REGIONE SICILIA

Azienda Ospedaliera

di Rilievo Nazionale e di Alta Specializzazione

"GARIBALDI"

Catania

DELIBERAZIONE N. 239 **del** 18 FEB. 2022

Oggetto: D.A. 002512 del 30 dicembre 2013. Adozione piano di comunicazione aziendale 2022

L'istruttore	Il Responsabile del Procedimento *(artt. 5 - 6 L. 241/90)*
(dott. Francesco Santocono)	(dott. Francesco Santocono)

Registrazione Contabile

Budget Anno 2022 Conto 301000206 Importo 105.000 Aut. 101

Budget Anno _____ Conto _____ Importo _____ Aut. _____

NULLA OSTA, in quanto conforme alle norme di contabilità

Il Dirigente Responsabile
Settore Economico Finanziario e Patrimoniale
(dott. Giovanni Luca Roccella)

Nei locali della sede legale dell'Azienda, Piazza S. Maria di Gesù n. 5, Catania,

il Direttore Generale, dott. Fabrizio De Nicola,

nominato con Decreto del Presidente della Regione Siciliana n. 196 del 04.04.2019

con l'assistenza del Segretario, dott. _____ ha adottato la seguente deliberazione

Dott.ssa Maria Antonietta Li Calzi

VISTI:

- l'Atto Aziendale di questa Arnas adottato con deliberazione n. 513 del 30/06/2017, approvato dall'Assessorato alla Salute della Regione Sicilia con il D.A. n. 1098 del 01/06/2017;

- la legge regionale del 14 aprile 2009, n. 5 recante "*Norme per il riordino del servizio sanitario Regionale*";

- la legge del 7 giugno 2000 n. 150, recepita con legge regionale del 26 marzo 2002, n. 2, che disciplina le attività di informazione e di comunicazione della pubbliche amministrazioni;

- che è fatto obbligo alle Aziende ospedaliere di predisporre un Piano della Comunicazione Aziendale ai sensi della legge 150/2000 "*Disciplina delle attività di Informazione e Comunicazione delle pubbliche amministrazioni*" e della Direttiva 7 febbraio 2002 del Dipartimento della Funzione Pubblica che definisce le attività di comunicazione delle pubbliche amministrazioni;

- il D.A. dell'Assessorato alla Salute n. 002512 del 30 dicembre 2013, che adotta le linee guida per la stesura del Piano di Comunicazione Aziendale, in cui al punto 2.2 prescrive l'adozione del documento programmatico redatto dal dirigente responsabile dell'U.O.S. di Comunicazione in coerenza con le Linee Guida regionali e le Linee di indirizzo della direzione generale;

- che il Piano di comunicazione rappresenta uno strumento di Governance tramite il quale le singole aziende sanitarie coniugano obiettivi, strategie, azioni e strumenti di comunicazione secondo un disegno organico e razionale;

- che il piano rappresenta uno strumento strategico per rendere operative le indicazioni fornite dai documenti di programmazione sanitaria quali, tra gli altri, il piano sanitario nazionale (PSN), il piano sanitario regionale (PSR) ed il piano attuativo aziendale (PAA);

- che il Piano di Comunicazione è uno degli strumenti in grado di coniugare strategie, obiettivi, azioni e risorse secondo un disegno organico e razionale; che la comunicazione rappresenta un indispensabile strumento per la programmazione e l'organizzazione sanitaria; che una buona comunicazione concorre a rafforzare il senso di appartenenza a un'organizzazione consentendo così di migliorare la qualità dei servizi e l'efficienza organizzativa;

- che questa Arnas anche per l'anno 2022 è tenuta a dotarsi di un Piano di Comunicazione Aziendale che metta a regime tutte le modalità di comunicazione interne, esterne ed interistituzionale;

- che l'U.O.S. di Comunicazione interna e istituzionale ha proposto un documento programmatico "*Piano di Comunicazione aziendale 2022*", redatto secondo quanto previsto dalle Linee Guida

suddette e in coerenza con gli obiettivi strategici dell'azienda, e che è parte integrante della presente deliberazione (allegato);

- che il Piano di Comunicazione Aziendale 2022, in aderenza con il precedente piano, risponde alle necessità di mettere a regime tutte le modalità di comunicazione interna, esterna e interistituzionale;
- che per la realizzazione delle azioni previste, nel già citato Piano di Comunicazione 2022, necessitano Euro 105000 iva inclusa, calcolate in linea meramente presuntiva, che con il presente Atto si prenotano negli afferenti conti economici dell'esercizio finanziario di competenza-fondi ordinari di bilancio;

RITENUTO:

- che il piano della comunicazione va trasmesso all'area interdipartimentale 7 del DASOE presso l'Assessorato Regionale e al Comitato consultivo aziendale;

- che si procederà alle autorizzazioni di spesa a mezzo di separati e successive determine proposte dal responsabile dell'UOS di Comunicazione Istituzionale;

CONSIDERATO:

- che devono essere avviati i programmi di comunicazione previsti dal piano in tempi brevi per risultare efficaci al fine di evitare confusioni e disfunzioni nel processo comunicativo, è necessario munire dell'immediata esecutività la delibera;

- Su proposta dell'U.O.S. di Comunicazione Istituzionale che nei limiti delle proprie competenze ne attesta la legittimità formale e sostanziale

- con il parere favorevole del Direttore Amministrativo e del Direttore Sanitario

DELIBERA

Per le motivazioni descritte in narrativa, che qui si intendono integralmente riportate e trascritte:

- di approvare il "*Piano di Comunicazione aziendale 2022*", facente parte integrante del presente provvedimento (allegato);

- di prevedere nel bilancio di previsione 2022 la somma di Euro 105000 iva inclusa necessaria alla realizzazione delle azioni previste dal Piano di Comunicazione aziendale 2022, calcolata in linea meramente presuntiva, con addebito dell'intera somma sul C.E 20010000230 dell'esercizio dell'anno in corso;

- di dare mandato al dirigente responsabile dell'U.O.S. di Comunicazione di dare attuazione alla presente deliberazione proponendo le autorizzazioni di spesa a mezzo di separati e successive determine;
- di dare mandato al responsabile dell'U.O.S. di comunicazione di trasmettere il Piano della comunicazione aziendale 2022 all'area interdipartimentale 7 del DASOE presso l'Assessorato Regionale alla Salute e al Comitato Consultivo Aziendale;

di munire il presente atto di esecutività immediata.

IL Direttore Amministrativo

(Dott. Giovanni Annino)

Il Direttore Sanitario

(Dott. Giuseppe Giammanco)

IL Direttore Generale

(Dott. Fabrizio De Nicola)

IL SEGRETARIO

(Dott. Dott.ssa Maria Antonietta Li Calzi)

Copia della presente deliberazione è stata pubblicata all'Albo dell'Azienda il giorno

_____ e ritirata il giorno _____

L'addetto alla pubblicazione

_____

Si attesta che la presente deliberazione è stata pubblicata all'Albo della Azienda dal

_____ al _____ - ai sensi dell'art. 65 L.R. n. 25/93, così come sostituito

dall'art. 53 L.R. n. 30/93 - e contro la stessa non è stata prodotta opposizione.

Catania _____

Il Direttore Amministrativo

_____

Inviata all'Assessorato Regionale della Salute il _____ Prot. n. _____

Notificata al Collegio Sindacale il _____ Prot. n. _____

La presente deliberazione è esecutiva:

- ☒ immediatamente
- ☐ perché sono decorsi 10 giorni dalla data di pubblicazione
- ☐ a seguito del controllo preventivo effettuato dall'Assessorato Regionale per la Sanità:
  - **a.** nota di approvazione prot. n. _____ del _____
  - **b.** per decorrenza del termine

IL FUNZIONARIO RESPONSABILE

_____

REGIONE SICILIANA
Azienda Ospedaliera di Rilievo Nazionale e di Alta Specializzazione
"GARIBALDI"
Direzione Generale
U.O.S. COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE
Piazza S. Maria di Gesù, 5 – 95124 Catania
Tel. 095/7594853 ***Fax*** 095/7592061 ***e-mail*** ufficiostampagaribaldi@gmail.com

Piano comunicazione aziendale

2022

PREMESSA

Una prerogativa fondamentale delle pubbliche amministrazioni è oggi rappresentata dalla comunicazione pubblica.

Considerata la legislazione vigente a cui fanno capo:

- la L. 241/1990, che ha come obiettivo l'informazione ai cittadini al fine di garantire la trasparenza amministrativa come obbligo degli enti pubblici;
- la L. 150/2000 e s.m.i., che regola le attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni;
- la L.R. 2/2002 per cui è fatto obbligo agli enti regionali di individuare, in sede di predisposizione dei bilanci annuali, un capitolo dedicato alle spese complessive per la comunicazione e informazione pubblica;
- il D.lgs. n. 33/2013 che ha riordinato e snellito la normativa in materia di obblighi di pubblicità, trasparenza e diffusione delle informazioni da parte delle pubbliche amministrazioni.

Viste le Linee Guida del Piano di Comunicazione Istituzionale del Comitato regionale per le comunicazioni, si definisce uno scenario di maggiore apertura nei confronti dei cittadini al punto che è proprio la pubblica amministrazione a garantire il raggiungimento dei potenziali utenti e non il contrario.

La comunicazione organizzativa svolge un ruolo decisivo nell'avvicinare le amministrazioni alle necessità dei cittadini, rispondendo ai loro bisogni e garantendo equità nell'accesso ai servizi. A tal fine, si ritiene necessario per le aziende sanitarie e ospedaliere provvedere a una comunicazione istituzionale di alto livello di qualità, risultato di un'efficiente comunicazione interna e inter-istituzionale.

Il piano di comunicazione 2022 è il secondo documento di programmazione delle attività di comunicazione dell'Azienda di Rilievo Nazionale di Alta Specializzazione Garibaldi di Catania. Con il presente Piano di Comunicazione, l'Azienda si propone, tramite l'analisi della situazione contingente, di promuovere ed implementare il dialogo inter-istituzionale grazie al potenziamento e alla sperimentazione di nuovi canali di comunicazione interna e verso l'esterno con il coinvolgimento dei professionisti dipendenti, dei cittadini e dei rispettivi rappresentanti.

ANALISI DELLO SCENARIO

1. Territorio. La città di Catania ha una popolazione residente di **311.402** abitanti, (fonte ISTAT del 31-12-2019), con **116981** famiglie, di cui **150473,** uomini e **160929** donne. Gli stranieri sono **14636.** La densità abitativa è di 1703,6 ab./km^2, il tasso di natalità è di 8,9/1000, quello di mortalità 10,1/1000. L'età media della popolazione è di 43,8 anni. La città sorge tra il Mar Ionio e le pendici meridionali dell'Etna, sul golfo omonimo, a nord della foce del Simeto e della Piana di Catania.

1.1 Prassi di comunicazione

I canali di comunicazione maggiormente utilizzati per l'immissione e l'emissione di notizie sono rappresentati da quelli giornalistici e dai relativi applicativi informatici (televisioni, social network, motore di ricerca, blog, giornali on-line.) Nella provincia di Catania opera una decina di emittenti televisive private, a copertura provinciale o regionale. Il giornalismo cartaceo ha subìto una flessione delle vendite a fronte dell'informazione televisiva e delle nuove testate on-line. Un incremento importante si è registrato nel settore della comunicazione via Social Network, con grande sviluppo in particolare di Facebook, Youtube, Twitter e altri. Nell'ambito della comunicazione istituzionale, l'Azienda ricorre alle tv locali, alle radio, ai giornali on-line e ai social-network per mezzo di comunicati stampa e interviste o a eventuali acquisti di spazi redazionali o pubbblicitari. Altro mezzo divulgativo è costituito dai manifesti murari.

2. Stakeholder. Vari enti presenti sul territorio provinciale interagiscono con l'azienda ospedaliera. Nel mese di febbraio 2019 è stato aggiornato il Comitato Consultivo Aziendale istituito con la legge 5/2009 e, attualmente, si accinge ad essere nuovamente rinnovato. Il Comitato attualmente coordina 30 associazioni di volontariato dell'ambito socio-sanitario, al fine di tutelare i diritti del cittadino tramite consultazioni nell'ambito organizzativo, gestionale e dell'offerta sanitaria dell'azienda. Le istanze e le esigenze degli utenti della sanità sono anche rappresentati anche da associazioni esterne Comitato Consultivo Aziendale, di cui fanno parte: enti locali nell'ambito del lavoro di attuazione dei piani di zona, gli ordini e i collegi delle professioni sanitarie, patronati e gli enti che possono essere coinvolti sulla salute e il benessere della cittadinanza, altri organismi che operano nel settore della sanità e della salute.

3. La struttura dell'ARNAS Garibaldi.

L'Arnas Garibaldi di Catania è stata istituita a seguito della Legge Regionale 14 aprile 2009 n.5 ed è diventata operativa a partire dal primo settembre 2009.

L'organizzazione del funzionamento dell'Azienda, disciplinata con atto aziendale di diritto privato, assicura l'erogazione delle prestazioni sanitarie essenziali ed appropriate, lo sviluppo dei sistemi di qualità, la massima accessibilità ai servizi dei cittadini, l'equità delle prestazioni erogate, il raccordo istituzionale con gli enti locali, il collegamento con le altre organizzazioni sanitarie e di volontariato, nonché l'ottimizzazione e l'integrazione delle risorse e delle risposte assistenziali.

Gli Organi dell'Arnas Garibaldi di Catania:

a) il Direttore Generale che nomina un Direttore Amministrativo e Direttore Sanitario;
b) il Collegio Sindacale.

L'Azienda si articola in Dipartimenti, Unità Operative Complesse e Unità Operative Semplici.

3.1 Prassi di comunicazione interna. Vista la complessità strutturale e territoriale dell'azienda, la comunicazione interna deve servirsi di un ampio spettro di canali comunicativi per la diffusione delle informazioni.

Ancora oggi, il cartaceo è il mezzo più utilizzato per la comunicazione interna (fax o posta interna) anche se l'aggiornamento continuo del portale aziendale (internet ed intranet) consente una più rapida acquisizione delle informazioni. La comunicazione tramite posta elettronica aziendale è abbastanza diffusa anche se non è utilizzata in tutto il suo potenziale.

4. L'unità Operativa di Comunicazione. In questo contesto all'U.O.S. di Comunicazione Interna ed Istituzionale, struttura afferente alla Direzione amministrativa, è affidato il compito di gestire i processi di comunicazione interna e esterna, con l'intento di favorire l'informazione e l'accesso ai servizi dell'utenza.

Fanno parte dell' U.O. S. Comunicazione, l' Ufficio Relazioni con il Pubblico Aziendale e l'Ufficio Stampa.

4.1 L' URP Aziendale. Istituito nel 1996, è articolato sul piano funzionale ed organizzativo, con un ufficio centrale che coincide con l'U.O.S. di Comunicazione, e con 2 uffici periferici, dislocati nei presidi ospedalieri del Garibaldi Centro e Nesima che assicurano il front office nel territorio di riferimento. A capo di ogni Urp è stato individuato un referente che organizza l'ufficio sotto il coordimento del Responsabile dell'U.O.S. di Comunicazione. Per ogni ufficio sono assegnati funzionali operatori per il front office. L'organizzazione e le attività

dell'URP sono disciplinate da apposito regolamento, adottato formalmente dall'Azienda e pubblicato nella pagina del sito web aziendale dedicata all'URP.

L'URP Aziendale, in linea con il quadro normativo nazionale, regionale e con l'atto aziendale, opera su diversi ambiti inerenti la Comunicazione istituzionale ed interna.

I servizi erogati dall'Urp consistono: nella predisposizione degli sportelli informativi, nella redazione e aggiornamento della carta dei servizi, dell'accertamento degli adempimenti a tutela dei cittadini, della trasparenza e accessibilità agli atti, del sostegno di attività aziendali collaterali (Audit Civico, Comitato Consultivo Aziendale, Qualità percepita, sito web aziendale, etc.). Partecipa infine al Nucleo di Progettazione Aziendale sulle attività di Ricerca e Internazionalizzazione, nonché alla Rete regionale per la comunicazione.

4.2 L'Ufficio Stampa. È previsto per l'Ufficio un dipendente iscritto all'albo dei giornalisti pubblicisti che opera secondo le indicazioni dl Responsabile dell'U.O.S. Comunicazione, la quale fa riferimento allo Staff di Direzione Amministrativa.

5. Attività di comunicazione realizzate.

Sin dalla sua istituzione, l'U.O.S. di Comunicazione si occupa della gestione del sito web aziendale tramite i criteri di accessibilità e trasparenza dettati dalle norme in materia dei siti web delle Pubbliche amministrazioni.

Il sito web è costituito in home page da una sezione riguardante la struttura interna dell'Azienda distinta in Direzione generale, sanitaria, amministrativa con i relativi uffici, e altre sezioni dedicate ai singoli presidi ospedalieri, Garibaldi-Centro, Garibaldi-Nesima e San Luigi-Currò con le afferenti unità operative.

Una sezione specifica riguarda la comunicazione che si avvale di comunicati stampa, rassegna stampa, news e formazione, il tutto in costante aggiornamento. È presente infine un settore inerente i concorsi, la mobilità e le borse di studio.

Una parte specifica del sito è dedicata alla "Amministrazione Trasparente"; il decreto legislativo n. 33 del 14 marzo 2013 ha disposto il riordino della disciplina riguardante gli obblighi di pubblicità, trasparenza e diffusione di informazioni da parte delle pubbliche amministrazioni.

Con l'obiettivo di offrire al cittadino la piena trasparenza dell'azione amministrativa, si riportano i documenti, le informazioni e i dati concernenti l'organizzazione e l'attività dell'ARNAS Garibaldi di cui è prevista la pubblicazione, secondo la struttura indicata dal decreto e comune a tutte le pubbliche amministrazioni. Le sezioni e le sottosezioni vengono costantemente aggiornate in relazione alla produzione, da parte degli uffici competenti, delle informazioni richieste. L'espletamento delle attività di pubblicazione di cui al d. lgs. 33/2013

spetta al Responsabile della Trasparenza, il quale procede al corretto adempimento degli obblighi previsti dalla normativa vigente e provvede all'aggiornamento delle informazioni/documenti pubblicati.

La sezione dipendenti, raggiungibile attraverso intranet, è il dispositivo di comunicazione interna a cui tutti i professionisti accedono per comunicazioni interne e per l'accesso agli applicativi informatici disponibili per le diverse attività: la web mail, la connessione a internet, la Directory Aziendale, il controllo delle presenze, la richiesta dei farmaci, l'ufficio formazione, la richiesta assistenziale, gli applicativi, la Direzione Sanitaria, la prevenzione e la protezione, nonché i codici disciplinari.

L'U.O.S. di Comunicazione cura, inoltre, il profilo Facebook ufficiale, quello di Youtube, nonché l'aggiornamento continuo della carta dei servizi on-line e in formato cartaceo, adeguando di volta in volta i diversi servizi erogati dall'Azienda.

OBIETTIVO DEL PCA

Obiettivo generale del Piano Comunicazione Aziendale è quello di sviluppare e standardizzare il circuito informativo interno al fine di migliorare la comunicazione esterna.

Infatti, un'efficace comunicazione verso l'esterno consiste nella rielaborazione dei contenuti e dati inerenti la comunicazione interna, rimodulando il linguaggio e lo stile in funzione dei diversi target di riferimento e dei canali divulgativi, nell'intento di orientare i cittadini, le imprese e le istituzioni alla consapevole fruizione dei servizi sanitari offerti.

Si rende pertanto necessario individuare obiettivi operativi convergenti rispetto all'obiettivo generale tra le specifiche aree della comunicazione interna, esterna e interistituzionale, che consentano di sottolineare oltre ai risultati attesi, le azioni concrete, gli attori e le risorse che l'azienda mette a disposizione per il conseguimento dell'obiettivo generale.

PUNTI DI FORZA

1. Strutturazione dell'U.O.S. di Comunicazione che, con le risorse professionali e informatiche dedicate, tramite un efficiente e costante monitoraggio in tutte le comunicazioni che giungono dall'esterno per la divulgazione interna ed istituzionale.

2. Sito web costantemente aggiornato, con le sue diverse sezioni, compresa quella dell'Amministrazione Trasparente, costituisce un solido "database" che descrive l'organizzazione dell'azienda.
3. Fan Page Facebook, che consente l'interazione diretta con i cittadini attraverso il contatto virtuale fornito dalla piattaforma.
4. La posta elettronica con dominio "ao-garibaldi.ct.it" e "arnasgaribaldi.it" disponibile per tutti i dipendenti rappresenta un canale capillare per la trasmissione di documenti in modo sicuro grazie agli antispam di sistema. Di norma, per raggiungere via mail il personale dipendente che ne fa utilizzo occorre digitare l'indirizzo seguente: **inizialenome.cognome@ao-garibaldi.ct.it** oppure **inizialenomecognome@arnasgaribaldi.it**
5. Giornale aziendale a uscita periodica denominato "Il Garibaldi", che si occupa della divulgazione medico-scientifica, delle metodiche e delle eventuali innovazioni terapeutiche delle unità operative dell'ospedale. La rivista tratta inoltre delle manifestazioni promosse e curate dall'Azienda, nonché di tematiche inerenti l'attualità.
6. Rassegna stampa pubblicata sul sito aziendale e disponibile a tutti i visitatori, che riporta le notizie di carattere sanitario nazionale, regionale e aziendale.

PUNTI DI DEBOLEZZA

1. L'eterogeneità delle strutture per organizzazione, logistica e dotazione informatica, non rende lineare la raccolta e la trasmissione di comunicazioni. Nello specifico, l'ancora non completa adeguatezza delle dotazioni informatiche in talune realtà aziendali possono rallentare la diffusione capillare delle comunicazioni on line.
2. Qualsiasi mutamento dei servizi erogati dovrebbe essere posto in evidenza sul sito web affinché l'utenza possa rintracciarli facilmente. Il ritardato rinnovo delle informazioni (personale di riferimento, contatti telefonici e mail, eccetera) può produrre un innegabile disservizio che ricade sull'immagine di professionalità degli operatori del settore. La tempestività nella comunicazione sui cambiamenti organizzativi è ancora in una fase di sviluppo e messa a regime.

COMUNICAZIONE INTERNA

Nell'intento di ottimizzare la comunicazione interna, occorre sensibilizzare il personale addetto sui meccanismi di comunicazione interna e sull'impatto che essa ha all'esterno per orientare l'utenza sui servizi erogati, al fine migliorare l'immagine dell'azienda e il senso di appartenenza dei dipendenti.

Il raggiungimento di tale scopo può avvenire soltanto tramite l'implementazione dei supporti tecnologici e dei canali comunicativi (web, applicativi dedicati, mail, portali di scambio contenuti, ecc), facendo ricorso ove necessario, all'adozione di procedure standardizzate per la comunicazione organizzativa sia orizzontale che verticale.

Obiettivo della comunicazione: sviluppare la comunicazione interna e organizzativa.

Comunicazione Interna							
OBIETTIVO: SVILUPPARE LA COMUNICAZIONE INTERNA E ORGANIZZATIVA							
OBIETTIVI OPERATIVI	**TARGET**	**AZIONI**	**ATTORI**	**PERIODO DI REALIZZAZIONE**	**INDICATORI**	**RISULTATO ATTESO**	**RISORSE**
POTENZIAMENTO CANALI DI COMUNICAZIONE DEDICATO ATTRAVERSO IL WEB	Dipendenti dell'Azienda	Ottimizzazione Fan Page Facebook	U.O.S. di Comunicazione	Entro il 31 Dicembre 2022	Aumento periodico delle iscrizioni alla Fan Page degli operatori sanitari dell'Arnas Garibaldi	Diffusa conoscenza della Fan Page tra gli operatori sanitari dell'Arnas Garibaldi	
POTENZIAMENTO DELLA RETE DEI REFERENTI INTERNI DELLA COMUNICAZIONE	Dipendenti dell'Azienda	FORMAZIONE dei referenti in seno alle U.O.C.	U.O.S. di Comunicazione Direttori U.O.C.	Entro il 31 dicembre 2022	Incontro con le U.O.C. entro il 31 dicembre 2022	Report attività referenti al 31-12-2022	
SVILUPPO DELLA PUBBLICAZIONE PERIODICA DELL'ORGAN HOUSE	Dipendenti dell'Azienda	Implementazione della redazione attraverso il coinvolgimento dei referenti interni della comunicazione	U.O.S. di Comunicazione Referenti interni della comunicazione	Da gennaio a dicembre	Unica pubblicazione entro il 31 dicembre 2022	Rispetto della periodicità della pubblicazione	

COMUNICAZIONE ESTERNA

Essa sfrutta i dati della comunicazione interna per dirottarli verso l'esterno, quindi all'efficienza dell'una corrisponde l'incisività dell'altra.

La comunicazione esterna fa leva quindi su dinamiche bilaterali tra l'Azienda ospedaliera e l'utenza: la struttura punta a promuovere la conoscenza dei servizi sanitari offerti, mentre i

consumatori dei servizi, tramite il Comitato Consultivo Aziendale, possono partecipare attivamente al miglioramento della qualità dei servizi.

Obiettivo della Comunicazione Esterna: promuovere il dialogo tra l'azienda e il cittadino/Migliorare la comunicazione istituzionale.

Comunicazione Esterna							
OBIETTIVO: IMPLEMENTAZIONE E PROMOZIONE DEL DIALOGO TRA L'AZIENDA E IL CITTADINO							
OBIETTIVI OPERATIVI	**TARGET**	**AZIONI**	**ATTORI**	**PERIODO DI REALIZZAZIONE**	**INDICATORI**	**RISULTATO ATTESO**	**RISORSE**
AGEVOLARE L'ACCESSO AI SERVIZI SANITARI	Tutti gli utenti	Aggiornamento carta dei servizi	U.O.S. Comunicazione	Entro il 31 dicembre 2022	Report aggiornamento al 31 dicembre 2022	Carta dei Servizi aggiornata al 31 dicembre 2022	
		Aggiornamento sito web	U.O.S. Comunicazione	Entro il 31 dicembre 2022	Aggiornamento pagine web	Aggiornamento pagine web	
SOSTEGNO ALLE CAMPAGNE DI PREVENZIONE E DI EDUCAZIONE SANITARIA ORGANIZZATE DALL'AZIENDA	Utenti a cui fanno riferimento le campagne di prevenzione	Scelta degli eventi Creazione di pagine web dedicate agli eventi.	U.O.S. Comunicazione U.O. Educazione alla salute UU.OO. interessate	Concomitante alla campagna stessa	Attività create a supporto della campagna Pagine web dedicate	Numero di attività create a supporto della campagna Esistenza pagine web dedicate	
ATTIVITA' DI INFORMAZIONE E DI COMUNICAZIONE (ART. 2 L. 150/2000) ATTRAVERSO DISTRIBUZIONE DEL QUOTIANO CARTACEO LOCALE	Degenti	Distribuzione del quotidiano presso le UU.OO. individuate	U.O.S. Comunicazione	Entro il 31 dicembre 2022	Report aggiornamento al 31 dicembre 2022	Aumento della qualità dei servizi resi all'utenza con incremento attivo dell'immagine dell'Azienda.	
AGEVOLAZIONE DELL'UTENTE ALLA USUFRUIBILITA' DEI SERVIZI	Tutti gli utenti	Creazione depliant, manifesti e opuscoli informativi sui servizi	U.O.S. Comunicazione Ufficio Qualità	Entro il 31 dicembre 2022	Numero di materiale prodotto	Incremento del numero delle azioni rispetto all'anno precedente	Euro 4000,00
IMPLEMENTAZIONE DEI FLUSSI DELLA COMUNICAZIONE ESTERNA ATTRAVERSO NUOVI CANALI DIVULGATIVI, A CARATTERE INTERATTIVO E PRESENTI SUL WEB	Utenti, professionisti, altre aziende	Sperimentazione di spazi web bidirezionali con relativa creazione di pagine dedicate alle attività istituzionali su network sociali o professionali	U.O.S. Comunicazione UU.OO.	Entro il 31 dicembre 2022	Produzione di nuove pagine dedicate su network sociali o professionali	Incremento delle possibilità comunicative con modernizzazione dei canali e raggiungimento di nuovi target.	

COMUNICAZIONE INTER-ISTITUZIONALE

Tale tipo di comunicazione ha lo scopo di porre in relazione le istituzioni che si occupano della promozione di programmi di salute sul territorio.

Dall'entrata in vigore della legge 5/2009 tanto l'Agenas quanto l'Associazionismo nell'ambito della Rete Civica della Salute, hanno effettuato audit civici per la valutazione dell'umanizzazione nelle strutture sanitarie.

Quindi risulta cruciale incrementare e potenziare un bacino di referenti che si occupi della comunicazione tra istituzioni e associazioni, puntando sull'implementazione delle attività dipendenti dal Piano Sanitario Nazionale, quali, per esempio, le campagne di educazione sanitaria e di prevenzione che devono essere realizzate in sinergia da diversi livelli istituzionali (ministeri, regioni, aziende sanitarie).

Obiettivo della comunicazione inter-istituzionale: promuovere la nascita di un network provinciale per la comunicazione in campo sociosanitario

COMUNICAZIONE ED EMERGENZA

In relazione alle attività di comunicazione legate all'emergenza, anche inerenti al Covid-19, per l'anno 2022, occorrerà intervenire sulle necessità di informazione e di comunicazione rispetto ai cittadini, ponendo in essere specifiche attività in collaborazione con l'Asp o in autonomia.

Comunicazione Esterna							
OBIETTIVO: IMPLEMENTAZIONE E PROMOZIONE DEL DIALOGO TRA L'AZIENDA E IL CITTADINO							
OBIETTIVI OPERATIVI	**TARGET**	**AZIONI**	**ATTORI**	**PERIODO DI REALIZZAZIONE**	**INDICATORI**	**RISULTATO ATTESO**	**RISORSE**
RAFFORZARE IL RACCORDO CON I CITTADINI, SOPRATTUTTO RIGUARDO ALLE SITUAZIONI DI EMERGENZA	Tutti gli utenti	Attivazione incarico 15 octies addetto alla comunicazione	U.O.S. Comunicazione	Entro il 31 dicembre 2022	Report periodico	Informazione diffusa sul territorio	24.000

DEFINIZIONE DEL TARGET

L'Azienda, nel concepire il piano di comunicazione aziendale, tiene in considerazione tutte quelle risorse umane che partecipando con frequenza o in via occasionale, sono coinvolte nelle attività e nelle decisioni della stessa. Gli interlocutori coinvolti spesso fanno parte dello stesso contesto ambientale in cui opera l'azienda.

Il target a cui si rivolge il piano di comunicazione è riassumibile come segue:

- Professionisti dipendenti
- Strutture aziendali, con riferimento ai rispettivi campi di attività istituzionali svolti sia nell'ambito della ASP, sia in collaborazione con soggetti esterni
- Operatori di aziende fornitori di servizio

- Popolazione/utenza
- Soggetti esterni (associazioni di volontariato, di categoria, privato sociale, patronati...)
- Soggetti istituzionali pubblici (Comuni, Provincia, Regione, Ministero della Salute...)
- Mass media

INDIVIDUAZIONE DEGLI STRUMENTI DI COMUNICAZIONE INTERNA

L'obiettivo peculiare della comunicazione interna, consta nel rilevamento dei canali di comunicazione in entrata e in uscita sfruttati dal personale interno per inviare, ricevere o rilevare informazioni, attivando parallelamente la verifica dei canali più funzionali nella circolazione delle informazioni aziendali.

Il cartaceo (lettere e fax) continua ad essere ancora oggi il supporto prediletto per la comunicazione interna ed esterna.

Dal sito web aziendale e dal dominio "ao-garibaldi.ct.it" per la posta elettronica istituzionale, alcune informazioni vengono veicolate tramite e-mail e si fa sempre più ricorso al sito web per pubblicare documenti e comunicazioni rivolte ai dipendenti.

La trasmissione informatica non ha ancora preso il sopravvento sul formato cartaceo; ecco per quale ragione il rilevamento sistematico delle abitudini dei dipendenti in fatto di comunicazione, potrà fornire un quadro esaustivo delle relative carenze al fine di migliorare i meccanismi di comunicazione interna, nel tentativo di implementare la digitalizzazione, utile per la riduzione dei costi e dei tempi.

INDIVIDUAZIONE DEGLI STRUMENTI DI COMUNICAZIONE ESTERNA

Strumenti	Risorse
Quotidiani cartacei locali	Euro 43.000,00
Quotidiani cartacei regionali e nazionali	Euro 2000,00
Giornali Online	Euro 13000,00
Emittenti radio	Euro 1000,00
Emittenti televisive	Euro 15000,00
Social network	Euro 3000,00

MISURAZIONE DEI RISULTATI

Dagli obiettivi generali discendono gli obiettivi operativi e gli indicatori pratici per ciascuno di essi, con il relativo risultato atteso.

Gli obiettivi operativi dipendono quindi dall'analisi del contesto in cui si opera e delle risorse su cui l'azienda può fare affidamento.

Alla fine dell'anno di vigenza del Piano sarà cura dell'U.O.S. di Comunicazione redigere apposita relazione sui risultati conseguiti rispetto a quelli attesi, evidenziando le eventuali criticità riscontrate anche al fine di apportare le dovute correzioni e/o la ridefinizione degli obiettivi sia generali che operativi per migliorare e attuare lo stesso PCA.

Peraltro, le linee guida per la stesura del Piano di Comunicazione aziendale emanata dall'Assessorato alla Salute con D.A. 002514 del 30 dicembre 2013 hanno ormai messo a sistema l'attività di comunicazione delle Aziende Sanitarie, definendo anche i diversi livelli degli attori, sia per la realizzazione delle attività che per la valutazione periodica, indispensabile per lo sviluppo e il miglioramento dell'efficacia della comunicazione in sanità.

RISORSE

In considerazione delle azioni previste e degli strumenti da utilizzare per la gestione della comunicazione istituzionale nell'anno 2022 le risorse economiche totali da destinare ammontano al totale complessivo di Euro 105.000,00.

Il Responsabile
Francesco Santocono