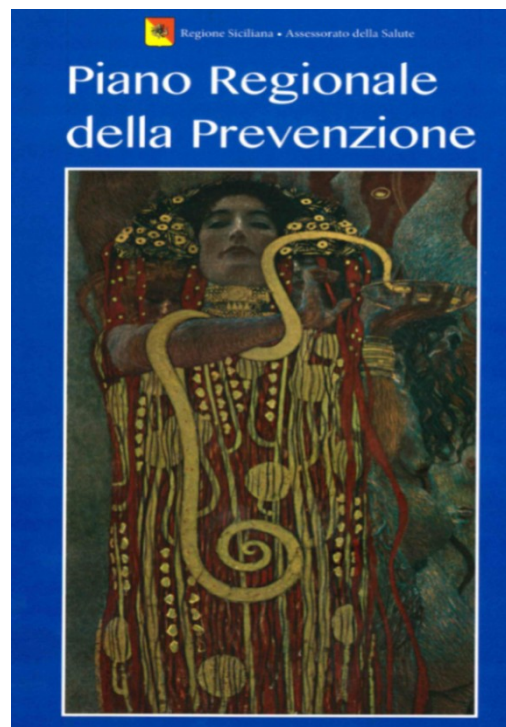




ASSESSORATO DELLA SALUTE
Dipartimento Regionale per le Attività Sanitarie
e Osservatorio Epidemiologico

*Servizio 5 "Promozione della salute, Prevenzione malattie professionali
e degli infortuni sul lavoro"*

Piano Regionale della Prevenzione Sicilia 2014-2018



Piano di comunicazione

1. Il ruolo della comunicazione nel processo di promozione della salute e nella prevenzione.....	4
2. Il Piano Regionale della Prevenzione 2014-2018 e le priorità di intervento.....	5
3. Gli obiettivi del Piano di comunicazione.....	8
3.1. I destinatari delle attività di comunicazione e di divulgazione.....	10
3.2. I messaggi chiave.....	10
3.3. Gli strumenti di comunicazione e di divulgazione.....	10
3.3.1. Le attività del PRP sul web.....	11
3.3.2. Materiali.....	12
3.3.2.1. Brochure e locandine.....	12
3.3.2.2. Comunicati stampa.....	13
3.3.2.3. Articoli.....	13
3.4. Gli eventi pubblici.....	13
3.4.1. Workshop: il coinvolgimento territoriale.....	14
3.4.2. Conferenze e seminari.....	14
 Appendice – Verifica e misurazione dei risultati raggiunti.....	 15

1. Il ruolo della comunicazione nel processo di promozione della salute e nella prevenzione

La comunicazione per la salute rappresenta un elemento costitutivo e una leva strategica delle politiche di prevenzione e promozione della salute. Comunicare la salute in modo efficace significa ridurre le disuguaglianze, agevolare la partecipazione dei cittadini ai processi che riguardano la propria salute, e in generale migliorare il benessere delle persone.

Nella comunicazione per la salute i protagonisti sono i diversi attori della società - Enti, Istituzioni, Aziende Sanitarie, Associazioni del Terzo Settore e cittadini - interlocutori attivi e consapevoli di un percorso di "costruzione sociale della salute" che trova nella partecipazione e nella condivisione di obiettivi, strategie e attività i suoi punti di forza. Gli ambiti d'intervento riguardano tutti i fattori che influiscono sulla salute - i cosiddetti "**determinanti di salute**" - e che possono schematicamente essere distinti in ambientali, sociali, economici, relativi agli stili di vita ed all'accesso ai servizi non solo sanitari, ma anche sociali, scolastici, ricreativi e di trasporto.

La diffusione dei mezzi di comunicazione di massa, insieme con lo sviluppo di Internet, hanno reso possibile e necessario un miglioramento dei mezzi a disposizione delle Amministrazioni Pubbliche per implementare una strategia comunicativa efficace.

Storicamente le informazioni sanitarie rivolte alla comunità venivano fornite attraverso tradizionali campagne di informazione e di educazione sanitaria in molti casi unidirezionali. Campagne istituzionali su temi di salute (ad esempio, per la lotta al fumo ed all'obesità), rivolte a tutti i potenziali destinatari, venivano progettate e realizzate senza interattività e tentativi di personalizzazione, senza tener conto delle differenze tra i destinatari o senza effettuare le dovute verifiche e valutazioni dei risultati, contribuendo ad incrementare le disuguaglianze tra coloro che avevano accesso ad informazioni corrette e servizi appropriati e coloro che, invece, continuavano a rimanervi esclusi.

Dalla fine del secolo scorso, il progresso delle tecnologie, lo sviluppo e la diffusione di Internet hanno reso possibile l'implementazione di canali web in grado di fornire ai cittadini informazioni di carattere sanitario, con l'obiettivo principale di aumentare l'accesso della popolazione ad informazioni sulla salute di alta qualità, coinvolgendo di più i cittadini/pazienti, rendendoli il più possibile responsabili rispetto alla propria condizione di salute e consapevoli riguardo alle malattie e le cure ed i trattamenti sanitari a cui devono essere sottoposti.

Questo approccio si differenzia in modo sostanziale da quello tradizionale in cui le informazioni venivano fornite al cittadino a prescindere dalla sua capacità di interazione e comprensione delle stesse.

Questo documento ha lo scopo di fornire indicazioni (in termini di contenuti informativi, servizi interattivi e strategie comunicative on line) per pianificare e realizzare un'attività di comunicazione in tema di tutela e promozione della salute che contribuisca a quell'*empowerment* del cittadino più volte richiamato dall'OMS (2005).

Il cittadino *empowered* è un soggetto che comprende e sceglie, è un costruttore dei propri stili di vita e un protagonista del proprio benessere, ed è pertanto un soggetto in grado di interagire razionalmente e responsabilmente con il proprio ambiente di riferimento, ossia in questo caso con il sistema sanitario.

2. Il Piano Regionale della Prevenzione 2014-2018: le priorità di intervento

Con Decreto Assessoriale n° 2198 del 18 dicembre 2014 la Regione Siciliana ha recepito il Piano Nazionale della Prevenzione 2014-2018 e ha tracciato i primi indirizzi operativi.

Il nuovo Piano Regionale della Prevenzione 2014-2018 si connota per l'adozione di percorsi metodologicamente condivisi anche a livello centrale, al fine di favorire la qualità della programmazione, la comparabilità dei prodotti e dei risultati e la crescita di cultura ed expertise di tutti i livelli di responsabilità coinvolti nell'attuazione del Piano.

Il Piano Regionale della Prevenzione recepisce i principi e la *vision* del Piano Nazionale della Prevenzione i cui elementi sono:

- affermare il ruolo cruciale della promozione della salute e della prevenzione come fattori di sviluppo della società e di sostenibilità del welfare in particolare alla luce delle dinamiche demografiche che la caratterizzano;
- adottare un approccio di sanità pubblica che garantisca equità e contrasto alle disuguaglianze;
- esprimere la visione culturale nei valori, obiettivi e metodi della sanità pubblica (maturata anche attraverso le esperienze dei precedenti PRP) di una “prevenzione, promozione e tutela della salute” che pone le popolazioni e gli individui al centro degli interventi con la finalità di conseguire il più elevato livello di salute raggiungibile;
- basare gli interventi di prevenzione, promozione e tutela della salute sulle migliori evidenze di efficacia, implementati in modo equo e che siano programmati per ridurre le disuguaglianze;
- accettare e gestire la sfida del bilancio costo-efficacia degli interventi, dell'innovazione, della *governance*;
- perseguire per i professionisti, la popolazione e gli individui lo sviluppo di competenze per un uso appropriato e responsabile delle risorse disponibili.

I Macro-obiettivi del Piano Regionale della Prevenzione 2014/2018 sono stati individuati in armonia con il PNP 2014/2018 in base alle priorità di seguito elencate:

- ✓ **Ridurre il carico di malattia.** Si tratta di alleggerire la regione Sicilia da un carico prevenibile di eventi morbosi e mortali, rafforzando il contributo da parte del servizio sanitario al sistema di welfare e rendendo questo più sostenibile, anche in relazione agli attuali andamenti demografici che denotano un progressivo e costante invecchiamento della popolazione siciliana. Ciò è particolarmente proprio dell'obiettivo sulla riduzione della mortalità prematura da malattie croniche non trasmissibili. Sono valorizzabili in tal senso anche gli obiettivi sulla riduzione degli incidenti e delle malattie professionali nonché la promozione dell'invecchiamento attivo (compresa la prevenzione delle demenze).
- ✓ **Investire sul benessere dei giovani.** Il Piano punta alla promozione di una crescita responsabile e consapevole attraverso l'adozione di stili di vita sani e di comportamenti di rifiuto nei confronti di qualunque forma di dipendenza in una logica di ricerca di un benessere psicofisico e affettivo.
- ✓ **Rafforzare e confermare il patrimonio comune di pratiche preventive.** I benefici scaturiti dalle politiche di prevenzione ascrivibile ai precedenti piani devono essere consolidati. Bisogna, anzi, investire ancor di più nel patrimonio culturale di grande rilevanza sociale che nel corso degli anni, ha portato il nostro Paese a considerare come bene comune la pratica di interventi preventivi quali quelli a salvaguardia della salute dei lavoratori, quelli relativi alla prevenzione oncologica e alle vaccinazioni.
- ✓ **Rafforzare e mettere a sistema l'attenzione a gruppi fragili e attivare il contrasto alle disuguaglianze: *equity audit*.** Questo PRP punta all'equità di risultato e di processo indirizzando il percorso del PRP verso un vero e proprio *health equity audit* degli specifici progetti prioritari. Con tal proposito già nel corso del 2015 la Regione Sicilia aderisce al nuovo progetto “*Equity audit* nei Piani Regionali di Prevenzione in Italia”.

Approvato nel programma CCM 2014, il progetto sarà dedicato al comune percorso di revisione attraverso l'*equity audit* sulle azioni con la prospettiva di ricalibrarle verso l'equità del PRP. L'azione di rivalutazione andrà supportata da interventi di sistema: miglioramento della capacità di misura di disuguaglianze negli interventi (covariate sociali nei sistemi informativi sanitari, nei registri e nelle sorveglianze), potenziamento dell'intersettorialità nelle diverse fasi della programmazione (identificazione rischi, scelta delle azioni, condivisione responsabilità e azioni, rendicontazione con monitoraggio dei processi e valutazione dei risultati), investimento in formazione permanente su *health equity audit* e in ricerca su lacune conoscitive rilevanti.

- ✓ **Considerare l'individuo e le popolazioni in rapporto al proprio ambiente.** Il Piano promuove un rapporto di sostanziale positività fra salute e ambiente informato a principi di salubrità puntando alla riduzione delle malattie (in particolare croniche non trasmissibili), sviluppando tutte le potenzialità di fattive collaborazioni inter-istituzionali a sostegno delle iniziative del servizio sanitario regionale.

I motivi del ricorso al sistema della comunicazione integrata

Le ricerche dimostrano che gli interventi sanitari di prevenzione accompagnati da campagne di comunicazione ben strutturate producono effettivi cambiamenti positivi o prevengono cambiamenti negativi rispetto ai comportamenti di salute di una vasta gamma di popolazione.

La comunicazione integrata su questi temi, capace di dosare nel suo mix strumenti tradizionali, modalità comunicative social, marketing non convenzionale, assume un ruolo fondamentale per promuovere e sostenere la salute fra i cittadini.

Sarà compito della comunicazione mettere in luce la validità dell'attività di prevenzione e promozione della salute ai fini di migliorare la qualità della vita della popolazione siciliana e, grazie al ricorso a campagne multi soggetto, raggiungere i target identificati.

La tabella seguente riassume, per ciascuno dei 10 macro Obiettivi del Piano Nazionale della Prevenzione, i programmi regionali da consolidare e/o sviluppare su cui andranno calibrate le attività di comunicazione descritte nel presente documento.

Tabella 1. Macro Obiettivi del PNP e Programmi Regionali

Macro Obiettivi del Piano Nazionale della Prevenzione	Programmi Regionali da consolidare/sviluppare
<p>Ridurre il carico prevenibile ed evitabile di morbosità, mortalità e disabilità delle malattie non trasmissibili</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Programma Regionale di Promozione della Salute e lotta a Tabagismo, abuso di alcol, sedentarietà. 2. Programma Regionale di Promozione della Salute a favore di soggetti a rischio di MCNT 3. Programma Regionale FED (Formazione, Educazione, Dieta) 4. Programma Regionale di miglioramento degli screening oncologici.
<p>Prevenire le conseguenze dei disturbi neurosensoriali</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Screening audiologico neonatale 2. Screening oftalmologico neonatale
<p>Promuovere il benessere mentale nei bambini, adolescenti e giovani</p>	<p>Programma regionale di prevenzione del disagio psichico infantile, adolescenziale e giovanile (ASP/Scuola)</p>
<p>Prevenire la dipendenza da sostanza e comportamenti</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Programma regionale abuso di sostanze (Sert/scuole) 2. Programma regionale delle dipendenze senza sostanza 3. Applicazione delle linee guida sulla prevenzione del GAP
<p>Prevenire gli incidenti stradali e ridurre la gravità dei loro esiti</p>	<p>Programma regionale interistituzionale di prevenzione degli incidenti stradali (ASP, Prefetture, Comuni, Scuola, Polizia Stradale)</p>
<p>Prevenire gli incidenti domestici e i loro esiti</p>	<p>Programma regionale di prevenzione degli incidenti domestici</p>
<p>Prevenire gli infortuni e le malattie professionali</p>	<p>Programma Regionale di prevenzione degli infortuni e malattie professionali in edilizia e in agricoltura, in ambito lavorativo anche con l'utilizzo degli strumenti informativi del sistema di sorveglianza degli infortuni mortali ed emersione delle patologie correlate</p>
<p>Ridurre le esposizioni ambientali potenzialmente dannose per la salute</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Programma Regionale per il controllo dei problemi di salute rilevanti nelle aree a rischio ambientale/SIN 2. Programma Regionale per lo sviluppo dei controlli in materia di REACH/CLP indirizzato alla riduzione dei rischi per esposizione e per l'uso delle sostanze chimiche/miscele pericolose sulla base dei criteri europei, coordinati dalle autorità competenti
<p>Ridurre la frequenza di infezioni/malattie infettive prioritarie</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Consolidamento del sistema di sorveglianza e di notifiche delle malattie infettive con particolare riguardo alla sorveglianza speciale su morbillo e rosolia congenita 2. Ampliamento della copertura della popolazione regionale con anagrafe vaccinale informatizzata anche al fine dei target previsti di percentuale di coperture
<p>Rafforzare le attività di prevenzione in sicurezza alimentare e sanità pubblica veterinaria per alcuni aspetti di attuazione del Piano Nazionale Integrato dei Controlli</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Piano pluriennale integrato dei controlli anche a sviluppo interdisciplinare per la prevenzione in sicurezza alimentare e sanità pubblica veterinaria 2. Piano regionale pluriennale di costruzione del corretto rapporto uomo-animale-ambiente

3. Il piano di comunicazione.

Il presente Piano di Comunicazione comprende un elenco di azioni e di prodotti concepiti con l'obiettivo di:

- sviluppare strategie comunicative (locandine, opuscoli e brochure, pagine web dedicate);
- informare sugli obiettivi e sui risultati intermedi e finali del Piano tutti i soggetti che saranno coinvolti direttamente o indirettamente nella realizzazione delle attività;
- divulgare i risultati del Piano per costruire un sistema di partecipazione e consenso intorno ad esso;
- aumentare la consapevolezza circa l'importanza della promozione della prevenzione primaria e dell'adozione di corretti stili di vita;
- rafforzare ed ampliare il coinvolgimento e la partecipazione della popolazione target;
- facilitare e rafforzare i rapporti tra i partner al fine di raggiungere i risultati previsti;
- ricostruire, tramite un processo di comunicazione chiaro accessibile e interattivo, un rapporto di fiducia tra cittadini e l'amministrazione regionale.

Il Piano di Comunicazione individua i destinatari e i messaggi chiave e provvede alla segmentazione della comunicazione sia in relazione ai destinatari che ai contenuti dei messaggi chiave, selezionando i media da utilizzare.

Il piano individua, inoltre, i *decision-maker* da coinvolgere nelle seguenti sotto-azioni: preparazione, avvio, monitoraggio e valutazione finale delle attività implementate nel territorio.

Lo scopo è quello di diffondere le informazioni sia a livello centrale che a livello locale riguardo l'attività svolta attraverso una descrizione degli obiettivi e delle azioni in modo da raggiungere oltre agli *stakeholder*, i principali beneficiari delle azioni previste dal Piano Regionale della Prevenzione.

Il Servizio 2 "Formazione e comunicazione", il Servizio 5 "Promozione della salute, Prevenzione malattie professionali e degli infortuni sul lavoro" e il Servizio 9 "Epidemiologia valutativa e ambientale" del DASOE, nell'ambito delle rispettive competenze, sono state incaricate dal Dirigente Generale di predisporre il Presente Piano di Comunicazione e di seguire tutte le fasi operative correlate alla sua implementazione, favorendo la collaborazione con le strutture dipartimentali che, per competenza, saranno coinvolte nel corso delle successive fasi di implementazione ed esecuzione del Piano di comunicazione regionale.

La tabella seguente mette in relazione per ciascuna fase operativa del Piano di Comunicazione i soggetti coinvolti, le azioni da sviluppare e le modalità di realizzazione con una articolazione temporale.

Tabella 2. Articolazione del Piano di Comunicazione

Fasi	Attori	Azioni	Modalità	Tempi
Progettazione del Piano di comunicazione	Servizio 5 e Servizio 9 DASOE	Indicazioni circa la strategia da adottare, sia in termini di comunicazione interna che esterna	Contatti preliminari con i membri del gruppo	Luglio 2018
		Prima elaborazione del Piano di Comunicazione	Contatti e riunioni con i membri del gruppo	
		Modifiche e pubblicazione della bozza del PdC	Contatti/riunioni con i membri del gruppo e pubblicazione bozza	
		Predisposizione versione definitiva del PdC	Redazione documento finale	
Realizzazione del Piano di comunicazione	Servizio 2, Servizio 5, Servizio 9 e referente informatico DASOE	Progettazione/sviluppo pagina web; gestione tecnica del sito	Incontro preliminare con il referente informatico DASOE	Settembre 2018
		Pubblicazione on line sul sito del DASOE versione definitiva pagina web	Manutenzione e supporto tecnico	Settembre 2018 - termine PRP
		Elaborazione articoli da pubblicare sul web	Redazione e pubblicazione articoli	
	Servizio 5	Affidamento incarico gestione comunicazione PRP	Gara/bando ditte esterne	Settembre 2018
		Progettazione, redazione e stampa materiale informativo.	Incontri/riunioni	Settembre 2018 - Tutto il periodo di attuazione del PRP
	Elaborazione articoli da pubblicare sul web	Redazione e pubblicazione articoli		
	Agenzia di marketing e supervisione Servizio 5	Predisposizione e redazione dei comunicati stampa	Redazione e pubblicazione	
		Progettazione APP	Speimentazione on line	Ottobre-Dicembre 2018
		Progettazione e gestione di seminari, workshops, eventi promozionali e concorsi a tema	Incontri/riunioni di programmazione	Gennaio-Dicembre 2019
		Progettazione e realizzazione della conferenza di chiusura del progetto S.E.S.	Evento pubblico finale di presentazione dei risultati	Termine PRP
Valutazione del Piano di comunicazione	Servizio 2, Servizio 5 e Servizio 9 DASOE	Predisposizione dei criteri e dei metodi di valutazione del PdC per il raggiungimento degli obiettivi dello stesso	Individuazione di modalità specifiche di misurazione degli interventi programmati	Luglio 2018
		Valutazione finale del PdC	Verifica, misurazione e analisi degli indicatori selezionati	Termine attività

3.1. I destinatari delle attività di comunicazione e di divulgazione

I destinatari delle attività di comunicazione e divulgazione sono:

- gli *stakeholder* individuati che svolgono il duplice ruolo di destinatari della comunicazione e di partecipanti attivi alla progettazione degli interventi inerenti, avendo un ruolo cardine nella valutazione degli effetti del Piano di comunicazione. Per tale ragione saranno costantemente aggiornati rispetto alle fasi di realizzazione delle azioni previste all'interno del Piano;
- le fasce di popolazione che pur non avendo un interesse diretto ai risultati di alcune linee di attività del Piano, possono comunque trarre vantaggio dall'attività di comunicazione in termini di promozione della prevenzione primaria e dell'adozione di corretti stili di vita;
- gli operatori dei media, strategicamente importanti in quanto in grado di amplificare la comunicazione a loro indirizzata, dando forte risonanza alle azioni del progetto.

In ragione dei differenti interessi portati dai gruppi target di riferimento individuati, si intendono realizzare attività di divulgazione mirate.

3.2. I messaggi chiave.

Allo scopo di rendere efficace la comunicazione, si ritiene che i messaggi chiave debbano essere scelti e trasmessi tenendo in considerazione alcuni fattori determinanti:

- sapere chi è il destinatario del messaggio;
- individuare i contenuti di cui il destinatario deve venire a conoscenza;
- adeguare l'esposizione dei contenuti alla tipologia di destinatario.

Sarà importante, inoltre, creare delle aspettative realistiche in fase di start up delle varie attività, rispetto ai risultati attesi, nonché gestire poi tali aspettative lungo tutto il corso progettuale, anche con messaggi ripetuti, così da mantenere alta l'attenzione del pubblico e delle istituzioni sulle azioni di progetto. Si considera, infine, che in fase di realizzazione delle attività di comunicazione sarà necessario evitare l'uso discriminatorio della terminologia tecnica e burocratica e delle abbreviazioni. I principali messaggi chiave che si intendono inviare e promuovere sono i seguenti:

- il Piano afferma il ruolo cruciale della promozione della salute e della prevenzione come fattori di sviluppo della società e di sostenibilità del welfare;
- il Piano contribuisce ad aumentare la percezione di ottenere dei benefici in termini di mantenimento e guadagno di salute;
- gli interventi di prevenzione, promozione e tutela della salute sono programmati per ridurre le diseguaglianze sociali.

3.3. Gli strumenti di comunicazione e di divulgazione

Per poter raggiungere gli obiettivi del presente Piano, sono stati presi in considerazione i seguenti strumenti di comunicazione e di divulgazione delle informazioni:

- comunicati stampa per i media locali (radio, TV, editoria on line);
- messaggi video per sale d'attesa dei presidi ospedalieri;
- materiale promozionale (*poster, brochure, locandine, presentazioni, articoli*);
- pagina *web* e pagina face book dedicata al progetto;
- applicazioni mobili (APP) per *smartphone* e *tablet*;
- eventi (*workshop, conferenze, seminari*);
- campagne, concerti, mostre ed eventi promozionali con testimonial;
- concorsi a tema.

Si ritiene, infatti, che strumenti comunicativi diversi siano in grado di raggiungere target di pubblico differenti. In particolare, i mezzi di comunicazione di massa sono indicati per comunicare con il grande pubblico e utili per comunicare i messaggi impliciti; i prodotti stampati ed editoriali sono utili a fornire informazioni dettagliate per comunicare più efficacemente con i potenziali beneficiari e con i destinatari degli interventi; gli strumenti multimediali e interattivi, in particolare i siti *web*, sono molto utili a veicolare informazioni puntuali principalmente ai potenziali beneficiari finali; gli strumenti di comunicazione diretta (conferenze, workshops e seminari), servono a presentare i risultati delle attività a fasce di pubblico diverse e alle istituzioni.

Anche in Sicilia negli ultimi anni si è verificato un aumento considerevole dell'editoria online, con tempi dell'informazione differenti rispetto ai tradizionali media cartacei o televisivi. In questo contesto, i media online, unitamente a quelli tradizionali continuano a fare breccia nell'opinione pubblica, determinando un effetto "megafono" da tenere in seria considerazione nella pianificazione di ogni attività di comunicazione.

Il sistema dei media locali siciliani è, inoltre, composto da una capillare rete di emittenti radiotelevisive, amplificato dall'introduzione del sistema di trasmissione televisiva "digitale terrestre" che ha aumentato l'offerta informativa in Sicilia. Ciascuna emittente, caratterizzata da una diversa diffusione sul territorio regionale nonché da una differente propensione all'informazione, rappresenta pertanto un importante riferimento con cui intavolare rapporti di collaborazione.

In aggiunta, per la diffusione di comunicati stampa ed eventi si provvederà ad utilizzare la piattaforma di comunicazione offerta dal sito web del Dipartimento Attività Sanitarie ed Osservatorio Epidemiologico (D.A.S.O.E.), in grado di raggiungere un vasto numero di potenziali utenti oltre che un pubblico specializzato.

Sul mercato internazionale sono disponibili circa 165.000 APP per la salute (su differenti piattaforme). Non esiste invece, ad oggi, un dato certo sulle APP disponibili in italiano e coerenti con la Sanità italiana. Si parla di circa 5.000 APP per la salute in italiano. D'altra parte il mercato italiano non è tra i più favorevoli per la nascita di "*start up*": l'Italia risulta pertanto un paese con una buona domanda di servizi mobili per la salute (da parte degli utenti) ma con una scarsa presenza dell'offerta. E' quindi più facile che si affermino APP anglosassoni localizzate per l'Italia (ad esempio APP specifiche nel segmento benessere o per il diabete) che APP italiane.

3.3.1. Le attività del PRP sul web

La pagina web da sviluppare all'interno del sito istituzionale del DASOE, risponde ad un duplice obiettivo:

1. fornire un'informazione tempestiva e costantemente aggiornata sull'andamento e sullo stato dell'arte delle attività correlate al PRP. Questo obiettivo si svilupperà attraverso la creazione di una sezione dedicata all'interno della quale saranno caricati i lavori (documenti, relazioni, rapporti) che saranno prodotti nel corso delle attività e sicuramente di interesse per un pubblico specializzato;
2. garantire una costante informazione circa le attività implementate sul territorio così da coinvolgere un più vasto pubblico.

La pagina assolve il compito di informare un pubblico più vasto di quello dei soli tecnici ed addetti ai lavori rafforzando le attività di coinvolgimento e di divulgazione previste. Sarà presente una sezione introduttiva al Piano ed ai suoi obiettivi.

Verranno pubblicati le brochure, le locandine, il materiale promozionale, gli stati di avanzamento e i risultati delle attività. Verranno infine pubblicati, con un continuo aggiornamento dei contenuti, gli avvisi e le informazioni circa gli eventi pubblici definiti dal Piano e le *news*.

Anche l'utilizzo dei social *network* viene considerato come uno strumento ottimale per consentire la comunicazione inclusiva e la condivisione di informazioni testuali e multimediali riguardanti il PRP. La creazione di una pagina *face book*, così come già realizzato dall'Assessorato Regionale del Turismo, dello Sport e dello Spettacolo, consentirà ad un numero elevato di potenziali utenti di essere informato sui continui aggiornamenti dei contenuti, degli avvisi e delle informazioni circa gli eventi pubblici definiti dal Piano. Sarà possibile anche caricare documenti video e fotografici relativi all'andamento delle attività previste dal Piano.

Per quanto riguarda, infine, il ricorso alle applicazioni mobili per *smartphone* e *tablet*, il presente Piano considera molto efficace il ricorso a questa forma innovativa di comunicazione: l'obiettivo principale per cui sviluppare le applicazioni, è rappresentato dalla possibilità di accrescere e rafforzare notevolmente il coinvolgimento di tutta la popolazione, appartenente a tutti i livelli sociali, riguardo ai temi della promozione della salute e della prevenzione come fattori di sviluppo della società, utilizzando un canale innovativo per la gestione della relazione con i potenziali destinatari delle attività di prevenzione.

Non vengono pertanto prese in considerazione nel presente Piano le c.d. APP di servizio e di accesso legate agli aspetti amministrativi della sanità (prenotare un esame, ritirare un referto, verificare quanta coda c'è da fare in un pronto soccorso etc.), già in uso da diverso tempo, ma bensì le APP legate più strettamente alla salute e alla Prevenzione, cioè quelle che lavorano sulla prevenzione primaria e soprattutto sulla motivazione all'adozione di corretti stili di vita individuali. In questo contesto è previsto il ricorso anche ad applicazioni mobili che consentiranno di informare la popolazione su eventuali iniziative legate alla promozione della salute programmate sul territorio.

3.3.2. Materiali

I materiali che si prevede di produrre sono:

- *Poster, brochure* e locandine
- Comunicati stampa
- Reportage televisivi
- Reportage radiofonico (eventuale)
- Articoli su stampa
- Articoli sul *web*

3.3.2.1 Brochure e locandine

L'obiettivo di questa modalità di comunicazione è quello di fornire una presentazione delle varie linee di attività ricomprese all'interno del PRP e delle iniziative ad esse correlate, delle sue caratteristiche principali e dei suoi obiettivi in maniera chiara, sintetica e facilmente comprensibile. Se ne prevede la stampa e la divulgazione nelle strutture e negli enti coinvolti, nonché negli eventi pubblici previsti dal presente Piano di Comunicazione, oltre che sulla pagina *web* dedicata (in versione scaricabile).

La *brochure* consiste in un foglio di formato A4, con lo sfondo di colore bianco, piegato in tre sul lato corto all'interno del quale sarà presente una sezione esplicativa che ha lo scopo di fornire informazioni circa le motivazioni che hanno condotto alla realizzazione di quella particolare azione o linea di attività in quel determinato territorio o contesto.

Sarà quindi inserita una seconda sezione esplicativa intitolata "Gli obiettivi", che ha lo scopo di fornire informazioni circa gli obiettivi specifici di quella determinata attività.

Infine, saranno presenti riferimenti di contatto dei referenti/responsabili delle azioni in questione, mentre in basso l'indirizzo elettronico della pagina web del DASOE dedicata alle attività del PRP.

La locandina è uno stampato di natura informativa o di propaganda realizzata per essere esposta pubblicamente. Costituisce un ottimo strumento per trasmettere in modo rapido delle informazioni e, per tale motivo, viene considerata nel seguente Piano come uno degli elementi complementari e coordinati della campagna informativa.

Nella fase di progettazione e di realizzazione della locandina, si seguiranno le stesse modalità comunicative utilizzate nella brochure. La locandina consisterà in un foglio di formato 35x50 o 50x70 e, come la *brochure*, prevederà due sezioni esplicative dedicate agli scopi e agli obiettivi delle varie linee di attività.

Nel corso dello sviluppo delle azioni del PRP si prevede la realizzazione di brochure e locandine diversificate a seconda dei destinatari.

3.3.2.2. Comunicati stampa

L'obiettivo specifico di questa modalità di comunicazione è quello di diffondere a livello locale informazioni sulle azioni progettate, al fine di rafforzare la partecipazione alle stesse e di sensibilizzare i diversi soggetti coinvolti e il grande pubblico.

Si prevede la redazione di comunicati stampa in coincidenza con la realizzazione delle azioni di maggior valore e di maggior impatto del PRP ed in occasione degli eventi pubblici previsti, al fine di aumentare la visibilità degli output.

I comunicati avranno il compito di evidenziare le caratteristiche principali dell'azione, cosa è stato/sarà realizzato, chi lo ha fatto/farà, il contributo e i benefici che questo porterà alla popolazione in termini di salute.

I comunicati dovranno inoltre fornire informazioni precise rispetto a:

- Chi ha realizzato l'evento o chi ha detto cosa
- Cosa è stato detto o cosa è stato fatto
- Dove si è realizzato/si realizzerà l'evento
- Quando è stato realizzato/si realizzerà l'evento
- Perché è stato realizzato/si realizzerà l'evento
- Come si è svolto/si svolgerà l'evento

I comunicati stampa saranno distribuiti ai media (radio, TV e giornali locali). Infine, tutti i comunicati saranno pubblicati sulla pagina web dedicata.

3.3.2.3. Articoli

L'obiettivo che si vuole perseguire con questa modalità di comunicazione è quello di diffondere informazioni al fine di diffondere i risultati raggiunti nel corso dell'attuazione delle varie azioni e linee di attività. Questi articoli verranno redatti anche con il contributo dei soggetti coinvolti nella realizzazione dell'intervento. Tutti gli articoli prodotti saranno pubblicati non solo sulla pagina web del sito istituzionale del DASOE, ma anche sui siti web della stampa locale per aumentare la diffusione on line; in aggiunta si prevede una ulteriore pubblicazione sulla pagina web di altri articoli, lungo tutto il corso di realizzazione delle varie azioni, per l'aggiornamento rispetto all'evolversi delle attività ed ai risultati raggiunti.

3.4. Gli eventi pubblici

Gli eventi pubblici hanno lo scopo di disseminare i risultati, ma anche di condividere esperienze e buone pratiche e di coinvolgere gli *stakeholder*.

Per questo motivo si è previsto la possibilità di realizzare workshop condotti con metodi partecipativi, allo scopo di condividere obiettivi, esperienze e strategie di sviluppo con chi rappresenta interessi significativi sul territorio di riferimento ed, eventualmente, una conferenza di chiusura allo scopo di diffondere informazioni utili sui risultati raggiunti.

3.4.1. *Workshop*: il coinvolgimento territoriale

Lo scopo dell'organizzazione di un *workshop* è quello di creare consenso, condivisione e partecipazione sulle attività da implementare sul territorio, sia a livello centrale che locale.

E' prevista la possibilità di realizzare workshops con lo scopo di coinvolgere gli stakeholder presenti sul territorio di riferimento, attraverso l'utilizzo di tecniche di facilitazione consolidate. La partecipazione degli stakeholder è infatti da considerarsi elemento determinante per l'accettazione e la condivisione nel territorio in cui una determinata attività viene realizzata.

I workshops, saranno aperti a diversi gruppi di interesse: Direzioni Aziendali delle Aziende Sanitarie provinciali e dei Distretti Sanitari coinvolti, Dipartimenti di Prevenzione, Dipartimenti Salute della donna e del bambino, responsabili dei Centri Gestionali Screening, Medici di Medicina Generale, Sindaci e amministratori dei comuni interessati, associazioni di volontariato e O.N.L.U.S. attive sul territorio oggetto dell'intervento, coordinatori aziendali del Piano e tutti gli operatori di sanità pubblica potenzialmente interessati e/o coinvolti nelle varie linee di attività.

L'obiettivo degli incontri sarà dunque quello di costruire consenso sulle opzioni di intervento e di far emergere idee progettuali concrete e sostenibili.

Le indicazioni che emergeranno serviranno non solo ad accrescere il coinvolgimento e la sensibilizzazione delle diverse categorie di soggetti partecipanti ma anche, grazie al loro contributo, ad implementare le varie attività in maniera più consapevole.

Dei risultati dei *workshops* verrà data ampia documentazione all'interno della pagina *web* del PRP.

3.4.2. Conferenze e seminari

Con l'organizzazione di conferenze e/o seminari si vuole perseguire l'obiettivo specifico di diffondere informazioni presso un ampio pubblico sui risultati raggiunti e riflettere, in condivisione con il partenariato ed i diversi stakeholder coinvolti, sulla loro sostenibilità e su eventuali azioni da estendere ad altre realtà territoriali siciliane. Saranno invitati anche i rappresentanti dei media al fine di dare la maggiore risonanza possibile agli eventi.

E' prevista l'organizzazione di conferenze e/o seminari, in occasione della conclusione delle linee di attività correlate al PRP.

Lo scopo è quello di divulgare alle istituzioni, agli operatori di sanità pubblica, all'opinione pubblica e ai rappresentanti dei media i risultati finali nonché le ulteriori azioni che eventualmente si intenderanno realizzare per il mantenimento e il miglioramento dei risultati raggiunti.

Tali eventi verranno adeguatamente pubblicizzati attraverso gli strumenti sopra descritti (comunicati stampa e articoli su stampa, TV e *web*), e si prevede che avranno un'ampia partecipazione di pubblico non specializzato, nonché di rappresentanti delle istituzioni pubbliche e degli stakeholder, i quali sono a vario titolo coinvolti nell'implementazione delle varie azioni e nel godimento dei benefici da esso apportati alla comunità locale.

Appendice - Verifica e misurazione dei risultati raggiunti

Al fine di valutare l'effettiva capacità del presente Piano di Comunicazione di produrre gli effetti per cui è stato ideato, sono stati predisposti alcuni metodi di verifica e una serie di indicatori di misurazione dei risultati raggiunti. Per tale ragione sono state individuate alcune modalità specifiche di misurazione per gli interventi programmati: rassegne stampa e radiotelevisiva; monitoraggio accessi al sito web; indice di posizionamento dei contenuti pubblicati sui motori di ricerca e di replicabilità su altri siti; rilevazione delle presenze agli eventi organizzati. Questi strumenti hanno quindi lo scopo di permettere non solo il monitoraggio delle attività di comunicazione, ma anche una oggettiva valutazione dell'efficacia delle stesse.

La tabella seguente espone un riepilogo delle modalità di valutazione selezionate per singolo strumento di comunicazione identificato.

Tabella 3. Griglia di valutazione del Piano di Comunicazione.

Destinatari	Strumenti di comunicazione	Obiettivi di comunicazione	Indicatori di valutazione	Modalità di valutazione
Tutti	Pagina web	Informare/aggiornare	Accesso alla pagina web	Monitoraggio periodico del numero di accessi Indicizzazione della pagina web e degli eventi pubblici sui motori di ricerca internet
Tutti	Brochure	Informare	Copie della brochure	Numero di copie stampate e distribuite Pubblicazione della brochure sulla pagina web
Media	Comunicati stampa	Favorire l'informazione su larga scala	Comunicati stampa	Raccolta rassegna stampa N° comunicati stampa prodotti N° comunicati stampa pubblicati
Pubblico generico	Comunicazione radiotelevisiva	Promuovere informazione su larga scala	Servizi radio-televisivi	N° di programmi radiotelevisivi trasmessi
Pubblico generico e specializzato	Articoli	Informazioni sull'andamento delle azioni di progetto	Articoli prodotti/pubblicati	N° di articoli pubblicati su carta N° di articoli pubblicati su web Raccolta rassegna stampa
Pubblico generico	Conferenze/seminari	Informazioni sull'andamento delle azioni di progetto Costruzione del consenso mediante l'informazione	Conferenze/seminari Partecipanti	Foglio presenze N° partecipanti N° conferenze realizzate N° seminari realizzati
Decision makers	Workshops	Costruire consenso ed elaborare proposte operative	Workshops Partecipanti	Foglio presenze N° partecipanti N° workshops realizzati