PIANO DI COMUNICAZIONE

2025

A cura di

Dott.ssa Tiziana Lenzo

(Ufficio Stampa)

Dott. Giuseppe Virga

(UOS Comunicazione e URP)

Premessa

Il Piano di Comunicazione è lo strumento per programmare e coordinare le azioni di informazione e comunicazione istituzionale dell'Azienda. Esso definisce e aggiorna gli obiettivi, la strategia, i contenuti, gli strumenti, le azioni, i tempi di attuazione e le modalità di verifica delle iniziative di comunicazione, in linea con la legge 150/2000 "Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni".

Lo scopo è garantire una comunicazione efficace, trasparente e coerente con i valori e la missione dell'AOU.

La comunicazione è "parte integrante dell'azione aziendale" così come previsto altresì dalla direttiva 7 febbraio 2002 della Presidenza del Consiglio dei Ministri, Dipartimento della Funzione Pubblica e deve soddisfare i requisiti della chiarezza, semplicità e sinteticità garantendo, nel contempo, completezza e correttezza dell'informazione.

Il Piano mira, dunque, a coinvolgere tutti i portatori di interesse (stakeholder) interni ed esterni, contribuendo a rafforzare la reputazione dell'ente e migliorare la qualità percepita dei servizi erogati.

Le funzioni: l'assistenza, la didattica e la ricerca

Il Policlinico di Palermo è intitolato al Professore Paolo Giaccone, Direttore dell'Istituto di Medicina Legale, assassinato dalla mafia nel 1982 tra i viali dell'ospedale per il suo rifiuto a modificare una perizia.

Il Policlinico 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.

Attraverso appositi protocolli d'intesa, Regione e Università disciplinano le modalità della reciproca collaborazione individuando principi e criteri attraverso le quali ciascuna parte concorre sia alla realizzazione dei compiti istituzionali dell'Università sia al raggiungimento degli obiettivi della programmazione sanitaria regionale.

Il complesso ospedaliero si compone di 26 edifici, per un totale di 109 mila metri quadri, ai quali si aggiungono strutture esterne quali il presidio di Villa Belmonte, gli ambulatori in via La Loggia e alcuni uffici amministrativi in via Toti.

L'AOUP è classificata DEA di II Livello, nella fascia dei presidi a più elevata complessità assistenziale.

L'accordo tra Stato e Regione Siciliana sulla spesa dei fondi ex articolo 20 per l'edilizia sanitaria ha assegnato all'AOUP 348 milioni per la costruzione del nuovo Policlinico

L'organizzazione

La struttura organizzativa si articola attualmente su 7 Dipartimenti Assistenziali Integrati (DAI), articolati in Unità Operative Complesse, Semplici e Dipartimentali.

L'Organizzazione dipartimentale ad attività integrata (DAI) rappresenta il modello ordinario di gestione dell'Azienda Ospedaliera Universitaria ed è fondata sul principio di eguaglianza di diritti e di doveri del personale universitario e aziendale nell'espletamento delle attività assistenziali.

L'Azienda ha un organico complessivo costituito da 2.240 operatori, di cui 678 universitari.

I medici in servizio sono 545 (192 universitari e 353 ospedalieri), gli infermieri 843.

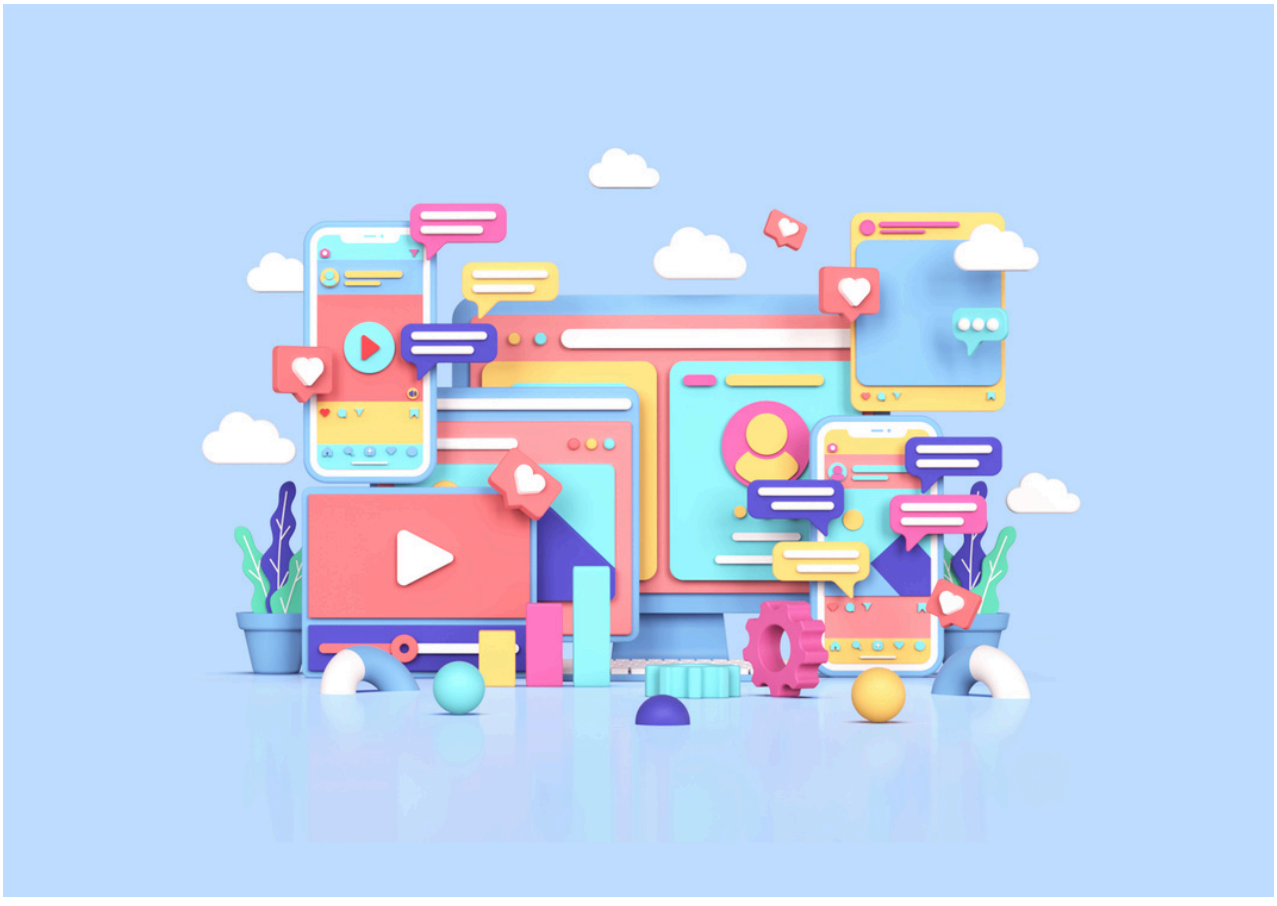
L'età media di dipendenti è di 50 anni.

L'AOUP è una struttura di riferimento per tutto il panorama della Sicilia centro-occidentale.

Le strutture di comunicazione

Le strutture preposte alla gestione delle attività di informazione e comunicazione sono:

l'Ufficio Stampa
e
l'Ufficio Relazioni con il Pubblico (URP)



L'Ufficio stampa

L’Ufficio Stampa cura i rapporti con gli organi di informazione, assicurando il massimo grado di trasparenza, chiarezza e tempestività delle notizie.

In particolare l’Ufficio Stampa svolge le seguenti attività:

- Informazione e rapporti con le testate giornalistiche, gestione comunicazione integrata e social media
- Attività di Informazione attraverso comunicati indirizzati agli organi di stampa
- Rassegna Stampa
- Monitoraggio dei media
- Coordinamento gestione notizie sito web
- Organizzazione di conferenze, incontri, ed eventi stampa
- Gestione dell’informazione in emergenza e urgenza
- Gestione social media aziendali (Facebook, Linkedin, Instagram, Youtube, Twitter)
- Organizzazione interviste e servizi televisivi
- Comunicazione Istituzionale
- Campagne di informazione e comunicazione
- Protocollo cerimoniale
- Comunicazione interna
- Coordinamento e realizzazione della newsletter aziendale e di altri prodotti editoriali
- Collegamenti con gli uffici e le unità operative per il monitoraggio delle informazioni interne

L'URP

L'Ufficio per le Relazioni con il Pubblico è il primo punto di contatto con il cittadino-utente, lo strumento attraverso cui l'AOUP Giaccone ascolta e comunica con gli utenti al fine di migliorare l'accessibilità ai servizi sanitari e favorire la tutela e la partecipazione della cittadinanza.

Le funzioni e i compiti istituzionali dell'URP vengono espletati su due livelli: il back office all'interno dell'Azienda e nei rapporti con altri stakeholder (altre Istituzioni, Aziende sanitarie, Associazioni, cittadini) e il front office.

In estrema sintesi tra le attività svolte dall'URP si elencano:

- Informazione, accoglienza e orientamento del cittadino
- Gestione delle segnalazioni dei cittadini: reclami, rilievi, suggerimenti, elogi
- Realizzazione delle indagini di customer satisfaction
- Report delle segnalazioni/reclami e delle indagini di customer satisfaction
- 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 alledonne, ragazze/i, bambine/i della città metropolitana di Palermo
- Gestione e realizzazione delle indagini di Audit Civico e di valutazione partecipata del grado di umanizzazione delle strutture di ricovero

Articolazione del Piano di comunicazione

Il Piano si articola in cinque fasi tra loro logicamente correlate:

- Analisi della situazione e contesto di riferimento
- Target di riferimento
- Obiettivi di comunicazione
- Azioni, risorse e strumenti
- Verifica

1/ Analisi e contesto di riferimento

L’analisi della situazione è la fase chiave in quanto permette la raccolta, selezione e organizzazione dei dati.

Nel 2024 sono state potenziate le attività di informazione e comunicazione, anche grazie all’applicazione delle attività previste dal piano di comunicazione 2023.

In particolare:

- Realizzati oltre 155 comunicati stampa, corredati di foto, video e approfondimenti;
- Ulteriore potenziamento dei social media aziendali
- Eventi istituzionali organizzati e realizzati
- Realizzato il nuovo sito web
- Potenziamento nell’uso delle mailing list come strumento di comunicazione interna
- Realizzazione della newsletter come strumento di informazione e rendicontazione;
- Realizzate iniziative di comunicazione dedicate (es. donazione di sangue);
- Potenziamento dell’URP per le attività di presa in carico dei bisogni, informazione, orientamento e tutela dei cittadini

2/Target di riferimento

Gli stakeholder dell'AOUP, sia interni che esterni, sono molteplici e possono essere indicati, a titolo non esaustivo, nelle seguenti categorie:

- pazienti/utenti (reali e potenziali) e i loro familiari/caregiver;
- dipendenti, professionisti, ricercatori, collaboratori;
- studenti, medici in formazione, tirocinanti;
- fornitori e indotto;
- Istituzioni pubbliche;
- associazioni di volontariato e tutela;
- organizzazioni sindacali;
- mass media;

3/Obiettivi

- Rafforzare l'immagine e la reputazione dell'AOUP: promuovere il ruolo strategico dell'ospedale universitario come centro di eccellenza nella cura, nella ricerca e nella formazione.
- Migliorare la comunicazione interna: garantire la circolazione fluida e tempestiva delle informazioni tra il personale sanitario, amministrativo e tecnico.
- Accrescere la trasparenza e la fiducia: fornire ai cittadini, ai pazienti e ai media informazioni chiare, aggiornate e accessibili sui servizi e sulle prestazioni erogate.
- Facilitare la relazione con i pazienti e i loro familiari: migliorare l'accesso alle informazioni sulle prestazioni sanitarie, sulle procedure di prenotazione e sulle modalità di contatto con l'ospedale.
- Gestire la comunicazione di crisi: prevedere protocolli per la gestione tempestiva ed efficace delle situazioni critiche o di emergenza.

4/Strumenti

Comunicazione esterna

- Sito web istituzionale aggiornato con sezioni dedicate a servizi, news e comunicazioni di emergenza
- Piattaforme di social media (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, Youtube) per il dialogo con la comunità
- Comunicati stampa e rapporti con i media
- Call center e punti di informazione per il pubblico

Comunicazione interna

- Newsletter
- Bacheche digitali
- Intranet aziendale
- Riunioni periodiche tra la Direzione e il personale
- Mailing list
- Regolamento Informazione e comunicazione per eventuali interviste o dichiarazioni sull'AOUP da parte dei dipendenti
- Regolamento Privacy

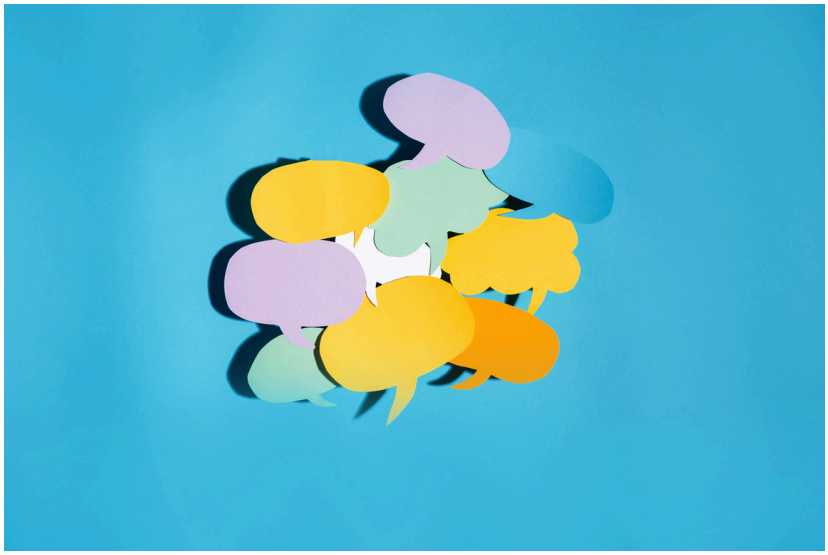
4/Azioni

Il piano operativo si articola in azioni integrate di comunicazione. Ogni azione prevede obiettivi specifici, responsabili, tempistiche e risorse necessarie. Si continuerà ad investire sui social, strumento strategico e fondamentale per la comunicazione aziendale.

Messaggi tempestivi, semplici, diretti che generano engagement consentono, infatti, di raggiungere in poco tempo migliaia di utenti.

Nel 2025 è previsto un potenziamento complessivo della presenza sui diversi canali e le diverse piattaforme per avvicinare sempre più l'Aoup ai pazienti e rafforzare il rapporto di fiducia.

Sarà aperto un canale su Telegram, sarà potenziata la presenza sul social Youtube, con la creazione di nuovi contenuti multimediali

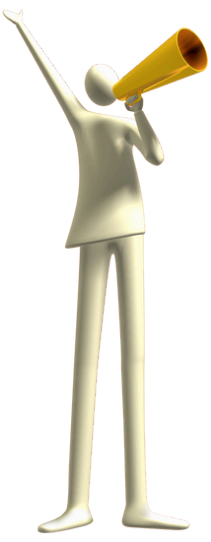


Azioni di comunicazione esterna

- Potenziare l'informazione e la comunicazione digitale
- Potenziare le attività di storytelling e medicina narrativa;
- Potenziare la divulgazione scientifica in merito alle attività di ricerca, didattica e assistenza;
- Promuovere i servizi e le attività aziendali;
- Potenziare le attività di comunicazione e l'organizzazione di eventi specifici finalizzati al piano per il benessere organizzativo;
- Promuovere iniziative per favorire la conoscenza dell'organizzazione e i suoi servizi.
- Realizzazione di video informativi per i pazienti e le loro famiglie

Azioni di comunicazione interna

- Potenziamento dell'intranet
- Creazione di un sistema di segnalazione per il personale
- Organizzazione di incontri periodici di ascolto con la Direzione
- Progetto sperimentale "Comunica Azione "



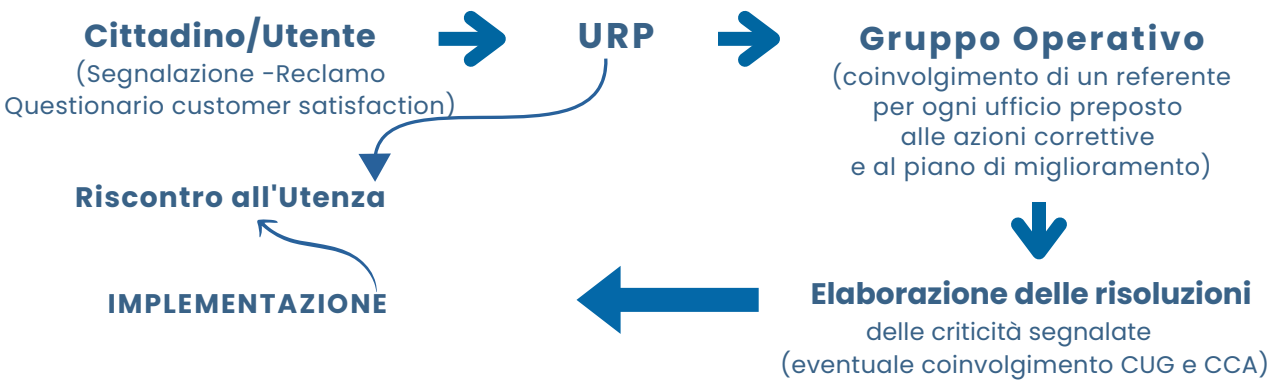
Progetto “Comunica Azione “

Si tratta di una iniziativa dell’UOS Comunicazione e URP da avviare in via sperimentale che prevede, in sinergia con altri uffici aziendali, ad es. con l’ufficio qualità, di realizzare una interfaccia fra l’utenza e le strutture aziendali, che partendo dalle sollecitazioni dei cittadini e dei pazienti si farà parte attiva per dare riscontro a queste con progettazioni ed azioni di miglioramento.

Al tal fine sarà costituito un gruppo operativo.

Si farà quindi un passo in avanti, con una specifica strutturazione e proceduralizzazione, rispetto al normale riscontro che in atto si realizza nei confronti dei reclami e delle segnalazioni degli utenti, considerando anche le sollecitazioni delle risposte date ai questionari di soddisfazione (customer satisfaction), per intraprendere un approfondimento delle tematiche poste e prospettare azioni correttive e di miglioramento, ridefinendo i processi e i percorsi assistenziali, con revisione delle procedure ed adeguamento delle strutture per un miglioramento della accessibilità e fruizione dei servizi.

Il gruppo operativo avrà modo di confrontarsi e concordare le iniziative di miglioramento con il Comitato Consultivo Aziendale (CCA) e con il Comitato Unico di Garanzia (CUG)



Tipo di attività	Timing	Note/Contenuti	Strutture
Potenziamento social media	Tutto l'anno	Ulteriore investimento e maggior utilizzo dei profili social istituzionali aumentando la diffusione di notizie, storie di buona sanità e casi concreti e dando voce ai professionisti.	Ufficio Stampa; UOS Comunicazione e URP
Potenziamento sito internet	Tutto l'anno	Implementazione nuove pagine e servizi; continuo aggiornamento di informazioni, notizie e sezioni	Ufficio Stampa; U.O.C. Sistema informativo aziendale
Realizzazione e divulgazione comunicati stampa	Tutto l'anno	Attività di informazione sull'attività di assistenza e ricerca, su eventi, protocolli e qualsiasi ulteriore notizia che si ritenga di interesse pubblico	Ufficio Stampa
Organizzazione conferenze stampa e/o interviste	Tutto l'anno	Approfondimenti giornalistici su temi di rilevante interesse pubblico.	Ufficio Stampa
Videoproduzioni – servizi informativi	Tutto l'anno	Video giornalistici e divulgativi sulle principali notizie e attività dell'AOUP	Ufficio Stampa
Produzioni Editoriali	Tutto l'anno	Realizzazione e aggiornamento brochure informative, opuscoli su servizi e attività, carte dell'accoglienza	Ufficio Stampa; UOS Comunicazione e URP

Tipo di attività	Timing	Note/Contenuti	Strutture
Newsletter aziendale	Tutto l'anno	Newsletter sulle principali attività e progetti dell'ospedale in versione on line (sul sito web istituzionale).	Ufficio Stampa
Storytelling e narrazione social	Tutto l'anno	Potenziamento dei contenuti emozionali per coinvolgere specifici target di riferimento: storie di buona sanità e specifiche attività sanitarie veicolate attraverso i social media istituzionali	Ufficio Stampa
Realizzazione publiredazionali su quotidiani e riviste specializzate	Almeno 10 uscite l'anno	Produzione di approfondimenti tematici	Ufficio Stampa
Realizzazione Rassegna Stampa	Tutto l'anno	Selezione articoli su notizie sanità e su attività AOUP realizzata da un service esterno per la realizzazione di rassegne quotidiane	Service esterno (attraverso gara) Ufficio stampa
Abbonamenti testate giornalistiche e agenzie di stampa	Tutto l'anno	promozione delle attività aziendali e benchmarking	Ufficio Stampa

Tipo di attività	Timing	Note/Contenuti	Strutture
Realizzazione Carta dei Servizi	Entro primo semestre dell'anno	Descrizione sintetica dei servizi aziendali; modalità di accesso; impegni	Ufficio Stampa UOS Comunicazione e URP
Servizio interpretariato	Tutto l'anno	Interpreti per dialogo con pazienti stranieri	UOS Comunicazione e URP
Convegni e campagne di comunicazione	Almeno 2 eventi annui da realizzare nell'AOUP	Da definire	Ufficio Stampa
Realizzazione di eventi e iniziative in collaborazione con Enti	Tutto l'anno	Da definire	Ufficio Stampa e Social media UOS Comunicazione e URP
Partecipazione a Forum, festival e Rassegne tematiche, eventi informativi e divulgativi	4/6 eventi annui (es. Forum PA Roma; Festival Salute; Forum Risk Arezzo, ecc)	Eventi informativi, formativi e di benchmark di ambito nazionale.	Ufficio Stampa e Social media UOS Comunicazione e URP, Direzione

I contenuti della tabella sono suscettibili di variazioni e di ulteriori aggiornamenti e implementazioni.

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 ulteriori iniziative non programmate, ritenute strategiche e urgenti, potranno essere autorizzate dalla Direzione aziendale con ulteriori fondi.

Monitoraggio e Valutazione

La valutazione dell'efficacia del Piano di Comunicazione è essenziale per il miglioramento continuo.

L'attuazione del presente Piano è 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 è 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, il feedback ricevuto a seguito delle uscite sui media dopo l'invio di comunicati stampa e delle attività sui canali social aziendali, l'analisi qualitativa e quantitativa della rassegna stampa, i feedback ricevuti attraverso i social media e il monitoraggio media, l'analisi quantitativa delle attività realizzate.

Il monitoraggio avverrà con cadenza trimestrale, con l'obiettivo di apportare eventuali correttivi per garantire il raggiungimento degli obiettivi prefissati.

Comunicazione di crisi

La comunicazione di crisi – o crisis management – si definisce come l'insieme delle procedure di comunicazione che permettono ad un'azienda di rispondere a un determinato evento critico potenzialmente in grado di danneggiare la reputazione aziendale e del SSN.

Il Policlinico "Paolo Giaccone" per la gestione della comunicazione di crisi fa riferimento, oltre che alle regole giornalistiche, alle "Linee Guida per gestire e comunicare gli Eventi Avversi in Sanità" predisposte dal Ministero della Salute, che raccomanda una "comunicazione istituzionale completa e veritiera ai cittadini, ai mass media e agli altri soggetti esterni" per mantenere la fiducia dei cittadini nel sistema sanitario.

Per la gestione di situazioni di emergenza, dunque, il Piano di comunicazione prevede:

- La definizione di un team di crisi dedicato
- La creazione di un protocollo di azione con fasi chiare: valutazione del rischio, messaggi chiave, interlocutori da coinvolgere e strumenti da utilizzare.
- L'uso di canali rapidi e diretti (sito web, social media, comunicati stampa) per informare il pubblico e i media in modo tempestivo.

Modalità di Comunicazione del Piano

Il Piano Aziendale di Comunicazione deliberato dall'Azienda viene pubblicato sulla homepage del sito Internet istituzionale, www.policlinico.pa.it, nella sezione "News" .