salute.

Risulta pertanto strategico attivare processi di consapevolezza tra i cittadini facilitando nel contempo lo sviluppo di reti interistituzionali e collaborazioni tra le organizzazioni sanitarie e di terzo settore al fine di rendere più efficaci gli interventi e le iniziative per gli stakeholders.

Obiettivo della comunicazione Interistituzionale : Migliorare la comunicazione tra le istituzioni sanitarie e sociali della provincia di Trapani

<p>PIANO DI COMUNICAZIONE AZIENDALE</p> <p><i>U.O.S. Comunicazione istituzionale e URP</i></p>	 <p>ASP di Trapani Via Mazzini, 1. 91100 Trapani</p>	<p>Codice del documento: PCA.DrQ</p> <p>Pagina 17 di 19</p>
---	--	--

Nel corso del 2017, in accordo con il Comitato Consultivo Aziendale, le azioni previste nell'ambito della comunicazione interistituzionale sono state rimodulate in funzione della adesione della azienda al progetto assessoriale "rete civica della salute".

La Rete Civica della Salute (RCS) infatti ha lo scopo di supportare il miglioramento della comunicazione istituzionale sanitaria e di sensibilizzare i cittadini sul corretto utilizzo dei servizi. Essa si propone di aumentare e qualificare l'apporto della partecipazione civica nel settore sanitario sia attraverso il metodo del coinvolgimento attivo sul territorio, sia favorendo la capitalizzazione dei saperi e delle competenze provenienti da diversi organismi istituzionali e non (es. associazioni di volontariato) presenti nel territorio provinciale.

Il percorso sopra descritto, rimodulato ed integrato con specifiche azioni, costituisce piano attuativo per il 2018 e sarà raggiunto con le modalità riportate nel seguente schema esemplificativo (tab.3):

Tab. 3 COMUNICAZIONE INTERISTITUZIONALE						
OBIETTIVO GENERALE : Migliorare la comunicazione tra le istituzioni sanitarie e sociali della provincia di Trapani						
OBIETTIVO OPERATIVO	Target	Descrizione dell'azione	Attori coinvolti	Periodo di realizzazione	Indicatore di realizzazione risultato	Risultato atteso
Rafforzare la Rete Civica della Salute, come strumento di partecipazione dei cittadini alla qualificazione del sistema salute, nei Distretti sanitari in collaborazione con Comuni e Scuole	CITTADINI/ ASSOCIAZIONI	Implementazione dei progetti operativi relativi agli accordi di collaborazione stipulati nell'ambito della RCS provinciale	Team work aziendale RCS Capo dipartimento area territoriale Responsabili Distretti Sanitari Medici di Medicina Generale UOS Comunicazione e URP UOS Psicologia clinica e di comunità Ufficio Scolastico Provinciale; Comuni della Provincia	Gennaio/ Dicembre 2018	progetti realizzati/ progetti previsti = 100%	Da definire

<p>PIANO DI COMUNICAZIONE AZIENDALE</p> <p><i>U.O.S. Comunicazione istituzionale e URP</i></p>	 <p>ASP di Trapani <i>Via Mazzini, 1. 91100 Trapani</i></p>	<p>Codice del documento: PCA.DrQ</p> <p>Pagina 18 di 19</p>
---	---	---

6. DEFINIZIONE DEL TARGET

La individuazione del target è determinata dall'esigenza di coinvolgere gruppi specifici di decision makers aziendali, di associazioni, di istituzioni, partendo dall'assioma fondamentale che l'efficacia della comunicazione in sanità è strettamente subordinata al reale, qualificato e soddisfacente coinvolgimento di ogni singolo "mattoncino" del sistema.

Pertanto il target di riferimento (declinato nei singoli obiettivi operativi) risulta essere costituito da:

- Personale aziendale
- Decisori Aziendali
- Popolazione/utenza: giovani, immigrati, ecc.
- Operatori di aziende fornitori di servizi
- Soggetti esterni (associazioni di volontariato, di categoria, privato sociale, patronati;
- Soggetti Istituzionali pubblici (Comuni, Provincia, Regione, Ministero della Salute)
- Mass- media

7. DEFINIZIONE DELLE AZIONI DEL PIANO

Per la definizione delle azioni si rinvia agli schemi esemplificativi delle descrizioni delle singole azioni di comunicazione.

8. INDIVIDUAZIONE DEGLI STRUMENTI DI COMUNICAZIONE

Gran parte degli strumenti di comunicazione previsti nel presente piano sono finalizzati a sviluppare efficacia ed efficienza nel lavoro interno, nei rapporti con gli stakeholders, nei rapporti con le altre Istituzioni.

L'Azienda ha già avviato un processo di digitalizzazione degli atti amministrativi (delibera on line, protocollo digitalizzato, etc.) ed è intendimento della Direzione Strategica estendere l'informatizzazione per ciò che attiene i percorsi informativi e di comunicazione interni ed esterni

9. 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 è il risultato di una attenta valutazione del contesto operativo e delle risorse disponibili in azienda.

Sarà cura della U.O.S. Comunicazione Istituzionale monitorare i risultati conseguiti rispetto a quelli attesi, mettendo in evidenza ove necessario le eventuali criticità riscontrate anche al fine di apportare i dovuti interventi correttivi.

<p>PIANO DI COMUNICAZIONE AZIENDALE</p> <p><i>U.O.S. Comunicazione istituzionale e URP</i></p>	 <p>ASP di Trapani <i>Via Mazzini, 1. 91100 Trapani</i></p>	<p>Codice del documento: PCA.DrQ</p> <p>Pagina 19 di 19</p>
---	---	--

INDICE

Introduzione	pag.2
1. Analisi dello scenario	pag.3
1.1 Descrizione del territorio	pag.3
1.2 Popolazione residente nella provincia di Trapani	pag.4
1.3 Popolazione per età, sesso e stato civile	pag.5
1.4 Struttura della popolazione dal 2002 al 2016	pag.5
1.5 Indicatori demografici	pag.6
1.5.1 Legenda	pag.7
1.6 Popolazione per classi di età scolastica anno 2015	pag.7
1.7 Popolazione straniera residente in provincia di Trapani	pag.8
2. Gli stakeholders più rilevanti sul territorio	pag.8
3. Le macrostrutture aziendali	pag.9
4. L' Unità Operativa "Comunicazione Istituzionale e URP"	pag.9
5. Piano di comunicazione aziendale: obiettivi	pag.11
5.1 Obiettivo generale	pag.11
5.2 Comunicazione interna	pag.12
5.3 Comunicazione esterna	pag.12
5.4 Comunicazione inter istituzionale	pag.16
6. Definizione del target	pag.18
7. Definizione delle azioni del Piano	pag.18
8. Individuazione degli strumenti di comunicazione	pag.18
9. Misurazione dei risultati	pag.18