



Azienda Ospedaliera Universitaria
"Policlinico Paolo Giaccone"
di Palermo



*Direzione Generale
Staff Comunicazione e Informazione*

Piano Comunicazione Aziendale Anno 2016



Le parole di un linguaggio, [...], sono una tavolozza di colori, che possono fare il quadro brutto, e lo possono fare bello secondo la maestria del pittore."

C. Porta (poeta dialettale italiano, 1775-1821)

INDICE

1	INTRODUZIONE	pag. 3
2	AZIONI DI COMUNICAZIONE REALIZZATE NEL 2015	pag. 3
3	L'AZIENDA OSPEDALIERA UNIVERSITARIA POLICLINICO "PAOLO GIACCONE"	pag. 6
3.1	L'AOUP in breve	pag. 6
3.2	L'AOUP in cifre	pag. 6
4	ANALISI DELLO SCENARIO	pag. 6
4.1	Scenario interno	pag. 6
4.2	Scenario esterno	pag. 7
5	GLI STAKEHOLDER	pag. 7
6	LO STAFF COMUNICAZIONE E INFORMAZIONE E L'URP	pag. 8
7	GLI OBIETTIVI DELLA COMUNICAZIONE	pag. 8
8	I DESTINATARI	pag. 9
9	LA PROGETTAZIONE OPERATIVA	pag. 9
9.1	Attività e strumenti	pag. 9
9.2	Aree d'intervento	pag. 10
9.2.1	Accoglienza	pag. 10
9.2.2	Ascolto, partecipazione e tutela	pag. 11
9.2.3	Sicurezza e rischio clinico	pag. 11
9.2.4	Promozione ed Educazione alla Salute	pag. 12
10	IL BUDGET PER LA COMUNICAZIONE	pag. 13
10.1	Piano di spesa	pag. 13
11	LA MISURAZIONE DEI RISULTATI	pag. 13
11.1	Le modalità e gli strumenti di valutazione	pag. 13
	TABELLA RIEPILOGATIVA DELLE INIZIATIVE DI COMUNICAZIONE INTEGRATA	pag. 14

1. INTRODUZIONE

Il presente Piano, redatto dallo Staff "Comunicazione e Informazione", individua le **strategie e gli obiettivi di comunicazione** dell'Azienda Ospedaliera Universitaria Policlinico "Paolo Giaccone" di Palermo (di seguito AOUP) **per l'anno 2016**, in stretto raccordo all'attuale fase organizzativa, alle priorità, ai pubblici di riferimento e alle risorse disponibili.

Il Piano riporta inizialmente una **sintesi delle attività di comunicazione portate a termine nell'anno in corso** e prosegue illustrando gli obiettivi di comunicazione di carattere generale e la loro declinazione in obiettivi operativi correlati a specifiche **azioni da realizzare nel 2016**.

Il documento va pensato come strumento **flessibile, aggiornabile** e implementabile rispetto a obiettivi specifici che possono sopravvenire nell'arco di tempo considerato.

2. AZIONI DI COMUNICAZIONE REALIZZATE NEL 2015

Obiettivo Operativo	Target	Descrizione Azione	Attori	Tempi	Indicatori Risultato	Risultato atteso	Stato di realizzazione
Realizzare la carta dei servizi "Guida al Policlinico"	Cittadini Utenti Altri operatori sanitari	1. Elaboraz. della Guida 2. Pubblicaz. sul sito 3. Stampa e diffusione	UUOO Comunicaz. Qualità	1. Giu 2015	Si/No	Si	Trasmessa bozza alla DG il 23/10/15
				2. Giu 2015	Si/No	Si	Prevista pubblicazione entro dic 2015
				3. Dic 2015	Stampa n. 35.000 Si/No	Si	Rinviata al 2016
Stampare la "Carta della accoglienza" e il segnalibro "Diritti e Doveri degli Utenti"	Pazienti ricoverati Utenti	1. Stampa e distribuzione nelle UUOO 2. Plastificaz. e affissione nelle UUOO	UUOO Comunicaz.	1.Gen-Dic 2015	Stampa n. 15.000 Carta Si/No	Si	Obiettivo realizzato
					Stampa n. 35.000 Segnalibro Si/No	Si	Obiettivo realizzato
				2. Apr 2015	Stampa n. 50 copie plastificate	Si	Obiettivo realizzato
Obiettivo Operativo	Target	Descrizione Azione	Attori	Tempi	Indicatori Risultato	Risultato atteso	Stato di realizzazione
Affinare il sistema di gestione reclami	Operatori Cittadini Utenti CCA	1. Elaboraz report 2. Pubblicaz sui siti 3. Informatiz URP	Staff Comunicaz. URP	1-2. Lug 2015 e Gen 2016	Report redatto e pubblicato	N° 2	Report 1° sem pubblicato il 20/07/15
				3. Correlato al progetto regionale	Informatizzazione URP Si/No	Si	Correlato al progetto regionale
Valorizzare le indagini di customer satisfaction	Cittadini Utenti Operatori	1. Elaboraz report 2. Pubblicaz sui siti 3A. Analisi criticità e individuaz azioni di miglioram. 3B. Realizzaz azioni	Staff Comunicaz. URP Qualità CCA	1-2.Gen 2016	Report redatto e pubblicato	Si	Report 1° sem pubblicato il 13/07/15
				3A. Gen-Feb 2016	Piano miglioram. redatto	Si	Scadenza 2016
				3B. Dic 2016	Azioni realizzate	≥ 50% delle azioni previste	Scadenza 2016

Obiettivo Operativo	Target	Descrizione Azione	Attori	Tempi	Indicatori Risultato	Risultato atteso	Stato di realizzazione
Diffondere raccomand. x comunicare eventi avversi	Operatori	Realizzare corso di formazione	Staff Formazione Comunicaz. Risk Manag.	Dic 2015	Si/No	Si	Corso rinviato al 2016
Facilitare la comunicaz. operatori e utenti stranieri	Utenti stranieri Operatori	Rinnovo contratto per servizio mediazione linguistica	Staff Comunicaz.	Gen-Dic 2015	Si/No	Si	Obiettivo realizzato
Obiettivo Operativo	Target	Descrizione Azione	Attori	Tempi	Indicatori Risultato	Risultato atteso	Stato di realizzazione
Sviluppare conoscenza/ consapevolezza sul tema del fumo	Operatori	Realizzare il corso "Verso Ospedali liberi dal fumo"	Staff Formazione Ed. Salute	Dic 2015	Si/No	Si	Obiettivo realizzato
Realizzare materiale informativo per pazienti cronici	Pazienti Cronici target	1. Elaboraz. n. 2 brochure 2. Pubblicaz. sul sito 3. Stampa e diffusione	UUOO Ed. Salute Comunicaz.	1-2 Giu 2015	Si/No	Si	Pubbligate il 26/06/15
				3. Dic 2015	Stampa n. 2.000 copie Si/No	Si	Obiettivo realizzato
Realizzare brochure su salute sess. e riprodutt. migranti	Donne immigrate STP o ENI	1. Elaboraz. brochure 2. Pubblicaz. sul sito 3. Stampa e diffusione	UUOO Ed. Salute Comunicaz.	1-2 Giu 2015	Si/No	Si	Pubblicata il 26/06/15
				3. Dic 2015	Stampa n. 500 copie Si/No	Si	Obiettivo realizzato
Obiettivo Operativo	Target	Descrizione Azione	Attori	Tempi	Indicatori Risultato	Risultato atteso	Stato di realizzazione
Promozione interventi Screening oncologici (utero, mammella, colon retto)	Residenti provincia Palermo	1. Sensibilizz. personale URP sul tema 2. Diffusione materiale informativo 3. Counseling di base e Orientamento al n° verde e sito Asp 4. Pubblicaz. sui siti istituz.	UUOO Comunicaz. URP UO Centro Gestionale Screening CCA	2015	1. Numero operatori URP formati	90% operatori	Obiettivo realizzato
					2. Materiale distribuito/ Materiale fornito	100% del materiale fornito	Obiettivo realizzato
					3. Si/No	Si	Obiettivo realizzato
					4. Si/No	Si	Obiettivo realizzato
Realizzare materiale informativo su uso del defibrillat.	Altri operat. Sanitari Luoghi pubblici strategici	1. Elaboraz. brochure 2. Pubblicaz. sul sito 3. Stampa e diffusione	Cardiologi UUOO Comunicaz.	1-2 Dic 2015	1-2 Si/No	Si	Obiettivo realizzato
				3. Dic 2015	Stampa n. 500 copie Si/No	Si	Pubblicata il 26/06/15

Condivisione metodologia di intervento tra URP e CCA e Identificaz. soggetti da coinvolgere nella RCS	Responsabili Aziendali e Presidenti CCA	Incontro di condivisione	Cfr. target	Nov-Dic 2014	Verbale di riunione	Verbale redatto	Obiettivo realizzato
					Identificaz. soggetti da coinvolgere	≥ 2	Obiettivo realizzato
Obiettivo Operativo	Target	Descrizione Azione	Attori	Tempi	Indicatori Risultato	Risultato atteso	Stato di realizzazione
Stipula accordi di collaboraz.	Soggetti da coinvolgere nella RCS	Sottoscrizione accordi	Direzioni Aziendali CCA Soggetti coinvolti	Avvio Nov-Dic 2014	Accordi stipulati	≥ 2	In corso di firma
Individuaz. e reclutamento riferimenti civici salute		Realizzazione Incontri di reclutamento	UUOO Comunicaz. CCA Soggetti coinvolti	2015	N° incontri realizzati	Valore obiettivo PAP 2015	In corso di programmaz
Obiettivo Operativo	Target	Descrizione Azione	Attori	Tempi	Indicatori Risultato	Risultato atteso	Stato di realizzazione
Diffusione risultati Piani Miglioram.	Operatori aziendali CCA RCS	1. Realizzaz. evento informativo 2. Pubblicaz. sui siti azioni miglioram.	UUOO Comunicaz. CCA Strutture aziendali coinvolte nei Piani	Dic 2015	1. Realizzaz. evento	Evento realizzato	
					2. Pubblicaz. sui siti	Azioni pubblic.	
Obiettivo Operativo	Target	Descrizione Azione	Attori	Tempi	Indicatori Risultato	Risultato atteso	Stato di realizzazione
Promuovere la visibilità del CCA nell'Azienda e tra gli utenti	Utenti interni Utenti esterni	1. Pubblicaz. e aggiornam. sezione sito per CCA 2. Elaboraz. e diffusione depliant su CCA	UU.OO. Comunicaz. CCA	1. Gen- Dic 2015	Si/No	Si	Obiettivo realizzato
				2. Giu 2015	Si/No	Si	Obiettivo realizzato
				Diffusione depliant entro 2015	Materiale distribuito/mater prodotto	100% del materiale prodotto	In corso di stampa

Totale azioni da realizzare entro dicembre 2015 = n. 31

Totale azioni realizzate entro ottobre 2015 = n. 21

% Realizzazione = 68%

3. L'AZIENDA OSPEDALIERA UNIVERSITARIA POLICLINICO "PAOLO GIACCONE"

3.1 L'AOUP Giaccone in breve

L'AOUP Giaccone, sede della Scuola di Medicina e Chirurgia dell'Università degli Studi di Palermo, è una struttura ospedaliera ad alta specializzazione che svolge **attività assistenziale** in condizioni di autonomia, erogando prestazioni sanitarie di diagnosi e cura in regime di ricovero ordinario in area medica e chirurgica, in elezione e da pronto soccorso, in day surgery e in day hospital, eroga prestazioni ambulatoriali e di day service, oltre a svolgere **attività di didattica e ricerca** concorrendo al perseguimento degli obiettivi istituzionali della Scuola di Medicina e Chirurgia.

Persegue le seguenti finalità:

- * **Erogare in modo efficiente prestazioni sanitarie e assistenziali**, da quelle di base a quelle di alta complessità, appropriate e di efficacia scientificamente dimostrata, avendo attenzione ai bisogni psicologici e sociali delle persone assistite;
- * **Garantire adeguati supporti assistenziali e attiva partecipazione alle attività di formazione** in campo biomedico e sanitario della Scuola di Medicina e Chirurgia e delle Professioni Sanitarie;
- * **Favorire l'attività di ricerca**, specialmente quella con significative e positive ricadute sull'attività assistenziale e di formazione.

3.2 L'AOUP Giaccone in cifre

- ✚ 87.500 MQ DI SUPERFICIE TOTALE
- ✚ 604 POSTI LETTO (520 ricovero ordinario, 48 day hospital, 20 riabilitazione e 16 lungodegenza)
- ✚ 10 DIPARTIMENTI ASSISTENZIALI + 1 DIPARTIMENTO AMMINISTRATIVO
- ✚ 17 SALE OPERATORIE
- ✚ 2.148 UNITÀ DI PERSONALE* (1.036 aziendali e 1.112 universitari * DATI AL 30.06.2015)
- ✚ 16.440 RICOVERI DEGENZA ORDINARIA** (** DATI AL 31.12.2014)
- ✚ 4.246 RICOVERI DAY HOSPITAL**
- ✚ 6.399 INTERVENTI CHIRURGICI ORDINARI**
- ✚ 3.891 INTERVENTI CHIRURGICI DH**
- ✚ 52.961 ACCESSI AL PRONTO SOCCORSO**
- ✚ 399.868 PRESTAZIONI AMBULATORIALI**

4. ANALISI DELLO SCENARIO

4.1 Scenario interno

Dal punto di vista strutturale, l'Azienda presenta **un'articolazione a padiglioni**: alcuni dipartimenti raggruppano tutte, o quasi tutte, le unità operative che lo costituiscono all'interno dello stesso plesso, mentre altri dipartimenti sono caratterizzati da reparti tra loro distanziati, ciascuno dotato di una propria portineria. Una **dislocazione così frammentata** richiede un **elevato sforzo se si vuole realizzare un sistema d'informazione e comunicazione** quanto più possibile capillare e diffuso. I servizi centralizzati d'interfaccia con l'utenza (URP, CUP, Centralino) non possono ovviamente soddisfare questa esigenza e ciò causa un inevitabile deficit di contatto e conoscenza delle reali esigenze dell'utenza.

Ulteriore criticità è rappresentata dalla **estesa e impegnativa opera di ristrutturazione** edilizia, in atto dal 2012, che ha comportato inevitabili **pesanti ricadute** soprattutto sugli aspetti legati all'**accessibilità fisica** (parcheggi, viabilità, segnaletica, etc.) e conseguenti disagi per gli utenti e gli operatori. L'investimento effettuato, pari a circa 42 milioni di euro, riconsegnerà agli utenti e agli operatori un Policlinico più moderno e più funzionale e permetterà alla maggior parte delle strutture di essere collegate tra loro tramite tunnel sotterranei, superando così, almeno in parte, la criticità edilizia dei "padiglioni", migliorando l'efficienza assistenziale e la sicurezza per i pazienti e per gli operatori sanitari.

L'AOUP Giaccone ha inoltre messo in atto azioni per la **ridefinizione della propria offerta** in relazione alle indicazioni regionali, alla tipologia della casistica trattata, sempre più caratterizzata da patologie croniche e oncologiche, e conseguentemente ha attuato un'importante **rimodulazione dei dipartimenti e delle unità operative** che ha portato all'adozione del **nuovo Atto aziendale e della pianta organica** in linea con **le direttive dell'Assessorato della Salute**, secondo quanto previsto dalla rimodulazione della rete ospedaliera-territoriale della Regione Sicilia, e nel rispetto del **Protocollo d'Intesa Università-Regione**.

4.2 Scenario esterno

Gli obiettivi previsti dal PSR, e successivamente dal POCS "Programma Operativo di Consolidamento e Sviluppo", sono attuati dalle Aziende nella programmazione sanitaria locale attraverso i **Piani Attuativi Aziendali** che si configurano, quindi, come il contributo organizzativo/operativo delle Aziende alle linee d'intervento indicate nel PSR.

In questo scenario di profonda trasformazione del sistema, è necessario strutturare un adeguato **processo comunicativo diretto a governare la complessità nel cambiamento** e influire sulla capacità di orientamento delle persone, non solo riguardo alle modalità di accesso ai servizi, ma anche sugli aspetti organizzativi del sistema per la salute.

Un elemento strategico per affrontare e superare la difficoltà condivisa di "comunicare il cambiamento" può essere rappresentato da un percorso di **collaborazione tra Assessorato della Salute, Aziende sanitarie e Associazioni di cittadini** presenti all'interno dei Comitati Consultivi, organismi istituzionali delle Aziende Sanitarie siciliane, istituiti per puntare sulla **partecipazione della società civile all'attuazione degli obiettivi** inerenti al miglioramento della qualità dei servizi offerti e della comunicazione fra la struttura sanitaria e gli utenti.

Un altro importante progetto regionale in corso, riguarda la costituzione della **Rete Civica della Salute** che si fonda sull'idea che cittadini informati e consapevoli possano diventare protagonisti attivi nelle scelte relative alla propria salute, utilizzando al meglio le risorse del SSR.

Il progetto prevede il reclutamento dei "**Riferimenti Civici della Salute**", cioè cittadini rappresentativi delle diverse realtà locali che, entrando in "rete", possono **offrire il proprio contributo nel diffondere informazioni sui temi della salute**.

5. GLI STAKEHOLDER

L'AOUP Giaccone, in quanto Azienda sanitaria pubblica, ha un elevato numero di stakeholder, cioè di soggetti che hanno un interesse particolare nei confronti dell'Azienda stessa.

Innanzitutto i **pazienti** e le loro **famiglie**, i **dipendenti** e i **collaboratori**, gli **interlocutori istituzionali e politici**, gli **organismi di tutela** e le **associazioni di volontariato**, le organizzazioni **sindacali**, i **media** e i cittadini tutti. L'AOUP dovrà quindi, come da sua missione, tenere conto delle esigenze di tutte queste categorie di soggetti, ricorrendo nella comunicazione all'uso di **strumenti e linguaggi diversi al fine di raggiungere i molteplici pubblici di riferimento**, tenendo conto delle predisposizioni e dei codici interpretativi propri di ciascun interlocutore.

6. LO STAFF COMUNICAZIONE E INFORMAZIONE E L'URP (BACK OFFICE E FRONT OFFICE)

Iniziata nel 2005, l'attività di comunicazione in ambito aziendale è andata nel tempo sviluppandosi e consolidandosi principalmente nelle **relazioni esterne con gli utenti**, i cittadini, gli organismi istituzionali, le associazioni di volontariato, e nelle **relazioni interne con i dipendenti**.

Lo Staff Comunicazione riassume in sé varie funzioni, strettamente correlate tra loro: la comunicazione al cittadino, compresi **l'ascolto e la relazione con il pubblico**, la gestione delle **segnalazioni/reclami**, la rilevazione della **qualità percepita**, la proposizione di **correttivi per migliorare la qualità delle prestazioni**, l'elaborazione del **Piano di Comunicazione aziendale**, il rafforzamento di **partnership con Associazioni e Istituzioni**, la **comunicazione interna**, l'organizzazione di **eventi** e tutte le altre **forme di comunicazione/informazione** (elaborazione della Carta dei Servizi, di opuscoli informativi, presenza pubblicitaria sui mezzi Seat, etc). Inoltre, poiché allo stato attuale all'interno dell'AOUP è assente la figura di addetto stampa, la **Responsabile dello Staff si occupa anche di curare i rapporti con i media e i giornalisti**.

È importante però sottolineare che, **ogni dipendente**, pur nella peculiarità della sua funzione, è **parte attiva nella definizione dell'immagine aziendale e partecipa** quindi al più ampio **processo di comunicazione**. È quindi opportuno che questa consapevolezza sia ben radicata in ciascun operatore nello svolgimento delle sue mansioni. Si tratta di un traguardo al quale tendere con determinazione al fine di evitare che messaggi errati o parziali compromettano l'efficacia degli sforzi messi in campo.

7. GLI OBIETTIVI DELLA COMUNICAZIONE

Riguardo alla **comunicazione con il cittadino**, l'obiettivo strategico di comunicazione è **diffondere la cultura dell'attenzione all'utenza**, perseguendo i seguenti obiettivi specifici:

- 🚦 **Migliorare l'accoglienza**, facilitando l'accesso e garantendo il diritto all'informazione;
- 🚦 **Elevare il livello di ascolto e partecipazione degli utenti**, singoli o associati;
- 🚦 **Migliorare la comunicazione nell'ambito della gestione del rischio clinico**;
- 🚦 **Diffondere la cultura della promozione e dell'educazione alla salute**;
- 🚦 **Promuovere l'immagine aziendale** anche attraverso l'acquisto di spazi televisivi su programmi di informazione medico-scientifica o advertorial su riviste dedicate.

Gli obiettivi di **comunicazione interna** puntano a formare, informare, favorire la flessibilità e la **disponibilità al cambiamento dei dipendenti**, per accelerare lo sviluppo dei processi, permettere di gestire percorsi legati ai cambiamenti organizzativi e sviluppare una cultura aziendale comune.

Gli obiettivi specifici sono:

- 🚦 **Sviluppare la cultura del servizio orientato all'utenza**;
- 🚦 **Aumentare la motivazione e il coinvolgimento del personale**, facilitare la comunicazione orizzontale per favorire il clima di gruppo e creare senso di appartenenza all'Azienda;
- 🚦 **Promuovere iniziative che favoriscano la conoscenza dell'organizzazione**, i suoi servizi e le strategie al pubblico interno.

8. I DESTINATARI

All'interno del Piano, l'**individuazione dei pubblici di riferimento** e delle rispettive caratteristiche, rappresenta il passaggio fondamentale per **spostarsi dagli obiettivi strategici e comunicativi astratti a un livello più operativo legato alle azioni concrete di comunicazione.**

Pubblico Esterno:

- **Cittadini-utenti**, cioè i beneficiari dei servizi;
- **Comitati Consultivi Aziendali**;
- **Istituzioni** (enti pubblici di riferimento);
- **Altri operatori sanitari** (medici di altre aziende sanitarie, medici di medicina generale, pediatri di libera scelta, medici convenzionati, ecc);
- **Organizzazioni del terzo settore - Imprese private**;
- **Media** (agenzie di stampa, quotidiani, periodici, stampa locale, stampa specialistica, TV, radio locali, internet, media on-line).

Pubblico Interno:

- **Dipendenti e collaboratori.**

Sono **Pubblici Influenti**, gli enti o le persone che hanno influenza politica e sociale (università, sindacati, ordini professionali, istituti di formazione, associazioni di consumatori).

9. LA PROGETTAZIONE OPERATIVA

9.1 Attività e strumenti

L'obiettivo generale delle strategie di comunicazione dell'AOUP è quello di **mettere al centro** della propria attività le **esigenze dei cittadini e degli operatori**, per sviluppare un rapporto caratterizzato da **fiducia, affidabilità e credibilità**, attraverso l'utilizzo di un **linguaggio chiaro, semplice e comprensibile** per ridurre l'**asimmetria informativa tra professionisti/struttura sanitaria** da una parte e **cittadini** dall'altra.

Questo approccio, orientato al dialogo e all'interazione sia con gli utenti sia con i professionisti, deve garantire uno **scambio di informazioni** che può avvalersi di **diversi strumenti e canali informativi** quali:

- **comunicazione cartacea**: carta dei servizi, brochure, opuscoli, poster, altre pubblicazioni;
- **comunicazione interattiva**: centralino, URP, CUP, numero verde, punti informativi;
- **comunicazione on line**: sito, carta dei servizi, intranet, posta elettronica, mailing list;
- **presenza negli spazi aziendali**: segnaletica, cartellonistica;
- **presenza sui mezzi d'informazione di massa**: stampa, radio e televisione;
- **organizzazione di eventi**: convegni, conferenze, seminari.

I diversi strumenti disponibili saranno utilizzati per realizzare **azioni di comunicazione organizzativa integrata**, superando il tradizionale dualismo tra "comunicazione interna" ed "esterna", intendendo invece **l'una il continuum dell'altra.**

9.2 AREE D'INTERVENTO

Le attività comunicative che si intendono realizzare nel corso del 2016 riguarderanno le seguenti **aree d'intervento**:

9.2.1 Accoglienza

La sopracitata **rimodulazione dell'organizzazione aziendale**, descritta nel nuovo Atto aziendale adottato con deliberazione n. 844 del 29.09.2015, ha introdotto **numerosi cambiamenti**: dal **logo aziendale** che recepisce l'attuale versione del marchio dell'Ateneo palermitano, ai profondi **mutamenti di alcuni dipartimenti e unità operative**.

Tali modifiche comporteranno inevitabilmente la **necessità di aggiornare gli strumenti informativi rivolti all'utenza già esistenti**.

Pertanto, per **facilitare gli utenti nell'utilizzo della struttura** e per garantire il loro diritto all'informazione, si prevede l'**aggiornamento e la diffusione**, sia in formato cartaceo sia on line, della "**Carta dei Servizi - Guida al Policlinico Paolo Giaccone**", che contiene informazioni generali, e in parte specifiche, sulla struttura e **sulla nuova organizzazione dell'AOUP** e della "**Carta dell'accoglienza**" di unità operativa che contiene **informazioni specifiche sul reparto** in cui avviene il ricovero. Le Carte dell'accoglienza plastificate saranno anche affisse nelle unità operative (in italiano, **inglese, francese, arabo e hindi**). Sarà inoltre necessario, parallelamente, aggiornare le informazioni presenti sul **sito aziendale www.policlinicogiaccone.it** e sullo **spazio pubblicitario** dedicato al Policlinico Giaccone all'interno dei **mezzi SEAT**.

Obiettivo generale	Obiettivo Operativo	Target	Descrizione Azione	Attori	Periodo di realizzazione	Indicatori Risultato	Risultato atteso	Budget
Facilitare l'accesso ai servizi offerti	Stampare e diffondere la Carta dei Servizi (CdS) aggiornata	Cittadini Utenti Altri operatori sanitari	1. Aggiornam della CdS 2. Pubblicaz. sul sito 3. Stampa e diffusione	Comunicaz Area Provedit.	1. Giu 2016	Si/No	Si	€ 0
					2. Giu 2016	Si/No	Si	€ 0
					3. Dic 2016	Stampa CdS n. 35.000 Si/No	Si	€ 8.500
Fornire info sul reparto di ricovero a pz italiani e stranieri	Stampare e diffondere la "Carta della accoglienza" aggiornata e tradotta in altre 4 lingue	Pazienti ricoverati italiani e stranieri	1. Stampa e distribuzione nelle UUOO 2. Plastificaz. e affissione nelle UUOO	Comunicaz UU.OO. Provedit.	1. Gen-Dic 2016	Stampa CdA n. 20.000 Si/No	Si	€ 2.000
					2. Giu 2016	Stampa n. 100 copie plastificate Si/No	Si	€ 300
Fornire info sui diritti e doveri degli utenti	Segnalibro "Diritti e Doveri degli Utenti"	Cittadini Utenti Altri operatori sanitari	Stampa e diffusione segnalibro	Comunicaz Provedit.	1. Gen-Dic 2016	Stampa n. 35.000 Segnalibro Si/No	Si	€ 700

9.2.2 Ascolto, partecipazione e tutela

La **gestione di un sistema di raccolta dei reclami** rappresenta una delle modalità fondamentali con la quale l'Azienda, attraverso l'URP, si impegna ad **ascoltare e comprendere le esigenze degli utenti**. Il reclamo costituisce infatti una precisa espressione di disagio dell'utente e diventa pertanto una preziosa **risorsa a cui attingere per conoscere il punto di vista** dei cittadini e **migliorare la comunicazione e la fiducia** di questi nei confronti dell'Azienda.

Espressione della valutazione della **qualità dei servizi offerti**, le segnalazioni di disservizio sono oggetto di **analisi e monitoraggio semestrale**. Al termine del **primo semestre**, l'URP elabora un report che viene diffuso **solo all'interno** dell'Azienda mentre la **relazione annuale** viene pubblicata **anche sul sito aziendale**.

Nel 2016, grazie al progetto regionale attualmente in corso, si prevede l'adozione di un **sistema informatizzato di raccolta** delle segnalazioni degli utenti e di **monitoraggio delle azioni correttive** intraprese a seguito dei reclami stessi.

Altro prezioso strumento di ascolto dei cittadini, finalizzato al miglioramento della qualità dei servizi, è la **rilevazione della soddisfazione dell'utenza**. Il Policlinico, attraverso l'URP, **verifica periodicamente il grado di soddisfazione** degli utenti ricoverati o ambulatoriali, attraverso le cosiddette **indagini di customer satisfaction**. Dopo aver informato e acquisito il consenso degli utenti, a distanza di un mese circa dall'avvenuta prestazione, vengono effettuate delle **interviste telefoniche**, ad un orario concordato, per avere informazioni utili sulla qualità dei servizi erogati dall'Azienda. I dati ottenuti, contribuiscono all'alimentazione del data base del **sistema regionale per la qualità percepita** e vengono utilizzati per **attivare politiche di miglioramento**

Obiettivo generale	Obiettivo Operativo	Target	Descrizione Azione	Attori	Periodo di realizzazione	Indicatori Risultato	Risultato atteso	Budget
Migliorare ascolto e partecipaz dei cittadini-utenti	Affinare il sistema gestione reclami	Operatori Cittadini Utenti CCA	1. Elaboraz report reclami 2. Pubblicaz sul sito 3. Informatizz URP	URP Qualità CCA	1-2. Lug 2016 e Gen 2017	Report pubblicati	N° 2 report	€ 0
					3. Correlato al progetto regionale	Informatizzaz URP Si/No	Sì	Correlato ai costi del progetto regionale
	Valorizzare indagini di customer satisfaction	Operatori Cittadini Utenti CCA	1. Elaboraz report c. s. 2. Pubblicaz sul sito 3A. Analisi criticità e individuaz azioni di miglioramento 3B. Realizzaz azioni	URP Qualità CCA	1-2.Gen 2017	Report pubblicato	Sì	€ 0
					3A. Gen-Feb 2017	Piano di miglioramento redatto	Sì	€ 0
				3B. Dic 2017	Azioni realizzate	≥ 50% delle azioni previste	Correlato al piano di miglioram Ricade su budget 2017	

9.2.3 Sicurezza e rischio clinico

L'AOUP Giaccone promuove già da alcuni anni la **Gestione del Rischio Clinico (GRC)** quale strumento del governo clinico, nella consapevolezza che l'adozione di strategie operative, finalizzate alla **riduzione degli errori**, possa portare numerosi **vantaggi** tra i quali: aumentare la **sicurezza del paziente** e la **tutela degli operatori**, migliorare l'**efficienza**, la **qualità** e l'**immagine aziendale** e del **SSR**, contenere i **costi assicurativi**.

Per il 2016, si proporrà un'azione rivolta agli operatori per diffondere le **raccomandazioni ministeriali sulla gestione e comunicazione degli eventi avversi**, prevedendo **percorsi formativi specifici** che tendano a sviluppare le **abilità comunicative con gli utenti**, soprattutto per la comunicazione **degli eventi avversi**.

Si prevede inoltre di rinnovare il servizio d'**interpretariato telefonico multilingue** per favorire la **comunicazione tra il personale sanitario e i pazienti/utenti stranieri**. Il servizio è pensato per mettere a proprio agio l'utente straniero, evitandogli lo sforzo di parlare in una lingua che non gli appartiene e permette, mediante un collegamento a un call center attivo h 24, di tradurre simultaneamente la conversazione tra sanitario e paziente in 20 lingue diverse. Il servizio sarà utilizzato anche per la **traduzione di alcuni strumenti informativi** in almeno 4 lingue (inglese, francese, arabo e hindi).

Obiettivo generale	Obiettivo Operativo	Target	Descrizione Azione	Attori	Periodo di realizzazione	Indicatori Risultato	Risultato atteso	Budget
Migliorare comunicaz. nell'ambito della GRC	Diffondere le raccomandaz. per gestire e comunicare eventi avversi	Operatori	Realizzare corso di formazione	Formazione Comunicaz UO Risk Management	Dic 2016	Si/No	Si	Cfr Piano Formaz 2016
Abbatte le barriere linguistiche	Facilitare la comunicaz. tra operatori e utenti stranieri	Utenti stranieri Operatori	Rinnovo contratto per servizio mediazione linguistica	Comunicaz Proveditor.	Gen-Dic 2016	Si/No	Si	€ 23.000

9.2.4 PROMOZIONE ED EDUCAZIONE ALLA SALUTE

L'UO aziendale per la **Promozione e l'Educazione alla Salute**, fin dalla sua istituzione, si è posta l'obiettivo di favorire **comportamenti e stili di vita benefici per la salute**, guidare nella **scelta dei servizi sanitari più appropriati**, sviluppare le capacità di **partecipare attivamente alle cure ospedaliere, ambulatoriali e domiciliari**, incentivare la **qualità delle relazioni terapeutiche**.

Per l'anno 2016, si prevede l'aggiornamento e la stampa di **brochure** da consegnare ai pazienti **ricoverati per diabete di tipo 2** o per **scompenso cardiaco** e un pieghevole sull'ambulatorio di **ginecologia per le donne immigrate con codice STP o ENI**.

Obiettivo generale	Obiettivo Operativo	Target	Descrizione Azione	Attori	Periodo di realizzazione	Indicatori Risultato	Risultato atteso	Budget
Facilitare i percorsi integrati ospedale-territorio x pz cronici	Aggiornare brochure per pz cronici (diabete 2, scompenso)	Pazienti cronici target	1. Revisione brochure 2. Pubblicaz. sul sito 3. Stampa e diffusione	Ed. Salute Comunicaz Proveditor	1-2 Giu 2016	Si/No	Si	€ 0
					3. Dic 2016	Stampa n. 1.000 copie x brochure Si/No	Si	€ 300
Offrire assistenza e info alle donne migranti	Aggiornare brochure sul percorso salute sess. e riproduttiva delle migranti	Donne immigrate STP o ENI	1. Revisione brochure 2. Pubblicaz. sul sito 3. Stampa e diffusione	Ed. Salute Comunicaz Proveditor	1-2 Giu 2016	Si/No	Si	€ 0
					3. Dic 2016	Stampa n. 500 copie Si/No	Si	€ 150

10. IL BUDGET PER LA COMUNICAZIONE

Le **risorse economiche** per la realizzazione delle azioni previste potranno essere individuate, secondo quanto **prescritto al punto 9 della Direttiva 7 febbraio 2002 della Presidenza del Consiglio dei Ministri** (*..“Le amministrazioni si impegnano a individuare nel proprio bilancio un capitolo dedicato alle spese complessive per la comunicazione e informazione pubblica in una percentuale non inferiore al 2% delle risorse generali.”*), recepita dalla **Regione Siciliana nella L.R. 26-03-2002 n. 2**: in particolare sono attivati **specifici Conti Economici**, con risorse finalizzate alla realizzazione delle attività indicate nel presente Piano.

Eventuali iniziative **non programmate** ma ritenute **strategiche e urgenti**, potranno essere autorizzate dalla Direzione aziendale.

10.1 Piano di spesa

DESCRIZIONE ATTIVITA'	COSTO STIMATO
Contratto SEAT Pagine Gialle per spazio pubblicitario su elenco telefonico 2016-2017 e sul sito SEAT	€ 1.800,00 (IVA compresa)
Contratto per servizio interpretariato telefonico	€ 23.000, 00 (IVA compresa speso 2015)
Stampa Carta dei servizi - Guida al Policlinico , opuscolo formato A5 di n. 36 pag. in quadricromia, n° 35.000 copie	€ 8.500,00 (IVA compresa)
Stampa Carta dell'Accoglienza , dépliant formato A4 di n. 3 facciate in quadricromia, n° 20.000 copie	€ 2.000,00 (IVA compresa)
Stampa Carta dell'Accoglienza plastificata , cartello da affiggere nelle UUOO, formato A3 n° 100 copie	€ 300,00 (IVA compresa)
Stampa Diritti e Doveri dei pazienti , segnalibro in cartoncino in quadricromia, n° 35.000 copie	€ 700,00 (IVA compresa)
Stampa brochure per Educazione alla Salute , n° 3 dépliant per diabete, scompenso, donne immigrate, formato A4 di n. 3 facciate in quadricromia, totale n° 2.500 copie	€ 450,00 (IVA compresa)
Acquisto spazi pubblicitari televisivi su programmi di informazione medico-scientifica o advertorial su riviste dedicate	€ 20.000,00
TOTALE	€ 56.750,00

11. LA MISURAZIONE DEI RISULTATI

11.1 Le modalità e gli strumenti di valutazione

L'attuazione del presente Piano sarà accompagnata da **un'attività di monitoraggio e valutazione**, finalizzata a **misurare i risultati e gli effetti** delle specifiche azioni di comunicazione e **l'efficacia degli strumenti utilizzati**.

Il monitoraggio dei risultati sarà realizzato attraverso il ricorso a **strumenti di rilevazione**, quali le segnalazioni e i reclami legati alle problematiche relazionali o alla scarsa conoscenza dei servizi e delle modalità di accesso, le **risposte inerenti all'area informazione** nei questionari delle indagini di customer satisfaction, **le uscite sui media** a seguito dell'invio di comunicati stampa, la **diffusione delle pubblicazioni** informative ai degenti (guide, carta accoglienza).



Azienda Ospedaliera Universitaria
"Policlinico Paolo Giaccone"
di Palermo



*Direzione Generale
Staff Comunicazione e Informazione*

TABELLA RIEPILOGATIVA INIZIATIVE DI COMUNICAZIONE INTEGRATA

Obiettivo generale	Obiettivo Operativo	Target	Descrizione Azione	Attori	Tempi	Indicatori Risultato	Risultato atteso	Budget
Facilitare l'accesso ai servizi offerti	Stampare e diffondere la Carta dei Servizi (CdS) aggiornata	Cittadini Utenti Altri operatori sanitari	1. Aggiornam della CdS 2. Pubblicaz. sul sito 3. Stampa e diffusione	Comunicaz Area Provveditor.	1. Giu 2016	Si/No	Si	€ 0
					2. Giu 2016	Si/No	Si	€ 0
					3. Dic 2016	Stampa CdS n. 35.000 Si/No	Si	€ 8.500
Fornire info sul reparto di ricovero a pz italiani e stranieri	Stampare e diffondere la "Carta della accoglienza" aggiornata e tradotta in altre 4 lingue	Pazienti ricoverati italiani e stranieri	1. Stampa e distribuzione nelle UUOO 2. Plastificaz. e affissione nelle UUOO	Comunicaz UU.OO. Provveditor.	1. Gen-Dic 2016	Stampa CdA n. 20.000 Si/No	Si	€ 2.000
					2. Giu 2016	Stampa n. 100 copie plastificate Si/No	Si	€ 300
Fornire info sui diritti e doveri utenti	Segnalibro "Diritti e Doveri degli Utenti"	Cittadini Utenti Altri operatori sanitari	Stampa e diffusione segnalibro	Comunicaz Provveditor.	1. Gen-Dic 2016	Stampa n. 35.000 Segnalibro Si/No	Si	€ 700
Obiettivo generale	Obiettivo Operativo	Target	Descrizione Azione	Attori	Tempi	Indicatori Risultato	Risultato atteso	Budget
Migliorare ascolto e partecipaz dei cittadini-utenti	Affinare il sistema gestione reclami	Operatori Cittadini Utenti CCA	1. Elaboraz report reclami 2. Pubblicaz sul sito 3. Informatizz URP	URP Qualità CCA	1-2. Lug 2016 e Gen 2017	Report pubblicati	N° 2 report	€ 0
					3. Correlato al progetto regionale	Informatizz URP Si/No	Si	Correlato a costi progetto regionale
	Valorizzare indagini di customer satisfaction	Operatori Cittadini Utenti CCA	1. Elaboraz report c.s. 2. Pubblicaz sul sito 3A. Analisi criticità e individuazione azioni di miglioramento 3B. Realizzaz azioni	URP Qualità CCA	1-2.Gen 2017	Report pubblicato	Si	€ 0
					3A. Gen-Feb 2017	Piano di miglioramento redatto	Si	€ 0
					3B. Dic 2017	Azioni realizzate	≥ 50% delle azioni previste	Correlato al piano di miglior. Ricade su budget 2017
Obiettivo generale	Obiettivo Operativo	Target	Descrizione Azione	Attori	Tempi	Indicatori Risultato	Risultato atteso	Budget
Migliorare comunicaz nell'ambito della GRC	Diffondere le raccomandaz per gestire e comunicare eventi avversi	Operatori	Realizzare corso di formazione	Formazione Comunicaz UO Risk Management	Dic 2016	Si/No	Si	Cfr Piano Formaz 2016
Abbattere le barriere linguistiche	Facilitare la comunicazione tra operatori e utenti stranieri	Utenti stranieri Operatori	Rinnovo contratto per servizio traduzione	Comunicaz Provveditor.	Gen-Dic 2016	Si/No	Si	€ 23.000

Obiettivo generale	Obiettivo Operativo	Target	Descrizione Azione	Attori	Tempi	Indicatori Risultato	Risultato atteso	Budget
Facilitare i percorsi integrati ospedale-territorio x pz cronici	Aggiornare brochure per pz cronici (diabete 2, scompenso)	Pazienti cronici target	1. Revisione brochure 2. Pubblicaz. sul sito 3. Stampa e diffusione	Ed. Salute Comunicaz Provveditor.	1-2 Giu 2016	Si/No	Sì	€ 0
					3. Dic 2016	Stampa n. 1.000 copie x brochure Si/No	Sì	€ 300
Offrire assistenza e info alle donne migranti	Aggiornare brochure sul percorso salute sess. e riproduttiva delle migranti	Donne immigrate STP o ENI	1. Revisione brochure 2. Pubblicaz. sul sito 3. Stampa e diffusione	Ed. Salute Comunicaz Provveditor.	1-2 Giu 2016	Si/No	Sì	€ 0
					3. Dic 2016	Stampa n. 500 copie Si/No	Sì	€ 150