

Società della Salute della Lunigiana

Allegato 1)
Aggiornamento anno 2022



2022 Il Piano di Comunicazione

“ Nel mondo in cui viviamo l’elemento fondamentale non sono più le risorse o gli strumenti produttivi, ma l’informazione, il pensiero umano. Ciò che conta non è più il possesso delle risorse, né delle macchine per trasformarle, ma la conoscenza. Il potere è nelle mani di chi ha maggiori conoscenze, o può controllare il flusso delle informazioni”

Alvin Toffler, The Third Wave («La terza ondata»)



Premessa

Il Piano di comunicazione della SdS Lunigiana, previsto dalla L. 150/2000, ha una rilevanza strategica in quanto costituisce uno strumento di analisi, programmazione e progettazione degli obiettivi e delle attività di comunicazione e informazione rivolte sia all'interno che all'esterno dell'Ente e che oggi risultano fondamentali in una società della comunicazione in cui tutto è comunicazione.

L'efficacia della comunicazione non si esaurisce nell'informazione sui servizi offerti, ma dovrebbe rappresentare l'intero processo di progettazione degli stessi che non possono prescindere dal coinvolgimento dei cittadini, dalla rilevazione dei bisogni di assistenza sanitaria, dalla scelta delle modalità di erogazione dei servizi più appropriata fino alla valutazione dei risultati raggiunti.

La Legge 150/2000 che disciplina l'attività di comunicazione della Pubblica Amministrazione costituisce un passaggio fondamentale della normativa in materia di comunicazione poiché introduce un sistema normativo completo che riconosce la comunicazione e l'informazione all'interno della Pubblica Amministrazione quale attività istituzionale e "collante" tra Pubblica Amministrazione e Cittadino. Quindi questa Legge introduce per le Pubbliche Amministrazioni il dovere di garantire l'informazione rispettando nel contempo gli altrettanto fondamentali doveri costituzionali di riservatezza, imparzialità e correttezza.

La comunicazione diviene quindi uno snodo importante non solo nella nuova relazione con il cittadino ma anche nei processi di cambiamento e di modernizzazione tramite un'efficace rete di scambio informativo e comunicativo interna alle amministrazioni.

La comunicazione istituzionale può essere schematicamente così rappresentata:



La comunicazione istituzionale, per essere coerente con la strategia dell'Ente, richiede una logica di pianificazione pluriennale e annuale che si concretizza nel Piano di Comunicazione, nel quale vengono individuate le azioni e gli strumenti di comunicazione che si intendono attivare nel corso dell'anno.

Il Piano di Comunicazione è uno dei punti cardine sui quali la Società della Salute ha inteso e intende lavorare per ottenere la fiducia dei cittadini nel servizio pubblico attraverso i seguenti canali.

- comunicazione esterna attraverso gli organi di stampa;
- comunicazione istituzionale con gli organi politici;
- comunicazione con finalità educative proprie dell'attività di Prevenzione, informazione e promozione della salute;
- comunicazione interna con i dipendenti.

Tra i compiti della Società della Salute della Lunigiana rientra non solo quello di informare i cittadini sui servizi erogati, ma anche quello di trasmettere e far acquisire certezza della validità del proprio operato e far comprendere che i servizi erogati contengono un valore aggiunto ed un beneficio per il cittadino.

La buona comunicazione sostiene la buona amministrazione e viceversa ed è in questo contesto che la comunicazione diventa una funzione strategica ed essenziale per un'amministrazione efficace.

Questo rafforza l'assunto che non può esserci comunicazione esterna efficace se non c'è un'altrettanta comunicazione interna efficace che cementifica l'identità e la cultura organizzativa.

Di conseguenza, la strategia perseguita dal piano di comunicazione della SdS Lunigiana si svilupperà sulla comunicazione interna e sulla comunicazione esterna:

- la prima rivolta ai dipendenti, agli amministratori per renderli più consapevoli e partecipi dei programmi, dei servizi e dei progetti della SdS Lunigiana, in modo tale da favorire l'interscambio di esperienze e rafforzarne il senso di appartenenza;
- la seconda indirizzata sia ai cittadini singoli e/o associati, al terzo settore con tre scopi principali: garantire loro il diritto d'informazione, agevolare l'utilizzazione dei servizi offerti e promuovere le iniziative programmate.

Lunigiana: analisi del contesto

La Lunigiana è una terra di confine posta all'estremo nord della Toscana al confine con la Liguria e l'Emilia Romagna, si estende sulla superficie di 942.79 kmq.

Il territorio è in maggior parte montuoso e collinare, con il 95,98% di popolazione residente nei comuni montani. Territorio diviso in due dal fiume Magra che lo attraversa per circa 60 km, con un clima prevalentemente di tipo mediterraneo e quello di montagna delle zone temperate, con una notevole quantità di microclimi.

Comprende 14 Comuni: Aulla, Bagnone, Casola in Lunigiana, Comano, Filattiera, Fivizzano, Fosdinovo, Licciana Nardi, Mulazzo, Podenzana, Pontremoli, Tresana, Villafranca in Lunigiana, Zeri

E' la seconda zona più piccola dell'Azienda Usl Toscana Nord Ovest per numero di abitanti, pari a 52.556 al 31/12/2020 con 25.633 Maschi e 26.923 Femmine e per densità abitativa pari a 53,58 per Kmq.

L'invecchiamento della popolazione continua ad essere un fenomeno preoccupante. L'indice di vecchiaia, che misura il numero di persone con età 65+ anni per ogni 100 giovani di età inferiore ai 15 anni, risulta pari a 308,47 (vs 300,89 del 2019) e vs 215,48 valore medio regionale; interessante notare come questo indice arrivi a toccare valori molto alti in tutti i comuni con minor numero di residenti.

Il tasso di natalità della Lunigiana continua ad essere minore rispetto a quello provinciale e regionale e addirittura ultimo tra tutte le zone della Regione Toscana 4,46 (vs 6,30 Rt vs 5,49 AUSL), mentre quello di mortalità è inferiore alla media regionale e aziendale 840,98 (vs 843,03 RT vs 916,72 AUSL). La percentuale di over 74 anni è significativamente superiore alla media regionale e aziendale e, insieme all'indice di vecchiaia si attesa tra i valori più elevati dell'intera regione.

Gli stranieri iscritti all'anagrafe in Lunigiana sono pari a 4292 e rappresentano l' 8,13 % del totale della popolazione (dati ars).

In Lunigiana è organizzata la Società della Salute, un consorzio pubblico costituito tra i 14 Comuni della Zona sopra elencati e l'Azienda Usl Toscana nord ovest. E' sorto in via sperimentale nel 2004 a seguito della Deliberazione del Consiglio Regionale n. 155 del 24 settembre 2003 e divenuto definitivo nel Maggio 2009. Il riconoscimento giuridico della Società della Salute si è realizzato concretamente con la L.R. n. 11 del 23/03/2017 in particolare l'art. 7 comma 2 ha previsto che la Società della Salute è Ente di Diritto Pubblico costituita in forma di Consorzio e dotata di personalità giuridica, di autonomia amministrativa, organizzativa, contabile, gestionale e tecnica, attraverso la quale la Regione attua le proprie strategie di intervento per l'esercizio delle attività territoriali sanitarie, socio-sanitarie e sociali integrate. Considerando le caratteristiche del territorio lunigianese, la Società della Salute ha

rappresentato in questi anni l'organizzazione più idonea alla creazione di una rete di servizi socio-sanitari in grado di andare incontro ad una popolazione sempre più bisognosa di assistenza. La possibilità di esercitare una reale integrazione socio sanitaria ha permesso di avere una propria identità che dialoga con la partecipazione della comunità.

Gli Obiettivi

Le iniziative di comunicazione si prefiggono i seguenti **obiettivi**:

- illustrare e promuovere le attività della SdS Lunigiana ed il suo funzionamento;
- agevolare l'accesso ai servizi, promuovendone la conoscenza;
- avviare un'effettiva attività di marketing, con iniziative che avvicinino il cittadino alla SdS;
- programmare campagne di comunicazione su temi di rilevante interesse, da sviluppare con vari strumenti nell'arco dell'anno;
- avviare iniziative di indagine sulla qualità dei servizi, con il basilare ausilio di personale formato ad hoc;
- sviluppare le attività di comunicazione interna;
- promuovere l'immagine della SdS, conferendo conoscenza e visibilità ad eventi di importanza locale, regionale e nazionale;
- realizzare l'AGORA' della salute nella misura della Legge.

Agli obiettivi strategici sono conseguenti gli **obiettivi comunicazionali**:

- recepire il bisogno informativo e partecipativo dell'utenza;
- coordinare le fonti informative interne;
- garantire risposte uniformi, fondate e non contraddittorie;
- pubblicizzare il servizio di informazione .
- ricorrere a trasmissioni televisive, locali e regionali, per diffondere in modo più vasto la dimensione scientifica e umana della SdS in modo da creare consensi
- informare la stampa locale, con regolarità, sull'impegno profuso nell'attuazione di iniziative strategiche indirizzate a coinvolgere sempre di più la cittadinanza nei percorsi della SdS

Il Piano di Comunicazione della SdS intende raggiungere tutti gli attori del sistema sia dell'organizzazione interna che esterna attraverso delle azioni che facilitano la conoscenza dei servizi e le modalità di accesso. La consapevolezza di realizzare il Piano di Comunicazione interno rappresenta il miglior modo di attivare l'informazione con l'esterno. Il tramite più importante sono gli operatori informati che a loro volta possono informare i cittadini.

Strumenti per il Piano di Comunicazione

Gli strumenti da utilizzare per la realizzazione degli obiettivi e delle attività del piano di comunicazione della Società della Salute della Lunigiana sono molteplici:

- forme tradizionali (comunicati stampa, radio, manifesti, brochure, flyer),
- utilizzo delle tecnologie (sito internet, videoconferenze),
- organizzazione di riunioni, incontri, convegni, promozione di campagne di comunicazione e prevenzione, open day dei servizi.

L'obiettivo principale è l'incremento qualitativo e quantitativo dell'attività di informazione, sia quella attuata tramite i *media* tradizionali come **giornali e radio** (con comunicati e conferenze stampa, eventi e

manifestazioni) sia quella diretta al cittadino tramite *locandine, opuscoli informativi, flyer e manifestazioni, incontri vari* dedicati a temi specifici.

A tale proposito il *sito web* (www.sdslunigiana.it) rappresenta un importante e costante strumento di informazione per la comunità locale in quanto offre un punto di informazione e di partecipazione ed è uno strumento dove è possibile trovare notizie inerenti i servizi, i progetti in corso e la programmazione della SdS Lunigiana, al pari delle agorà della salute.

La comunicazione esterna è curata da un pubblicitario individuato a seguito di selezione pubblica. Sempre nell'ottica di informare ed accogliere il cittadino, è stato attivato nel 2016 presso la Casa della Salute di Aulla un **punto informativo** con un numero dedicato dove risponde personale qualificato: **tel. 0187406126**.

TABELLA DI SINTESI

TIPOLOGIA REFERENTI	STRUMENTI
<p>Referenti Esterni (Cittadini, Enti locali, Associazioni...)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Convegni - Riunioni con organizzazioni sindacali - Consulta Terzo settore - Comitato di Partecipazione - Incontri con cittadini in rapporto alle diverse problematiche socio-sanitarie (stake holder) - Agorà della salute
<p>Referenti Interni (Tutti gli operatori dell'Ente di appartenenza)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Riunioni di servizio mensili - Riunioni di staff - Riunioni mensili con personale - Formazione continua obbligatoria e facoltativa

CONTENUTI	RACCOMANDAZIONI
<p>Definizione e descrizione comprensibile dell'evento.</p>	<p>1. I canali da e verso l'esterno delle informazioni devono essere univoci e coordinati gerarchicamente (unica interfaccia azienda/organi di informazione)</p>
<p>Indicazioni temporali e spaziali della distribuzione e diffusione dell'evento</p>	<p>2. L'aggiornamento di contenuti comunicati e messi a disposizione dell'utenza deve essere in linea con quanto disposto dalle fonti ufficiali.</p> <p>3. I prodotti (cartacei e/o informatici) integrano e non sostituiscono il materiale informativo ufficiale di fonte nazionale e/o regionale</p>

Il Piano di comunicazione è stato programmato prevedendo modalità di comunicazione interna ed esterna, anche se con il permanere della situazione emergenziale, i sistemi di comunicazione sono stati mantenuti attraverso modalità di incontri online.

Azioni di Comunicazione interna.

- Comunicazione permanente con Assemblea dei Soci
- Incontri componenti Ufficio di Direzione, Ufficio di Coordinamento, Collegio Sindacale
- Riunioni di Staff
- Riunioni di Equipe con le Unità Funzionali (UU:FF)
- Formazione on line
- Diffusione Linee guida nazionali/regionali per informazione e sensibilizzazione delle misure di sicurezza da adottare per la prevenzione dell'emergenza epidemiologica Covid 19

Azioni di Comunicazione esterna

Durante il periodo emergenziale sono state sospese tutte le riunioni in presenza e gli incontri pubblici quali l'Agorà della Salute e l'AFA day, che riprenderanno alla fine dello stato emergenziale su indicazioni delle istituzioni regionali.

Il sito istituzionale e la stampa locale sono stati costantemente aggiornati sui servizi attivi e attivati e sulle azioni messe in atto:

- Campagna di sensibilizzazione ed informazione misure per la prevenzione e la sicurezza emergenza epidemiologica Covid 19.
- Campagne vaccinali.
- Campagna Home Care Premium (HCP).
- Campagna Progetto Reddito di cittadinanza.
- Campagna Progetto Agenzia Continuità Ospedale/Territorio (ACOT).
- Campagna Progetto "Lunipergialtri" "POR-FSE 2014-2020 Servizi di accompagnamento al Lavoro per persone svantaggiate".
- Campagna Progetto POR FSE 2014-2020 "Servizi di accompagnamento al lavoro per persone disabili e soggetti vulnerabili 2 edizione".
- Campagna Progetto "Comunità... laboratorio di vita (c.l.v)" di cui dall'avviso regionale sostegno alla domiciliarità per persone con limitazione dell'autonomia.
- Campagna Progetto ADA (Adattamento Domestico per l'Autonomia Personale).
- Campagna Progetto Emporio solidale.
- Campagna Progetto prestito sociale in collaborazione con il terzo settore.
- Azioni di sensibilizzazione e sostegno dell'allattamento materno nell'ambito del Progetto UNICEF "Comunità amica del Bambino".
- Sensibilizzazione Progetto MAMI (Movimento Allattamento Materno Italiano).
- Campagna di sensibilizzazione alla integrazione multiculturale all'interno del progetto SPRAR
- Carta dei Servizi.
- Incontro "Programmiamo la Salute"- Tavoli tematici per la condivisione/costruzione del Piano Integrato di Salute (PIS).
- Campagna Progetto POR FSE 2014-2020 "S.O.S.E. – S.O.S. Emergenza".
- Progetto POR FSE "DO.CE.T. – Domiciliarità al Centro del Territorio".
- Comunicazione Comitato di Partecipazione, Consulta del Terzo Settore, Sindacati, gruppo SISC-19 tramite modalità online per aggiornamento/monitoraggio situazione covid-19 e vaccinazioni.

Quest'anno saranno attivate nuove campagne informative:

- Campagna Progetto Spazio Ascolto Centro Elios, un progetto rivolto agli adolescenti e ai giovani dai 14 ai 21 anni che a causa dell'isolamento forzato durante la pandemia da Covid 19,

tuttora in corso, hanno sofferto di un particolare disagio psicologico con effetti negativi sulla salute globale.

- Campagna nuove progettualità PNRR con l'obiettivo di rafforzare il ruolo del Servizio Sociale e migliorare il sistema di protezione e le azioni di inclusione a favore di persone in condizioni di estrema emarginazione e di deprivazione abitativa anche attraverso l'offerta di strutture e servizi anche temporanei.
- Campagna nuova progettualità PRINS centrata sul pronto intervento sociale e sul potenziamento delle strutture di contrasto alla povertà anche estrema o alla marginalità nonché favorire l'accessibilità ai servizi essenziali anche per le persone senza dimora presenti sul territorio.
- Campagna pubblicizzazione servizi territoriali (creazione flyer per ogni servizio e miglioramento visibilità sito internet).

Amministrazione digitale

Lo sviluppo del progetto di e-government rientra nell'ampio processo di innovazione e riorganizzazione della Pubblica Amministrazione cominciato negli anni '90 nell'ambito della riforma amministrativa della Pubblica Amministrazione e che si è posto l'obiettivo di modernizzare la PA attraverso una maggiore efficienza, trasparenza e semplificazione amministrativa migliorando la qualità del rapporto con il cittadino.

In modo generale, l'e-government è riconoscibile come l'uso nei processi amministrativi delle tecnologie informatiche (più in generale le tecnologie dell'ICT, Information Communication Technology), introdotte con l'obiettivo di fornire servizi che vengano incontro alle nuove esigenze espresse da una società profondamente mutata negli ultimi anni, per articolazione e stili di vita. Inoltre, l'introduzione di un nuovo strumento di lavoro è stato percepito come l'occasione per affrontare l'attività di riorganizzazione del processo burocratico per la diminuzione della complessità del sistema, a vantaggio sia degli utenti interni che di quelli esterni.

E' bene sottolineare che l'e-gov non coincide soltanto con l'informatizzazione e la digitalizzazione generale della Pubblica Amministrazione, ma è corretto parlare di e-gov quando l'utilizzo delle tecnologie innovative costituisce chiaramente un valido contributo al miglioramento dei servizi finali resi agli utenti.

Per e-government o amministrazione digitale si intende quindi, l'utilizzo delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT) nei processi amministrativi attraverso cui la PA si propone di rendere più efficiente l'azione della pubblica amministrazione, migliorando da una parte, la qualità dei servizi pubblici erogati ai cittadini e diminuendo dall'altra, i costi per la collettività.

Al fine di predisporre i percorsi di transizione al digitale questa SdS con atto della Giunta Esecutiva n. 20 del 26/08/2021 ha provveduto ad individuare il Responsabile della transizione digitale.

Conclusioni

L'attuale Piano di Comunicazione fa emergere le seguenti esigenze:

- accrescere e migliorare le conoscenze che riguardano la nostra realtà sanitaria e sociale, ricorrendo anche a indagini, ricerche-azione e focus-group per poter meglio individuare le cause che determinano disservizi, disuguaglianze di trattamento e di salute oltreché disagi psicologici ed esistenziali;

- facilitare l'individuazione di priorità di intervento con l'intento di destinare ad esse ulteriori risorse
- migliorare il coordinamento fra tutti gli attori sociali che intervengono sul territorio alla promozione della salute, dando vita a sinergie e accordi che consentano una maggiore sistematicità e organicità di lavoro;
- stimolare la partecipazione di quanti sono interessati a proporre azioni dirette a raggiungere efficacemente obiettivi di salute;
- fornire periodicamente un quadro aggiornato delle attività, verificando il raggiungimento degli obiettivi individuati e concordati;
- avviare, di concerto con le Istituzioni Locali, un processo di costituzione di una rete di informazioni sui servizi di pubblica utilità con particolare attenzione all'utenza in condizioni di disagio.
- Adeguare gli interventi di comunicazione alle norme e alle misure di prevenzione finalizzate al contenimento della pandemia da Covid-19

Il fine di questo Piano di Comunicazione è quello di offrire al cittadino, nel suo ruolo di soggetto attivo, un'Istituzione pubblica a carattere sociosanitario a lui vicina, impegnata in modo costante nella verifica di una comunicazione completa sul piano umano, attenta ai suoi bisogni, alla qualità delle prestazioni erogate con un ritorno positivo in termini di partecipazione e di qualità percepita.

