

*Azienda per l' Assistenza Sanitaria n. 3 "Alto Friuli- Collinare – Medio Friuli"*  
*Agency for Health Assistance n. 3 "Upper – Hilly – Middle Friuli"*  
*Aziende pe Assistance Sanitarie "Friûl de Alte – Culinâr – di Mieç"*  
*Sanitätsbetrieb Nr. 3 "Ober- Huegel- Mittelfriaul"*  
*Podjetje za zdravstveno varstvo št.3 "Gornja Furlanija-Gričevnata-Srednja Furlanija"*

# PIANO DI COMUNICAZIONE AZIENDALE

ANNO 2016

## **S.O. Marketing Sociale**



REGIONE AUTONOMA FRIULI VENEZIA GIULIA

azienda per l'assistenza sanitaria

**3** Alto Friuli, Collinare, Medio Friuli

## INDICE

\_Toc434825736

<b>INDICE</b> .....	<b>2</b>
<b>PREMESSA</b> .....	<b>3</b>
<b>LA COMUNICAZIONE NELL' AAS3 : RIFERIMENTI ORGANIZZATIVI</b> .....	<b>4</b>
Organigramma AAS3.....	4
<b>LA COMUNICAZIONE NELL' AAS3 : RIFERIMENTI CONCETTUALI</b> .....	<b>6</b>
<b>LA COMUNICAZIONE NELL' AAS3: SCENARI ORGANIZZATIVI</b> .....	<b>7</b>
<b>RACCORDO CON LA PROGRAMMAZIONE 2015</b> .....	<b>7</b>
<b>STRATEGIE, FINALITA' ED AZIONI</b> .....	<b>8</b>
<b>1 - LA COMUNICAZIONE INTERNA</b> .....	<b>8</b>
1.1 LE FINALITA' DELLA COMUNICAZIONE INTERNA.....	8
1.2 LE AZIONI E GLI STRUMENTI DELLA COMUNICAZIONE INTERNA.....	9
<b>2 - LA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE</b> .....	<b>10</b>
2.1 IL LOGO.....	10
2.2 LA TESTATA.....	11
2.3 IL SITO INTERNET AZIENDALE.....	11
2.4 LA WEB TV.....	12
<b>3 - LA COMUNICAZIONE ESTERNA</b> .....	<b>12</b>
3.1I DESTINATARI .....	12
3.1.1 LA COMUNICAZIONE VERSO I CITTADINI .....	13
3.1.2 LA COMUNICAZIONE VERSO ORGANISMI E STRUTTURE DELLA SOCIETÀ.....	13
3.1.3 LA COMUNICAZIONE VERSO I MEZZI DI COMUNICAZIONE DI MASSA.....	14
3.2 LE FINALITÀ DELLA COMUNICAZIONE ESTERNA .....	15
3.3 - ALTRI STRUMENTI PER LA COMUNICAZIONE ESTERNA .....	18
<b>3 - PROGETTI SPECIALI</b> .....	<b>19</b>
4.1 IL SERVIZIO CIVILE NAZIONALE.....	19
4.2 TUTELA LINGUE MINORITARIE E COMUNICAZIONE AGLI STRANIERI.....	20
4.3 - RELAZIONI INTERNAZIONALI .....	21
4.4 - LINEAMICA. ....	22
<b>TABELLA DI SINTESI AZIONI 2015</b> .....	<b>23</b>
<b>RIFERIMENTI</b> .....	<b>24</b>

## **PREMESSA**

*La comunicazione in ambito sanitario assume un ruolo strategico e rilevante nell'informazione ed orientamento su comportamenti e stili di vita corretti. Si inserisce come collegamento fra sistema e cittadino, favorendone la sua partecipazione e rafforzandone la capacità di effettuare scelte consapevoli rispetto alla propria salute. Si può affermare a pieno titolo che la frase "La comunicazione è parte della cura" si colloca in ambito sanitario come assioma, di pari dignità rispetto ai famosi assiomi della Scuola di Palo Alto.*

*Comunicare in sanità è un compito fondamentale per il raggiungimento degli obiettivi del Sistema Sanitario, oltre a costituire un'opportunità ed una risorsa per diffondere la conoscenza delle azioni intraprese mediante il coinvolgimento dei diversi interlocutori.*

*Nel contesto aziendale, anche sanitario, la comunicazione è rilevante attività e, come tale, ha la necessità di essere pianificata. Il Piano di Comunicazione non è solo uno strumento ma costituisce una risorsa operativa nel quale sono descritti tutti i principali processi di comunicazione rivolti all'esterno ed all'interno dell'organizzazione.*

*Il Piano ha lo scopo di individuare le iniziative da compiere per realizzare le scelte di scambio informativo che sostengono il sistema, aiuta a programmare ed a gestire le azioni di comunicazione per il raggiungimento degli obiettivi, coinvolge uno o più target di riferimento, definisce le modalità di verifica di tutte le iniziative intraprese. Il Piano di Comunicazione è stato redatto dall'ex AAS3 per 7 anni; nel solco della tradizione e della volontà di ereditare dalle ex aziende costituenti le buone prassi, anche questa ottava edizione costituisce un impegno per la Direzione Aziendale della neocostituita AAS3 ed un riferimento programmatico per le strutture organizzative; ha valenza annuale, da gennaio a dicembre 2016.*

*"Comunicare bene è un dovere delle Istituzioni. Migliorare le conoscenze e le professionalità in questo campo ha un valore strategico, perché una efficace comunicazione pubblica può ridurre i costi sociali, attivare la partecipazione dei cittadini, accorciare le distanze che creano disparità nella fruizione dei servizi...L'ammodernamento della Pubblica Amministrazione passa dall'impegno e dalla qualità professionale dei suoi dirigenti, funzionari, dipendenti.*

*La crescita dell'intero Paese ha bisogno di un settore pubblico forte ed efficiente, che ha ben presente i propri doveri di equità e di trasparenza e che è capace di usare tutti gli strumenti della modernità per far valere e accrescere i diritti di cittadinanza." (COM.Lab 2015: messaggio del Presidente della Repubblica, Sergio Mattarella).*

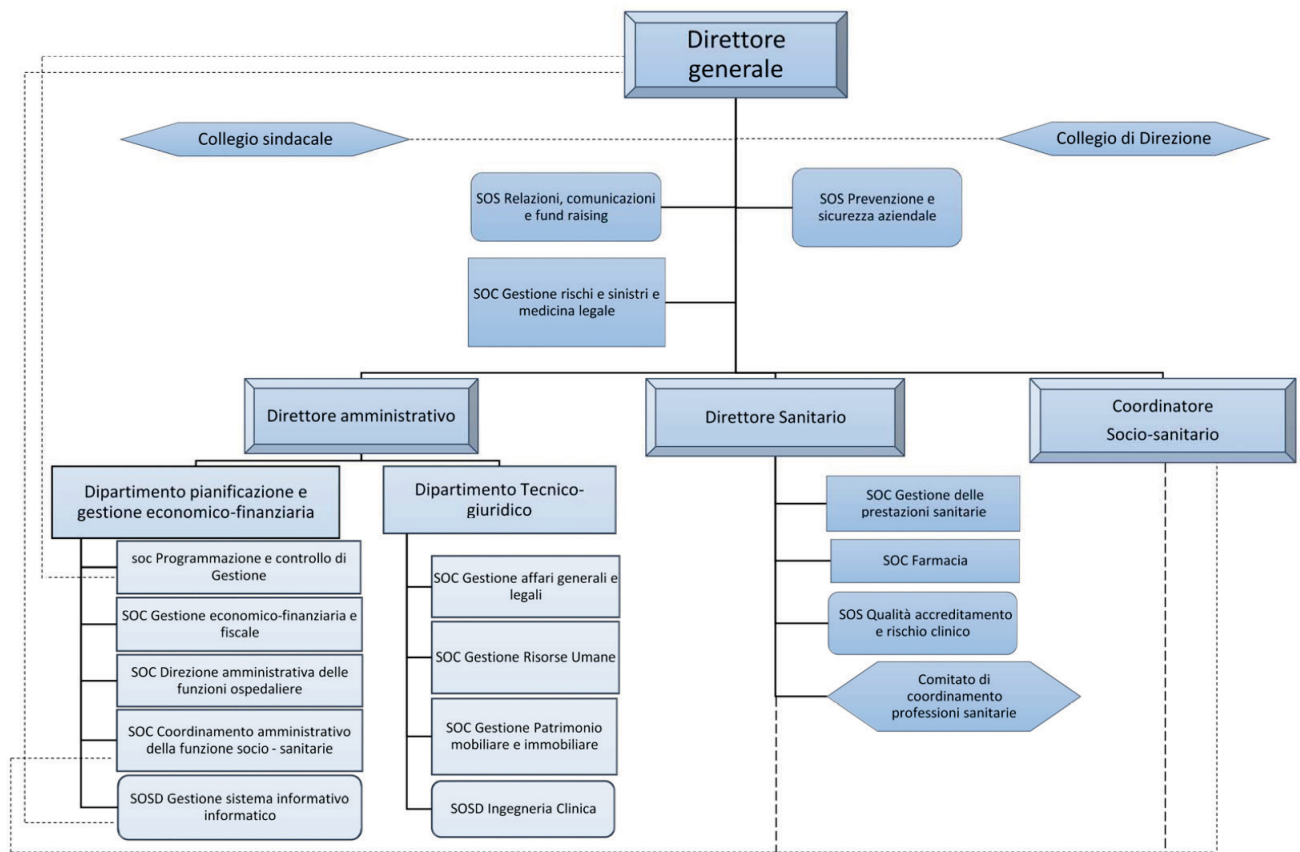
*Il Direttore Generale*

*Pier Paolo BENETOLLO*

## LA COMUNICAZIONE NELL' AAS3 : RIFERIMENTI ORGANIZZATIVI

**Organigramma AAS3** (fonte: Bozza Atto Aziendale – aggiornato al novembre 2015)

### ALLEGATO 1 - ORGANIGRAMMA



La struttura operativa Relazioni, comunicazione e fund raising, in staff alla Direzione Generale, è la struttura che assicura le relazioni interne fra gli uffici ed esterne (identità visiva, sito aziendale, ufficio relazioni con il pubblico, ufficio informazioni, rapporti con la stampa, gli enti locali e le associazioni di volontariato, mediazione culturale, ecc.) e cura le azioni di fund raising.

Il sistema di comunicazione interna contribuisce a creare nelle risorse professionali dell'Azienda il senso di appartenenza e di attenzione che si traducono in una maggiore efficienza ed efficacia dell'organizzazione nel suo complesso. La circolazione del flusso di informazione è convogliata in una rete strutturata di canali di divulgazione, in modo che sia facilmente fruibile e riconoscibile, sia per essere consultata che per essere alimentata dalle diverse articolazioni aziendali (in particolare sito web, newsletter elettronica, e-mail con priorità elevata, progetti multimediali, contenuti audiovisivi).

Per quanto attiene alla comunicazione esterna, il Servizio – attraverso cui devono passare le informazioni in uscita provenienti dalle diverse articolazioni e strutture aziendali - gestisce i rapporti con i mass-media, nella diffusione di informazioni di interesse pubblico, attraverso la redazione di comunicati stampa e i contatti con gli organi di stampa. Risponde alle richieste di notizie o approfondimenti per servizi giornalistici su argomenti sanitari e per attività o fatti che riguardino l'ospedale e l'organizzazione Aziendale. Ha lo scopo di:

- garantire tempestività e corretta comunicazione;
- valorizzare le attività assistenziali, formative e di ricerca rese;
- valorizzare il lavoro dei Professionisti e degli Operatori;
- divulgare e rendere chiaro il senso delle scelte strategiche aziendali;
- realizzare materiale divulgativo.

L'Ufficio Relazioni con il Pubblico ha il compito di favorire e semplificare i rapporti tra i Cittadini e la Pubblica Amministrazione. Le finalità sono:

- garantire l'esercizio dei diritti del cittadino all'informazione, all'accesso agli atti e alla Partecipazione;
- agevolare l'utilizzazione dei servizi offerti dall'Azienda ai cittadini, fornendo informazioni precise, semplici e chiare;
- raccogliere e analizzare segnalazioni, suggerimenti e reclami;
- assicurare la valutazione della qualità percepita (esterna ed interna) contribuendo ad integrarla nel Sistema di Gestione Qualità aziendale;

- contribuire, mediante l'ascolto dei cittadini, alla costante verifica della qualità dei servizi erogati;
- promuovere la comunicazione istituzionale attraverso lo scambio e la collaborazione tra gli Uffici per le Relazioni con il Pubblico delle altre Amministrazioni.

L'attività di fund raising promuove la ricerca fondi, con riferimento anche alla gestione delle attività di pianificazione e marketing; supporta il Servizio Gestione Prestazioni Sanitarie nel processo di elaborazione delle proposte di miglioramento (investimenti, abbandoni, potenziamenti di specialità, ecc.), definisce pacchetti di offerta eventualmente richieste a pagamento da privati ed individuazione fasce di prezzi da applicare.

## **LA COMUNICAZIONE NELL' AAS3 : RIFERIMENTI CONCETTUALI**

Gli standard Joint Commission International (JCI) per l'accreditamento degli ospedali forniscono, accanto alla vision aziendale esplicitata in premessa, il frame concettuale all' interno del quale situare le linee di lavoro relative alla comunicazione, stante l'adesione dell' AAS3 al programma internazionale di accreditamento. In particolare il Piano 2016 si riferisce, per quanto attiene alla comunicazione interna, agli standard seguenti:

Governo, leadership e direzione.

Qualifiche e formazione del personale.

Gestione della comunicazione e delle informazioni.

Per la comunicazione esterna si fa riferimento ai seguenti standard:

Miglioramento della qualità e sicurezza del paziente.

Diritti del paziente e dei familiari.

Educazione del paziente e dei familiari.

Imprescindibili per la progettazione della comunicazione 2016 risultano essere i dettami del DLgs 33/2013 disciplinante gli obblighi di trasparenza delle Pubbliche Amministrazioni (P.A.), applicati in AAS3 attraverso il Piano Triennale per la Trasparenza e l' Integrità 2015-2017.

## **LA COMUNICAZIONE NELL' AAS3: SCENARI ORGANIZZATIVI**

1. L' applicazione dell'Atto Aziendale di organizzazione e funzionamento, conseguente alla LR 17/2014 di riforma del SSR, prevista per il 1.1.2016, modificherà profondamente l'Azienda dal punto di vista strutturale e dei meccanismi operativi, con inevitabile impatto sui processi sociali – in primis sulle dinamiche comunicative e relazionali sia interne che esterne. Il presente Piano, redatto comunque nei tempi previsti dalla L. 150/2000, sarà pertanto suscettibile di modifiche in corso d' anno, modifiche che potranno avere anche grossa rilevanza qualora i nuovi assetti aziendali le rendano necessarie.
2. Dal giugno 2015 il personale dell'URP è in grado di popolare, pubblicare ed aggiornare autonomamente il sito istituzionale; redazioni autonome sono svolte dal Dipartimento di Prevenzione (promozione della salute), dalla SO Politiche del Personale (Concorsi e avvisi), dalla SO Tecnologie e Investimenti (Bandi di gara).
3. La Dirigente della struttura è Responsabile Aziendale della Trasparenza ai sensi del DLgs 33 del 14/3/2013 "Riordino della disciplina riguardante gli obblighi di pubblicità, trasparenza e diffusione di informazioni da parte delle pubbliche amministrazioni".

## **RACCORDO CON LA PROGRAMMAZIONE 2015**

Le linee strategiche per il 2016 non si discostano da quelle 2015 quindi anche le attività ricalcano le macroaree precedenti; nel 2015 non si è ritenuto necessario, stanti le progressive modifiche organizzative e istituzionali, adottare un manuale di stile che sarebbe divenuto in breve obsoleto; l' attività viene riprogrammata per il 2016, con la partecipazione del Referente URP al Gruppo di lavoro ad hoc costituito dalla Direzione Centrale Protezione Salute.

L' offerta di corsi di formazione non è riuscita a coprire completamente la domanda, per cui nell' anno 2016 si potrà prevedere una rimodulazione dell'offerta formativa sui temi della comunicazione in corso d' anno.

## **STRATEGIE, FINALITA' ED AZIONI**

### **1 - LA COMUNICAZIONE INTERNA**

#### **1.1 LE FINALITA' DELLA COMUNICAZIONE INTERNA**

Per l'anno 2016 obiettivi prioritari della comunicazione interna aziendale sono:

1. Coinvolgere i dipendenti nelle politiche e nelle strategie
2. Trasmettere informazioni su esigenze operative, ottimizzando le fasi di esecuzione del lavoro
3. Mantenere informato il personale in funzione della mission
4. Rafforzare il senso di appartenenza e la motivazione
5. Migliorare le sinergie tra gli uffici e i rapporti collaborativi, in particolare fra strutture provenienti da ex ASS diverse
6. Stimolare la creatività
7. Rendere più visibile il management

La comunicazione interna svolge un ruolo fondamentale nel mantenere nel tempo una tensione ideale verso il miglioramento e nel perseguimento degli obiettivi, purchè il personale conosca la domanda dei cittadini, i tempi di risposta, l'andamento delle prestazioni, i livelli raggiunti, ecc.

La Direzione Aziendale si pone altresì l'obiettivo di costruire relazioni forti con i dipendenti e prestare attenzione ai processi di ascolto, informazione e comunicazione interna.

I primi stakeholder ad essere necessariamente informati e formati sul nuovo ruolo a cui è chiamata l'Amministrazione Pubblica nel contesto attuale e ad essere coinvolti e resi partecipi delle strategie poste in essere per lo sviluppo del territorio, sono rappresentati dalle risorse umane operanti all'interno dell'Istituzione (si ricorda che trattasi di circa 2.200 persone, su un totale di oltre 172.000 cittadini residenti – la maggiore Azienda sul territorio). Molti dipendenti dell'AAS3 rivestono altresì ruoli diversi al di fuori dell'impegno lavorativo: amministratore locale, membro di Associazioni, opinion leader.



## **1.2 LE AZIONI E GLI STRUMENTI DELLA COMUNICAZIONE INTERNA**

Nella comunicazione interna dell'AAS3 sono presenti i seguenti "strumenti", che consentono le azioni rispettivamente descritte:

- bacheche del Direttore Generale: verranno utilizzate per comunicazioni della Direzione, ove si voglia essere certi della trasmissione del messaggio con capillare diffusione, senza rischio che la comunicazione "scompaia" nell' overload informativo attorno ai punti timbratura;
- comunicazioni a Direttori di Strutture Operative Semplici e Complesse e di conseguenza comunicazioni a cascata per quanto riguarda i vari collaboratori all'interno delle varie strutture; proseguiranno i report del Piano Qualità a cura della SO competente;
- mailing list aziendale: viene utilizzata per le comunicazioni che necessitano della massima diffusione possibile;
- rete telefonica interna – strumento di elevato valore per le comunicazioni di servizio,
- comunicati allegati a busta paga;
- sezione di comunicazione interna accessibile dal sito internet aziendale a cura della SO competente;
- community web, area riservata intranet dedicata alla condivisione delle politiche e delle procedure aziendali, alla reportistica direzionale, all' andamento del Piano budget. E' stata richiesta alla software house webmaster del sito Internet la possibilità di inserire nel piano degli sviluppi 2016 la costruzione della Intranet aziendale;
- manuali per i neoassunti (generale, per la sicurezza e sorveglianza sanitaria, per la movimentazione carichi): verranno ri-editi se necessario, anche sulla base della riorganizzazione aziendale;

- web TV aziendale: proseguirà l' implementazione di video sul canale YouTube dedicato (a novembre 2015 oltre 45.000 visualizzazioni);
- formazione ECM, con l'organizzazione dei corsi per la formazione continua del personale sanitario.

In particolare nella formazione ECM, viene posta particolare attenzione ai corsi sulla comunicazione tra operatori e tra operatore-paziente, comunicazione all' interno dei gruppi di lavoro, comunicazione organizzativa e d' impresa.

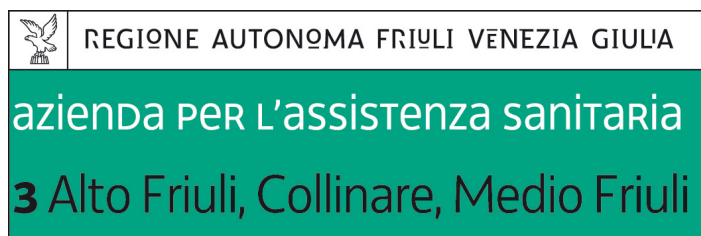
Per il 2016 sono programmati i seguenti corsi:

Obiettivo nazionale	Evento formativo	Durata	Edizioni
Principi, procedure e strumenti per il governo clinico delle attività sanitarie	La gestione del reclamo	1 giornata	2
Management sanitario. innovazione gestionale e sperimentazione di modelli organizzativi e gestionali	Gestione dei conflitti	2 giornate	2
Aspetti relazionali (comunicazione interna, esterna, con paziente) e umanizzazione cure	L' alleanza Azienda - cittadino	2 giornate	2
Accreditamento strutture sanitarie e dei professionisti. La cultura della qualità	Analizzare la soddisfazione dell'utenza	2 giornate	2

## 2 - LA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE

### 2.1 IL LOGO

L' AAS3 utilizza il logo, fornito dalla Direzione Centrale Protezione Salute; il Manuale di Stile è in corso di redazione da parte del Gruppo di lavoro regionale, di cui il Referente URP fa parte.



*Azienda per l' Assistenza Sanitaria n. 3 "Alto Friuli- Collinare – Medio Friuli"  
Agency for Health Assistance n. 3 "Upper – Hilly – Middle Friuli"  
Aziende pe Assistence Sanitarie "Friûl de Alte – Culinâr – di Mieç"  
Sanitätsbetrieb Nr. 3 "Ober- Huegel- Mittelfriaul"  
Podjetje za zdravstveno varstvo št.3 "Gornja Furlanija-Gričevnata-Srednja Furlanija"*

## **2.2 LA TESTATA**

Dall' anno 2010 l'ASS3 si era dotata di una propria testata, il periodico InForma (iscr. Ex Tribunale di Tolmezzo n. 177 Reg.Per., ora trasferito al Tribunale di Udine), (tiratura 25.000 copie). Da allora sono usciti 8 numeri, alcuni plurilingue a seguito dei progetti finanziati dalla L. 482/99 e dalla L. 38/01; il gradimento dei cittadini è stato elevato, inoltre lo strumento ha permesso di fornire informazioni esaustive e capillari in momenti di particolare richiesta (es. problema della rabbia silvestre, mancata pubblicazione dei numeri telefonici sull' elenco abituale, inizio degli screening autunnali etc.). Pertanto l'AAS3 ha ritenuto di acquisire la titolarità della testata e proseguire con le uscite di Informa anche nel 2015, si proseguirà nel 2016 con cadenza quadrimestrale più in eventuali occasioni in cui si renda necessario informare con precisione, sicurezza ed in breve tempo tutti i cittadini dell'Alto Friuli.

## **2.3 IL SITO INTERNET AZIENDALE**

Il sito ufficiale dell'AAS3 è accessibile all' URL [www.ass3.sanita.fvg.it](http://www.ass3.sanita.fvg.it).

E' redatto in 3 lingue: italiano, friulano, tedesco in quanto lingue minoritarie ammesse a tutela sul territorio dell'AAS3 ai sensi della L. 482/99 (a cui nel 2016 si aggiungerà la versione slovena).

E' aggiornato quotidianamente, in particolare nelle sezioni news e comunicazioni esterne. Nel corso del 2016 si prevede l'aggiornamento continuo, legato alle indicazioni regionali, agli adempimenti connessi al DLgs 33/2013, agli interfacciamenti necessari per gli adempimenti legati alla trasparenza ed all' anticorruzione.

Il sito verrà almeno quadrimestralmente sottoposto allo scanning della Bussola di Magellano.

## 2.4 LA WEB TV



Dal 2011 l'ASS3 – dal 2015 acquisita da AAS3 - gestisce un canale Youtube dedicato alla web Tv aziendale.

Vi si accede cliccando l'icona qui raffigurata, che rappresenta un link al canale web tv aziendale citato, oppure effettuando da Youtube o da qualsiasi motore di ricerca la query di parole chiave che indirizzano al singolo video. All'interno del canale i video vengono organizzati e classificati per aree tematiche (organizzazione, prevenzione, clinica e assistenza); alcuni sono realizzati in inglese e nelle lingue minoritarie sopra citate. La redazione della web tv è affidata alla SO Marketing Sociale, che provvede a contattare i professionisti dell'Azienda, progettare i contenuti e i supporti grafici dei video, effettuare montaggio, supervisionare con la direzione strategica la pubblicazione dei video, monitorare accessi e commenti dei visitatori.

Nel 2016 le attività previste sono:

- realizzazione e pubblicazione di almeno 10 ulteriori video;
- monitoraggio periodico di accessi, commenti e integrità del canale;
- realizzazione dell' analisi della customer satisfaction 2015 sulle opinioni degli utenti del sito.

## 3 - LA COMUNICAZIONE ESTERNA

### 3.11 destinatari

della comunicazione esterna possono essere raggruppati in tre macrocategorie:

- 1- I cittadini
- 2- Gli organismi e le strutture della società
- 3- I mezzi di comunicazione di massa

*Azienda per l' Assistenza Sanitaria n. 3 "Alto Friuli- Collinare – Medio Friuli"*  
*Agency for Health Assistance n. 3 "Upper – Hilly – Middle Friuli"*  
*Aziende pe Assistance Sanitarie "Friûl de Alte – Culinâr – di Mieç"*  
*Sanitätsbetrieb Nr. 3 "Ober- Huegel- Mittelfriaul"*  
*Podjetje za zdravstveno varstvo št.3 "Gornja Furlanija-Gričevnata-Srednja Furlanija"*

Di seguito si effettua uno zoom su presupposti e dettaglio delle tre aree di interazione, per elencare poi gli obiettivi specifici e le azioni che verranno intraprese per il raggiungimento degli stessi.

### **3.1.1 LA COMUNICAZIONE VERSO I CITTADINI**

Rappresentano gli utenti principali, segmenti di domanda che occupano il ruolo fondamentale al centro del mondo della sanità.

Una relazione efficace tra Amministrazione Pubblica e cittadini richiede una strategia di comunicazione chiara, diretta a costruire e consolidare nel tempo un'immagine forte e affidabile dell'Istituzione. Forza e affidabilità aumentano il senso di appartenenza dei cittadini e migliorano la compliance degli assistiti in risposta ai programmi di promozione della salute e di educazione sanitaria.

### **3.1.2 LA COMUNICAZIONE VERSO ORGANISMI E STRUTTURE DELLA SOCIETÀ**

Agevolare e coordinare i rapporti tra diverse Istituzioni, creare legami e gestire relazioni in un'ottica di cooperazione interistituzionale sono azioni importanti non solo per la razionalizzazione dei servizi (da offrire al pubblico) e di modernizzazione degli apparati, ma anche in una prospettiva di promozione della crescita e dello sviluppo competitivo del territorio, nel quale le amministrazioni stesse operano.

In tale direzione l'Azienda cura in particolare i rapporti con le seguenti istituzioni e attori:

- Sindaci dei 68 Comuni del territorio, Presidenti Assemblee dei Sindaci, Rappresentanza dei Sindaci
- Enti pubblici regionali e provinciali
- Associazioni di volontariato
- Università
- Forze dell'ordine
- Case di riposo
- Comunità parrocchiali del territorio

- Distretti scolastici
- Gruppi di pressione (OO.SS., movimenti...)
- Organizzazioni di categoria (es. ASCOM, Federfarma, Ordine Collegi)
- Altri settori della sanità (altre AAS e AO, IRCSS, Direzione Regionale, Assessorato...)
- Organizzazioni no profit e del Terzo settore
- MMG e PLS
- Farmacie del territorio
- Istituzioni transfrontaliere

### **3.1.3 LA COMUNICAZIONE VERSO I MEZZI DI COMUNICAZIONE DI MASSA**

I media rappresentano un vero e proprio "pubblico" a cui si rivolge la comunicazione aziendale; un "pubblico" a sé stante, che ha proprie esigenze, aspettative, regole di vita; un pubblico che può decidere di "costruire" e pubblicare notizie, che è in grado di incidere fortemente nella percezione dei cittadini.

Le Redazioni devono essere considerate una categoria speciale di clienti dell'azienda, il cui lavoro è contrassegnato dall'urgenza e dalla necessità di rapida conoscenza e comprensione di fenomeni e fatti spesso complessi e che talvolta affrontano per la prima volta.

E' per questo che la qualità delle relazioni ha una grande influenza sulla qualità degli articoli che vengono pubblicati e quindi sull'immagine che ne deriva per l'azienda. Compito principale dell'ufficio stampa è quello di curare la qualità di queste relazioni.

Anche nell'anno 2016, l'AAS3 si rivolgerà preferenzialmente ai seguenti mass media:

- Quotidiani e periodici locali (Messaggero Veneto, Gazzettino, Il Quotidiano, Vita Cattolica, La montagna)
- Riviste nazionali (Panorama della Sanità, Sole 24 ore Sanità)
- Radio (Radio Spazio 103, Radio Studio Nord)

*Azienda per l' Assistenza Sanitaria n. 3 "Alto Friuli- Collinare – Medio Friuli"*  
*Agency for Health Assistance n. 3 "Upper – Hilly – Middle Friuli"*  
*Aziende pe Assistance Sanitarie "Friûl de Alte – Culinâr – di Mieç"*  
*Sanitätsbetrieb Nr. 3 "Ober- Huegel- Mittelfriaul"*

*Podjetje za zdravstveno varstvo št.3 "Gornja Furlanija-Gričevnata-Srednja Furlanija"*

- Televisione (Rai3, TeleFriuli)
  
- Siti web (infohandicap.org, altofriuli.com)
- Altre testate e media in base ai destinatari dei messaggi.

Tutte e tre le macrocategorie descritte saranno target delle Giornate della Trasparenza (1 o 2 nell' arco dell'anno) che AAS3 organizzerà, anche in ottemperanza agli specifici dettami legislativi.

### **3.2 LE FINALITÀ DELLA COMUNICAZIONE ESTERNA**

Finalità n. 1: Facilitare l'accesso ai servizi e le possibilità di scelta da parte del cittadino.
---

I cittadini rappresentano un ruolo fondamentale al centro della sanità. In questa ottica è necessario che l'Azienda si orienti verso il cittadino, sviluppando un atteggiamento nuovo e proprio tale sviluppo richiede una comunicazione diretta, chiara per consolidare un'immagine forte dell'Istituzione.

I contenuti della comunicazione sono in questo contesto principalmente rivolti a far conoscere l'offerta aziendale e le relative modalità di accesso.

L' interlocutore privilegiato è il cittadino in alcune delle sue possibili segmentazioni:

- singolo o associato;
- nel proprio ambiente di vita e di lavoro (domicilio, luogo di lavoro, scuola, spazi ricreativi)
- nel momento di contatto con le strutture (ricoverato, utente, visitatore/accompagnatore);
- nel momento di contatto con altri partner (medici MG, farmacie, strutture accreditate, comuni, ...).

La "comunicazione di servizio" è una tipologia di comunicazione molto vasta e caratterizzata da richieste e bisogni soggettivi di ogni cittadino che entra in contatto con l'Azienda. Allo stesso tempo è un'attività che risente fortemente dei continui cambiamenti organizzativi e legislativi che difficilmente può trovare una risposta certa attraverso i classici strumenti informativi di tipo cartaceo. Si ritiene quindi di continuare a privilegiare in

prima istanza il consolidamento e la qualificazione a livello zonale di punti di riferimento certi, presidiati da personale in grado di gestire in tempo reale i cambiamenti organizzativi ed informativi, a cui indirizzare i cittadini per ottenere le informazioni di cui necessitano (uff. informazioni, portinerie, accoglienza ospedaliera).

In questa direzione operano, oltre ai tre presidi ospedalieri centrali, i Punti Salute situati in zone strategiche del territorio dell' AAS3 per cercare di portare l'informazione e, di conseguenza, la salute più vicina al cittadino.

Per quanto riguarda l'area ospedaliera, nel 2016 proseguirà la distribuzione dei depliant informativi per i pazienti ricoverati, suddivisi per Ospedale e per Struttura, contenenti tutte le informazioni logistiche relative alla degenza nel reparto, affiancati dai depliant contenenti le informazioni utili per la prevenzione delle cadute (target distinti adulti/bambini) e altri temi di prevenzione e promozione della salute . Per quanto attiene all' area territoriale, anche qui proseguirà la distribuzione di materiale informativo e di promozione della salute, specifico per target e per argomenti, in qualche caso multilingue. La web TV aziendale garantisce l'informazione multimediale; la politica aziendale complessiva mira all' abbattimento del digital divide attraverso i messaggi di educazione alla salute e relativi all' organizzazione.

Finalità n. 2: Promuovere l'immagine aziendale.
---

In questo contesto, "promuovere l'immagine aziendale" significa cercare di rendere visibili e valorizzare i fattori di qualità dei servizi offerti con l'obiettivo di rendere minima o annullare l'eventuale differenza che esiste tra la reale identità aziendale e l'immagine che ne percepisce il pubblico di riferimento. Quindi, far conoscere l'Azienda ed i suoi servizi, ma anche chi e come li eroga. Non basta "saper fare" o "fare", bisogna anche "farlo sapere".

Il compito principale, ma non esclusivo da questo punto di vista, è assegnato all'Ufficio Stampa (integrato nella struttura operativa Relazioni, Comunicazioni e Fund raising) che garantirà, accanto alla quotidiana attività di comunicazione di servizio, la



*Azienda per l' Assistenza Sanitaria n. 3 "Alto Friuli- Collinare – Medio Friuli"*  
*Agency for Health Assistance n. 3 "Upper – Hilly – Middle Friuli"*  
*Aziende pe Assistance Sanitarie "Friûl de Alte – Culinâr – di Mieç"*  
*Sanitätsbetrieb Nr. 3 "Ober- Huegel- Mittelfriaul"*  
*Podjetje za zdravstveno varstvo št.3 "Gornja Furlanija-Gričevnata-Srednja Furlanija"*

promozione nei media locali delle attività che si caratterizzano per innovazione, qualità, eccellenza.

A questo proposito si prevedono:

- articoli periodici redatti direttamente dall'ufficio stampa o concordati con i quotidiani locali e con riviste scientifiche nazionali
- interviste rilasciate dai direttori delle attività individuate
- spot televisivi sui programmi di prevenzione promossi dall'Azienda sulla base dei criteri dettati dalla Regione Friuli Venezia Giulia
- sviluppo della web TV.

L'AAS3, così come verificatosi nel corso degli ultimi anni, presterà particolare attenzione all'organizzazione di eventi, mostre, inaugurazioni, convegni e seminari nel campo sanitario: saranno in questo caso importanti i contatti con la Regione Friuli Venezia-Giulia e le altre istituzioni, le associazioni di volontariato per dare ancora maggiore risalto all'immagine aziendale.

Nel 2011 l' Ospedale di Tolmezzo ha conseguito l'attestazione di Ospedale a Misura di Donna del progetto nazionale ONDA, ottenendo 2 Bollini Rosa.

Nel 2015 sia l' Ospedale di Tolmezzo che l' Ospedale di San Daniele hanno conseguito il ri-accreditamento, ottenendo 3 Bollini Rosa ciascuno. Il mantenimento di questa valutazione è subordinato all' adesione, da parte di AAS3, alle varie campagne informative e di educazione sanitaria promosse da ONDA; nel 2016 proseguirà nella collaborazione al network nazionale.

Finalità n. 3: analizzare e rendere nota la soddisfazione dell'utenza
---

Nel 2015 le indagini di customer satisfaction sono state effettuate nelle aree indicate della Direzione. Nel 2016 i report delle indagini effettuate verranno resi pubblici nell' area "Amministrazione Trasparente" del sito web istituzionale.

Finalità n. 4: promuovere l' adesione alle vaccinazioni pediatriche



Nell' ottobre 2015 i dati epidemiologici hanno indotto AAS3 a promuovere la campagna "vacciniAMOLI", al fine di riportare la copertura vaccinale pediatrica ai livelli consigliati dall' OMS. Nel 2016 la campagna sarà prioritaria per l' Azienda e utilizzerà tutti gli strumenti del marketing mix.

### 3.3 - altri strumenti per la comunicazione esterna

L'UFFICIO RELAZIONI CON IL PUBBLICO (URP)

L' Ufficio Relazioni con il Pubblico impiega personale competente, in possesso dei requisiti previsti dalla L 150/2000 e succ. regolamento, in grado di rispondere alle richieste dei cittadini e svolgere il ruolo di soggetto competente a:

- risolvere quesiti/richieste di propria competenza
- monitorare lo stato di avanzamento della gestione di quesiti/segnalazioni/proposte
- fungere da strumento di raccordo tra cittadini e servizi
- fornire un supporto alla gestione della comunicazione esterna
- attuare un ascolto attivo dell' organizzazione, identificando precocemente possibili eventi avversi di carattere organizzativo e riportando tempestivamente alla Direzione Strategica i segnali di criticità

*Azienda per l' Assistenza Sanitaria n. 3 "Alto Friuli- Collinare – Medio Friuli"*  
*Agency for Health Assistance n. 3 "Upper – Hilly – Middle Friuli"*  
*Aziende pe Assistance Sanitarie "Friûl de Alte – Culinâr – di Mieç"*  
*Sanitätsbetrieb Nr. 3 "Ober- Huegel- Mittelfriaul "*  
*Podjetje za zdravstveno varstvo št.3 "Gornja Furlanija-Gričevnata-Srednja Furlanija"*

L'URP raccoglie le segnalazioni (reclami, elogi, suggerimenti) attraverso diversi mezzi di comunicazione:

- telefono (seguito da perfezionamento formale)
- accesso diretto alla sede URP centrale oppure alle strutture ospedaliere e territoriali
- posta ordinaria, posta elettronica, PEC

Sono presenti due ulteriori strumenti di controllo dell'URP: vengono infatti effettuati la classificazione dei reclami secondo lo schema ministeriale e un report semestrale che viene consegnato alla Direzione. Anche nel 2016 per la classificazione dei reclami verrà utilizzato il software gestionale, che consente la produzione di una reportistica più raffinata e tarata sulle esigenze di volta in volta espresse dalla Direzione e dalle Strutture.

L' URP è responsabile dell'Accesso Civico, ai sensi della normativa vigente in materia ed in particolare in ottemperanza al DLgs 33/2013.

### **3 - PROGETTI SPECIALI**

#### **4.1 IL SERVIZIO CIVILE NAZIONALE**

L'AAS3 offre la possibilità ai volontari del Servizio Civile Nazionale di effettuare attività di informazione, orientamento, accompagnamento dei cittadini che accedono ai servizi (13 posti attivati da ottobre 2015 e settembre 2016).

Si tratta di un importante strumento di comunicazione sociale diventato attore-protagonista nel prevenire e contrastare il disagio e promuovere salute e benessere, creare coesione sociale, puntando sulla qualità delle relazioni, sulla dimensione relazionale a livello comunitario e sulla costruzione di legami sociali ricchi di umanità.

Attraverso il personale della SO Relazioni, Comunicazioni e Fund Raising, i volontari potranno sviluppare ed implementare quantitativamente e qualitativamente le

*Azienda per l' Assistenza Sanitaria n. 3 "Alto Friuli- Collinare – Medio Friuli"*  
*Agency for Health Assistance n. 3 "Upper – Hilly – Middle Friuli"*  
*Aziende pe Assistance Sanitarie "Friûl de Alte – Culinâr – di Mieç"*  
*Sanitätsbetrieb Nr. 3 "Ober- Huegel- Mittelfriaul"*

*Podjetje za zdravstveno varstvo št.3 "Gornja Furlanija-Gričevnata-Srednja Furlanija"*  
attività riguardanti la comunicazione sociale, tra cui la fondamentale collaborazione e progettazione nella realizzazione di materiali informativi dedicati alle varie fasce di utenza;

potenzieranno inoltre le attività di informazione, accoglienza ed accompagnamento all'interno dei Punti di Informazione dell' Ospedale di Tolmezzo e del Presidio Ospedaliero per la Salute di Gemona del Friuli

Nel 2016, con la collaborazione del Comune di Gemona del Friuli, grazie alla presenza di una volontaria dedicata verrà realizzato il progetto pilota "Un Libro per un Sorriso", sistema Bookcrossing/Scambiolibro con l'obiettivo di fornire materiale per la lettura ai degenti ed ai pazienti ambulatoriali del Presidio per la Salute di Gemona del Friuli.

## **4.2 TUTELA LINGUE MINORITARIE E COMUNICAZIONE AGLI STRANIERI**

L'Azienda Sanitaria si impegna nel territorio aziendale anche riguardo alla tutela delle lingue minoritarie ai sensi della legge n. 482 del 15.12.1999, "Norme in materia di minoranze linguistiche storiche", essendo il territorio caratterizzato dalla presenza di tre lingue soggette a tutela quali il friulano, lo sloveno e il tedesco.

Nel 2016 si proseguirà con le attività di utilizzo delle lingue ammesse a tutela (friulano, tedesco, sloveno) nella comunicazione sociale dell'AAS3. Le attività previste sono lo sviluppo del sito aziendale plurilingue, la creazione e diffusione di opuscoli informativi plurilingui, la prosecuzione delle attività plurilingue ormai consolidate.

Per quanto attiene in particolare alla promozione dell'uso della lingua slovena nelle Pubbliche Amministrazioni (L.38/2001) verranno potenziati gli sportelli per il cittadino, verrà costantemente aggiornata la versione slovena del sito internet aziendale, verranno redatti e tradotti opuscoli informativi e di educazione alla salute, verranno realizzati video in lingua per la web Tv aziendale. Queste attività consentono da un lato di agevolare l'accessibilità da parte di utenti di altre culture, dall' altro di aumentare indirettamente il grado di coesione sociale.

*Azienda per l' Assistenza Sanitaria n. 3 "Alto Friuli- Collinare – Medio Friuli"*  
*Agency for Health Assistance n. 3 "Upper – Hilly – Middle Friuli"*  
*Aziende pe Assistence Sanitarie "Friûl de Alte – Culinâr – di Mieç"*  
*Sanitätsbetrieb Nr. 3 "Ober- Huegel- Mittelfriaul "*  
*Podjetje za zdravstveno varstvo št.3 "Gornja Furlanija-Gričevnata-Srednja Furlanija"*

La versione in friulano del sito verrà mantenuta aggiornata; è allo studio l'impiego dello sportellista in lingua friulana (1 accesso settimanale) per alcune ore di lezione (friulano base) a persone che si occupano di assistenza familiare (badanti).

La presenza dello sportellista in lingua tedesca (1 accesso settimanale) consentirà la redazione e l'aggiornamento del sito anche in questa lingua.

Grazie al finanziamento regionale dedicato il 2016 vedrà la prosecuzione della convenzione con Associazioni di Mediatori culturali, al fine di poter fornire in tempi brevi soluzioni di traduzione e mediazione culturale nei casi di accesso alle strutture da parte di utenti stranieri.

#### **4.3 - RELAZIONI INTERNAZIONALI**

L'AAS3 intende operare sempre più intensamente in un'ottica internazionale, considerando sia la posizione strategica transfrontaliera, sia i flussi di popolazione che la attraversano, sia i mandati istituzionali e la crescente spinta alla mobilità sanitaria all'interno degli stati membri dell'UE.

Grazie a eventi quali l'invito ormai a 3 Conferenze Europea dei Servizi Sociali (Parigi 2008, Varsavia 2011, Roma 2014, alla partecipazione ai programmi Interreg e ad ulteriori iniziative effettuate, è stato possibile costruire contatti con le altre realtà e istituzioni europee. Nel 2016 è intenzione dell'Azienda proseguire questo percorso al fine di consolidare due importanti obiettivi:

- la diffusione dell'immagine aziendale e delle buone pratiche che si effettuano sul territorio
- la possibilità di venire a conoscenza delle esperienze e delle pratiche che si attuano negli altri paesi europei andando quindi sempre alla ricerca dei metodi più innovativi nel campo sanitario.

La Conferenza Europea dei Servizi Sociali del 2016 si terrà a L' Aja, ove sarà importante rappresentare il sistema sanitario (non solo dell' AAS3, ma dell'intera regione

*Azienda per l' Assistenza Sanitaria n. 3 "Alto Friuli- Collinare – Medio Friuli"*  
*Agency for Health Assistance n. 3 "Upper – Hilly – Middle Friuli"*  
*Aziende pe Assistance Sanitarie "Friûl de Alte – Culinâr – di Mieç"*  
*Sanitätsbetrieb Nr. 3 "Ober- Huegel- Mittelfriaul"*

*Podjetje za zdravstveno varstvo št.3 "Gornja Furlanija-Gričevnata-Srednja Furlanija"*  
Friuli Venezia-Giulia) al cospetto delle maggiori autorità del settore. L' AAS3 intende inoltrare quindi la candidatura a presentare i propri progetti.

#### **4.4 - LINEAMICA.**

Dal 2010 la SO Marketing Sociale – ora SO Relazioni, Comunicazioni e Fund Raising - partecipa al network governativo LineAmica; in particolare, nel 2016 si proseguirà con l'invio trimestrale delle schede di rilevazione dell' attività dell' URP predisposte dal progetto, patrocinato dal Dipartimento delle Funzione Pubblica. Dal sito aziendale istituzionale è possibile accedere a Radio P.A. Amica, emittente radiofonica del progetto.

#### **4.5 – ACCREDITAMENTO ALL' ECCELLENZA DELLE STRUTTURE AZIENDALI TERRITORIALI**

Nel 2016 l'Azienda sottoporrà a rivalutazione per l'accreditamento secondo gli standard Joint Commission International l' Ospedale di Tolmezzo e il Presidio Ospedaliero per la Salute di Gemona. Nel 2016 l'Azienda sottoporrà anche le strutture extraospedaliere ad accreditamento secondo gli standard QMentum – Accreditation Canada International. La SO Relazioni, Comunicazioni e Fund Raising collaborerà con la SO Qualità, accreditamento e rischio clinico nella realizzazione delle attività legate agli standard Comunicazione.

#### **4.6 – UN LIBRO PER UN SORRISO**

L'Azienda per l'Assistenza Sanitaria n.3 Alto Friuli – Collinare – Medio Friuli ed il Comune di Gemona del Friuli sono insieme nel Progetto "Un libro per un sorriso", volto sia a favorire la cultura della lettura nella popolazione, sia ad aiutare cittadini, pazienti, accompagnatori a trascorrere gli inevitabili periodi di attesa in Ospedale in modo più rilassato, aiutati dalla



*Azienda per l' Assistenza Sanitaria n. 3 "Alto Friuli- Collinare – Medio Friuli"*  
*Agency for Health Assistance n. 3 "Upper – Hilly – Middle Friuli"*  
*Aziende pe Assistance Sanitarie "Friûl de Alte – Culinâr – di Mieç"*  
*Sanitätsbetrieb Nr. 3 "Ober- Huegel- Mittelfriaul"*

*Podjetje za zdravstveno varstvo št.3 "Gornja Furlanija-Gričevnata-Srednja Furlanija"*  
lettura di un libro o di una rivista.

## **TABELLA DI SINTESI AZIONI 2015**

1. POTENZIAMENTO DELLA COMUNICAZIONE INTERNA
2. PROSECUZIONE PROGRAMMA FORMATIVO ALLA COMUNICAZIONE
3. PUBBLICAZIONE RIVISTA InForma
4. AGGIORNAMENTO CONTINUO DEL SITO INTERNET AZIENDALE
5. IMPLEMENTAZIONE VIDEO NELLA WEB TV AZIENDALE
6. GARANZIA NELLA TUTELA DEI DIRITTI DEL CITTADINO (ACCESSO CIVICO, TRASPARENZA, OFFERTA DEI SERVIZI)
7. PROSECUZIONE PROGETTI SPECIALI (SERVIZIO CIVILE, TUTELA LINGUE MINORITARIE, RAPPORTI INTERNAZIONALI)
8. SVOLGIMENTO DELLE ATTIVITA' DI UFFICIO STAMPA

## RIFERIMENTI

Riferimenti normativi essenziali:

- L. 7 /6/ 2000, n. 150 "Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle Pubbliche Amministrazioni" e successive integrazioni
- "Il piano di comunicazione nelle amministrazioni pubbliche", Cantieri 2004
- L. 9 /1/ 2004, n. 4 "Disposizioni per favorire l'accesso dei soggetti disabili agli strumenti informatici"
- Atto aziendale di organizzazione e funzionamento ex art. 3 comma 1 bis del D.Lgs. n° 502/92 e art. 2 L.R. n° 8/01
- Indirizzi pluriennali delle politiche sanitarie, sociosanitarie e sociali regionali emanati nel settembre 2008 da parte dell'Assessorato Reg. Salute e protezione Sociale
- L. 482/99 "Norme in materia di minoranze linguistiche storiche"
- L. 38/2001 "Norme a tutela della minoranza linguistica slovena della Regione FVG"
- LR 26/2007 "Norme regionali per la tutela della minoranza linguistica slovena"
- DLgs 33 del 14/3/2013 "Riordino della disciplina riguardante gli obblighi di pubblicità, trasparenza e diffusione di informazioni da parte delle pubbliche amministrazioni".

Sitografia di riferimento:

- [www.ass3.sanita.fvg.it](http://www.ass3.sanita.fvg.it)
- [www.comunicatoripubblici.it](http://www.comunicatoripubblici.it)
- [www.ferpi.it](http://www.ferpi.it)