



Piano di Comunicazione Aziendale 2017

*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”.

Sono altresì elementi alla base della redazione del Piano quelli contenuti negli analoghi documenti adottati per gli anni 2015 e 2016, che di fatto rappresentano i primi Piani di comunicazione redati ai sensi del sopra citato decreto regionale. Nella pianificazione, oltre alla previsione, rientra la valutazione delle attività realizzate fra quelle preventivate.

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.

Risulta rilevante la caratterizzazione dell’A.O. definita nella nuova Rete Ospedaliera che, sebbene alla data della redazione del Piano non abbia ancora ultimato l’iter di approvazione, ha fissato come punto basilare l’organizzazione in “hub and spoke”. In questo contesto l’AOEC risulta uno dei tre “hub per l’emergenza” a livello regionale. A livello di organizzazione interna, c’è da osservare che l’Atto Aziendale vigente è quello adottato a seguito del Decreto dell’Assessorato della Salute 14 gennaio 2015: Riqualficazione e rifunzionalizzazione della rete ospedaliera-territoriale della Regione Sicilia. Rispetto all’assetto previgente, si rileva che sono intervenute modifiche in ordine al numero di Strutture organizzative complesse (da 45 a 42), Strutture organizzative semplici (da 27 a 28), di Uffici e funzioni in staff alla Direzione Generale (da 10 a 6).

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. L'Azienda è dotata di 564 posti letto, di cui 506 di degenza ordinaria e 58 per attività di day hospital / day service. Il bacino della popolazione di riferimento è quello della Sicilia Orientale, pari a 2,6 milioni di abitanti.

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, addetta all'Urp e addetto stampa.

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;
- alimentazione della propria sezione del portale regionale www.costruisesalute.it;
- aggiornamento della webzine aziendale www.cannizzarosalute.it;
- realizzazione di spazi redazionali su testate regionali.

Dal 2015, l'area Comunicazione si occupa di dell'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 sin dal Piano 2015.

Obiettivi e presupposti del Piano

Sotto il profilo strategico, questo Piano è strettamente legato, ancor più rispetto ai precedenti, alle innovazioni introdotte o in fase di introduzione sia nel contesto, sia a livello aziendale, con riferimento a:

- Percorso Attuativo di Certificabilità, che presuppone anche una serie di attività di comunicazione interna ed esterna;
- Definizione e approvazione della nuova rete ospedaliera, con i conseguenti adeguamenti a livello aziendale e regionale;
- Piano Nazionale Anticorruzione e modifiche al D.Lgs. 33/2013 sulla trasparenza attraverso il D.Lgs 97/2016 "Freedom of information act";
- Peso della comunicazione digitale rispetto a quella "tradizionale", che richiede un adeguamento delle scelte;
- Realizzazione degli Obiettivi aziendali alla luce della fase dell'incarico del Direttore Generale.

Con riferimento ad obiettivi territoriali, è un presupposto di questo documento il Piano Attuativo Interprovinciale, che al punto 2.5 chiede specifiche attività di comunicazione e promozione della cultura della donazione degli organi. Rileva anche l'obiettivo della "umanizzazione", ovvero "La valutazione della qualità delle Strutture

ospedaliero 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”.

A lungo termine, pertanto, si pongono obiettivi lungo le seguenti linee:

- sito internet e nuove tecnologie di comunicazione;
- predisposizione di un house organ aziendale;
- accento sulla umanizzazione e sulla trasparenza dell’Azienda;
- promozione delle alte specialità e della vocazione all’emergenza dell’Azienda.

Stato di attuazione del Piano 2016

Il Piano 2016, alla data del 10-12-2016, registra un livello di attuazione superiore complessivamente al 90%. Di seguito la valutazione dei singoli obiettivi.

Perfezionamento sito web aziendale – L’obiettivo è da intendersi pienamente raggiunto in quanto, dopo la fase di realizzazione e costruzione del nuovo sito, l’aggiornamento è a pieno regime e viene effettuato con massima tempestività dall’Ufficio Stampa aziendale. Oltre all’aggiornamento delle informazioni contenute all’interno delle pagine delle singole Unità Operative (es. modalità di accesso, orari di visita, personale etc.), il sito è stato utilizzato come parte di iniziative speciali di comunicazione quale la campagna sulla sostituzione degli impianti elevatori “Ascensori: eleviamo il servizio”, avviata in occasione degli interventi che avrebbero comportato disagi per gli utenti. Rispetto all’articolazione iniziale, sono state aggiunte altre pagine (es. Libera professione, Qualità – Customer satisfaction).

DESCRIZIONE AZIONE	INDICATORE	ATTUAZIONE	RISULTATO ATTESO	
Aggiornamento e ulteriore perfezionamento del sito aziendale, rifatto nella seconda metà del 2015	Pubblicazione di nuovi moduli e modifica di contenuti e layout	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 – Questa azione può considerarsi realizzata interamente. Infatti, nel mese di novembre 2016, l’Ufficio Stampa ha provveduto a un *restyling* anche in relazione ai problemi riscontrati con il vecchio provider che, a causa di azioni di spamming, nel mese di ottobre ha disabilitato per alcuni giorni il sito, determinando la perdita di alcuni dati come le statistiche. Confrontando il trend in uno stesso periodo dell’anno precedente (1 aprile, l’ultimo disponibile nel 2016), si rileva che i visitatori sono passati da 62.653 a 86.499 e le pagine viste da 777.995 a 1.211.880. In assenza di analogo strumento di misurazione per i mesi successivi, la tendenza è comunque particolarmente significativa. Il trasferimento a nuovo provider, oltre a più alta capacità di banda e a un risparmio di costo, garantisce anche una migliore gestione. In termini di pubblicazione, nel corso del 2016 sono stati inseriti n. 18 nuovi articoli con altrettanta fotografia.

DESCRIZIONE AZIONE	INDICATORE	ATTUAZIONE	RISULTATO ATTESO	
Adeguamento e prosecuzione della pubblicazione della webzine aziendale www.cannizzarosalute.it	Effettuazione aggiornamento e mantenimento presenza	100%	Crescita degli accessi di almeno il 5%	Risultato superiore a quello atteso (crescita di oltre il 20%)

Aggiornamento webzine CannizzaroSalute.it – Questa azione può considerarsi realizzata ma, nel contempo, richiede ulteriori azioni in quanto risultano molto numerosi i siti web contenenti informazioni sull'ospedale i cui contenuti sono da verificare rispetto alla loro attualità e veridicità. Sono stati monitorati i primi tre siti forniti dal motore di ricerca Google (Sportello Cancro, Dica33 e Oncoguida) e ne è stato chiesto l'aggiornamento delle informazioni sui contatti. Altri ancora dovranno essere monitorati e aggiornati.

DESCRIZIONE AZIONE	INDICATORE	ATTUAZIONE	RISULTATO ATTESO	
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	Modifica dei contenuti di siti terzi	100%	Cambiamento delle informazioni in almeno 3 siti terzi	Risultato in linea: aggiornati Sportello Cancro, Dica33 e Oncoguida

Comunicazioni riguardanti MCAU e Pronto Soccorso – A parte due lettere su un quotidiano prontamente riscontrate a maggio e giugno, la comunicazione su Pronto Soccorso e in generale MCAU si è concentrata sull'uso del PS (vedi La Sicilia del 14 agosto con intervento del DG) e in particolare sul funzionamento in seguito all'apertura dell'Osservazione Breve Intensiva. L'inaugurazione dell'OBI, avvenuta il 17 settembre, è stata infatti l'occasione per illustrare il percorso del paziente dal PS al ricovero. La presenza dell'assessore Gucciardi e di altre autorità in occasione dell'apertura, nonché il valore dell'OBI in termini di beneficio ai pazienti che l'Azienda è riuscita a trasmettere, sono state motivo di ampia copertura dell'evento, con un comunicato diffuso prima dell'apertura e uno dopo e complessive n. 16 uscite sui media a stampa e web, oltre a 6 servizi televisivi. Ciò attesta il pieno raggiungimento dell'obiettivo.

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 superiore a quello atteso: 16 uscite

Promozione dei servizi e delle attività resi dalle UO ad alta specialità – In merito alle specialità dell'Azienda, si sono registrate n. 8 uscite riguardanti i seguenti reparti/servizi: urologia, radioterapia, interventistica spinale, chirurgia plastica, unità spinale, malattie infettive, ginecologia. Quest'ultima, in particolare, è stata protagonista di più uscite ed è stata al centro dell'attenzione dei media, non solo locali, in occasione del "Fertility Day" organizzato dal Ministero della Salute che ha scelto l'ospedale Cannizzaro come una delle quattro sedi in Italia collegate in diretta. In questa circostanza, le uscite sono state a livello locale 5, a livello nazionale oltre 10.

DESCRIZIONE AZIONE	INDICATORE	ATTUAZIONE	RISULTATO ATTESO	
Redazione e diffusione di comunicati stampa da diffondere ai media, materiale informativo e	Realizzazione e diffusione di contenuti informativi	100%	Pubblicazione di almeno 4 messaggi	Risultato oltre quello atteso: 8 uscite

divulgativo da pubblicare su internet				
---------------------------------------	--	--	--	--

Attivazione e/o rifunzionalizzazione della presenza istituzionale nei social media – In ambito social media, dopo l’apertura degli account ufficiale di Twitter (@aocannizzaro) e della pagina ufficiale di Facebook (reclamata una già esistente all’operatore) a fine 2015, era stato previsto un confronto con la Direzione Strategica. A seguito di questo, è stato concordato di rimandare il popolamento dei vari “social” e subordinarlo a un’adeguata strutturazione del lavoro dell’Ufficio Comunicazione Istituzionale e Interna, che allo stato non è possibile. In definitiva, si è affrontata la questione ma la piena attivazione della presenza istituzionale nei social media è stata rinviata al 2017.

DESCRIZIONE AZIONE	INDICATORE	ATTUAZIONE	RISULTATO ATTESO	
Apertura e/o istituzionalizzazione di account Facebook, Twitter, Youtube, Instagram e popolamento dei medesimi canali	Messa in funzione di account / profili istituzionali	50%	Apertura, attivazione o adeguamento di almeno 2 account / profili	A seguito di confronto con la Direzione, rinviata l’attivazione

Allestimento e pubblicazione della Carta dei Servizi – La Carta dei Servizi è stata aggiornata e allestita in una nuova edizione. Nel corso del 2016, si è proceduto anche alla traduzione in lingua inglese, alla pubblicazione sul sito web delle versioni nelle due lingue e alla stampa di alcune decine di copie da rendere disponibili in consultazione. Si è infatti ritenuto di non procedere alla stampa massiva; al contempo, la pagina del sito web dedicata alla Carta dei Servizi ha registrato, all’11-12-2016, 711 accessi. Il che fa concludere che, al lordo della revisione del risultato della stampa, l’obiettivo è stato quasi completamente raggiunto.

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	90%	Diffusione di almeno n. 1000 copie	Registrati, all’11-12-2016, 711 accessi alla pagina

Creazione di un sistema per la comunicazione interna – In concomitanza con la realizzazione delle misure relative al Percorso attuativo per la Certificabilità, l’Azienda, con delibera n. 1720/2016, ha ampliato le funzionalità del servizio per la gestione del sito Internet già in uso, con lo sviluppo della sezione Intranet. In sostanza, si è proceduto all’adozione di software e di nuove funzionalità in modalità Intranet aziendale, integrate con il portale web. L’Ufficio Stampa aziendale ha reso disponibile nel tempo l’impiego di una sezione Intranet aziendale al fine di:

- ridurre il tempo impiegato dal personale nelle attività di comunicazione ordinarie;
- permettere la condivisione in tempo reale di leggi, regolamenti e procedure;
- consentire l’accesso alle risorse anche per determinati gruppi e/o settori;
- favorire la collaborazione tra i dipendenti;
- integrare la piattaforma web CMS in uso per il sito istituzionale.

Si è pertanto risposto all’esigenza di inserire all’interno della sezione Intranet aziendale una serie di funzionalità con lo scopo di aumentare le possibilità di interazione tra gli utenti e la possibilità di veicolare rapidamente ed efficacemente tutta la documentazione ritenuta di interesse per la consultazione da parte della totalità o di parte del personale aziendale, come ad esempio Manualistica, Modulistica, Format di comunicazione

istituzionale etc. I primi contenuti pubblicati sono quelli relativi a “Leggi e regolamenti”. È stata creata la lista di utenti, nel 2017 si prevede il perfezionamento della profilazione degli utenti e dell’uso di Intranet.

DESCRIZIONE AZIONE	INDICATORE	ATTUAZIONE	RISULTATO ATTESO	
Creazione di un sistema Intranet	Realizzazione e diffusione di contenuti informativi	100%	Attivazione e utilizzo dello spazio Intranet	Risultato in linea con quello atteso

Sviluppo della Rete Civica della Salute – Su questo fronte, si è dato spazio alle attività del Comitato Consultivo, in particolare del gruppo A che si occupa dell’accesso alle prestazioni e servizi aziendali, mentre la sottoscrizione di nuovi accordi per il reclutamento di riferimenti civici è stata sostanzialmente ferma, dopo avere raggiunto l’obiettivo iniziale. Si è proceduto alla pubblicazione dei verbali degli incontri del gruppo A del CCA sul sito web aziendale.

DESCRIZIONE AZIONE	INDICATORE	ATTUAZIONE	RISULTATO ATTESO	
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	Documentazione dell’attività del CCA, realizzazione e diffusione di contenuti informativi	100%	Pubblicazione diffusione di almeno 4 accordi e/o attività	Risultato in linea con quello atteso: pubblicati 5 documenti

BUDGET IMPIEGATO – Rispetto alle risorse necessarie alla realizzazione delle azioni, stimate in via presuntiva di € 34.000 IVA inclusa, al 30-11 risultano essere state impiegate somme per € 21.000 euro IVA inclusa (pari al 60% del preventivo), 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 verso l'esterno;
- rafforzamento dell'immagine della vocazione all'emergenza;
- rafforzamento dell'immagine delle alte specialità attive;
- promozione della cultura della donazione degli organi;
- implementazione del sistema di comunicazione interna.

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;
- qualificazione della presenza dell'Azienda sulle piattaforme di condivisione;
- promozione della donazione e azioni di comunicazione nei casi di prelievi;
- perfezionamento del sistema Intranet per la comunicazione interna.

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 2017.

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 del sito aziendale www.aocannizzaro.it alle nuove norme sulla trasparenza	Utenti reali e potenziali, opinione pubblica, dipendenti e collaboratori, altre istituzioni	Revisione del menù "Amministrazione Trasparente" secondo le previsioni del D. Lgs. 97/2016	Direzione generale - Staff Comunicazione, SIT -Centro elaborazione dati	Pubblicazione del nuovo menù "Amministrazione Trasparente" e aggiornamento delle sezioni	Rispondenza al sistema "Bussola della Trasparenza"	0,00
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%	50,00

Obiettivo generale Miglioramento della comunicazione esterna Dimensione Comunicazione esterna Obiettivo operativo Innalzamento della reputazione online						
Sub obiettivi operativi	Target	Descrizione dell'azione	Attori coinvolti	Indicatore realizzazione risultato	Risultato atteso	Budget
Aggiornamenti 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	Cambiamenti delle informazioni in almeno 4 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						
Sub obiettivi operativi	Target	Descrizione dell'azione	Attori coinvolti	Indicatore realizzazione risultato	Risultato atteso	Budget
Comunicazione e 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; pubblicazione eventuale di un numero unico di house organ aziendale.	Direzione generale - Staff Comunicazione, Direzione Sanitaria, UU.OO. interessate	Realizzazione e diffusione di contenuti informativi	Pubblicazione 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						
Sub obiettivi operativi	Target	Descrizione dell'azione	Attori coinvolti	Indicatore realizzazione risultato	Risultato atteso	Budget
Attivazione e/o rifunionalizzazione 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	Pubblicazione di contenuti in almeno 2 account / profili	0,00

Obiettivo generale Comunicazione in materia di screening e donazione organi Dimensione Comunicazione interistituzionale ed esterna Obiettivo operativo Attuazione dell'obiettivo 5.1 del PAI 2016						
Sub obiettivi operativi	Target	Descrizione dell'azione	Attori coinvolti	Indicatore realizzazione risultato	Risultato atteso	Budget
Favorire l'adesione agli screening e ridurre il tasso di opposizione alla donazione di organi	Utenti reali e potenziali, Terzo Settore, istituzioni	Realizzazione di comunicati stampa in occasione di donazione e prelievi di organi, nonché diffusione di messaggi sull'efficacia degli screening nelle specialità caratterizzanti l'AOEC	Direzione generale - Staff Comunicazione, Direzione Sanitaria, Coordinamento Locale Aziendale (donazione organi)	Realizzazione e diffusione di comunicati stampa, articoli giornalistici e redazionali	Pubblicazione e diffusione di almeno 4 articoli / redazionali	4.000,00

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
Implementazione di un sistema intranet	Dipendenti e collaboratori	Perfezionamento della intranet ai fini della comunicazione interna e della pubblicazione di documenti in sostituzione del cartaceo	Direzione generale - Staff Comunicazione, SIT -Centro elaborazione dati	Pubblicazione di contenuti rivolti al personale e accesso degli utenti	Utilizzo di Intranet in almeno 3 occasioni	6.000,00