



# Piano di Comunicazione Aziendale 2016

*Ai sensi delle Linee Guida  
contenute nel decreto 2511/2013  
dell'Assessore alla Salute  
della Regione Siciliana*

## Metodologia e riferimenti

Questo Piano di comunicazione è stato redatto in osservanza delle “Linee guida per la stesura del piano di comunicazione aziendale”, allegato al decreto 2511 dell’assessore per la Salute Lucia Borsellino del 30 dicembre 2013, pubblicato sulla GURS n. 13 del 28 marzo 2014, nonché delle osservazioni trasmesse dal Dipartimento Regionale per le Attività Sanitarie e Osservatorio Epidemiologico – Area Interdipartimentale 7 “Formazione e Comunicazione”, in riscontro alla proposta presentata dall’Azienda secondo le modalità descritte nelle stesse “Linee guida”.

La valutazione dell’attuazione della pianificazione 2015, sulla scorta della quale alcune azioni sono state implementate e altre riviste, costituisce riferimento fondante del documento, a integrazione delle indicazioni emerse in svariati incontri istituzionali (attività svolte da Formez PA nell’ambito della linea 6 del Programma operativo di assistenza tecnica del Ministero della salute - Poat salute “Supporto al miglioramento della comunicazione istituzionale sanitaria in Sicilia attraverso l’istituzione della rete civica della salute”; attività relative alla campagna di comunicazione istituzionale “Costruire Salute”, di titolarità dell’Assessorato regionale per la Salute; riunioni del Gruppo di Lavoro Integrato per l’Azione 14.5.A del Piano Attuativo Interaziendale per il “Potenziamento della rete civica della salute”).

Nella redazione del documento, curata dal dott. Orazio Vecchio (addetto stampa in seno all’Unità Operativa di Comunicazione istituzionale e interna, referente aziendale per la comunicazione e referente aziendale per la sopra citata Azione del Piano attuativo interaziendale), è stata altresì svolta un’opera di audit dei principali referenti coinvolti nella sfera della comunicazione (commissario straordinario, direttore sanitario, direttore dipartimento amministrativo, responsabile Urp). Questo piano, infine, trae ispirazione dalle maggiori evidenze in tema di comunicazione pubblica e istituzionale, nonché da precedenti determinazioni e documenti aziendali.

## Analisi dello scenario

L’Azienda ospedaliera per l’emergenza “Cannizzaro” di Catania assicura le attività sanitarie di alta specializzazione, di riferimento nazionale e regionale, con dotazioni di tecnologie diagnostico-terapeutiche avanzate ed innovative e svolge i compiti specificamente attribuiti dagli atti della programmazione regionale.

### Dipartimento di emergenza

Nell’ambito dell’emergenza l’Azienda si avvale, all’interno del proprio Dipartimento di Emergenza, di una struttura di Medicina e Chirurgia di Accettazione e d’Urgenza (M.C.A.U.), di un Pronto Soccorso Pediatrico, di un Pronto Soccorso Ostetrico Ginecologico e di diverse strutture di terapia intensiva per aree specialistiche, quali la Rianimazione, la Terapia Intensiva Post operatoria (T.I.P.O.), l’Unità Terapia Intensiva Coronarica (U.T.I.C.), l’Unità Terapia Intensiva Neonatale (U.T.I.N.), l’Unità Terapia Intensiva Respiratoria (U.T.I.R.) e la terapia intensiva del Centro Ustioni.

### Competenze di alta specializzazione

Nell’ambito della programmazione sanitaria della Regione Siciliana, l’Azienda ha competenze di alta specializzazione nei seguenti campi: Cardiologia interventistica, Chirurgia e ginecologia oncologica, Chirurgia plastica, Chirurgia toracica, Diagnostica per immagini, Malattie vascolari, Medicina nucleare e PET, Neurochirurgia, Neuroradiologia interventistica, Radioterapia, Traumatologia, Unità Spinale Unipolare, Urologia, Ustioni. L’Azienda espleta la sua attività all’interno di un unico presidio. È

sede di Centrale Operativa Emergenza 118 – bacino Catania, Siracusa, Ragusa - con Base per l'Elisoccorso.

## **Organizzazione**

Il bacino della popolazione di riferimento dell'Azienda è quello della Sicilia Orientale (Province di Catania, Messina, Ragusa, Siracusa ed Enna) ed è pertanto pari a 2.629.834 abitanti (fonte dati Assessorato della Salute anno 2010), distribuiti su 13.085 mq di territorio. Con Decreto Assessoriale 25/05/2010, l'Azienda è stata dotata di 560 posti letto, di cui 501 di degenza ordinaria e di 59 posti letto per attività di DH/DS. Il numero di dipendenti in servizio al 31/12/2013 è pari a 1.343 unità a tempo indeterminato e di 98 unità a tempo determinato, oltre a 28 unità di personale universitario. L'organizzazione dell'Azienda vede la presenza di 8 dipartimenti (7 sanitari e 1 amministrativo) all'interno dei quali operano 45 strutture complesse (40 sanitarie e 5 amministrative), 19 strutture semplici sanitarie, 8 strutture semplici sanitarie a valenza dipartimentale e 22 alte specialità sanitarie.

Tra le minacce all'efficiente erogazione dei servizi da parte dell'Azienda, sono segnalate anche nel Piano della performance: l'affluenza al pronto soccorso di un notevole numero di utenti che potrebbero soddisfare la loro domanda di salute in strutture territoriali; la necessità di erogare cure di bassa intensità e complessità che dovrebbero essere erogate dalle strutture territoriali.

## **Comunicazione**

La struttura di "Comunicazione istituzionale e interna" opera in staff alla Direzione Generale ed è articolata in Ufficio Relazioni con il Pubblico e Ufficio stampa. Il personale che vi presta servizio è composto da: responsabile dell'Urp (assistente sociale), addetta all'Urp, addetto stampa (co.co.co.).

Le attività di comunicazione in essere dal 2013 consistono in:

- redazione e invio di comunicati stampa relativi a eventi ritenuti rilevanti;
- pubblicazione di comunicati, news e avvisi sul sito [www.aocannizzaro.it](http://www.aocannizzaro.it);
- alimentazione della propria sezione del portale regionale [www.costruiredsalute.it](http://www.costruiredsalute.it);
- aggiornamento della webzine aziendale [www.cannizzarosalute.it](http://www.cannizzarosalute.it);
- realizzazione di spazi redazionali su testate regionali.

Nel corso del 2015, l'area Comunicazione si è occupata di realizzare e coordinare l'aggiornamento del sito web aziendale.

A livello di comunicazione interna, l'attività è consistita nella diffusione di newsletter ai dirigenti medici e amministrativi, così come previsto dal Piano 2015.

## **Obiettivi e presupposti del Piano**

Obiettivo strategico di questo Piano è quello di "implementare" le azioni di comunicazione già previste in quello del 2015, a loro volta frutto di un'approfondita analisi. Rispetto a quella, che era la prima con riferimento al citato decreto 2511 del 2013, questa pianificazione si avvale quindi dei riscontri e dell'esperienza legata allo svolgimento delle attività di comunicazione pianificate.

A livello aziendale si è inoltre verificato il fatto rilevante dell'insediamento del Direttore Generale, dopo oltre due anni di governante affidata al Commissario Straordinario. Ciò ha determinato la proposta di rinnovati obiettivi aziendali da raggiungere, rispetto ai quali la comunicazione è funzionale e pertanto deve adeguarsi. Il Piano, quindi, individua azioni di comunicazione utili ed efficaci rispetto al raggiungimento degli obiettivi strategici dell'amministrazione, che, in materia di comunicazione o affini, riguardano specialmente la trasparenza e l'umanizzazione.

In tale ottica, rilevano l'obiettivo strategico 2.3 "Informazione e comunicazione" e, nel "Sistema obiettivi contrattuali di salute e di funzionamento dei servizi 2014-2015", il sub-obiettivo 3.2 (Assessorato regionale della Salute – Agenas) "La valutazione della qualità delle Strutture ospedaliere secondo la prospettiva del cittadino" che riporta, fra le

aree oggetto di valutazione, anche l'accesso alle informazioni, semplificazione e trasparenza" e la "cura della relazione con il paziente/cittadino".

Gli obiettivi di lungo termine puntano alle seguenti linee:

- o sito internet e nuove tecnologie di comunicazione;
- o accento sulla umanizzazione e sulla trasparenza dell'Azienda;
- o uso di strumenti di facile e immediato accesso per gli utenti (carta dei servizi, spazi illustrativi etc.);
- o promozione delle alte specialità e della vocazione all'emergenza dell'Azienda.

A livello strategico, il Piano intende favorire la costituzione di un sistema integrato e coerente di comunicazione aziendale. Si rileva la necessità di lavorare affinché la comunicazione sia avvertita e vissuta come patrimonio culturale di tutta l'azienda, nella quale ognuno partecipi alla sua costruzione ed al suo sviluppo, e non soltanto come esclusiva competenza o prerogativa di un ufficio o, peggio, di una figura. A questo scopo, risulta pure fondamentale l'efficace funzionamento della comunicazione interna.

### Stato di attuazione del Piano 2015

Una valutazione ancora non conclusiva dell'attuazione del Piano 2015, aggiornata al 30-11-2015, indica un livello di realizzazione superiore complessivamente al 90%. Di seguito la valutazione dei singoli obiettivi.

**Rifacimento e adeguamento del sito web istituzionale** - Dopo la conclusione della procedura di acquisto della soluzione informatica su Mercato Elettronico della Pubblica Amministrazione, si è avviata la realizzazione del nuovo sito web. Il coordinamento è stato affidato al dott. Orazio Vecchio (Comunicazione Istituzionale e Interna - Ufficio Stampa). Trasmesse, quindi, alla ditta aggiudicataria (Net Service srl) le indicazioni operative e concordate le scelte di fondo in ordine a disegno dell'home page e delle pagine interne, distribuzione dei contenuti, layout grafico, nel corso del mese di aprile si sono contattate le Unità Operative affinché trasmettessero i rispettivi contenuti, secondo un format prestabilito e comune. Il sito è stato implementato in remoto, in uno spazio web a indirizzo riservato sui server del fornitore. Nel corso del mese di maggio è stata svolta la formazione degli operatori individuati per operare sulle soluzioni per Albo Pretorio, Bandi di gara e contratti, Amministrazione Trasparente e in generale per utilizzare l'intero programma di CMS (Content Management System). Nel mese di giugno 2015 si è perfezionata la soluzione hosting di Telecom, implementato il servizio già oggetto di contratto con l'Azienda. Il 4 agosto il sito era ufficialmente online e pubblicamente consultabile.

DESCRIZIONE AZIONE	INDICATORE	ATTUAZIONE	RISULTATO ATTESO	
Rifacimento, aggiornamento e migrazione del sito aziendale esistente su piattaforme tecnologiche open source attuali e diffuse	Acquisizione e lancio online nuovo sito web	100%	Risposta alle esigenze informative, calo di richieste di informazioni telefoniche di almeno il 5%	Risultato in linea con quello atteso (non ancora valutabile il calo di richieste telefoniche)

**Aggiornamento webzine CannizzaroSalute.it** – Sul giornale online dell'Azienda, [www.cannizzarosalute.it](http://www.cannizzarosalute.it), è proseguita la pubblicazione di articoli relativi allo stesso ospedale, ma anche ad iniziative di ambito cittadino e regionale. Nel periodo in oggetto, sono stati in particolare pubblicati n. 29 articoli. Considerando che nel 2015 i visitatori sono aumentati, dai 2.259 di dicembre 2014, a 2.301 a febbraio, 2.432 a maggio 2.283 a novembre, l'aumento medio dei visitatori è stato di circa il 4%, in linea con gli obiettivi.

DESCRIZIONE AZIONE	INDICATORE	ATTUAZIONE	RISULTATO ATTESO
--------------------	------------	------------	------------------

Adeguamento e prosecuzione della pubblicazione della webzine aziendale www.cannizzarosalute.it	Effettuazione aggiornamento e mantenimento presenza	85%	Crescita degli accessi di almeno il 5%	Risultato attualmente in linea con quello atteso
---	---	-----	--	--

**Comunicazioni riguardanti MCAU e Pronto Soccorso** – Le pubblicazioni relative al Pronto Soccorso e in generale all’UOCdi Medicina e Chirurgia d’Accettazione e Urgenza riguardano sostanzialmente due temi: l’attivazione del collegamento diretto tra ospedale e questura (con nove pubblicazioni) e il progetto dell’introduzione del braccialetto elettronico per la privacy dei pazienti (con una pubblicazione).

DESCRIZIONE AZIONE	INDICATORE	ATTUAZIONE	RISULTATO ATTESO	
Redazione e diffusione di comunicati stampa da diffondere ai media, materiale informativo e divulgativo da pubblicare su internet	Realizzazione e diffusione dei contenuti informativi	100%	Pubblicazione di almeno 4 messaggi	Risultato attualmente in linea con quello atteso

**Comunicazione sui servizi dell’azienda** – Comunicati stampa, redazione di materiale informativo per singole testate, elaborazione di messaggi a pagamento hanno interessato, nel periodo di interesse, varie specialità, eccellenze e servizi aziendali. In particolare, sono stati oggetto di comunicazione iniziative di prevenzione, corsi di formazione, attivazione di servizi innovativi. Tra questi, da segnalare l’introduzione della crioablazione per il trattamento dei tumori vertebrali da parte della Interventistica spinale mini-invasiva, l’offerta di visite ed esami gratuiti in Nefrologia (per la Giornata mondiale del rene) e in Chirurgia cervico-facciale (per la Giornata di prevenzione dei tumori del cavo orale), il progetto Scuola in ospedale e la nomina di direttori (Cardiologia e Diagnostica per immagini), il progetto “Ospedale aperto” (riguardante in particolare endocrinologia e diabetologia).

DESCRIZIONE AZIONE	INDICATORE	ATTUAZIONE	RISULTATO ATTESO	
Redazione e diffusione di comunicati stampa da diffondere ai media, materiale informativo e divulgativo da pubblicare su internet	Realizzazione e diffusione di contenuti informativi	100%	Pubblicazione di almeno 4 messaggi	Risultato molto migliore di quello atteso

**Attivazione e/o rifunionalizzazione della presenza istituzionale nei social media** – In vista della realizzazione effettiva di questa azione, nel sito web sono stati inseriti i relativi link. È stata ritenuta infatti propedeutica l’attivazione del nuovo sito, i cui contenuti saranno veicolati anche attraverso i social media e, viceversa, includeranno contenuti presenti sulle piattaforme di condivisione. Sono stati aperti l’account ufficiale di Twitter (@aocannizzaro) e la pagina ufficiale di Facebook (dopo un claim all’operatore in quanto la pagina era già pubblicata). I canali non sono stati però “popolati” in attesa di confronto con la Direzione Strategica.

DESCRIZIONE AZIONE	INDICATORE	ATTUAZIONE	RISULTATO ATTESO	
Apertura e/o istituzionalizzazione di account Facebook, Twitter, Youtube,	Messa in funzione di account / profili istituzionali	60%	Apertura, attivazione o adeguamento di almeno 2 account	Risultato conseguito in quanto all’apertura e

Istagram e popolamento dei medesimi canali			/ profili	istituzionalizzazione
--	--	--	-----------	-----------------------

**Efficientamento dell'Ufficio Relazioni con il Pubblico** – È stata innanzitutto migliorata la presenza digitale dell'URP, nell'ambito dell'aggiornamento del sito web. Esso include infatti i contatti telematici per comunicare direttamente con l'ufficio, la modulistica da compilare per reclami e segnalazioni, un'intera pagina accessibile direttamente dall'home page che illustra ruolo e funzionamento dell'URP.

DESCRIZIONE AZIONE	INDICATORE	ATTUAZIONE	RISULTATO ATTESO	
Promozione dei contatti telematici dell'Urp, inserimento della presenza sul sito web aziendale, aggiornamento della segnaletica esterna	Pubblicazione dello spazio riservato sul sito web aziendale, aumento del numero di contatti per via telematica	50%	Aumento delle segnalazioni telematiche di almeno il 5%	Risultato non ancora valutabile

**Allestimento e pubblicazione della Carta dei Servizi** – Si è avviato, nel mese di maggio, il lavoro di elaborazione della Carta dei Servizi, a partire dalla precedente edizione risalente al 2011, in parte rivista nel corso del 2014. Acquisite le informazioni mancanti e aggiornate quelle esistenti, nel mese di agosto 2015 è stata pubblicata sul sito la versione pdf; la versione a stampa sarà realizzata dopo l'approvazione del nuovo Atto aziendale.

DESCRIZIONE AZIONE	INDICATORE	ATTUAZIONE	RISULTATO ATTESO	
Aggiornamento della Carta dei Servizi, nonché stampa in cartaceo, pubblicazione in digitale sul sito web aziendale e condivisione online	Stampa e pubblicazione della Carta dei Servizi	50%	Diffusione di almeno n. 1000 copie	Risultato in linea per quanto riguarda l'elaborazione

**Creazione di un sistema per la comunicazione interna** – Nel mese di giugno è stato attivato lo strumento della newsletter per la comunicazione interna. Si tratta della soluzione open source Tinyletter, attualmente utilizzata dall'Ufficio Stampa per la trasmissione, ai Direttori di UOC e UOS e ai Dirigenti, della rassegna stampa contenente le notizie maggiormente significative. Il servizio, semplice e gratuito, consente di modificare i destinatari, formattare il testo, archiviare tutti gli invii e, per ciascun invio, visualizzare la percentuale delle aperture. Allo stato, sono stati trasmessi 18 invii a 72 destinatari, con una percentuale di apertura del 42%.

DESCRIZIONE AZIONE	INDICATORE	ATTUAZIONE	RISULTATO ATTESO	
Creazione di una newsletter gratuita integrata nel nuovo sito web aziendale, diffusa per via elettronica a scopo di aggiornamento	Realizzazione e diffusione di contenuti informativi	100%	Redazione e trasmissione di almeno 4 messaggi	Risultato superiore a quello atteso

**Intensificazione delle attività di comunicazione del CCA** – La qualificazione della comunicazione relativa al Comitato Consultivo Aziendale ha interessato da un lato il

nuovo sito, dall'altro le attività ordinarie di comunicazione. Queste ultime, infatti, hanno riguardato la costituzione, l'insediamento e l'avvio del nuovo CCA; d'altro canto, all'interno del nuovo sito web è stata prevista una pagina dedicata, con accesso dall'home page, riportante funzionamento e altre notizie sul Comitato. In particolare, sono stati redatti e trasmessi n. 2 comunicati stampa, che hanno generato la pubblicazione di n. 4 articoli.

DESCRIZIONE AZIONE	INDICATORE	ATTUAZIONE	RISULTATO ATTESO	
Allestimento di uno spazio dedicato al CCA all'interno del sito web aziendale; copertura, attraverso la comunicazione istituzionale, delle attività del CCA	Documentazione dell'attività del CCA, realizzazione e diffusione di contenuti informativi	100%	Pubblicazione di almeno 2 messaggi sull'attività del CCA	Risultato in linea con quello atteso: i contenuti saranno sviluppati sul nuovo sito

**BUDGET IMPIEGATO** – Rispetto alle risorse necessarie alla realizzazione delle azioni, stimate in via presuntiva di € 39.000 IVA inclusa, al 30-11 risultano essere state impiegate somme per € 12.300 euro IVA inclusa (parial 32% del preventivato), a gravare sul bilancio aziendale.

## Strutture e funzioni

L'Azienda ospedaliera Cannizzaro è dotata di Ufficio Stampa e Urp che si prevede possano svolgere le rispettive attività secondo un sistema integrato di comunicazione, in un rapporto di collaborazione.

### Ufficio Stampa

L'Ufficio Stampa svolge la propria attività di relazione con i mezzi di comunicazione di massa, attraverso comunicati stampa, conferenze stampa, fornitura di contenuti, contatti con gli operatori dell'informazione, ma si rivolge anche direttamente il pubblico attraverso prodotti informativi quali webzine, newsletter, documentazione fotografica. L'Ufficio Stampa dell'Azienda Cannizzaro ha inoltre assunto il coordinamento e la cura dell'aggiornamento del sito web istituzionale. Oltre a curare la rappresentazione dell'organizzazione all'esterno, esso la veicola all'interno attraverso la realizzazione e diffusione della rassegna stampa.

### Ufficio Relazioni con il Pubblico

L'URP si occupa dei contatti diretti fra organizzazione e utenza, gestendo i reclami, dando risposte alle domande, facendo conoscere i servizi erogati e le modalità di accesso, rilevando i bisogni e il livello di soddisfazione dell'utenza, attua i processi di verifica della qualità percepita. Nella gestione dei reclami, il recupero tempestivo del disservizio consente all'organizzazione di adempiere alla missione aziendale, senza considerare le positive ripercussioni sull'immagine.

## Stakeholder

Gli stakeholder dell'Azienda sono diversi e suddivisibili in alcune categorie, quali:

- utenti (reali e potenziali);
- opinione pubblica;

- mass media;
- istituzioni;
- decision makers;
- associazioni di volontariato e organizzazioni di rappresentanza;
- dipendenti e collaboratori.

Ciascuno di questi è inserito in una o più azioni di comunicazione esemplificate nelle schede che seguono.

## Obiettivi

### Obiettivi generali

A supporto degli obiettivi di programmazione nazionale, regionale ed aziendale:

- miglioramento della comunicazione esterna e interna;
- rafforzamento dell'immagine della vocazione all'emergenza;
- rafforzamento dell'immagine delle alte specialità attive;
- sviluppo della Rete civica della Salute.

### Obiettivi operativi

Discendono dagli obiettivi generali:

- sviluppo degli strumenti propri di comunicazione su Internet;
- innalzamento della reputazione online dell'azienda;
- attivazione di strumenti di comunicazione interna attraverso il ricorso alle nuove tecnologie;
- azioni riguardanti l'Unità Operativa Complessa di Medicina e Chirurgia di accettazione e urgenza e in particolare l'uso del Pronto Soccorso;
- promozione dei servizi e delle attività resi dalle Unità Operative caratterizzate da alte specialità;
- allestimento e pubblicazione della Carta dei Servizi;
- intensificazione delle attività riguardanti il Comitato Consultivo Aziendale;
- qualificazione della presenza dell'Azienda sulle piattaforme di condivisione.

Le modalità di conseguimento degli obiettivi, generali e operativi, sono illustrate nelle schede a seguire; per tutte, il periodo di realizzazione comprende l'intero anno 2015.

**Obiettivo generale**  
Miglioramento della comunicazione esterna

*Dimensione*  
Comunicazione esterna

**Obiettivo operativo**  
Qualificazione della presenza su Internet

<b>Sub obiettivi operativi</b>	<b>Target</b>	<b>Descrizione dell'azione</b>	<b>Attori coinvolti</b>	<b>Indicatore realizzazione risultato</b>	<b>Risultato atteso</b>	<b>Budget</b>
Perfezionamento sito aziendale <a href="http://www.aocannizzaro.it">www.aocannizzaro.it</a>	Utenti reali e potenziali, opinione pubblica, dipendenti e collaboratori	Aggiornamento e ulteriore perfezionamento del sito aziendale, rifatto nella seconda metà del 2015	Direzione generale - Staff Comunicazione, SIT -Centro elaborazione dati, fornitori esterni	Publicazione di nuovi moduli e modifica di contenuti e layout	Risposta alle esigenze informative, calo di richieste di informazioni telefoniche di almeno il 5%	0,00
Aggiornamento webzine <a href="http://www.cannizzarosalute.it">www.cannizzarosalute.it</a>		Adeguamento e prosecuzione della pubblicazione della webzine aziendale <a href="http://www.cannizzarosalute.it">www.cannizzarosalute.it</a>		Effettuazione aggiornamento e mantenimento presenza		Crescita degli accessi di almeno il 5%

**Obiettivo generale**  
Miglioramento della comunicazione esterna

**Dimensione**  
Comunicazione esterna

**Obiettivo operativo**  
Innalzamento della reputazione online

<b>Sub obiettivi operativi</b>	<b>Target</b>	<b>Descrizione dell'azione</b>	<b>Attori coinvolti</b>	<b>Indicatore realizzazione risultato</b>	<b>Risultato atteso</b>	<b>Budget</b>
Aggiornamento delle informazioni e miglioramento delle recensioni di siti terzi sull'ospedale	Utenti reali e potenziali, opinione pubblica, operatori della comunicazione	Intervento su siti gestiti da operatori terzi, riportanti descrizioni e recensioni sui servizi dell'ospedale, finalizzato all'aggiornamento delle informazioni affinché corrispondano a quelle reali e al miglioramento delle valutazioni da parte degli utenti	Direzione generale - Staff Comunicazione, Direzione Sanitaria	Modifica dei contenuti di siti terzi	Cambiamento delle informazioni in almeno 3 siti terzi	0,00

**Obiettivo generale**  
**Miglioramento della comunicazione esterna**

**Dimensione**

Comunicazione esterna

**Obiettivo operativo**

Azioni riguardanti il Dipartimento di Emergenza e il Pronto Soccorso

<b>Sub obiettivi operativi</b>	<b>Target</b>	<b>Descrizione dell'azione</b>	<b>Attori coinvolti</b>	<b>Indicatore realizzazione risultato</b>	<b>Risultato atteso</b>	<b>Budget</b>
Comunicazioni e sul buon uso e la corretta prassi; promozione del servizio di interpretariato telefonico	Utenti reali e potenziali, opinione pubblica, mass media, dipendenti e collaboratori, decision makers, associazioni e organizzazioni di rappresentanza	Redazione e diffusione di comunicati stampa da diffondere ai media, materiale informativo e divulgativo da pubblicare su internet, per un accesso ai servizi più consapevole da parte degli utenti	Direzione generale - Staff Comunicazione, UOC Mcau, Direzione Sanitaria	Realizzazione e diffusione dei contenuti informativi	Pubblicazione di almeno 4 messaggi	4.000,00

**Obiettivo generale**  
**Miglioramento della comunicazione esterna**

**Dimensione**

Comunicazione interistituzionale ed esterna

**Obiettivo operativo**

Promozione dei servizi e delle attività resi dalle UO ad alta specialità

<b>Sub obiettivi operativi</b>	<b>Target</b>	<b>Descrizione dell'azione</b>	<b>Attori coinvolti</b>	<b>Indicatore realizzazione risultato</b>	<b>Risultato atteso</b>	<b>Budget</b>
Comunicazioni sulle eccellenze dell'azienda e sulle buone prassi anche al fine di promuovere corretti stili di vita	Utenti reali e potenziali, opinione pubblica, mass media, dipendenti e collaboratori, decision makers, associazioni e organizzazioni di rappresentanza	Redazione e diffusione di comunicati stampa da diffondere ai media, materiale informativo e divulgativo da pubblicare su internet	Direzione generale - Staff Comunicazione, Direzione Sanitaria, UU.OO. interessate	Realizzazione e diffusione di contenuti informativi	Pubblicazioni e di almeno 4 messaggi	12.000,00

## **Obiettivo generale**

### **Miglioramento della comunicazione esterna**

#### **Dimensione**

Comunicazione esterna

#### **Obiettivo operativo**

Qualificazione della presenza sulle piattaforme di condivisione

<b>Sub obiettivi operativi</b>	<b>Target</b>	<b>Descrizione dell'azione</b>	<b>Attori coinvolti</b>	<b>Indicatore realizzazione risultato</b>	<b>Risultato atteso</b>	<b>Budget</b>
Attivazione e/o rifunzionalizzazione della presenza istituzionale nei social media	Utenti reali e potenziali, decision maker, opinione pubblica	Utilizzo della pagina Facebook, dell'account Twitter, dell'account Youtube, dell'account Istangram dell'Azienda e popolamento dei medesimi canali attraverso gli specifici contenuti, collegati con il sito web istituzionale	Direzione generale - Staff Comunicazione, Direzione Generale	Messa in funzione di account / profili istituzionali	Pubblicazioni e di contenuti in almeno 2 account / profili	0,00

## **Obiettivo generale**

### **Miglioramento della comunicazione esterna**

#### **Dimensione**

Comunicazione esterna

#### **Obiettivo operativo**

Allestimento e pubblicazione della Carta dei Servizi

<b>Sub obiettivi operativi</b>	<b>Target</b>	<b>Descrizione dell'azione</b>	<b>Attori coinvolti</b>	<b>Indicatore realizzazione risultato</b>	<b>Risultato atteso</b>	<b>Budget</b>
Aggiornamento, stampa e pubblicazione online della Carta dei Servizi	Utenti reali e potenziali, opinione pubblica, mass media, dipendenti e collaboratori, decision makers, associazioni e organizzazioni di rappresentanza	Aggiornamento della Carta dei Servizi, recante ogni informazione utile per la conoscenza e l'accesso alle prestazioni erogate dall'Azienda, nonché stampa in cartaceo, pubblicazione in digitale sul sito web aziendale e condivisione online	Direzione generale - Staff Comunicazione, Ufficio Relazioni con il Pubblico, Direzione Sanitaria	Stampa e pubblicazione della Carta dei Servizi	Diffusione di almeno n. 1000 copie complessivamente	6.000,00

## **Obiettivo generale**

### Miglioramento della comunicazione interna

#### **Dimensione**

Comunicazione interna

#### **Obiettivo operativo**

Attivazione di strumenti attraverso il ricorso alle nuove tecnologie

<b>Sub obiettivi operativi</b>	<b>Target</b>	<b>Descrizione dell'azione</b>	<b>Attori coinvolti</b>	<b>Indicatore realizzazione risultato</b>	<b>Risultato atteso</b>	<b>Budget</b>
Creazione di un sistema intranet	Dipendenti e collaboratori	Creazione di un accesso intranet per la comunicazione interna e la pubblicazione di documenti in sostituzione del cartaceo	Direzione generale - Staff Comunicazione, SIT -Centro elaborazione dati	Realizzazione e diffusione di contenuti informativi	Attivazione e utilizzo dello spazio intranet	12.000,00

**Obiettivo generale**  
**Sviluppo della Rete Civica della Salute**

**Dimensione**  
 Comunicazione interistituzionale ed esterna  
**Obiettivo operativo**  
 Sensibilizzazione all'ampliamento della RCS

<b>Sub obiettivi operativi</b>	<b>Target</b>	<b>Descrizione dell'azione</b>	<b>Attori coinvolti</b>	<b>Indicatore realizzazione risultato</b>	<b>Risultato atteso</b>	<b>Budget</b>
Reclutamento di Riferimenti civici della salute	Utenti reali e potenziali, decision maker, istituzioni	Promozione degli accordi e delle attività utili all'iscrizione di Riferimenti civici della Salute sui mezzi disponibili: sito web aziendale, web-magazine aziendale, comunicati stampa	Direzione generale - Staff Comunicazione, Direzione Sanitaria, Referente CCA, Referente Rete Civic della Salute, Urp	Documentazione dell'attività del CCA, realizzazione e diffusione di contenuti informativi	Pubblicazione e diffusione di almeno 4 accordi e/o attività	0,00