

Piano annuale di Comunicazione e Informazione in Sanità 2019

Premessa

Con l'adozione di un Sistema Integrato di Comunicazione e Informazione nella Sanità, la Regione Puglia individua la corretta e mirata informazione e un'efficace comunicazione quali elementi essenziali per concorrere a rendere esigibile il diritto fondamentale alla salute.

Al fine di dare concreto avvio al Sistema Integrato di Comunicazione e Informazione nella Sanità, si procede alla redazione del Piano di Comunicazione 2019 quale strumento esecutivo della strategia e degli obiettivi declinati in essa.

Al fine di perseguire gli obiettivi di seguito elencati, Regione Puglia intende coordinare tutte le iniziative di comunicazione per l'anno in corso individuando nel Piano di Comunicazione gli strumenti e i mezzi più idonei. Una buona comunicazione, infatti, non può limitarsi alla creazione di nuovi strumenti di concertazione per la comunicazione e la gestione dei flussi informativi, ma deve necessariamente dotarsi anche di metodologie che regolino i processi di comunicazione multilivello.

Il Piano di Comunicazione identifica e ordina: gli obiettivi da raggiungere, gli attori da coinvolgere e il ruolo che ricoprono, i destinatari, le strategie, i canali e gli strumenti.

Obiettivi generali

L'obiettivo è informare, accrescere la consapevolezza e la conoscenza su temi inerenti la salute nei confronti delle persone, delle istituzioni e della società nel suo complesso, anche attraverso interventi complessi tesi a modificare errati comportamenti consolidati.

La Regione Puglia, pertanto, intende mettere a punto una comunicazione diffusa e puntuale che lavori su più leve attraverso lo sviluppo di attività di rete che coinvolgano tutte le strutture deputate al governo della salute, le associazioni che si occupano della tutela dei diritti dei cittadini e dei pazienti, le ASL e la Regione.

Le leve del Piano sono, pertanto, quella dell'integrazione delle metodologie di lavoro in una logica di condivisione delle scelte di comunicazione con le aziende sanitarie, i Policlinici e gli IRCSS e il ricorso alle più ampie collaborazioni anche con le istituzioni regionali per favorire la diffusione del messaggio di comunicazione.

Il Piano annuale di Comunicazione assume una funzione di primaria rilevanza non solo nella definizione delle azioni da intraprendere e realizzare, quanto nell'orientamento e nella

focalizzazione degli obiettivi previsti all'interno della strategia di comunicazione. In questo quadro le azioni di comunicazione pianificate all'interno del presente piano annuale intendono mirare ad obiettivi puntuali e specifici, senza rinunciare all'approccio ampio e sistematico.

Gli obiettivi generali del Piano riguardano:

- a) Format e modelli di comunicazione per la promozione della conoscenza e l'accesso ai servizi delle reti cliniche, alle campagne di screening ed ai servizi della sanità digitale, in primis il fascicolo sanitario elettronico (FSE);
- b) L'attivazione di specifiche campagne di comunicazione orientate a migliorare la conoscenza e l'accessibilità della rete dei servizi e delle strutture pugliesi e a favorire l'appropriatezza degli accessi

Obiettivi operativi per l'anno 2019

Le priorità per l'annualità 2019 possono essere riassunte come di seguito riportato:

- Definire la Governance del Piano di Comunicazione con l'obiettivo di strutturare le modalità di lavoro e i flussi di informazione e comunicazione;
- Adozione di un Manuale di Identità Visiva per rendere l'immagine coordinata ed omogenea (azione di Corporate Identity);
- Realizzazione di Campagne di Comunicazione e di Sensibilizzazione conformi al modello proposto nella Strategia complessiva;
- Implementazione delle funzionalità di informazione e di comunicazione del Portale regionale della Salute;
- Implementazione del livello di conoscenza dei servizi digitali disponibili.

In particolare, si intende operare per costruire con tutti i soggetti del Sistema sanitario Regionale, una visione integrata e un sistema identitario, comune e riconoscibile in tutte le strutture sanitarie del territorio, che declini soluzioni esecutive, sostenibili e specifiche per la Puglia, affrontando vari aspetti connessi ai servizi di accoglienza ai pazienti e ai diversi utenti. Il sistema identitario visivo, declinato e integrato con segnaletica, allestimenti e arredi, governance e formazione rappresentano i pilastri fondamentali di questa strategia. Le azioni ispirate dai principi fondamentali spaziano su più fronti: definizione di modalità di comunicazione interna, miglioramento della qualità degli spazi di accoglienza e della segnaletica esterna e interna, organizzazione del personale per presidiare gli accessi e gli spazi comuni, la visione di una struttura sanitaria come luogo di incontro di una comunità con un approccio sociale e aggregativo.

Per quel che concerne l'area riconducibile a quella che, all'interno della Strategia complessiva, è definita COMUNICAZIONE SANITARIA, attraverso il Piano annuale si intende realizzare:

- Campagne di comunicazione e di informazione;

- Implementazione del Portale regionale della Salute;
- Creazione di una Struttura di raccordo e di coordinamento per la realizzazione del Piano.

Nel segmento che, invece, si rivolge alla COMUNICAZIONE PER LA SALUTE, le azioni da realizzare rientrano tra quelle di taglio trasversale:

- Campagne di sensibilizzazione sociale e sugli stili di vita;
- Implementazione dei servizi digitali.

Il segmento, infatti, concretizza la sua operatività nelle campagne di comunicazione sociale per la promozione della salute pubblica, secondo quanto già previsto in precedenza dal Piano Sanitario Nazionale e dalle Linee Generali del Piano Sanitario Nazionale, e relativa alle aree di possibile intervento quali sociale, ambientale, economica, stili di vita (alimentazione, attività fisica, fumo, alcool) e all'accesso ai servizi sanitari, sociali, scolastici, ricreativi e di trasporto.

Interventi di comunicazione

La pianificazione delle azioni di comunicazione è di seguito riportata in un insieme di interventi che descrivono i principali elementi informativi delle azioni di comunicazione da intraprendere per assicurare il raggiungimento degli obiettivi fissati per l'anno 2019 e per contribuire agli obiettivi più generali della strategia complessiva di comunicazione.

I destinatari di riferimento degli interventi sono tutti riconducibili ai gruppi di riferimento esplicitati.

Eventi e fiere

Rientrano nella pianificazione di questa tipologia di azione quelle attività di comunicazione diretta che si riferiscono ad eventi e partecipazioni a fiere locali e nazionali. Sono compresi sia eventi organizzati direttamente dall'Amministrazione Regionale che la partecipazione a manifestazioni organizzate da Enti o altri soggetti della rete di riferimento. In questo ambito rientrano anche gli eventuali workshop inclusi nelle manifestazioni e che ne costituiscono parte integrante oltre alla eventuale realizzazione di spazi espositivi.

Campagne di comunicazione

La realizzazione di campagne di comunicazione integrate può considerarsi strettamente funzionale alla diffusione di significative azioni di informazione e di sensibilizzazione previste dalla strategia complessiva.

Campagne di comunicazione a mezzo stampa, radio e televisioni

- a) prima applicazione delle linee guida di hospitality nell'ambito della comunicazione istituzionale e progettazione di campagne di comunicazione su temi di interesse prioritario nell'ambito della collaborazione già avviata con DGR 2261/2017 tra ASSET, ARESS e Dipartimento e Struttura speciale della comunicazione istituzionale. Le strutture sanitarie pugliesi evolvono da luoghi di cura a luoghi in cui prendersi cura.
- b) produzione e realizzazione campagne di comunicazione attraverso il centro media

regionale.

Piattaforma Web

Il Portale Puglia Salute si configura quale principale strumento di informazione e servizio per le politiche della salute pugliesi. Per l'annualità 2019 s'intende potenziare il Portale regionale della Salute con l'introduzione di nuove revisioni e sezioni sia descrittive sia di servizio, il potenziamento dell'attività redazionale e il coordinamento delle funzioni di social media management

La dimensione di affermazione di un approccio maggiormente narrativo ai progetti non può prescindere da una maggiore sistematizzazione e pianificazione delle attività di social media engagement e digital pr. Per quanto riguarda la comunicazione social, infatti, le attività si concentreranno sul racconto sistematico del percorso attuativo e sulla documentazione delle attività in progress e su una maggiore capacità di ingaggio dei pubblici di riferimento.

Produzioni editoriali, audio/video e multimediali (informativa e promozionali)

La realizzazione delle attività di comunicazione in tutti gli interventi fin qui elencati necessita di un insieme di contenuti e strumenti di base funzionale a promuovere e veicolare le campagne. Per tale motivo saranno realizzate nel corso del 2019 una serie di materiali divulgativi e promozionali sia fisici che digitali.

Brochure, produzioni audio/video a carattere divulgativo e promozionale

Produzione e promozione di n. 10 (dieci) opere audiovisive in collaborazione con Apulia Film Commission (AFC), strettamente connesse al racconto del sistema sanitario e delle tematiche legate alla salute (prevenzione, assistenza, ecc.) per lo sviluppo di una maggiore sensibilità alle tematiche sul territorio; la promozione delle opere realizzate, oltre che attraverso i diversi canali di comunicazione istituzionale, avverrà tramite l'organizzazione di un rassegna itinerante presso le principali strutture ospedaliere del territorio; inoltre, saranno organizzati eventi ad hoc e materiali di promozione delle opere, oltre alla loro valorizzazione nell'ambito di altri interventi realizzati da AFC.

Sintesi azioni generali

È possibile sintetizzare le iniziative di comunicazione come di seguito indicato:

| CATEGORIE | SOTTOCATEGORIE |
|-----------------------|---|
| COMUNICAZIONE ESTERNA | Immagine coordinata (Corporate Identity); Campagne pubblicitarie (Adversiting); Social media; |

| | |
|------------------------------------|--|
| | Canale Tv |
| MEDIAPLANNING | Pianificazione pubblicitaria: affissionistica statica, mobile, su mezzi, etc.; Infrastrutture pubblicitarie; Tv, radio, stampa, web, social network. |
| SERVICE EDITORIALE E GIORNALISTICO | Campagne di informazione; P.R.; Crisis management e media screening; Web TV; Prodotti editoriali. |
| EVENTI E FIERE | Partecipazione e organizzazione eventi e fiere; Organizzazione Workshop, convegni, seminari. |
| PRODUZIONE AUDIOVISIVA | Spot video e audio; Format televisivi e radiofonici. |

Pubblici di riferimento

I principali pubblici coinvolti nell'anno 2019 saranno i seguenti: cittadini, operatori della sanità, partenariato istituzionale, economico e sociale, amministrazioni locali, influencer, pubblico in generale.

Azioni trasversali

Assistenza tecnica per l'implementazione ed evoluzione del Portale regionale della Salute

La conduzione, la manutenzione e l'assistenza tecnica del portale della salute (e della relativa app) sono oggi assicurati mediante affidamento a fornitori terzi a valere sulle risorse correnti del fondo sanitario regionale, mentre la realizzazione delle ulteriori evoluzioni è prevista nell'ambito dell'intervento "Puglia Log-in" approvato dalla Giunta regionale con provvedimento n. 1921/2016 per progettare ed implementare lo sviluppo di un ecosistema di Servizi Digitali Integrati, che si inquadri nel più ampio disegno di innovazione di processo e di modello di governance delineato dal governo regionale, come da ultimo delineato nel piano triennale ICT della Regione Puglia, approvato con la DGR n. 2316 del 28/12/2017.

Accessibilità e disponibilità dei materiali per soggetti con disabilità

La Regione adotterà politiche di accessibilità rispetto alla comunicazione. Tutto il sito internet regionale è strutturato per erogare informazioni ad uso dei non vedenti, sia con la pubblicazione delle informazioni sul sito in formato compatibile con gli strumenti di web

browsing utilizzati da persone disabili visivamente, sia dal punto di vista “grafico” sia ancora utilizzando strumenti di sintesi vocale che leggono i testi agli utenti.

Tali attenzioni verranno ulteriormente potenziate nel corso della presente programmazione, prevedendo:

- la realizzazione di spot televisivi e tutorial che utilizzino il linguaggio dei segni o i sottotitoli;
- l'organizzazione di seminari/convegni che prevedano la traduzione nella lingua dei segni;
- la predisposizione di iniziative e strumenti di comunicazione messi a punto in collaborazione con le consulte e con le associazioni che tutelano le persone con disabilità.

Garanzia dei principi di pari opportunità e non discriminazione

La Regione Puglia si impegna attraverso le proprie attività e azioni di comunicazione a eliminare le ineguaglianze e a promuovere la parità tra uomini e donne e a integrare l'ottica di genere, nonché a combattere le discriminazioni fondate su sesso, razza o origine etnica, religione o convinzioni personali, disabilità, età o orientamento sessuale.

Budget

Per le suddette attività, visto il Bilancio di Esercizio 2018 dell'Aress, adottato con propria Delibera del Direttore Generale n. 129 del 2019, e visto che residuano risorse non utilizzate riferite agli esercizi precedenti iscritte nello Stato Patrimoniale quale “Utili portati a nuovo, per le suddette attività l'ARESS Puglia è autorizzata ad utilizzare tali risorse per un importo massimo di € 1.400.000 (euro un milione e quattrocento mila).

Attività di monitoraggio e valutazione

Nel corso del 2019 saranno attivate esclusivamente azioni di monitoraggio connesse agli indicatori di realizzazione, in riferimento alle azioni e agli strumenti attivati. L'obiettivo di tale azione è predisporre, entro la fine del 2019 un report delle attività svolte con la valorizzazione dei principali indicatori pertinenti.

Il presente allegato si compone di n.6 (sei) pagine

Il Dirigente della Sezione SGO

(dott. Giovanni Campobasso)