



Piano di Comunicazione Aziendale 2015

*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”.

Ne costituiscono inoltre specifico riferimento le indicazioni emerse nei seguenti incontri istituzionali:

- o 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”;
- o attività relative alla campagna di comunicazione istituzionale “Costruire Salute”, di titolarità dell’Assessorato regionale per la Salute;
- o 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:

- o redazione e invio di comunicati stampa relativi a eventi ritenuti rilevanti;
- o pubblicazione dei comunicati nella sezione News & Eventi del sito www.aocannizzaro.it;
- o alimentazione della propria sezione del portale regionale www.costruiredsalute.it;
- o aggiornamento della webzine aziendale www.cannizzarosalute.it;
- o realizzazione di spazi redazionali su testate regionali.

Di fatto nessuna iniziativa è stata realizzata in materia di comunicazione interna.

Obiettivi e presupposti del Piano

Obiettivo strategico di questo piano è quello di "mettere a sistema" le azioni di comunicazione e orientarle rispetto agli obiettivi generali aziendali, che intende contribuire a raggiungere. Esso individua azioni di comunicazione utili ed efficaci rispetto al raggiungimento degli obiettivi strategici dell'amministrazione: ogni iniziativa di comunicazione delineata non si giustifica in sé, ma ha senso in quanto funzionale alla realizzazione della mission aziendale.

In tale ottica, nelle specifico, 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".

La redazione di un piano che punti a un sistema integrato e coerente di comunicazione aziendale deve fare riferimento non soltanto all'attività e alla professionalità di alcune strutture dedicate o alle iniziative e agli strumenti di comunicazione, ma deve pure agire 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. Sotto questo profilo, la stessa stesura del piano di

comunicazione è stata una prima occasione per favorire le relazioni interne e la condivisione di obiettivi: non è infatti possibile ottenere una comunicazione esterna efficace, trasparente e completa se non lo è anche il livello della comunicazione interna.

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 al pubblico attraverso prodotti informativi quali webzine, newsletter, documentazione fotografica. L'Ufficio Stampa dell'Azienda Cannizzaro ha inoltre competenze sui contenuti 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.

Affinché la notizia possa essere creata, prima ancora che diffusa, l'Ufficio Stampa dovrà essere opportunamente aggiornato al fine di selezionare, tra i fatti aziendali quelli notiziabili: la direzione che si intende seguire è quindi quella di un maggiore scambio di informazioni all'interno dell'Azienda.

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.

L'impegno dell'Azienda, oltre a identificare preventivamente i possibili disservizi, va quindi nella direzione di ripensare la gestione dei reclami a livello strategico: non più un adempimento ma momento di confronto con l'utente e quindi un'occasione di miglioramento grazie all'"ascolto" dell'utenza..

Stakeholder

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

- o utenti (reali e potenziali);
- o opinione pubblica;
- o mass media;
- o istituzioni;
- o decision makers;
- o associazioni di volontariato e organizzazioni di rappresentanza;
- o 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:

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

Obiettivi operativi

Discendono dagli obiettivi generali:

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

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.

Ambiti speciali

Nel periodo di riferimento, l'Azienda Cannizzaro realizzerà inoltre attività di comunicazione specifica per i seguenti ambiti e secondo le modalità per ciascuno definite.

Donazione degli organi

Alla luce della drastica riduzione dei consensi nel corso del 2014, si rende opportuno intensificare l'attività di sensibilizzazione alla cultura della donazione, in collaborazione con le Unità Operative e i servizi interessati, allo scopo di incrementare il numero dei casi di donazione di organi.

Maxi-emergenze

L'Unità Operativa 118 dell'Azienda Cannizzaro è soggetto integrante della rete delle maxi-emergenze attivata dal Dipartimento regionale di Protezione Civile: si intende incrementare la collaborazione già instaurata tra l'Ufficio Stampa e la responsabile della Centrale Operativa, al fine di approntare la procedura più idonea per la comunicazione in fase di crisi.

Immigrazione

Con riferimento al sistema di soccorso e accoglienza dei migranti, nel quale l'Azienda Cannizzaro è coinvolta con un ruolo di primo piano, e in particolare relativamente al rischio di contagio da virus Ebola, si ritiene opportuno attivare, con i responsabili in seno alle UU.OO. di Malattie Infettive e di MCAU, una procedura di comunicazione in caso di caso di eventi di allarme sociale.

Obiettivo generale Miglioramento della comunicazione esterna Dimensione Comunicazione esterna Obiettivo operativo Qualificazione della presenza su Internet						
Sub obiettivi operativi	Target	Descrizione dell'azione	Attori coinvolti	Indicatore realizzazione risultato	Risultato atteso	Budget
Adeguamento sito aziendale www.aocannizzaro.it	Utenti reali e potenziali, opinione pubblica, dipendenti e collaboratori	Rifacimento, aggiornamento e migrazione del sito aziendale esistente su piattaforme tecnologiche open source attuali e diffuse	Direzione generale - Staff Comunicazione, SIT -Centro elaborazione dati, fornitori esterni	Acquisizione e lancio online nuovo sito web	Risposta alle esigenze informative, calo di richieste di informazioni telefoniche di almeno il 5%	6.000,00
Aggiornamento webzine www.cannizzarosalute.it		Adeguamento e prosecuzione della pubblicazione della webzine aziendale www.cannizzarosalute.it		Effettuazione aggiornamento e mantenimento presenza	Crescita degli accessi di almeno il 5%	500,00

Obiettivo generale Miglioramento della comunicazione esterna Dimensione Comunicazione esterna Obiettivo operativo Azioni riguardanti il Dipartimento di Emergenza e il Pronto Soccorso						
Sub obiettivi operativi	Target	Descrizione dell'azione	Attori coinvolti	Indicatore realizzazione risultato	Risultato atteso	Budget
Comunicazione sul buon uso e la corretta prassi	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 Mcan, 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						
Sub obiettivi operativi	Target	Descrizione dell'azione	Attori coinvolti	Indicatore realizzazione risultato	Risultato atteso	Budget
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	18.000,00

Obiettivo generale Miglioramento della comunicazione esterna Dimensione Comunicazione esterna Obiettivo operativo Qualificazione della presenza sulle piattaforme di condivisione						
Sub obiettivi operativi	Target	Descrizione dell'azione	Attori coinvolti	Indicatore realizzazione risultato	Risultato atteso	Budget
Attivazione e/o rifunzionalizzazione della presenza istituzionale nei social media	Utenti reali e potenziali, decision maker, opinione pubblica	Apertura e/o istituzionalizzazione e 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	Apertura, attivazione o adeguamento di almeno 2 account / profili	0,00

Obiettivo generale Miglioramento della comunicazione esterna Dimensione Comunicazione esterna Obiettivo operativo Efficientamento dell'Ufficio Relazioni con il Pubblico						
Sub obiettivi operativi	Target	Descrizione dell'azione	Attori coinvolti	Indicatore realizzazione risultato	Risultato atteso	Budget
Miglioramento delle possibilità di accesso da parte dell'utenza	Utenti reali, dipendenti e collaboratori	Promozione dei contatti telematici dell'Urp, inserimento della presenza sul sito web aziendale, aggiornamento della segnaletica esterna	Direzione generale - Staff Comunicazione, Ufficio Relazioni con il Pubblico, Direzione Sanitaria, altre UU.OO. interessate	Pubblicazione dello spazio riservato sul sito web aziendale, aumento del numero di contatti per via telematica	Aumento delle segnalazioni telematiche di almeno il 5%	1.500,00

Obiettivo generale Miglioramento della comunicazione esterna <i>Dimensione</i> Comunicazione esterna Obiettivo operativo Allestimento e pubblicazione della Carta dei Servizi						
Sub obiettivi operativi	Target	Descrizione dell'azione	Attori coinvolti	Indicatore realizzazione risultato	Risultato atteso	Budget
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	5.000,00

Obiettivo generale Miglioramento della comunicazione interna Dimensione Comunicazione interna Obiettivo operativo Attivazione di strumenti attraverso il ricorso alle nuove tecnologie						
Sub obiettivi operativi	Target	Descrizione dell'azione	Attori coinvolti	Indicatore realizzazione risultato	Risultato atteso	Budget
Creazione di un sistema di informazione e aggiornamento	Dipendenti e collaboratori	Creazione di una newsletter gratuita integrata nel nuovo sito web aziendale, che sarà inoltre diffusa per via elettronica con frequenza periodica a scopo di aggiornamento (contenente anche estratti da rassegna stampa) e con invii occasionali nel caso di comunicazioni urgenti e straordinarie	Direzione generale - Staff Comunicazione, SIT -Centro elaborazione dati	Realizzazione e diffusione di contenuti informativi	Redazione e trasmissione di almeno 4 messaggi	4.000,00

Obiettivo generale Sviluppo della Rete Civica della Salute Dimensione Comunicazione interistituzionale ed esterna Obiettivo operativo Promozione del Comitato Consultivo Aziendale						
Sub obiettivi operativi	Target	Descrizione dell'azione	Attori coinvolti	Indicatore realizzazione risultato	Risultato atteso	Budget
Intensificazione delle attività di comunicazione del CCA	Utenti reali e potenziali, decision maker, istituzioni	Allestimento di uno spazio dedicato al CCA all'interno del sito web aziendale; copertura, attraverso la comunicazione istituzionale, delle attività del CCA	Direzione generale - Staff Comunicazione, Direzione Sanitaria, Referente CCA, Urp	Documentazione dell'attività del CCA, realizzazione e diffusione di contenuti informativi	Pubblicazione di almeno 2 messaggi sull'attività del CCA	0,00