



A.S.L. VC

*Azienda Sanitaria Locale
di Vercelli*

SERVIZIO SANITARIO NAZIONALE
REGIONE PIEMONTE

Azienda Sanitaria Locale VC - Sede legale Corso Mario Abbiate n. 21 – Vercelli - C.F. / P.I. 01811110020

DELIBERAZIONE DEL DIRETTORE GENERALE

N. 184 del 26/02/2020

**Oggetto: ADOZIONE PIANO DI COMUNICAZIONE 2019 - 2021 ASL
VERCELLI**

STRUTTURA PROPONENTE S.C. Gestione Affari Istituzionali

Responsabile struttura Mele Liliana

DIRETTORE GENERALE - Dott.ssa Chiara SERPIERI
(Nominato dalla Regione Piemonte con D.G.R. n. 9-6928 del 29.05.2018)

DIRETTORE AMMINISTRATIVO – Dott.ssa Anna BURLA
(Nominato con Deliberazione del Direttore Generale n. 523 dell'01.06.2018)

DIRETTORE SANITARIO – Dott. Arturo PASQUALUCCI
(Nominato con Deliberazione del Direttore Generale n. 522 dell'01.06.2018)

DELIBERAZIONE DEL DIRETTORE GENERALE

Oggetto ADOZIONE PIANO DI COMUNICAZIONE 2019 - 2021 ASL VERCELLI

- Vista la documentazione relativa al procedimento in trattazione:

Premesso che l'art. 12 della Legge 7 giugno 2000 n. 150 "Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni", prevede che le pubbliche amministrazioni predispongano annualmente un Piano di comunicazione, come strumento per la definizione di un sistema di iniziative coordinato ed efficace, elaborato sulle linee programmatiche delle politiche e delle azioni dell'amministrazione stessa o di un settore specifico di essa;

Premesso che la Direttiva del 7 febbraio 2002 "Attività di comunicazione delle pubbliche amministrazioni" si propone di contribuire al perseguimento, da parte delle pubbliche amministrazioni, delle seguenti finalità:

- sviluppo di una coerente politica di comunicazione integrata con i cittadini e le imprese;
- gestione professionale e sistematica dei rapporti con tutti gli organi di informazione (mass media tradizionali e nuovi);
- realizzazione di un sistema di flussi di comunicazione interna incentrato sull'intenso utilizzo di tecnologie informatiche e banche dati, sia per migliorare la qualità dei servizi e l'efficienza organizzativa, sia per creare tra gli operatori del settore pubblico senso di appartenenza alla funzione svolta, pieno coinvolgimento nel processo di cambiamento e condivisione nelle rinnovate missioni istituzionali delle pubbliche amministrazioni;
- formazione e valorizzazione del personale impegnato nelle attività di informazione e comunicazione;
- ottimizzazione, attraverso la pianificazione e il monitoraggio delle attività di informazione e comunicazione, dell'impiego delle risorse finanziarie.

Considerato che il Piano Socio Sanitario Regionale 2012 – 2015 contempla la valorizzazione del rapporto con i cittadini e la partecipazione degli utenti e prevede l'adozione di strumenti finalizzati allo sviluppo del processo di empowerment, inteso come processo dell'azione sociale attraverso il quale le persone, le organizzazioni e le comunità acquisiscono competenza sulle proprie vite, al fine di cambiare il proprio ambiente, per migliorare l'equità e la qualità di vita.

Preso atto che nelle Linee Guida redatte dal Ministero della Salute per La Comunicazione On line in Tema di Tutela e Promozione della Salute viene contemplata anche la prospettiva di sfruttare tutte le potenzialità del web 2.0; tra cui non possano essere

sottovalutate le strategie di social network marketing, che offrono l'opportunità agli Enti del SSN di traslare sulle piattaforme dei social network le strategie di marketing sociale già sperimentate sui canali comunicativi tradizionali.

Valutato che in letteratura scientifica sono documentate esperienze che mostrano come l'utilizzo di più strumenti di comunicazione, tra cui i social media, rappresenti uno strumento strategico per il processo di empowerment dei cittadini/pazienti in ambito di sanità e salute.

Vista la DGR 186742 del 13/04/2018 con la quale la Regione Piemonte ha approvato l'Atto Aziendale dell'ASL VC che vede nelle aree di supporto direzione strategica l'area comunicazione

Valutata la necessità di pianificare attività di comunicazione integrate che possano contribuire a facilitare la comunicazione verso i cittadini in materia di salute e l'importanza che riveste, altresì, l'attuazione di azioni di comunicazione interna rivolte ai dipendenti

Visto il Piano di Comunicazione 2019 – 2021 redatto dall'Ufficio Comunicazione dell'ASL di Vercelli previo recepimento delle indicazioni della Direzione Strategica dell'Asl di Vercelli

- Visti i pareri favorevoli espressi dal Direttore Sanitario e dal Direttore Amministrativo ai sensi dell'art. 3 D.Lgs. 30.12.1992 n. 502 e successive modificazioni ed integrazioni;

DELIBERA

1. Di approvare il piano di comunicazione 2019 – 2021 elaborato in conformità alle disposizioni nazionali e regionali richiamate in premessa;
2. Di dare atto che il presente provvedimento non comporta ex se l'assunzione di alcun onere di spesa;
3. Di inviare il presente provvedimento al Collegio Sindacale per quanto di competenza;
4. Di dichiarare il presente provvedimento immediatamente esecutivo, ai sensi del comma 1 dell'art. 21-quater della L. 241/90 e s.m.i.

IL DIRETTORE GENERALE
Dott.ssa Chiara Serpieri



DELIBERAZIONE DEL DIRETTORE GENERALE

N.184 del 26/02/2020

**Oggetto: ADOZIONE PIANO DI COMUNICAZIONE
2019 - 2021 ASL VERCELLI**

Esecutiva dal 26/02/2020

Pubblicata all'Albo Pretorio il 27/02/2020

Trasmessa al Collegio Sindacale il 27/02/2020



A.S.L. VC

*Azienda Sanitaria Locale
di Vercelli*

SERVIZIO SANITARIO NAZIONALE
REGIONE PIEMONTE

Azienda Sanitaria Locale VC - Sede legale Corso Mario Abbiate n. 21 – Vercelli - C.F. / P.I. 01811110020

Elenco firmatari

Questo documento è stato firmato da:

Mele Liliana - Dirigente S.C. Gestione Affari Istituzionali

Burla Anna - Direttore Amministrativo

Pasqualucci Arturo - Direttore Sanitario

Serpieri Chiara - Direttore Generale

Canella Maria Teresa - il funzionario incaricato alla pubblicazione

Istruttoria redatta da: Canella Maria Teresa



A.S.L. VC

Azienda Sanitaria Locale
di Vercelli

Corso M. Abbiate, 21 – 13100 VERCELLI
Tel. +39 0161 5931 fax +39 0161 210284
www.aslvc.piemonte.it
Posta certificata: aslvercelli@pec.aslvc.piemonte.it

P.I. / Cod. Fisc. 01811110020

PIANO DI COMUNICAZIONE ASL VERCELLI 2019-2021

Analisi del Contesto

L'ASL VC di Vercelli è un'Azienda territoriale suddivisa in 87 comuni con 168.073 abitanti (fonte BDDE Regione Piemonte al 31/12/2018 - ultimo dato disponibile). Due ospedali: S. Andrea di Vercelli e SS. Pietro e Paolo di Borgosesia a cui si integrano le case della salute di Santhià, Gattinara, Varallo, Cigliano e Coggiola con un unico distretto. Circa 2000 i dipendenti, di ruolo e non, che operano in ospedale, sul territorio, sia sul fronte sanitario che amministrativo.

L'azienda condivide e fa proprie le scelte strategiche adottate dalla programmazione sanitaria nazionale e regionale, tesa a garantire i Livelli Essenziali di Assistenza, che ha tra gli aspetti caratterizzanti principali:

- Il miglioramento della qualità dei servizi, assicurando l'innovazione nel perseguimento della salute;
- La compatibilità del sistema con le risorse finanziarie;
- La garanzia dei servizi assistenziali e della gestione amministrativa secondo principi di trasparenza e tutela della legalità;
- L'accompagnamento della trasformazione del sistema da modello di cura a modello di presa in carico, nel campo sanitario e socio-sanitario, con particolare riferimento al paziente fragile multipatologico;
- La gestione assistenziale e amministrativa orientata a principi di appropriatezza e corretto uso di risorse, basato su valutazione di evidenze scientifiche e di esiti clinici;
- L'equità di trattamento e di accesso ai servizi, tramite la massima semplificazione burocratico-amministrativa e privilegiando modalità di accesso unificate;
- La tutela e la cura delle persone "fragili": dai disabili agli anziani non autosufficienti, ai portatori di patologie psichiatriche, alle persone con dipendenza, favorendo anche



STRUTTURA: Comunicazione Istituzionale – Staff Direzione Generale

RESPONSABILE: Dott.ssa Chiara SERPIERI (ad interim)

Indirizzo: Corso M. Abbiate, 21 – 13100 VERCELLI

SETTORE "COMUNICAZIONE"

Tel. 0161/593.725 - Fax. 0161/593768
e-mail: uffcom@aslvc.piemonte.it

SETTORE "UFFICIO STAMPA"

Tel. 0161/593.227 - Fax. 0161/593768
e-mail: uffcom@aslvc.piemonte.it -
valeria.arena@aslvc.piemonte.it



A.S.L. VC

Azienda Sanitaria Locale
di Vercelli

Corso M. Abbiate, 21 – 13100 VERCELLI

Tel. +39 0161 5931 fax +39 0161 210284

www.aslvc.piemonte.it

Posta certificata: aslvercelli@pec.aslvc.piemonte.it

P.I. / Cod. Fisc. 01811110020

la loro integrazione nella vita quotidiana, attraverso la predisposizione di "percorsi facilitati" per le cronicità;

Obiettivi di un piano di comunicazione integrata

- Promuovere la reputazione aziendale e incrementare l'attrattività dell'Azienda attraverso la descrizione delle attività e dei servizi realizzati;
- Sviluppare un maggiore senso di appartenenza aziendale tra i dipendenti;
- Raggiungere un pubblico ampio di persone, rendendo le informazioni più accessibili e più immediate;
- Contribuire alla diffusione di informazioni in ambito sanitario verificate e autorevoli sotto il profilo delle fonti;
- Gestire e coordinare il rapporto con i media;
- Semplificare il linguaggio: dal burocratese a una comunicazione più fruibile per i cittadini;
- Semplificare i processi di comunicazione interna;
- Favorire il dialogo con gli stakeholder;

Identificazione del target

Stakeholder principali: Pazienti, Utenti, Associazioni di volontariato, Componenti Conferenza Aziendale di Partecipazione, Organizzazioni Sindacali, Università del Piemonte Orientale, Comuni del territorio, Enti Gestori, Fornitori.



Strumenti di comunicazione

| Comunicazione esterna | Comunicazione Interna | Comunicazione Interistituzionale |
|--|--|---|
| Sito Internet | Rete Intranet Aziendale | Campagne di comunicazione per la salute |
| Comunicati stampa | Newsletter dedicata ai dipendenti | Organizzazione eventi in collaborazione con altri enti e istituzioni del territorio |
| Note stampa / rettifiche | Pagina Facebook aziendale per valorizzare attività personale | Newsletter MMG e PLS e Associazioni di Volontariato |
| Interviste | Corsi di formazione | |
| Eventi Aziendali | Nuova casella posta elettronica | |
| Conferenze stampa | Mailing list dipendenti differenziate per specialità | |
| Social Network | Rassegna stampa | |
| Carta dei Servizi | | |
| Servizi video/video tutorial | | |
| Redazionali piattaforme tradizionale e web | | |

Definizione dei contenuti

Comunicazione come leva di trasparenza e reputazione. Perché scegliere di comunicare? Perché ci sono due interlocutori forti e importanti con cui un'azienda sanitaria ogni giorno deve "parlare": i cittadini, pubblico privilegiato, e gli operatori, motore d'azione principale. L'intento è, da un lato, quello di promuovere nozioni e conoscenze per migliorare il rapporto con i cittadini sul piano dell'ascolto, dell'informazione, dell'accesso, della valutazione della qualità dei servizi; dall'altro quello di valorizzare atteggiamenti e comportamenti diversi tra gli operatori.



A.S.L. VC

Azienda Sanitaria Locale
di Vercelli

Corso M. Abbiate, 21 – 13100 VERCELLI

Tel. +39 0161 5931 fax +39 0161 210284

www.aslvc.piemonte.it

Posta certificata: aslvercelli@pec.aslvc.piemonte.it

P.I. / Cod. Fisc. 01811110020

In questa direzione la comunicazione in azienda deve tenere in considerazione due punti di vista diversi: la comunicazione medico paziente e quella più semplice - ma indispensabile al fine di sviluppare un maggior grado di soddisfazione - da parte di operatori sanitari in genere e di coloro che abitualmente effettuano servizi di front office. In alcuni casi l'insoddisfazione del paziente per la cattiva comunicazione può avere un peso superiore all'insoddisfazione per le competenze tecniche.

L'obiettivo principale è quello di migliorare i servizi assistenziali agendo al tempo stesso per costruire un rapporto di fiducia con i cittadini. In tale direzione un ruolo essenziale è svolto dagli operatori; è strategico in particolare il rapporto medico paziente; paziente che, nell'accezione attuale, è sempre più classificato come un cliente che sottopone richieste precise e si aspetta risposte chiare e risultati certi.

Diverse ricerche mostrano come le percezioni dei cittadini su determinati problemi siano correlabili ai livelli di attenzione dimostrati dai mass media, più che all'andamento oggettivamente rilevato dei fenomeni stessi.

In tale contesto si comprende facilmente quanto sia fondamentale costruire, attraverso l'ufficio stampa, un legame solido con i media; un rapporto che deve essere incentrato sulla massima trasparenza e deve contraddistinguersi per autorevolezza e affidabilità, intesa anche in termini di tempestività delle informazioni fornite.

Oltre alla comunicazione etero-prodotta, cioè frutto delle informazioni veicolate direttamente dai media, esiste la comunicazione auto-prodotta o diretta; cioè tutte quelle informazioni articolate dall'azienda che possono diventare fonte di notizie.

La scelta degli argomenti fa sempre leva su quelli che sono i valori notizia, cioè i criteri che tutti i media utilizzano ogni giorno per scegliere gli argomenti su cui focalizzare l'attenzione. I valori notizia sono legati ad almeno cinque fattori: il contenuto, il prodotto e la sua disponibilità, il mezzo, il pubblico e la concorrenza.

L'evento è più notiziabile quando accade per la prima volta, la notizia è importante se riguarda persone, o istituzioni di livello gerarchico o sociale elevato, ogni volta che presenta un forte impatto sulla collettività, quando coinvolge un numero cospicuo di persone, se propone sviluppi futuri rilevanti.

Gli atti amministrativi che concretizzano azioni e impegni dell'Azienda e che hanno una ricaduta significativa sull'opinione pubblica, possono essere trasformati in una



A.S.L. VC

Azienda Sanitaria Locale
di Vercelli

Corso M. Abbiate, 21 – 13100 VERCELLI

Tel. +39 0161 5931 fax +39 0161 210284

www.aslvc.piemonte.it

Posta certificata: aslvercelli@pec.aslvc.piemonte.it

P.I. / Cod. Fisc. 01811110020

notizia avendo l'accuratezza, nella trasmissione, di rispettare l'ABC di ogni comunicato: accurato, breve, chiaro. In questo caso l'obiettivo è, tuttavia, più profondo per diffondere una tipologia d'informazione che non sia meramente esplicativa, ma che abbia un reale impatto dal punto di vista funzionale: è l'Azienda stessa in tal caso a produrre notizie, non con il fine di autopromuoversi, ma individuando argomenti e aspetti, legati al mondo sanitario, che una volta elaborati possono divenire spunti di riflessione e suscitare interesse nei media.

Comunicazione social. Tra gli strumenti di comunicazione esterna ed interna contemplati dall'Asl di Vercelli si annoverano anche i social network aziendali. Una scelta, quella di entrare nel mondo social, dettata dalla volontà di essere più vicini ai cittadini, ma utile anche per i dipendenti. L'esperienza ha già dimostrato che spesso il personale trova nel profilo ufficiale aziendale un luogo d'identificazione; i social costituiscono un valido mezzo per creare aggregazione e senso di appartenenza nei dipendenti che consolida l'appartenenza al team.

L'avvio della comunicazione social presso l'Asl di Vercelli è avvenuto a Giugno 2018. Un processo iniziato come fase sperimentale con la pagina Facebook e poi via via consolidato e cresciuto con l'apertura di altri canali: twitter, linkedin e infine Instagram. L'Asl possiede anche un canale youtube utilizzato per le dirette live e per pubblicare i servizi video realizzati per raccontare e descrivere in chiave giornalistica le attività dell'Azienda e dei suoi operatori.

Per le istituzioni i social network sono un ulteriore presidio per raggiungere i cittadini in modo diretto. Si affiancano agli sportelli, alle infoline, alle tradizionali affissioni sul territorio. L'obiettivo non è "fare notizia" in questo caso, ma assicurarsi che la notizia sia chiara e accessibile per tutti.¹ Di certo la potenzialità più evidente che i social portano con sé è legata alla loro natura intrinseca di strumenti di condivisione e partecipazione. Un messaggio ben declinato può raggiungere un pubblico estremamente ampio, con numeri ben superiori rispetto ai fan della pagina stessa. Tale capillarità è utile specie in caso di campagne di sensibilizzazione sociale (vaccinazioni, donazioni sangue, contrasto alle malattie sessualmente trasmissibili, lotta alla violenza sugli operatori e sulle donne ecc).

¹ A.Baù, Paola Bonini (2018), Social Media per la Pubblica Amministrazione, Apogeo, Milano



A.S.L. VC

Azienda Sanitaria Locale
di Vercelli

Corso M. Abbiate, 21 – 13100 VERCELLI

Tel. +39 0161 5931 fax +39 0161 210284

www.aslvc.piemonte.it

Posta certificata: aslvercelli@pec.aslvc.piemonte.it

P.I. / Cod. Fisc. 01811110020

Il social può ulteriormente valorizzare in chiave moderna i principi già richiamati nella direttiva Frattini del 2002 che già allora estrinsecava la necessità di una comunicazione integrata, con l'ausilio di tecniche moderne, e nella quale soprattutto si richiamava l'importanza di utilizzare un linguaggio capace di scardinare il classico "burocratese". Parole, espressioni che, per una PA realmente più vicina al pubblico, devono saper essere semplici, efficaci, immediate e in alcune circostanze capaci anche di emozionare.

Comunicazione in caso di Crisi ed eventi avversi. L'Asl di Vercelli prevede azioni comunicative specifiche anche in caso di eventi avversi.

In materia di eventi avversi nelle strutture sanitarie il Ministero della Salute ha diffuso a maggio 2011 alcune raccomandazioni in cui il principio ispiratore fa leva sulla necessità di attivare una comunicazione istituzionale completa e veritiera nei confronti dei cittadini, dei mass media e degli altri soggetti esterni.

La prima azione da intraprendere è quella di raccogliere tutte le informazioni sull'evento per costruire una cronologia dei fatti, consultando al tempo stesso gli attori coinvolti e ricavando con loro i contenuti da diffondere.

È importante mostrare immediata disponibilità a fornire le informazioni e dichiarare l'impegno concreto nell'analisi delle cause e dei fattori che hanno contribuito al verificarsi dell'accaduto. Fornire una versione coerente di quanto accaduto, descrivendo con precisione i fatti, senza commenti e colpevolizzazioni.

È quindi necessario che la comunicazione sia pertinente, chiara e tempestiva per rassicurare l'utenza rispetto alla qualità dei servizi sanitari, per tutelare la reputazione della struttura in cui si è verificato l'evento e ridurre l'impatto negativo, in termini di immagine, sulla struttura sanitaria .



Misurazione dei risultati

| | |
|--------------------------------|---|
| Obiettivo | Promuovere la reputazione aziendale attraverso la descrizione delle attività e dei servizi realizzati |
| Target | Giornalisti, Cittadini, Dipendenti Stakeholder |
| Indicatore di risultato | Redazione comunicati stampa/ servizi di approfondimento sulle attività promosse dalle strutture cliniche Standard: = o > 10 / anno |
| Periodo di riferimento | 2019 - 2021 |

| | |
|--------------------------------|---|
| Obiettivo | Sviluppare un maggiore senso di appartenenza aziendale tra i dipendenti |
| Target | Dipendenti |
| Indicatore di risultato | Comunicati/ note e Post relativi a promozione attività scientifica, partecipazione a congressi, risultati aggiornamento competenze dei professionisti. Presentazione di ruoli specifici e team. Standard: = o > 3 / anno |
| Periodo di riferimento | 2019 - 2021 |



| | |
|--------------------------------|---|
| Obiettivo | Raggiungere un pubblico ampio di persone, rendendo le informazioni più accessibili e più immediate; |
| Target | Cittadini, Stakeholder |
| Indicatore di risultato | Creazione di rubriche dedicate su temi specifici. Utilizzo di infografiche semplificate con indicazioni specifiche. Video tutorial per acquisire tecniche utilizzabili nella vita quotidiana. Standard: = > 3 / anno |
| Periodo di riferimento | 2019 - 2021 |

| | |
|--------------------------------|---|
| Obiettivo | Contribuire alla diffusione di informazioni in ambito sanitario verificate e autorevoli sotto il profilo delle fonti |
| Target | Cittadini, Giornalisti |
| Indicatore di risultato | Creazione di campagne di comunicazione sociale e per la salute, con testimonianze e supporto di informazioni da parte di personale specializzato. Standard: Standard: = o > 3 / anno |
| Periodo di riferimento | 2019 - 2021 |

| | |
|--------------------------------|---|
| Obiettivo | Gestire e coordinare il rapporto con i media |
| Target | Giornalisti |
| Indicatore di risultato | Organizzazione conferenze stampa. Pianificazione interviste con i professionisti su richiesta dei giornalisti. Gestione comunicazione di crisi in caso di eventi avversi. |



A.S.L. VC

Azienda Sanitaria Locale
di Vercelli

Corso M. Abbiate, 21 – 13100 VERCELLI

Tel. +39 0161 5931 fax +39 0161 210284

www.aslvc.piemonte.it

Posta certificata: aslvercelli@pec.aslvc.piemonte.it

P.I. / Cod. Fisc. 01811110020

| | |
|------------------------|--------------------------|
| | Standard: = o > 5 / anno |
| Periodo di riferimento | 2019 - 2021 |

| | |
|-------------------------|--|
| Obiettivo | Semplificare i flussi di comunicazione interna |
| Target | Dipendenti |
| Indicatore di risultato | News e comunicazione su home page intranet aziendale, redazione newsletter su progetti aziendali specifici. Standard: = o > 10 / anno |
| Periodo di riferimento | 2019 - 2021 |

| | |
|-------------------------|--|
| Obiettivo | Favorire il dialogo con gli stakeholder |
| Target | Associazione di volontariato, MMG e PLS |
| Indicatore di risultato | Newsletter dedicate Standard: = o > 10 / anno |
| Periodo di riferimento | 2019 - 2021 |