



Piano di Comunicazione Aziendale 2018

*Ai sensi delle Linee Guida
contenute nel decreto 2511/2013
dell'Assessore alla Salute
della Regione Siciliana*

Metodologia e riferimenti

Questo Piano di comunicazione è stato redatto in osservanza delle “Linee guida per la stesura del piano di comunicazione aziendale”, allegato al decreto 2511 dell’assessore per la Salute Lucia Borsellino del 30 dicembre 2013, pubblicato sulla GURS n. 13 del 28 marzo 2014, nonché delle indicazioni fornite in materia dal Dipartimento Regionale per le Attività Sanitarie e Osservatorio Epidemiologico – Area Interdipartimentale 7 “Formazione e Comunicazione”, in riscontro alle proposte presentate dalle Aziende sanitarie secondo le modalità descritte nelle stesse “Linee guida”.

Sono altresì elementi alla base della redazione del Piano quelli contenuti negli analoghi documenti adottati per gli anni 2015-2016-2017, che di fatto rappresentano i primi Piani di comunicazione redati ai sensi del sopra citato decreto regionale. Nella pianificazione, oltre alla previsione, rientra la valutazione delle attività realizzate fra quelle preventivate.

Nella redazione del documento, curata dal dott. Orazio Vecchio (collaboratore amministrativo professionale assegnato all’Ufficio Stampa – Comunicazione istituzionale e interna, referente aziendale per la comunicazione e referente aziendale per la sopra citata Azione del Piano attuativo interaziendale), è stata altresì svolta un’opera di audit dei principali referenti coinvolti nella sfera della comunicazione. Questo piano, infine, trae ispirazione da documenti, piani, atti e materiale di studio e di indirizzo in tema di comunicazione pubblica e istituzionale, nonché da precedenti determinazioni e documenti aziendali.

Analisi dello scenario

L’Azienda ospedaliera per l’emergenza “Cannizzaro” (AOEC) di Catania assicura le attività sanitarie di alta specializzazione, di riferimento nazionale e regionale, con dotazioni di tecnologie diagnostico-terapeutiche avanzate ed innovative e svolge i compiti specificamente attribuiti dagli atti della programmazione regionale.

Risulta rilevante la caratterizzazione dell’AOEC definita nel nuovo sistema sanitario regionale che, secondo il Decreto Assessoriale 629/2017 “Riorganizzazione della rete ospedaliera ai sensi del D.M. 2 aprile 2015, n. 70”, è individuata come hub per l’emergenza regionale, in quanto Dea (Dipartimento di emergenza e accettazione) di II livello. In funzione del riordino della rete, sul piano dell’organizzazione interna si rileva l’adeguamento dell’Atto Aziendale, che è stato modificato ai sensi del D.A. n. 629 del 31/03/2017 e rivisto ai sensi del D.A. 1081 del 29 maggio 2017, con deliberazione n. 1829 del 15/06/2017. Rispetto all’assetto previgente, sono state previste modifiche in ordine al numero di strutture organizzative complesse e semplici, di Uffici e funzioni in staff alla Direzione Generale.

	Assetto organizzativo o previgente al DA 46/2015	Assetto organizzativo D.A. 46/2015	Assetto organizzativo D.A. 629/2017
Dipartimenti	8	8	8
Strutture organizzative complesse	45	42 di cui 27 con p.l.	- 39 SOC sanitarie di cui 28 con p.l. - 5 SOC Amm.tive
Strutture organizzative semplici	27	28 (fino a un max di 50 in applicazione del documento LEA del 26/03/2012)	30 (fino a un max di 51 in applicazione del coefficiente del documento LEA 26/03/2012: 1,31 per SOC)
Uffici e Funzioni in staff alla Direzione Aziendale		6	6
U.O. in Staff alla Direzione Sanitaria	4	4 Unità Operative delle professioni sanitarie, tecnico-sanitarie e del servizio sociale	4 Unità Operative delle professioni sanitarie, tecnico-sanitarie e del servizio sociale
Uffici e Funzioni in staff alla Direzione Generale	10	6 -Sorveglianza sanitaria -Prevenzione e Protezione -Servizio legale -Qualità aziendale e rischio clinico -Controllo di gestione -Sistema informativo locale	6 -Sorveglianza sanitaria -Prevenzione e Protezione -Servizio legale -Qualità aziendale e rischio clinico -Controllo di gestione -Sistema informativo locale

Dipartimento di emergenza

Nell'ambito dell'emergenza l'Azienda si avvale, all'interno del proprio Dipartimento di Emergenza, di una struttura di Medicina e Chirurgia di Accettazione e d'Urgenza (M.C.A.U.), di un Pronto Soccorso Pediatrico, di un Pronto Soccorso Ostetrico Ginecologico e di diverse strutture di terapia intensiva per aree specialistiche, quali la Rianimazione con Terapia Intensiva Post operatoria (T.I.P.O.: le due preesistenti Unità Operative sono ora entrambe ricomprese in un'unica UO), l'Unità Terapia Intensiva Coronarica (U.T.I.C.), l'Unità Terapia Intensiva Neonatale (U.T.I.N.), l'Unità Terapia Intensiva Respiratoria (U.T.I.R.) e la terapia intensiva del Centro Ustioni.

Competenze di alta specializzazione

Nell'ambito della programmazione sanitaria della Regione Siciliana, l'Azienda ha competenze di alta specializzazione nei seguenti campi: Cardiologia interventistica, Chirurgia e ginecologia oncologica, Chirurgia plastica, Chirurgia toracica, Diagnostica per immagini, Malattie vascolari, Medicina nucleare e PET, Neurochirurgia, Neuroradiologia interventistica, Radioterapia, Traumatologia, Unità Spinale Unipolare, Urologia, Ustioni. L'Azienda espleta la sua attività all'interno di un unico presidio. È sede di Centrale Operativa Emergenza 118 – bacino Catania, Siracusa, Ragusa - con Base per l'Elisoccorso. Da giugno 2017, a seguito di apposita intesa con l'Assessorato Regionale della Salute, è anche sede della Centrale Sicilia Orientale del NUE 112, Numero Unico Emergenza.

Organizzazione

Il bacino della popolazione di riferimento dell'Azienda è quello della Sicilia Orientale (Province di Catania, Messina, Ragusa, Siracusa ed Enna) ed è pertanto pari a 2.629.834 abitanti (fonte dati Assessorato della Salute anno 2010), distribuiti su 13.085 mq di territorio. L'Azienda è dotata di 564 posti letto, di cui 506 di degenza ordinaria e 58 per attività di day hospital / day service. Il bacino della popolazione di riferimento è quello della Sicilia Orientale, pari a 2,6 milioni di abitanti.

Tra le minacce all'efficiente erogazione dei servizi da parte dell'Azienda, sono segnalate anche nel Piano della performance: l'affluenza al pronto soccorso di un notevole numero di utenti che potrebbero soddisfare la loro domanda di salute in strutture territoriali; la necessità di erogare cure di bassa intensità e complessità che dovrebbero essere erogate dalle strutture territoriali.

Comunicazione

La struttura di "Comunicazione istituzionale e interna" opera in staff alla Direzione Aziendale ed è articolata in Ufficio Relazioni con il Pubblico e Ufficio stampa. Il personale che vi presta servizio è composto da: responsabile dell'Urp / Rapporti con l'utenza, addetta all'Urp e addetto stampa.

Le attività di comunicazione consistono in:

- redazione e invio di comunicati stampa relativi a eventi ritenuti rilevanti;
- pubblicazione di comunicati, news e avvisi sul sito www.aocannizzaro.it;
- alimentazione della propria sezione del portale regionale www.costruiredalute.it;
- aggiornamento della webzine aziendale www.cannizzarosalute.it;
- realizzazione di spazi redazionali su testate regionali.

Dal 2015, l'area Comunicazione si occupa di dell'aggiornamento del sito web aziendale.

A livello di comunicazione interna, l'attività è consistita nella diffusione di newsletter ai dirigenti medici e amministrativi, così come previsto sin dal Piano 2015.

Obiettivi e presupposti del Piano

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

- Percorso Attuativo di Certificabilità, che presuppone anche una serie di attività di comunicazione interna ed esterna;
- Definizione e approvazione della nuova rete ospedaliera, con i conseguenti adeguamenti a livello aziendale e regionale;
- Piano Nazionale Anticorruzione e modifiche al D.Lgs. 33/2013 sulla trasparenza attraverso il D.Lgs 97/2016 "Freedom of information act";
- Peso della comunicazione digitale rispetto a quella "tradizionale", che richiede un adeguamento delle scelte;
- Attivazione, nel corso del 2017, di display informativi e totem interattivi, la gestione dei cui contenuti è affidata all'Ufficio Stampa – Comunicazione, nell'ambito di due progetti volti allo "Sviluppo dei processi di umanizzazione all'interno dei percorsi assistenziali" approvati in favore dell'Azienda Cannizzaro nell'ambito del PSN 2014, linea 8.4 ("Umanizzazione attraverso un sistema di comunicazione multimediale" ed "Eliminazione delle barriere linguistiche e culturali in Pronto Soccorso").
- Realizzazione degli Obiettivi aziendali alla luce della fase dell'incarico del Direttore Generale.

Con riferimento ad obiettivi territoriali, è un presupposto di questo documento il Piano Attuativo Interprovinciale, che al punto 2.5 chiede specifiche attività di comunicazione e promozione della cultura della donazione degli organi. Rileva anche l'obiettivo della "umanizzazione", ovvero "La valutazione della qualità delle Strutture ospedaliere secondo la prospettiva del cittadino" che riporta, fra le aree oggetto di valutazione, anche l'"accesso alle informazioni, semplificazione e trasparenza" e la "cura della relazione con il paziente/cittadino".

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

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

Stato di attuazione del Piano 2017

Il Piano 2017, alla data del 15-12-2017, registra un livello di attuazione superiore complessivamente all'80%. Di seguito la valutazione dei singoli obiettivi.

Qualificazione della presenza su Internet – L'obiettivo, articolato nei due sub-obiettivi "Adeguamento del sito aziendale www.aocannizzaro.it alle nuove norme sulla trasparenza" e "Aggiornamento webzine www.cannizzarosalute.it", è stato attuato pienamente. Si è infatti provveduto a modificare l'apposita sezione istituzionale alla luce dell'Allegato 1) Sezione "Amministrazione Trasparente – Elenco degli obblighi di pubblicazione vigenti" dell'Anac, che ha introdotto nuove voci e variato la distribuzione di altre. Secondo la "Bussola della Trasparenza", tutte le voci sono correttamente presenti nel menù.

Anche l'aggiornamento della webzine cannizzarosalute.it è stato realizzato secondo previsioni. Anche se le statistiche non sono comparabili, in quanto con il passaggio a nuovo provider è cambiato anche il sistema di rilevazione (ora è in uso il più completo Google Analytics), si ritiene incrementato il numero di contatti e di pagine viste: dall'1 gennaio al 15 dicembre 2017, gli utenti unici sono stati 8.992 e le visualizzazioni di pagina 15.412. Da rilevare che nel corso del 2016 sono stati inseriti n. 19 nuovi articoli con altrettante fotografie.

DESCRIZIONE AZIONE	INDICATORE	ATTUAZIONE	RISULTATO ATTESO / RAGGIUNTO	
Adeguamento del sito aziendale www.aocannizzaro.it alle nuove norme sulla trasparenza	Pubblicazione del nuovo menù "Amministrazione Trasparente" e aggiornamento delle sezioni	100%	Rispondenza al sistema "Bussola della Trasparenza"	Presenti 80 sezioni su 80
Adeguamento e prosecuzione della pubblicazione della webzine aziendale www.cannizzarosalute.it	Effettuazione aggiornamento e mantenimento presenza	100%	Crescita degli accessi di almeno il 5%	Risultato in linea con quello atteso

Innalzamento della reputazione online – L'obiettivo di "Aggiornamento delle informazioni e miglioramento delle recensioni di siti terzi sull'ospedale" non si può considerare realizzato in quanto non sono stati segnalati casi di cattive o errate indicazioni pubblicate.

DESCRIZIONE AZIONE	INDICATORE	ATTUAZIONE	RISULTATO ATTESO / RAGGIUNTO	
Aggiornamento delle informazioni e miglioramento delle recensioni di siti terzi sull'ospedale	Modifica dei contenuti di siti terzi	0%	Pubblicazione di almeno 4 messaggi	Nessun caso segnalato

Azioni riguardanti il Dipartimento di Emergenza e il Pronto Soccorso – L'obiettivo, consistente nella redazione e diffusione di comunicati stampa da diffondere ai media, materiale informativo e divulgativo da pubblicare su internet, per un accesso ai servizi più consapevole da parte degli utenti, è stato pienamente raggiunto in quanto, non soltanto si è provveduto a illustrare il corretto approccio al PS in casi di insoddisfazione dell'utente manifestate attraverso lettere (tre casi), ma si è attuata un'azione di informazione forte a proposito dell'accoglienza in Pronto Soccorso delle vittime di violenza, mediante applicazione del Codice Rosa, sul quale sono stati pubblicati n. 6 articoli. Inoltre, l'area emergenza-urgenza e Pronto Soccorso è destinataria di specifica misura di comunicazione / umanizzazione sopra descritta nell'ambito del PSN 2014.

DESCRIZIONE AZIONE	INDICATORE	ATTUAZIONE	RISULTATO ATTESO / RAGGIUNTO	
Comunicazione sul buon uso e la corretta prassi	Realizzazione e dei contenuti informativi	100%	Pubblicazione di almeno 4 messaggi	Risultato raggiunto

Promozione dei servizi e delle attività resi dalle UO ad alta specialità – In merito alle specialità dell’Azienda, si sono registrate oltre una ventina di uscite riguardanti i seguenti reparti/servizi: radioterapia, unità spinale, ginecologia, medicina nucleare, neurologia, otorinolaringoiatria, nefrologia, chirurgia toracica, chirurgia plastica, senologia. Quest’ultima, in particolare, è stata protagonista del maggior numero di uscite in quanto è stata al centro dell’attenzione dei media, non solo locali, in occasione dell’inaugurazione del nuovo reparto per la quale si è attuata l’iniziativa “Ospedale Rosa” (marzo 2017), in occasione del “mese rosa della prevenzione” nel quale è stata proposta una campagna di screening (ottobre 2017) e in occasione dell’assegnazione di due Bollini Rosa all’azienda ospedaliera (dicembre 2017).

DESCRIZIONE AZIONE	INDICATORE	ATTUAZIONE	RISULTATO ATTESO / RAGGIUNTO	
Redazione e diffusione di comunicati stampa da diffondere ai media, materiale informativo e divulgativo da pubblicare su internet	Realizzazione e diffusione di contenuti informativi	100%	Pubblicazione di almeno 4 messaggi	Risultato oltre quello atteso: 20 uscite

Attivazione e/o rifunionalizzazione della presenza istituzionale nei social media – In ambito social media, dopo l’apertura degli account ufficiale di Twitter (@aocannizzaro) e della pagina ufficiale di Facebook (reclamata una già esistente all’operatore) a fine 2015, era stato previsto un confronto con la Direzione Strategica. A seguito di questo, è stato concordato di rimandare il popolamento dei vari “social” e subordinarlo a un’adeguata strutturazione del lavoro dell’Ufficio Comunicazione Istituzionale e Interna, che allo stato non è possibile. La piena attivazione della presenza istituzionale nei social media è stata rinviata, tuttavia si è affrontata l’immagine sui social network dell’Azienda ospedaliera, con n. 4 interventi di rettifica in pagine e/o gruppi.

DESCRIZIONE AZIONE	INDICATORE	ATTUAZIONE	RISULTATO ATTESO / RAGGIUNTO	
Apertura e/o istituzionalizzazione di account Facebook, Twitter, Youtube, Instagram e popolamento dei medesimi canali	Messa in funzione di account / profili istituzionali	50%	Attivazione e/o rifunionalizzazione della presenza istituzionale nei social media	Effettuati n. 4 interventi di rettifica

Attuazione dell’obiettivo 5.1 del PAI 2016 in materia di screening e donazione di organi – L’ultimo anno è stato particolarmente soddisfacente sotto il profilo della donazione di organi e della sensibilizzazione che su verso di essa è stata realizzata. Ha infatti funzionato efficacemente la comunicazione interna tra il Coordinamento Locale Aziendale e l’Ufficio Stampa, allertato a ogni prelievo al fine di dare adeguata evidenza alla donazione. Acquisiti tutti gli elementi utili, per ciascun evento è stato redatto e diffuso il relativo comunicato stampa, inviato agli organi di informazione e pubblicato sul sito internet aziendale. Ciascuna uscita, inoltre, è stata inserita in rassegna stampa e salvata in archivio digitale. Nel gennaio – dicembre 2017, si osserva un aumento esponenziale delle donazioni, che sono arrivate al numero di 9, nonché un’accresciuta

attenzione al tema da parte dei media, testimoniata dalle pubblicazioni e anche da un'intervista al Direttore Generale su tale tematica (LiveSicilia, 31 agosto 2017). Le uscite sul totale delle donazioni sono state oltre 40.

Nello stesso periodo considerato, l'Azienda ospedaliera Cannizzaro ha aderito a più campagne di screening finalizzate alla diagnosi precoce e alla prevenzione, con il coinvolgimento di diverse Unità Operative. Anche in questo caso, i mezzi di comunicazione sono stati preventivamente informati dall'Ufficio Stampa e, grazie alla diffusione degli appuntamenti, hanno consentito di raggiungere l'utenza, consentendo una massiccia adesione alle campagne.

Di seguito un elenco delle attività svolte, in ordine cronologico.

DATA / EVENTO	U.O. INTERESSATA	ATTIVITÀ SVOLTA
9 marzo 2017, Giornata mondiale del Rene	Divisione di Nefrologia, Dialisi e Trapianto	Visite nefrologiche gratuite con controllo della pressione arteriosa ed esecuzione dell'esame delle urine
13-20-27 marzo 2017, Ospedale Donna	Unità Operativa Multidisciplinare di Senologia	Consulti senologici gratuiti
13 maggio 2017, Giornata nazionale per la salute della mano	Unità Operativa Complessa di Chirurgia Plastica e Ricostruttiva	Visite gratuite delle mani con indicazione di approfondimenti diagnostici o terapie
22 settembre 2017, Giornata della prevenzione per la diagnosi precoce dei tumori del cavo orale	Unità Operativa Complessa di Otorinolaringoiatria, ambulatorio di Chirurgia cervico-facciale	Screening gratuito del cavo orale
1-31 ottobre 2017, Mese rosa della prevenzione	Unità Operativa Multidisciplinare di Senologia	Consulti senologici gratuiti

L'obiettivo, pertanto, è raggiunto e attuato ben oltre le attese.

DESCRIZIONE AZIONE	INDICATORE	ATTUAZIONE	RISULTATO ATTESO	
Favorire l'adesione agli screening e ridurre il tasso di opposizione alla donazione di organi	Realizzazione e diffusione di comunicati stampa, articoli giornalistici e redazionali	100%	Pubblicazione diffusione di almeno 4 articoli / redazionali	Pubblicati oltre 40 articoli

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

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

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

aziendale, come ad esempio Manualistica, Modulistica, Format di comunicazione istituzionale etc. I primi contenuti pubblicati sono quelli relativi a “Leggi e regolamenti”. Nel 2017 si è proceduto al perfezionamento della profilazione degli utenti e all'estensione dell'uso di Intranet. Più specificatamente, in ordine alla redazione e applicazione della “Procedura per la raccolta, archiviazione e condivisione di leggi e regolamenti” (PAC - Area A Generale – Azioni A1.1 e A1.2), è stato rispettato quanto previsto relativamente alla rilevazione e condivisione della normativa nazionale e regionale in ambito legale, amministrativo e gestionale, in coerenza con il flusso operativo aziendale e con l'assegnazione di ruoli e responsabilità. Infatti, l'Ufficio Stampa, in collaborazione e coordinamento con l'Ufficio della Direzione aziendale e il Servizio Affari Generali, ha provveduto a monitorare i canali individuati in sede di redazione della procedura, a raccogliere e pubblicare sullo spazio Intranet quanto selezionato e a condividerlo con il personale, dando così concreta realizzazione all'obiettivo della istituzione di canali informativi interni per la rilevazione e la condivisione della normativa in argomento.

Una volta eseguito l'accesso, l'utente visualizza i contenuti in base al suo profilo. Gli utenti sono stati distinti, infatti, in diversi gruppi (secondo l'elenco seguente) in funzione del ruolo, con l'obiettivo di diversificare la visualizzazione e l'accesso ai documenti e, dunque, consentire alla Direzione / Gestore della piattaforma di comunicare ad una o più categorie in maniera esclusiva e mirata. La condivisione è stata avviata il 15-06-2017, a partire dai seguenti ruoli: Direttore UOC, Responsabile UOS, Coordinatore, Dirigente amministrativo, tecnico, professionale. Una volta eseguita l'autenticazione, l'utente visualizza una home page in cui, in atto, sono immediatamente visibili l'ultima “Notizia” e l'ultima “Circolare”, nonché i “Documenti condivisi” da leggere, evidenziati da un messaggio che riporta il numero di quelli non ancora letti. Resta da risolvere la restrizione all'accesso dovuta a parametri ip dalle macchine aziendali e da effettuare la pubblicazione all'esterno.

DESCRIZIONE AZIONE	INDICATORE	ATTUAZIONE	RISULTATO ATTESO	
Implementazione di un sistema intranet	Pubblicazione di contenuti rivolti al personale e accesso degli utenti	90%	Utilizzo di Intranet in almeno 3 occasioni	Risultato in linea con quello atteso

BUDGET IMPIEGATO – Rispetto alle risorse necessarie alla realizzazione delle azioni, stimate in via presuntiva di € 26.000 IVA inclusa, al 15-12 risultano essere state impiegate somme per € 20.000 euro IVA inclusa (poco più dell'80% del preventivato), a gravare sul bilancio aziendale.

Strutture e funzioni

L'Azienda ospedaliera Cannizzaro è dotata di Ufficio Stampa e Urp che si prevede possano svolgere le rispettive attività secondo un sistema integrato di comunicazione, in un rapporto di collaborazione.

Ufficio Stampa

L'Ufficio Stampa svolge la propria attività di relazione con i mezzi di comunicazione di massa, attraverso comunicati stampa, conferenze stampa, fornitura di contenuti, contatti con gli operatori dell'informazione, ma si rivolge anche direttamente il pubblico attraverso prodotti informativi quali webzine, newsletter, documentazione fotografica. L'Ufficio Stampa dell'Azienda Cannizzaro ha inoltre assunto il coordinamento e la cura dell'aggiornamento del sito web istituzionale. Oltre a curare la rappresentazione

dell'organizzazione all'esterno, esso la veicola all'interno attraverso la realizzazione e diffusione della rassegna stampa.

Ufficio Relazioni con il Pubblico

L'URP si occupa dei contatti diretti fra organizzazione e utenza, gestendo i reclami, dando risposte alle domande, facendo conoscere i servizi erogati e le modalità di accesso, rilevando i bisogni e il livello di soddisfazione dell'utenza, attua i processi di verifica della qualità percepita. Nella gestione dei reclami, il recupero tempestivo del disservizio consente all'organizzazione di adempiere alla missione aziendale, senza considerare le positive ripercussioni sull'immagine.

Stakeholder

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

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

Ciascuno di questi è inserito in una o più azioni di comunicazione esemplificate nelle schede che seguono.

Obiettivi

Obiettivi generali

A supporto degli obiettivi di programmazione nazionale, regionale ed aziendale:

- miglioramento della comunicazione verso l'esterno;
- rafforzamento dell'immagine della vocazione all'emergenza;
- rafforzamento dell'immagine delle alte specialità attive;
- promozione della cultura della donazione degli organi;
- implementazione del sistema di comunicazione interna.

Obiettivi operativi

Discendono dagli obiettivi generali:

- aggiornamento delle informazioni relative alle singole Unità Operative e alle modalità di accesso ai servizi;
- azioni riguardanti l'area dell'emergenza-urgenza;
- promozione dei servizi e delle attività resi dalle Unità Operative caratterizzate da alte specialità;
- qualificazione della presenza dell'Azienda sulle piattaforme di condivisione;
- promozione della donazione e azioni di comunicazione nei casi di prelievi;
- sviluppo degli strumenti propri di comunicazione su Internet;
- perfezionamento del sistema Intranet per la comunicazione interna;
- aggiornamento di display informativi e totem interattivi attivati nell'ambito dei progetti PSN di "Sviluppo dei processi di umanizzazione all'interno dei percorsi assistenziali".

Le modalità di conseguimento degli obiettivi, generali e operativi, sono illustrate nelle schede a seguire; per tutte, il periodo di realizzazione comprende l'intero anno 2018.

Obiettivo generale Miglioramento della comunicazione esterna Dimensione Comunicazione esterna Obiettivo operativo Qualificazione della presenza su Internet						
Sub obiettivi operativi	Target	Descrizione dell'azione	Attori coinvolti	Indicatore realizzazione risultato	Risultato atteso	Budget
Aggiornament o del sito aziendale www.aocanniz-zaro.it	Utenti reali e potenziali, opinione pubblica, dipendenti e collaboratori, altre istituzioni	Revisione delle pagine delle Unità Operative e delle pagine relative alle modalità di accesso e di fruizione dei servizi (prenotazioni, pagamenti etc.)	Direzione generale - Staff Comunicazione, SIT -Centro elaborazione dati	Realizzazione di aggiornamenti di pagine e sezioni	Pubblicazion e di almeno n. 8 pagine aggiornate	0,00
Aggiornament o webzine www.cannizza rosalute.it		Adeguamento e prosecuzione della pubblicazione della webzine aziendale www.cannizzarosalute.it		Effettuazione aggiornamento e mantenimento presenza	Pubblicazion e di almeno n. 10 nuovi articoli e fotografie	50,00

Obiettivo generale Miglioramento della comunicazione esterna Dimensione Comunicazione esterna Obiettivo operativo Azioni riguardanti il Dipartimento di Emergenza e il Pronto Soccorso						
Sub obiettivi operativi	Target	Descrizione dell'azione	Attori coinvolti	Indicatore realizzazione risultato	Risultato atteso	Budget
Comunicazione e sul buon uso e la corretta prassi	Utenti reali e potenziali, opinione pubblica, mass media, dipendenti e collaboratori, decision makers, associazioni e organizzazioni di rappresentanza	Redazione e diffusione di comunicati stampa da diffondere ai media, materiale informativo e divulgativo da pubblicare su internet, per un accesso ai servizi più consapevole da parte degli utenti	Direzione generale - Staff Comunicazione, UOC Mcan, Direzione Sanitaria	Realizzazione e diffusione dei contenuti informativi	Pubblicazione di almeno 4 messaggi	4.000,00

Obiettivo generale Miglioramento della comunicazione esterna Dimensione Comunicazione interistituzionale ed esterna Obiettivo operativo Promozione dei servizi e delle attività resi dalle UO ad alta specialità						
Sub obiettivi operativi	Target	Descrizione dell'azione	Attori coinvolti	Indicatore realizzazione risultato	Risultato atteso	Budget
Comunicazioni sulle eccellenze dell'azienda e sulle buone prassi anche al fine di promuovere corretti stili di vita	Utenti reali e potenziali, opinione pubblica, mass media, dipendenti e collaboratori, decision makers, associazioni e organizzazioni di rappresentanza	Redazione e diffusione di comunicati stampa da diffondere ai media, materiale informativo e divulgativo da pubblicare su internet; pubblicazione eventuale di un numero unico di house organ aziendale.	Direzione generale - Staff Comunicazione, Direzione Sanitaria, UU.OO. interessate	Realizzazione e diffusione di contenuti informativi	Pubblicazione di almeno 4 messaggi	12.000,00

Obiettivo generale Miglioramento della comunicazione esterna Dimensione Comunicazione esterna Obiettivo operativo Qualificazione della presenza sulle piattaforme di condivisione						
Sub obiettivi operativi	Target	Descrizione dell'azione	Attori coinvolti	Indicatore realizzazione risultato	Risultato atteso	Budget
Attivazione e/o rifunzionalizzazione della presenza istituzionale nei social media	Utenti reali e potenziali, decision maker, opinione pubblica	Utilizzo della pagina Facebook, dell'account Twitter, dell'account Youtube, dell'account Istangram dell'Azienda e popolamento dei medesimi canali attraverso gli specifici contenuti, collegati con il sito web istituzionale	Direzione generale - Staff Comunicazione, Direzione Generale	Messa in funzione di account / profili istituzionali	Pubblicazione di contenuti in almeno 2 account / profili	0,00

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

Obiettivo generale Miglioramento della comunicazione interna Dimensione Comunicazione interna Obiettivo operativo Attivazione di strumenti attraverso il ricorso alle nuove tecnologie						
Sub obiettivi operativi	Target	Descrizione dell'azione	Attori coinvolti	Indicatore realizzazione risultato	Risultato atteso	Budget
Adozione di un sistema intranet	Dipendenti e collaboratori	Perfezionamento della intranet ai fini della comunicazione interna e della pubblicazione di documenti in sostituzione del cartaceo	Direzione generale - Staff Comunicazione, SIT -Centro elaborazione dati	Pubblicazione e condivisione di contenuti da parte del personale	Utilizzo e accesso a Intranet in almeno 3 comunicazioni	6.000,00

Obiettivo generale Miglioramento della comunicazione interna Dimensione Comunicazione interna Obiettivo operativo Gestione dei contenuti sui dispositivi in dotazione						
Sub obiettivi operativi	Target	Descrizione dell'azione	Attori coinvolti	Indicatore realizzazione risultato	Risultato atteso	Budget
Aggiornamento display informativi e totem interattivi	Dipendenti e collaboratori	Inserimento, attraverso piattaforma CMS, di informazioni di servizio, notizie riguardanti l'Azienda e la sanità, indicazioni su buone prassi e corretto uso dei servizi sanitari	Direzione generale - Staff Comunicazione, Direzione Sanitaria, Urp	Pubblicazione di nuovi contenuti testuali, visivi e multimediali	Inserimento di almeno 6 nuovi contenuti	0,00