



Direzione Generale  
Staff Comunicazione e URP

# Piano Aziendale Comunicazione Anno 2021



## **INDICE**

1	<b>LA COMUNICAZIONE PUBBLICA ALLA LUCE DELLA RECENTE NORMATIVA</b>	pag. 3
2	<b>LO STAFF COMUNICAZIONE E URP DELL'AOUP "PAOLO GIACCONE"</b>	pag. 4
3	<b>L'AZIENDA OSPEDALIERA UNIVERSITARIA POLICLINICO PAOLO GIACCONE</b>	pag. 6
4	<b>IL PIANO AZIENDALE DI COMUNICAZIONE 2021</b>	pag. 7
4.1	<b>IL CONTESTO</b>	pag. 7
4.2	<b>GLI STAKEHOLDER</b>	pag. 8
4.3	<b>GLI OBIETTIVI</b>	pag. 8
4.4	<b>GLI STRUMENTI</b>	pag. 9
5	<b>AREE D'INTERVENTO</b>	pag. 9
5.1	<b>ACCESSO AI SERVIZI</b>	pag. 10
5.2	<b>ASCOLTO, PARTECIPAZIONE E TUTELA</b>	pag. 10
5.3	<b>SICUREZZA E RISCHIO CLINICO</b>	pag. 11
5.4	<b>IMMAGINE AZIENDALE</b>	pag. 12
6	<b>IL BUDGET PER LA COMUNICAZIONE</b>	pag. 13
6.1	<b>PIANO DI SPESA</b>	pag. 13
7	<b>MODALITÀ DI COMUNICAZIONE DEL PIANO</b>	pag. 14
8	<b>LA MISURAZIONE DEI RISULTATI</b>	pag. 14
	<b>TABELLA RIEPILOGATIVA DELLE INIZIATIVE DI COMUNICAZIONE INTEGRATA</b>	pag. 15

## **1. LA COMUNICAZIONE PUBBLICA ALLA LUCE DELLA RECENTE NORMATIVA**

La Legge 150 del 2000 sulla “Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni” rappresenta, ad oggi, il caposaldo normativo della comunicazione pubblica, infatti, è la prima, e per ora unica, legge quadro sulla comunicazione pubblica.

Per la prima volta, una legge dello stato riconosce alla comunicazione il carattere di una risorsa prioritaria e indispensabile, la cui specifica natura è distinta da quella di ogni altra attività amministrativa, e rappresenta uno degli elementi principali dell’attività di una Pubblica Amministrazione.

Dall’emanazione della 150, la comunicazione pubblica si è sempre più legittimata quale obbligo istituzionale e al tempo stesso quale opportunità e risorsa da investire per determinare sostanziali cambiamenti nel rapporto tra cittadini e amministrazione.

Tuttavia, dopo quasi tre decenni di riforme tese a rendere la PA più aperta e trasparente (la legge 241 sull’accesso agli atti risale al 1990), oggi può dirsi che la loro ricaduta concreta dipende soprattutto da un elemento: la svolta dalla PA dell’adempimento a quella della realizzazione, basata sulla rilevazione dei bisogni del cittadino, sottoposta al suo giudizio e aperta alle sue proposte migliorative.

Molte delle riforme degli scorsi anni, sebbene dense di novità centrate su un nuovo protagonismo del cittadino (cittadinanza digitale, trasparenza totale, consultazioni pubbliche, performance “partecipata” etc), si presentano più come dichiarazioni d’intenti che come programmi operativi. Leggi che introducono innovazioni rilevanti ma che necessitano non solo di una fase di concretizzazione in termini organizzativi ma soprattutto di una forte condivisione fra i dipendenti pubblici e di consapevolezza fra i cittadini, in particolare sui temi di impatto pratico come i servizi digitali, nuovo perimetro della trasparenza, lo snellimento dei processi amministrativi e la valutazione.

Diventa pertanto indispensabile un aggiornamento della legge 150/2000, spesso inapplicata e oggi in gran parte inadeguata alla nuova PA, che tenga conto dell’evoluzione dei processi di comunicazione pubblica in senso digitale e che punti a mettere in primo piano la qualità del servizio al cittadino e la sua attiva partecipazione.

Alla base del rapporto tra cittadino e pubblica amministrazione vi è la necessità di rispondere in modo appropriato ai problemi e alle esigenze espressi dai primi. I soggetti pubblici devono, infatti, operare con la massima prossimità possibile al cittadino-utente in modo tale da interpretarne i relativi bisogni e da far coincidere la qualità attesa con la qualità erogata.

Ciò che giustifica, all’interno di un’istituzione pubblica, l’orientamento verso la qualità è la necessità di ascoltare per meglio comprendere i bisogni espressi dal cittadino, riconoscendo maggiore rilevanza al suo giudizio e migliorando le capacità comunicative dell’ente.

Inoltre, la recente normativa sulla trasparenza e integrità, espressa nel D. Lgs. 33/2013 “Riordino della disciplina riguardante gli obblighi di pubblicità, trasparenza e diffusione di informazioni da parte delle pubbliche amministrazioni”, sottolinea ancora di più il passaggio del ruolo del cittadino da semplice utente a quello di soggetto dotato di diritti di accesso alle informazioni e ribadisce il ruolo che la comunicazione assolve nella pubblica amministrazione.

Con tale normativa tutta l'attività dell'Azienda viene resa trasparente anche al fine di estendere il controllo e la verifica sull'operato della P.A. e migliorare così la partecipazione dei cittadini alla gestione della cosa pubblica.

Il D. Lgs. 97/2016 "Revisione e semplificazione delle disposizioni in materia di prevenzione della corruzione, pubblicità e trasparenza" amplifica il diritto del cittadino di accedere ai dati della PA, ribadendo il diritto del cittadino all'accesso civico "generalizzato": chiunque, senza motivazione, ha diritto di accedere ai dati e ai documenti prodotti dalla PA, non solo a quelli oggetto di pubblicazione obbligatoria, come previsto dal D. Lgs. 33/2013.

Con il decreto n. 2511/2013 "Approvazione delle linee guida per la stesura del Piano di comunicazione aziendale", l'Assessorato della Salute della Regione Sicilia ha "ritenuto di dover dotare le strutture di comunicazione (UU.OO. Comunicazione, UU.RR.PP. e Uffici stampa) delle Aziende sanitarie del S.S.R. di uno strumento metodologico per la redazione e implementazione dei singoli Piani di comunicazione aziendale" al fine di garantire un linguaggio comune nell'area, nonché definire ruoli e compiti di tutti gli attori che, a vario titolo, intervengono nei processi di comunicazione aziendale.

Il presente Piano, redatto dallo Staff "Comunicazione e URP" in linea con gli indirizzi regionali sopra richiamati, individua le strategie e gli obiettivi di comunicazione per l'anno 2021 dell'Azienda Ospedaliera Universitaria Policlinico "Paolo Giaccone" di Palermo (di seguito AOUP o Azienda), in stretto raccordo all'attuale fase organizzativa, alle priorità, ai pubblici di riferimento e alle risorse disponibili.

Alla redazione del Piano ha collaborato la Dott.ssa Gaia Butticè, afferente alla struttura Risk Management e Qualità, in qualità di social media manager, che ha implementato la parte relativa alla comunicazione sui social creando una pagina FB aziendale con la funzione di vetrina delle attività dell'AOUP "Paolo Giaccone" e inserendo nel piano di comunicazione la promozione di eventi e strumenti atti a trasmettere le attività aziendali su diverse piattaforme.

Il Piano illustra gli obiettivi di comunicazione di carattere generale e la loro declinazione in obiettivi operativi correlati a specifiche azioni da realizzare nel 2021 ma va pensato come strumento flessibile, aggiornabile e implementabile rispetto a obiettivi specifici che possono sopravvenire nell'arco di tempo considerato.

## **2. LO STAFF COMUNICAZIONE E URP DELL'AOUP "PAOLO GIACCONI"**

L'unità operativa semplice "Comunicazione e URP", nel nuovo Atto Aziendale dell'AOUP, è individuata tra le strutture in staff alla Direzione Generale.

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.

In particolare, l'Ufficio per le Relazioni con il Pubblico rappresenta un importante servizio per realizzare i principi di trasparenza e di semplificazione dell'attività svolta dall'Azienda.

L'URP riconosce e valorizza il diritto dei cittadini a essere informati, ascoltati, a ricevere una risposta chiara ed esauriente, favorendo il loro ruolo attivo e la loro partecipazione alle scelte dell'Azienda.

Le funzioni e i compiti istituzionali dell'URP vengono espletati su due livelli: il back office e il front office e sono:

- + Informazione, accoglienza e orientamento del cittadino: garantisce il diritto all'informazione sui servizi, sulle prestazioni e le loro modalità di erogazione allo scopo di facilitare e agevolare l'accesso ai servizi per i cittadini
- + Gestione delle segnalazioni dei cittadini: reclami, rilievi, suggerimenti, elogi
- + Realizzazione delle indagini di *customer satisfaction*, attraverso interviste telefoniche finalizzate a rilevare la qualità percepita dagli utenti sulle attività di ricovero e ambulatoriali
- + Attivazione del Fascicolo Sanitario Elettronico

L'area comunicazione svolge prevalentemente un'attività di back office che si estrinseca sia all'interno dell'Azienda che nei rapporti con altri stakeholder (altre Istituzioni, Aziende sanitarie, Associazioni, cittadini). Al back office competono le seguenti azioni principali:

- + Redazione del Piano di Comunicazione Aziendale
- + Report delle segnalazioni/reclami e delle indagini di *customer satisfaction*
- + Aggiornamento della Carta dei Servizi
- + Collaborazione con il Comitato Consultivo Aziendale e con la Rete Civica della Salute
- + Collaborazione con le Associazioni e le Istituzioni che compongono la Rete contro la violenza alle donne, ragazze/i, bambine/i della città metropolitana di Palermo
- + Collaborazione con l'unità operativa Educazione alla Salute per la diffusione delle campagne informative promosse dall'Assessorato della Salute
- + Realizzazione delle indagini sul benessere organizzativo
- + Gestione e realizzazione delle indagini di Audit Civico e di valutazione partecipata del grado di umanizzazione delle strutture di ricovero
- + Organizzazione di eventi e tutte le altre forme di comunicazione e informazione (elaborazione di opuscoli informativi, presenza su programmi di informazione medico-scientifica o su riviste dedicate, etc).

È importante però sottolineare che, oltre all'attività e alla professionalità delle strutture dedicate, la comunicazione deve essere avvertita e vissuta come patrimonio culturale di tutta l'Azienda in cui ciascuno partecipi alla sua costruzione e al suo sviluppo. 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.

Lo Staff Comunicazione e URP è a disposizione di tutti i colleghi per valutare insieme notizie, informazioni, iniziative, proposte di materiale informativo. La collaborazione con i professionisti che operano nei servizi dell'AOUP è infatti fondamentale per un'efficace e corretta diffusione delle informazioni.

La Responsabile dello Staff Comunicazione, a parte i compiti strettamente connessi alla comunicazione, è l'interfaccia tra la direzione strategica e le strutture organizzative sia assistenziali che amministrative e coordina il Comitato di budget aziendale per lo svolgimento delle attività connesse alla gestione del ciclo della performance (redazione del Piano triennale della Performance e della Relazione sulla Performance) e di monitoraggio degli obiettivi assegnati dall'Assessorato Salute al Direttore Generale.

Nello svolgimento di queste attività, mettendo a frutto anche le competenze acquisite nell'ambito della comunicazione, si pone come punto di riferimento per i Direttori dei dipartimenti e delle unità operative complesse e semplici dipartimentali, per l'Organismo Indipendente di Valutazione e per la Struttura Tecnica Permanente.

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

L'Azienda Ospedaliera Universitaria Paolo Giaccone è sede della Scuola di Medicina e Chirurgia dell'Università degli Studi di Palermo, e si caratterizza come strumento per la realizzazione, in forma integrata, delle finalità inerenti alla tutela della salute della collettività, obiettivo istituzionale del SSN, e della funzione didattico-formativa e di ricerca propria dell'Università.

Le funzioni e le attività dell'Azienda sono svolte dal personale ospedaliero e da quello universitario, secondo l'organizzazione definita dall'Atto aziendale.

L'AOU, sede di DEA (Dipartimento di Emergenza Urgenza e Accettazione) di secondo livello, costituisce per l'Università degli Studi di Palermo l'ente di riferimento per le attività assistenziali essenziali allo svolgimento delle funzioni istituzionali di didattica e di ricerca e ne garantisce la reciproca integrazione.

È una struttura di riferimento per tutto il panorama della Sicilia centro-occidentale e opera nell'area metropolitana di Palermo, il cui territorio coincide con quello della preesistente provincia, che si estende su una superficie di 5.009 km<sup>2</sup>, con una popolazione pari a 1.252.588 abitanti distribuiti su 82 comuni, con una densità di 250 ab/ km<sup>2</sup> (01.01.2019 – ISTAT).

L'AOU offre al proprio bacino di utenza, proveniente dalla suddetta area metropolitana e da parte delle province di Agrigento, Trapani e Caltanissetta, tutte le prestazioni ospedaliere previste dall'Assessorato Regionale Salute e per alcune branche è centro di riferimento regionale.

L'AOU organizza e gestisce le attività assistenziali 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.

In quanto sede di riferimento per la Scuola di Medicina e Chirurgia dell'Università di Palermo, garantisce l'integrazione delle attività di assistenza, didattica e ricerca, favorendo il trasferimento delle conoscenze acquisite con la ricerca clinica e l'adozione di nuove tecnologie nell'attività assistenziale e concorre al raggiungimento delle finalità proprie dell'Università anche attraverso la valorizzazione del personale in formazione.

L'Azienda ha un organico complessivo costituito da 1.969 operatori, di cui 520 dirigenti medici (211 universitari e 309 ospedalieri), 65 dirigenti sanitari (41 universitari e 24 ospedalieri), 41 dirigenti PTA (37 universitari e 4 ospedalieri) e 1.343 operatori del comparto (680 infermieri, 94 personale tecnico-sanitario, 15 della riabilitazione, 353 del ruolo tecnico e 201 del ruolo amministrativo).

Nel 2019, l'AOUP ha operato con una dotazione di posti letto pari a 534, di cui 514 per acuti e 20 per post acuti (assegnazione secondo D.A. n. 22/2019)

Con il nuovo Atto Aziendale, l'AOUP è articolata in 7 Dipartimenti ad Attività Integrata e 1 Dipartimento Amministrativo che svolge le azioni gestionali e di supporto amministrativo all'attività di linea, cui si aggiungono le strutture di Staff e le articolazioni alle dirette dipendenze della Direzione Generale e quelle alle dirette dipendenze del Direttore Sanitario.

Nell'AOUP operano inoltre numerose Associazioni che rappresentano il Comitato Consultivo Aziendale previsto dall'art. 9 della Legge regionale n. 5 del 14.04.2009 e collaborano con lo Staff Comunicazione e URP.

La normativa attribuisce grande importanza al miglioramento della comunicazione tra utenti e operatori del Sistema Sanitario, alla corretta informazione, alla tutela della dignità e della riservatezza, alla valorizzazione dell'attività di volontariato, all'accoglienza e all'accessibilità alle strutture ospedaliere, all'umanizzazione e alla personalizzazione delle relazioni medico-paziente.

Le organizzazioni di volontariato e di tutela dei diritti degli utenti del settore socio-sanitario e le associazioni rappresentative degli operatori del settore sanitario, inclusi gli Assistenti in formazione che caratterizzano l'AOUP, rappresentano interlocutori utili per garantire la qualità dei servizi e delle prestazioni sanitarie, chiamando l'Azienda a considerare il punto di vista degli utenti e la concomitante realtà accademica come elemento rilevante per orientare l'organizzazione Aziendale e l'operatività quotidiana.

## **4. IL PIANO AZIENDALE DI COMUNICAZIONE 2021**

### **4.1 IL CONTESTO**

L'anno 2020 è stato segnato da una crisi globale senza precedenti, dettata dall'emergenza Covid-19 che ha comportato la necessità, per tutte le aziende sanitarie, di governare al meglio questa crisi anche attraverso una adeguata comunicazione.

Mai come in questa fase è di cruciale importanza ciò che viene comunicato soprattutto in relazione alla necessità di rimodulazione organizzativa che richiede l'adattamento alle varie fasi di gestione delle misure di contrasto al SARS-CoV-2.

L'organizzazione dei servizi, infatti, varia alla luce dell'evolversi dell'andamento epidemiologico e ciascuna fase incide sulle modalità dell'offerta aziendale, accentuando il fabbisogno informativo dei cittadini e l'esigenza di una pianificazione flessibile, in grado di rivedere strategie e priorità comunicative ogni qual volta il contesto lo richiede.

Attraverso questa pianificazione, l'AOUP prosegue nell'implementazione e nel potenziamento delle diverse forme di comunicazione che possano migliorare il dialogo con i cittadini, con gli stakeholder e tra gli stessi dipendenti, valorizzando ulteriormente il potenziale comunicativo rappresentato dai canali social e dalle diverse forme di comunicazione digitale.

La situazione critica dovuta alla pandemia è stata acuita, a livello aziendale, dall'assenza del Direttore Generale dalla fine del 2019 e del Direttore Amministrativo da fine febbraio 2020. La gestione dell'emergenza sanitaria è stata nei fatti affidata unicamente al Direttore Sanitario fino ai primi di luglio, data in cui è stato nominato il Commissario Straordinario. A metà novembre 2020 si è insediato il nuovo Direttore Amministrativo e, alla fine dello stesso mese, va in pensione l'attuale Direttore Sanitario.

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 l'Assessorato della Salute, le Aziende sanitarie, le Associazioni di cittadini presenti all'interno dei Comitati Consultivi Aziendali e la Rete Civica della Salute, istituita a livello regionale 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.

## **4.2 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/utenti (reali e potenziali) e i loro familiari, i dipendenti e i collaboratori, gli interlocutori istituzionali e politici, gli organismi di tutela e le associazioni di volontariato, le organizzazioni sindacali, i media.

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.

## **4.3 GLI OBIETTIVI**

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;
-  Potenziare l'ascolto e la partecipazione degli utenti, singoli o associati;
-  Promuovere l'immagine aziendale.



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.

#### 4.4 GLI 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 che con i professionisti, deve garantire uno scambio di informazioni che può avvalersi di diversi strumenti e canali informativi quali:

- ✚ comunicazione cartacea: brochure, opuscoli, poster, altre pubblicazioni;
- ✚ comunicazione interattiva: centralino, URP, CUP, numero verde, punti informativi;
- ✚ comunicazione on line: sito, intranet, posta elettronica, mailing list;
- ✚ comunicazione social: pagina Facebook aziendale, con funzione di vetrina (nome pagina: Azienda Ospedaliera Universitaria Policlinico 'Paolo Giaccone', pubblica e raggiungibile dagli utenti del web, con logo aziendale e riferimenti - indirizzi, numeri di telefono - facilmente riconducibili alla struttura);
- ✚ 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.

#### 5. AREE D'INTERVENTO

Le azioni individuate per sviluppare l'attività di comunicazione dell'AOUP Giaccone nel 2021 coprono principalmente quattro macro ambiti di azione: l'accesso ai servizi, l'ascolto, la partecipazione e la tutela, la sicurezza e il rischio clinico, l'immagine aziendale.

## 5.1 ACCESSO AI SERVIZI

Facilitare l'accesso ai servizi attraverso un'adeguata organizzazione di varie e molteplici attività di informazione (sportelli informativi, segnaletica, carta dei servizi, sito web, etc) è uno dei principali impegni di comunicazione di una struttura sanitaria.

I cambiamenti introdotti dal nuovo Atto Aziendale, unitamente al restyling del logo voluto dal nuovo Commissario Straordinario, comportano inevitabilmente la necessità di aggiornare gli strumenti informativi già esistenti rivolti all'utenza.

Per facilitare gli utenti nell'utilizzo della struttura e per garantire il loro diritto all'informazione, si prevede l'aggiornamento e la pubblicazione sul sito aziendale della “**Carta dei Servizi - Guida al Policlinico**” che contiene informazioni generali e in parte specifiche, sulla struttura e sulla nuova organizzazione aziendale. Analogamente, si prevede l'aggiornamento della “**Carta dell'accoglienza**” di unità operativa che contiene informazioni specifiche sul reparto in cui avviene il ricovero.

Il **sito web istituzionale** rappresenta lo strumento principale della comunicazione aziendale, uno strumento necessariamente dinamico e in continua evoluzione, al servizio delle esigenze dell'utente attraverso il portale e degli operatori attraverso la rete intranet.

Nel corso di quest'anno, il sito è stato utilizzato, oltre che per veicolare informazioni relative all'AOUP, anche per amplificare le campagne di sensibilizzazione promosse dell'Assessorato della Salute sulle misure di contrasto al SARS-CoV-2 e più in generale sui corretti stili di vita, sull'adesione agli screening, sul corretto utilizzo del Pronto Soccorso, etc.

Il **sito web del servizio CUP** (Centro Unificato di Prenotazione) aziendale, recentemente aggiornato, rappresenta un front-office virtuale, cioè un vero e proprio servizio dell'AOUP che offre agli utenti un punto di accesso ai servizi di prenotazione delle visite specialistiche e degli esami di diagnostica strumentale.

## 5.2 ASCOLTO, PARTECIPAZIONE E TUTELA

Il sistema di **raccolta dei reclami** è una delle modalità fondamentali con cui l'Azienda, attraverso l'URP, si impegna ad ascoltare e comprendere le esigenze degli utenti. Il reclamo è un'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.

Le segnalazioni di disservizio sono oggetto di analisi e monitoraggio. Dopo il 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 entro gennaio dell'anno successivo.

Altro prezioso strumento di ascolto dei cittadini, è la **rilevazione della soddisfazione dell'utenza**. Il Policlinico, attraverso l'URP, verifica sistematicamente il grado di soddisfazione degli utenti ricoverati o ambulatoriali, realizzando le cosiddette indagini di *customer satisfaction*. A distanza di un mese circa dall'avvenuta prestazione, vengono effettuate delle interviste telefoniche per avere informazioni utili sulla qualità dei servizi erogati dall'Azienda.

I dati ottenuti vengono utilizzati per attivare politiche di miglioramento e confluiscono nel data base della piattaforma [www.qualitasiciliassr.it](http://www.qualitasiciliassr.it).

La **collaborazione con il Comitato Consuntivo Aziendale (CCA)**, composto dalle Associazioni di Volontariato che operano nell'Azienda e nel contesto cittadino, potrebbe ampliare ulteriormente la partecipazione dei cittadini coinvolgendoli nei processi decisionali aziendali e in quelli di miglioramento della qualità dell'intera Azienda. Nel 2021 si dovrà provvedere all'aggiornamento di tale organo considerato che il rinnovo previsto nel 2020 (la normativa stabilisce che duri in carica tre anni) è stato rinviato a causa della pandemia da SARS-CoV-2.

Il 2021 vedrà inoltre la completa realizzazione del piano di comunicazione finanziato con i fondi del Progetto Obiettivo PSN 2013 linea 8.4 "**Rete Civica della Salute**" (**RCS**), una infrastruttura sociale, plurivalente e in crescita, fondata sulla reciproca collaborazione tra operatori, pazienti, istituzioni e cittadini, tesa al miglioramento complessivo del SSR nell'interesse proprio e della collettività.

La RCS promuove e sviluppa la partecipazione di singoli cittadini attivi e competenti in funzione di *stakeholders* delle proprie comunità; si fonda sul principio costituzionale che dichiara il diritto alla salute "diritto dell'individuo e insieme interesse della collettività" e si costruisce nella consapevolezza che la dimensione della salute interseca tutte le dimensioni del *welfare di comunità*: sociale, ambientale, culturale.

### 5.3 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: 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 favorire la comunicazione tra il personale sanitario e i pazienti/utenti stranieri, si prevede di rinnovare il **servizio d'interpretariato telefonico multilingue** nell'ambito di uno specifico progetto obiettivo di PSN. Il servizio è pensato per mettere a proprio agio l'utente straniero, mediante un collegamento a un call center attivo h 24 per tradurre simultaneamente la conversazione tra sanitario e paziente in 20 lingue diverse.

Sono previste altre attività di comunicazione inerenti alla gestione del rischio clinico e alla sicurezza delle cure, tra cui:

- ✚ la pubblicazione e conseguente promozione di **cortometraggi sulle "Raccomandazioni ministeriali"**;
- ✚ l'erogazione di servizi legati ad uno **Sportello d'ascolto**, servizio gratuito, per la prevenzione e la gestione dello **stress lavoro correlato**, volto ad offrire consulenza psicologica a coloro che sperimentano disagio all'interno del contesto lavorativo, rivolto a tutti gli operatori sanitari dell'AOUP, nell'ambito di uno specifico Progetto Obiettivo PSN 2017 in sinergia con SDA Bocconi;
- ✚ Promozione dell'**App 'I Viaggio'**, erogata gratuitamente e rivolta al viaggiatore consapevole che intende conoscere lo stato di rischio di un luogo prima di recarvisi provvedendo in anticipo alle vaccinazioni. L'app è scaricabile su piattaforme AppStore e GooglePlay e si inserisce nel piano di comunicazione ed educazione alla vaccinazione, oggi sempre più importante in era pandemica;

- ✚ Promozione e implementazione della **piattaforma SafetyGate.it**, social network volto alla comunicazione tra operatori sanitari, medici e collaboratori delle varie Aziende Sanitarie nazionali, al fine di scambiarsi informazioni, comunicazioni e divulgazioni scientifiche da condividere.

#### 5.4 IMMAGINE AZIENDALE

Per sviluppare e migliorare le relazioni con gli utenti è possibile attuare nei confronti dei cittadini competenti una comunicazione attiva, rivolta a promuovere i punti di forza dell'AOUP, attraverso diversi sistemi di comunicazione, tra cui l'utilizzo di **pubblicità su riviste dedicate**, anche a tiratura nazionale per puntare a un pubblico extraregionale o attraverso **l'acquisto di spazi televisivi su programmi di informazione medico-scientifica** per pubblicizzare alcuni servizi innovativi o di eccellenza del Policlinico.

Per promuovere le attività che si caratterizzano per innovazione, qualità, eccellenza si pensa inoltre ad un uso strategico dei **canali social** che possono raggiungere un alto livello di penetrazione nel tessuto sociale, toccando target di popolazione molto eterogenei per età, professione, ruolo sociale e interessi.

Interlocutori privilegiati per questo obiettivo non sono solo i mass media, ma anche coloro che, in un modo o l'altro, possono concorrere all'utilizzo dei nostri servizi e, conseguentemente, alla definizione della nostra immagine (MMG, PLS, Aziende Sanitarie, Dipendenti, Associazioni, Comitati, etc.).

A tale scopo, dalla fine del 2020 l'AOUP è **presente su Facebook** con una pagina istituzionale creata, gestita e costantemente presidiata dall'unità operativa Risk Management e Qualità, nella persona della dott.ssa Gaia Butticè, in collaborazione con lo Staff Comunicazione e URP.

L'attività social è ritenuta una risorsa validissima per consolidare l'immagine dell'Azienda, informare su servizi, diffondere notizie su nuove cure, terapie, tecniche o macchinari, sensibilizzare i cittadini su temi sanitari, fare promozione della salute e campagne di prevenzione e gestire con tempestività notizie urgenti o emergenze sanitarie, ma anche, in una certa misura, avere un feedback da parte dei cittadini utenti.

Consapevole che i social media sono strumenti informativi ormai imprescindibili anche per le strutture sanitarie, ad integrazione dei tradizionali canali di informazione e comunicazione, l'Azienda ritiene indispensabile disciplinare, attraverso una **Social Media Policy aziendale**, pubblicata sui social e sul sito web, i comportamenti e i contenuti considerati inadeguati e che possono portare, come misura estrema, a un vero e proprio divieto di accesso dell'utente allo spazio virtuale ('ban').

Per una PA essere presente sui principali social network significa affrontare un grande cambiamento culturale, che coinvolge non soltanto le modalità di erogazione dei servizi e delle informazioni, ma anche e principalmente le modalità di relazione con il cittadino.

Ciò implica apertura, capacità di ascolto e di dialogo, orientamento all'interazione, disponibilità al cambiamento.

La pianificazione degli argomenti è fondamentale per garantire un flusso informativo costante e coerente con le iniziative aziendali. Insieme a un approccio di costante gentilezza e disponibilità, è fondamentale la presa in carico immediata del quesito e, laddove non sia possibile rispondere immediatamente, si considera importante assicurare un riscontro entro pochi giorni.

Si lavorerà altresì alla *Social Reputation* dell'Azienda, elaborando un piano strategico di pubblicità (cartellonistica e segnaletica varia all'interno dei viali dell'Azienda), i cui ricavi saranno usati per aumentare il comfort dei pazienti attraverso l'implementazione di servizi informativi, la viabilità, e servizi relativi alla *user experience* di chi si serve di una prestazione ospedaliera.

## 6. 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.

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

### 6.1 Piano di spesa

DESCRIZIONE ATTIVITÀ 2021	COSTO STIMATO (IVA compresa)
<b>Contratto di licenza d'uso</b> del portale regionale <a href="http://qualitasiciliassr.it">qualitasiciliassr.it</a>	<b>€ 12.900,00</b> (fatture 2020)
<b>Creazione e gestione pagina social, strategia mensile e piano editoriale, creazione contenuti testuali, grafici, video e foto; editing contenuti testuali e grafici, report mensili su dati di Insights</b>	<b>€ 18.000,00</b>
<b>Stampa brochure per fabbisogno unità operative</b> , formato A4 di n. 3 facciate in quadricromia	<b>€ 2.000,00</b>
<b>Acquisto spazi pubblicitari televisivi</b> su programmi di informazione medico-scientifica o <b>advertorial</b> su riviste dedicate	<b>€ 10.000,00</b>
<b>TOTALE</b>	<b>€ 42.900,00</b>

## **7. MODALITÀ DI COMUNICAZIONE DEL PIANO**

Il Piano Aziendale Comunicazione sarà pubblicato sulla homepage e sulla intranet del sito aziendale per essere portato a conoscenza di tutti gli operatori e inviato via mail al Comitato Consultivo Aziendale e a tutti gli stakeholder interessati.

## **8. LA MISURAZIONE DEI RISULTATI**

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 e riunioni e incontri con il CCA.

**Direzione Generale**  
**Staff Comunicazione e Informazione**

Obiettivo generale	Obiettivo Operativo	Target	Descrizione Azione	Attori	Tempi	Indicatori Risultato	Risultato atteso
Facilitare l'accesso ai servizi offerti	Aggiornare e diffondere la "Carta dei Servizi" (CdS) aggiornata	Cittadini Utenti CCA Operatori sanitari	Aggiornamento CdS e pubblicazione sul sito	Comunicazione e URP	Gen-Dic 2021	Sì/No	Sì
Fornire info sul reparto di ricovero a pazienti italiani e stranieri	Aggiornare e diffondere la "Carta della accoglienza" tradotta in 4 lingue straniere	Pazienti ricoverati italiani e stranieri CCA	Aggiornamento e pubblicazione sul sito	Comunicazione e URP UU.OO. Provveditorato	Gen-Dic 2021	N° Carta accoglienza UO aggiornata	≥ 8 Carte aggiornate
Migliorare ascolto e partecipazione dei cittadini-utenti	Monitorare reclami e segnalazioni	Operatori Cittadini Utenti CCA	Elaborazione report e pubblicazione sul sito	Comunicazione e URP	Lug 2021 e Gen 2022	Report pubblicati	N° 2 report
	Realizzare indagini di <i>customer satisfaction</i>	Operatori Cittadini Utenti CCA	Elaborazione report e pubblicazione sul sito	Comunicazione e URP	Gen 2022	Report pubblicato	N° 1 report
Aumentare sicurezza paziente e la tutela degli operatori	Facilitare la comunicazione tra operatori e pz stranieri	Utenti stranieri Operatori	Progetto ob. PSN per servizio interpretariato telefonico	Risk Manag. e Qualità Comunicazione e URP	Gen-Dic 2021	Sì/No	Sì
	Promuovere sicurezza delle cure	Operatori Cittadini	Pubblicaz. cortometraggi su Raccomandaz. ministeriali	Risk Management e Qualità	Gen-Dic 2021	Sì/No	Sì
	Prevenire e gestire lo stress lavoro correlato	Operatori	Attivazione sportello d'ascolto	Risk Management e Qualità	Gen-Dic 2021	Sì/No	Sì
	Migliorare comunicazione tra personale a liv. interaziendale	Operatori delle varie Aziende Sanitarie	Promozione e implementaz. piattaforma SafetyGate.it	Risk Management e Qualità	Gen-Dic 2021	Sì/No	Sì
	Fare vaccinazioni prima di viaggi e soggiorni all'estero	Cittadini	Promozione App "I viaggio"	Risk Management e Qualità	Gen-Dic 2021	Sì/No	Sì
Promuovere l'immagine aziendale	Dare visibilità a servizi innovativi o a punti di eccellenza anche sui social network	Cittadini Mass media MMG CCA Operatori sanitari	Apertura e gestione pagina istituzionale su Facebook	Risk Management e Qualità Comunicazione e URP	Gen-Dic 2021	N° followers Interazioni mensili (copertura post) Reattività pagina	≥ 10.000 ≥ 5.000 Insights 30 minuti
			Acquisto spazi su riviste o Interviste televisive	UU.OO. Comunicazione e URP Provveditorato	Gen-Dic 2021	Sì/No	Sì
			Redazione e stampa di brochure	Gen-Dic 2021	Stampa secondo fabbisogno UUOO	Sì	