

Il Piano di Comunicazione 2023 - 2025



“La comunicazione non è soltanto uno tsunami di parole, è molto altro; è qualcosa che ti permette di penetrare in quelle parti che lo spettatore neppure sa di avere”.

Eugenio Barba regista teatrale italiano



Premessa

Il Piano della Comunicazione della Società della Salute della Lunigiana viene redatto sulla base degli assunti contenuti nella Legge 150/2000 sulla “Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni”. Tale legge rappresenta, ad oggi, il caposaldo normativo della comunicazione pubblica. Con essa gli strumenti ed i soggetti della comunicazione pubblica hanno ottenuto negli anni un riconoscimento istituzionale di ampia portata, tuttavia si parla di una legge pensata 23 anni fa e in questi anni abbiamo tutti assistito ad un’affermazione sempre più crescente di strumenti che costituiscono una vera e propria rivoluzione tecnologica, ovvero internet, i social media, le piattaforme di messaggistica. Tutto questo impone sicuramente una profonda riflessione su tale legge che avrebbe bisogno di un ritocco per diventare allineata ai tempi odierni.

La Legge 150/2000 tuttavia rappresenta un passaggio fondamentale della normativa in materia di comunicazione dal momento che ha introdotto un sistema normativo completo che riconosce la comunicazione e l’informazione all’interno della Pubblica Amministrazione quale attività istituzionale e ponte tra Pubblica Amministrazione e Cittadino con il dovere di garantire l’informazione rispettando nel contempo i doveri costituzionali di riservatezza, imparzialità e correttezza.

Il Piano di comunicazione della Società della Salute della Lunigiana, che nasce e si basa su tale legge comunque mantiene la sua rilevanza strategica quale strumento di analisi, programmazione e progettazione di obiettivi e attività di comunicazione e informazione rivolte sia all’interno che all’esterno del Consorzio.

L’efficacia della comunicazione non si esaurisce nel fornire 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 sociale e socio-sanitaria, dalla scelta delle modalità di erogazione dei servizi più appropriati fino alla valutazione dei risultati raggiunti.

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.

Lo scopo della Società della Salute della Lunigiana non è 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 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.

La comunicazione diviene quindi uno snodo importante non solo nella 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.

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, un territorio in maggior parte montuoso e collinare, con il maggior parte della popolazione residente nei comuni montani. Il territorio è 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 sesta zona più piccola dell'Azienda Usl Toscana Nord Ovest per numero di abitanti, pari a 51.976 al 31/12/2021 con 25.385 Maschi e 26.591 Femmine e la quarta per densità abitativa pari a 53,11 per Km². Gli stranieri iscritti all'anagrafe in Lunigiana rappresentano l' 8,17 % del totale della popolazione (dati ars). 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 311,12 (vs 308,47 del 2020) e vs 219,77 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 regionale 5,03 (vs 6,10 Rt vs 5,75 AUSL), mentre quello di mortalità è aumentato rispetto la media regionale e superiore a quella aziendale 824,89 (vs 816,87 RT vs 859,83 AUSL). La percentuale di over 74enni è significativamente superiore alla media regionale e aziendale e, insieme all'indice di vecchiaia si attesa tra i valori più elevati dell'intera regione.

In Lunigiana è organizzata la Società della Salute, un consorzio pubblico costituito tra i 14 Comuni della Zona 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, 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 strategici**:

- illustrare e promuovere le attività della SdS Lunigiana ed il suo funzionamento;
- promuovere la conoscenza dei servizi erogati per agevolare l'accesso ai cittadini;
- promuovere l'immagine della SdS Lunigiana, conferendo conoscenza e visibilità ad eventi di importanza locale, regionale e nazionale;
- programmare campagne di comunicazione su temi di interesse rilevanti da sviluppare nell'arco dell'anno;
- avviare iniziative di indagine sulla qualità dei servizi;
- sviluppare le attività di comunicazione interna;
- informare tutta la stampa locale sulle attività del consorzio e sulle iniziative indirizzate a coinvolgere sempre di più la cittadinanza nei percorsi;
- promuovere iniziative che avvicinano il cittadino alla SdS tra cui l'agorà della salute.

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;
- valutare l'implementazione dell'attività della comunicazione con la partecipazione sui social network, creazione di un blog, ecc.
- aggiornare il sito internet e la carta dei servizi delle attività;
- redigere un progetto per una rete zonale di comunicazione e informazione coinvolgendo comuni, Enti e associazioni.

Il Piano di Comunicazione della SdS intende raggiungere tutti gli attori del sistema sia dell'organizzazione interna che esterna attraverso azioni che facilitano la conoscenza dei servizi e le relative 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, agorà della salute.**

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, agorà della salute e 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 sarà curata da un pubblicitario individuato a seguito di selezione pubblica attualmente in itinere.

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 align="center">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 align="center">Referenti Interni (Tutti gli operatori dell'Ente di appartenenza)</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Riunioni di servizio mensili – Assistenti Sociali – Riunioni di staff – Formazione continua obbligatoria e facoltativa

CONTENUTI	OBIETTIVI
Definizione e descrizione comprensibile dell'evento.	1. I canali da e verso l'esterno delle informazioni devono essere univoci e coordinati gerarchicamente (unica interfaccia SdS Lunigiana/organi di informazione)
Indicazioni temporali e spaziali della distribuzione e diffusione dell'evento	2. L'aggiornamento di contenuti comunicati e messi a disposizione dell'utenza deve essere in linea con quanto disposto dalle fonti ufficiali. 3. Il contenuto del materiale cartaceo e/o informatico integra e non sostituisce il materiale informativo ufficiale di fonte nazionale e/o regionale

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 in presenza e on line;

Azioni di Comunicazione esterna

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

- Campagne vaccinali.
- Campagne informative nuove progettualità attivate a valere sui fondi regionali/nazionali/europei.
- Azioni di sensibilizzazione su percorsi del Progetto UNICEF "Comunità amica del Bambino".
- Campagna sensibilizzazione vari percorsi aziendali attivi.
- Aggiornamento e pubblicizzazione Carta dei Servizi.
- Incontro "Programmiamo la Salute"- Tavoli tematici per la condivisione/costruzione del Piano Integrato di Salute (PIS).

- Comunicazione Comitato di Partecipazione, Consulta del Terzo Settore, Sindacati.

Per l'anno in corso sono state attivate nuove campagne informative:

- 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. A favore delle persone disabili e azioni a sostegno della genitorialità.
- 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 progettualità rivolta ai servizi domiciliari per evitare l'istituzionalizzazione.
- 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 Pubblica Amministrazione attraverso una maggiore efficienza, trasparenza e semplificazione amministrativa migliorando la qualità del rapporto con il cittadino.

L'e-government è individuabile come l'utilizzo delle tecnologie informatiche nei processi amministrativi 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.

L'introduzione di un nuovo strumento di lavoro è stato inoltre 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 costituisce un valido contributo al miglioramento dei servizi finali resi agli utenti.

Attraverso l'utilizzo delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT) nei processi amministrativi, la Pubblica Amministrazione si propone di rendere più efficiente la propria azione 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 socio-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 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 e sulle modalità di accesso.
- Valutare l'implementazione dell'attività della comunicazione con la partecipazione sui social network, creazione di un blog, ecc.

Il fine di questo Piano di Comunicazione è quello di offrire al cittadino, nel suo ruolo di soggetto attivo, la visione di 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.

