

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"

PIANO DI COMUNICAZIONE AZIENDALE

ANNO 2017

S.O. Relazioni, comunicazione e fund raising



REGIONE AUTONOMA FRIULI VENEZIA GIULIA

azienda per l'assistenza sanitaria

3 Alto Friuli, Collinare, Medio Friuli

INDICE

INDICE	2
PREMESSA	3
LA COMUNICAZIONE NELL' AAS3: RIFERIMENTI ORGANIZZATIVI	4
Organigramma AAS3	4
LA COMUNICAZIONE NELL' AAS3: RIFERIMENTI CONCETTUALI	6
LA COMUNICAZIONE NELL' AAS3: SCENARI ORGANIZZATIVI	6
STRATEGIE, FINALITA' ED AZIONI	8
1 - LA COMUNICAZIONE INTERNA	8
1.1 LE FINALITA' DELLA COMUNICAZIONE INTERNA	8
1.2 LE AZIONI E GLI STRUMENTI DELLA COMUNICAZIONE INTERNA	9
2 - LA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE	11
2.1 IL LOGO E IL MANUALE DI STILE	11
2.2 LA TESTATA	11
2.3 IL SITO INTERNET AZIENDALE	12
2.4 LA WEB TV	12
3 - LA COMUNICAZIONE ESTERNA	13
3.1 I destinatari	13
3.1.1 LA COMUNICAZIONE VERSO I CITTADINI	13
3.1.2 LA COMUNICAZIONE VERSO ORGANISMI E STRUTTURE DELLA SOCIETÀ	14
3.1.3 LA COMUNICAZIONE VERSO I MEZZI DI COMUNICAZIONE DI MASSA	15
3.2 LE FINALITÀ DELLA COMUNICAZIONE ESTERNA	16
3.3 - L'UFFICIO RELAZIONI CON IL PUBBLICO (URP)	19
3.4 - LA CARTA DEI SERVIZI	20
4 - PROGETTI SPECIALI	21
4.1 IL SERVIZIO CIVILE NAZIONALE	21
4.2 TUTELA LINGUE MINORITARIE E COMUNICAZIONE AGLI STRANIERI	22
4.3 - RELAZIONI INTERNAZIONALI	22
4.4 - LINEAMICA.	23
4.5 - ACCREDITAMENTO ALL' ECCELLENZA DELLE STRUTTURE AZIENDALI TERRITORIALI	23
4.6 - UN LIBRO PER UN SORRISO	24
4.7 - WhatsAAS3 - L' AAS3 COMUNICA AI SUOI CITTADINI ATTRAVERSO WHATSAPP	24
RIFERIMENTI	26

*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"

PREMESSA

Il piano di comunicazione rappresenta uno degli strumenti con cui l'organizzazione rende note e valorizza le scelte e le iniziative poste in essere dall'Azienda; definisce ed aggiorna periodicamente gli obiettivi, i contenuti, gli strumenti, i tempi di attuazione e le modalità di verifica delle proprie iniziative di comunicazione. L'Azienda considera di importanza strategica la "comunicazione" intesa sia come attività di relazione fra l'Azienda ed il "cliente esterno" ovvero i rappresentanti delle istituzioni ed i cittadini/utenti, sia fra l'Azienda ed il "cliente interno" ovvero gli operatori aziendali.

In ossequio alla Legge 150/2000 "**Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni**" tutte le attività di informazione e di comunicazione svolte in modo istituzionale dall'Azienda sono ricomprese in modo coordinato ed integrato nel presente "Piano di comunicazione".

La comunicazione diventa quindi "parte integrante dell'azione aziendale", così come previsto altresì dalla direttiva 7 febbraio 2002 della Presidenza del Consiglio dei Ministri, Dipartimento della Funzione Pubblica.

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 nona 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 2017.

"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).

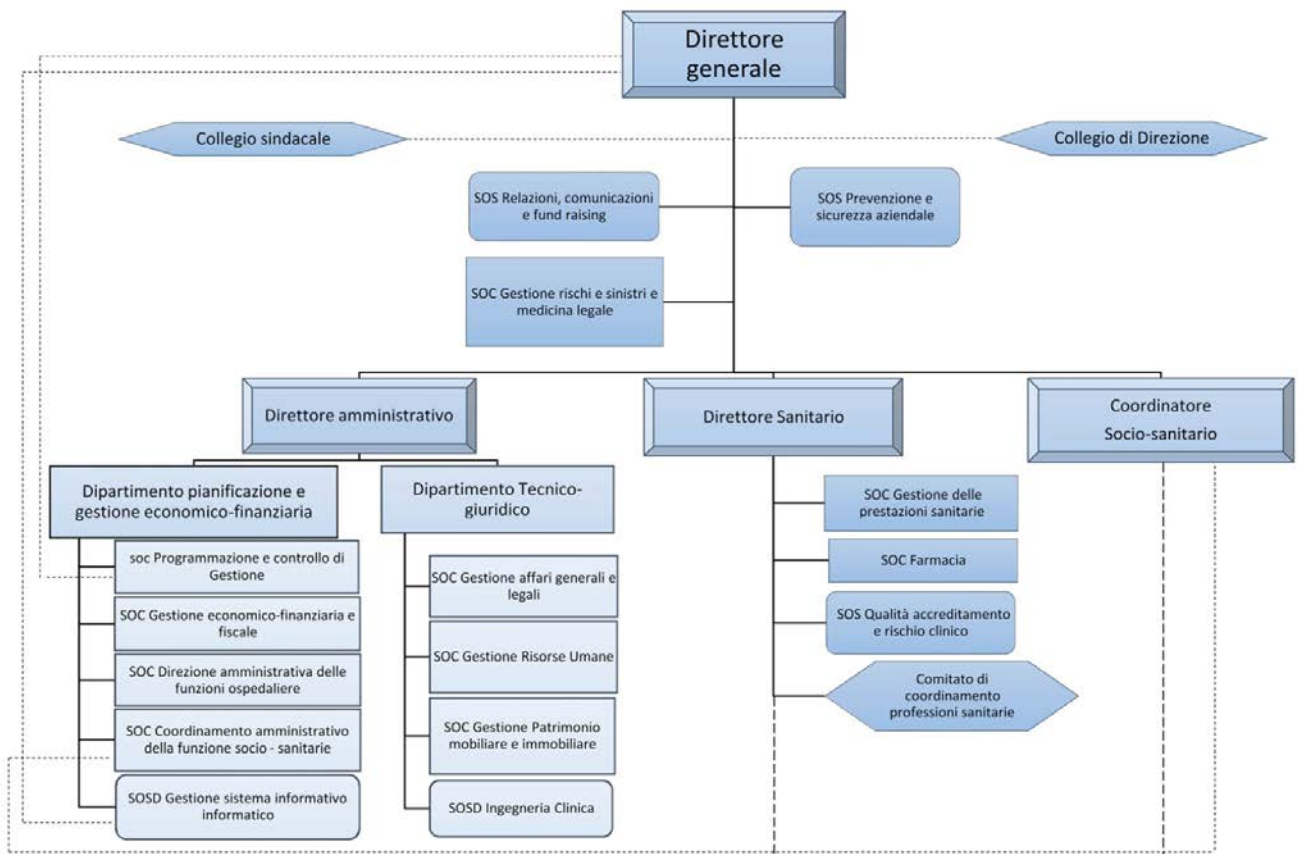
Il Direttore Generale

Pier Paolo BENETOLLO

LA COMUNICAZIONE NELL' AAS3: RIFERIMENTI ORGANIZZATIVI

Organigramma AAS3 (fonte: Atto Aziendale , Decr. N. 21 del 29.01.2016 – aggiornato al giugno 2017)

ALLEGATO 1 - ORGANIGRAMMA



La struttura operativa Relazioni, comunicazione e fund raising, in staff alla Direzione Generale, è la struttura che assicura le relazioni 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.), contribuisce alla gestione direzionale delle comunicazioni interne e cura le azioni di fund raising.

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.

LA COMUNICAZIONE NELL' AAS3: RIFERIMENTI CONCETTUALI

Gli standard per l'accreditamento all' eccellenza 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 2017 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 2017 risultano essere i dettami del DLgs 33/2013 disciplinante gli obblighi di trasparenza delle Pubbliche Amministrazioni (P.A.), così come modificato dal DLgs 97/2016.

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 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 sarà pertanto suscettibile di modifiche in corso d' anno.

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).

2. Nell' aprile del 2017 è stato nominato il Responsabile Aziendale dell' Anticorruzione e 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" e soprattutto della piena applicazione del successivo DLgs 97 del 25 maggio 2016 "Revisione e semplificazione delle disposizioni in materia di prevenzione della corruzione, pubblicità e trasparenza, correttivo della legge 6 novembre 2012, n. 190 e del decreto legislativo 14 marzo 2013, n. 33, ai sensi dell'articolo 7 della legge 7 agosto 2015, n. 124, in materia di riorganizzazione delle amministrazioni pubbliche". L'applicazione di quest'ultimo DLgs comporterà modifiche organizzative e carichi di lavoro aggiuntivi, in particolare per gli adempimenti relativi alle richieste di Accesso Generalizzato.
3. In riferimento alle 3 tipologie di accesso informativo previste dalla normativa (Accesso Documentale, Accesso Civico, Accesso Generalizzato), in ottemperanza alle Linee Guida dell' ANAC (gennaio 2017) la SO Gestione Affari generali e legali, in collaborazione con il Responsabile Aziendale dell' Anticorruzione e della Trasparenza stilerà entro il 2017 il regolamento relativo.

STRATEGIE, FINALITA' ED AZIONI

1 - LA COMUNICAZIONE INTERNA

1.1 LE FINALITA' DELLA COMUNICAZIONE INTERNA

Per l'anno 2017 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, purché 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; il Sistema Informativo aziendale costruirà e distribuirà nel 2017 mailing list diversificate al fine di destinare in modo più veloce e puntuale possibile le informazioni;
- rete telefonica interna – strumento di elevato valore per le comunicazioni di servizio; è stato costruito un "Elenco telefonico parlante", completo di tutti i numeri di telefono fissi e mobili aziendali, collegati a uffici e persone, redatto su file Acrobat e correlato delle funzionalità Cerca e Segnalibri. L'aggiornamento semestrale, su segnalazione delle singole strutture, sarà curato dalla SO Relazioni, comunicazione e fund raising;

- comunicati allegati a busta paga;
- sezione di comunicazione interna accessibile dal sito internet aziendale a cura della SO competente;
- 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 2017 sono programmati i seguenti corsi:

Evento formativo	Durata	Edizioni
La gestione del reclamo	1 giornata	1
Gestione dei conflitti	2 giornate	2 + 1 non ECM
L' alleanza Azienda - cittadino	2 giornate	2 + 1 non ECM
Tecniche di comunicazione in pubblico	2 giornate	2
Comunicazione – settore veterinaria	2 giornate	2
Analizzare la soddisfazione dell'utenza	2 giornate	2

2 - LA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE

2.1 IL LOGO ED IL MANUALE DI STILE

L' AAS3 utilizza il logo, fornito dalla Direzione Centrale Protezione Salute; il Manuale di Stile è stato redatto, i vari modelli per la comunicazione (lettere, presentazioni in Power Point etc.) sono a disposizione di tutto il personale, scaricabili al link http://www.aas3.sanita.fvg.it/it/azienda_informa/comunicazioni_interne/manuale_di_stile/

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 2017 con cadenza semestrale 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.

È redatto in 4 lingue: italiano, friulano, tedesco e sloveno in quanto lingue minoritarie ammesse a tutela sul territorio dell'AAS3 ai sensi della L. 482/99.

È aggiornato quotidianamente, in particolare nelle sezioni news e comunicazioni esterne. Nel corso del 2017 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 (oscurata nel dicembre 2016 per consentire alle Amministrazioni di allinearsi alle direttive del DLgs 97/2016).

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 Relazioni, comunicazione e fund raising, 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 (ad oggi 60.000 visualizzazioni).



Nel 2017 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 2017 sulle opinioni degli utenti del sito.

3 - LA COMUNICAZIONE ESTERNA

3.1 I destinatari

I 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

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 se 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.

È 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 2017, 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)
- 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).

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"

In questa direzione operano, oltre ai due presidi ospedalieri ed il Presidio Ospedaliero per la Salute di Gemona (POS), i Centri di Assistenza Primaria (CAP) ed 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 2017 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), le schede del progetto Handbook – Empowerment del cittadino 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 2017 vi sarà il processo di rinnovo dell' Accredimento.

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

Nel 2017 le indagini di customer satisfaction verranno effettuate in base alle indicazioni della Direzione Centrale Protezione Salute, inoltre verranno effettuate sulla base di esigenze motivate delle singole strutture, ovvero in caso si reputi necessario indagare ambiti di particolare criticità e/o complessità.

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 è proseguita ed anche nel 2017 sarà prioritaria per l'Azienda e utilizzerà tutti gli strumenti del marketing mix.

3.3 - 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

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 2017 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. Report di dettaglio verranno forniti alla SO Programmazione e controllo direzionale, per l'inserimento nel processo di budgeting aziendale.

L'acquisizione di un medico legale sarà motivo, nel 2017, per la costituzione di un tavolo di lavoro permanente finalizzato alla analisi ed alla gestione congiunta di reclami di particolare interesse medico legale e/o prodromici a richieste risarcitori.

3.4 – LA CARTA DEI SERVIZI

Nel 2017, anche in concomitanza con gli standard per l'Accreditamento Canadian, verrà redatto l' aggiornamento della parte generale della Carta dei Servizi Aziendale, in particolare la parte relativa agli impegni ed agli standard di qualità.

4 - 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 novembre 2016 a novembre 2017).

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 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 è stato 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; nel 2017 le attività proseguiranno con l'impiego di un'altra volontaria; verrà aggiunto un nuovo punto di lettura accanto al Punto Ristoro, grazie all' allestimento di un salottino da parte di un donatore.

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 2017 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 plurilingue, 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 – anche nelle lingue ammesse a tutela - 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.

Grazie al finanziamento regionale dedicato il 2017 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 2017 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 2017 si terrà a Malta, ove sarà importante rappresentare il sistema sanitario (non solo dell'AAS3, ma dell'intera regione Friuli Venezia Giulia) al cospetto delle maggiori autorità del settore. L'AAS3 intende inoltrare quindi la candidatura a presentare i propri progetti.

Nel 2016 l'AAS3 si è candidata in qualità di partner al finanziamento di un progetto Interreg con la Slovenia, mirato alla gestione psicologico-sociale delle emergenze sismiche, la valutazione del board specifico è attesa per giugno 2017.

4.4 - LINEAMICA.

Dal 2010 la SO Relazioni, comunicazione e fund raising partecipa al network governativo LineAmica; in particolare, nel 2017 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 2017 l'Azienda sottoporrà e strutture extraospedaliere ad accreditamento secondo gli standard QMentum – Accreditation Canada International. La SO Relazioni,

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"

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 Friuli – Collinare – Medio Friuli ed il Comune Gemona del Friuli sono insieme nel Progetto libro per un sorriso", volto sia a favorire la cultura della lettura nella popolazione, sia aiutare cittadini, pazienti, accompagnatori trascorrere gli inevitabili periodi di attesa in Ospedale in modo più rilassato, aiutati dalla lettura di un libro o di una rivista. Nel 2017 le attività proseguiranno con l'impiego di una volontaria del Servizio Civile Nazionale; verrà aggiunto un nuovo punto di lettura accanto al Punto Ristoro, grazie all'allestimento di un salottino da parte di un donatore.



Alto
di
"Un
ad
a

4.7 – WhatsAAS3 – L'AAS3 COMUNICA AI SUOI CITTADINI ATTRAVERSO WHATSAPP

Il progetto è nato per raggiungere diversi target di popolazione con le molteplici campagne di prevenzione e promozione di stili di vita sani. Whatsapp è un mezzo di comunicazione utilizzato non solo dai nativi digitali e dai più giovani, ma è molto diffuso anche nella popolazione più matura. Con pochi semplici clic l'Azienda può arrivare direttamente nelle tasche degli utenti, diffondendo contenuti che non sempre è facile far conoscere a larghe fasce di popolazione e può informare in tempo reale circa emergenze, variazioni o disservizi. Non ultimo, il servizio permette di promuovere l'uso delle lingue minoritarie grazie alla possibilità di iscriversi anche in friulano, sloveno e tedesco.

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"

Il servizio è partito il 5 settembre 2016 e terminerà il 4 settembre 2017, anche grazie a un finanziamento dedicato da parte della Provincia di Udine che ha consentito l'acquisizione di una risorsa umana dedicata; infatti, oltre agli invii periodici ai quasi 800 utenti, suddivisi in 6 liste WhatsApp, il servizio richiede anche un'attività quotidiana per gestire le richieste di iscrizione dei nuovi utenti.

È stato stilato un calendario (necessariamente elastico e modificabile) e assegnato un contenuto specifico ad ogni settimana dell'anno. I contenuti sono stati pensati per coprire in modo uniforme l'offerta di tutti i dipartimenti aziendali.

Dopo l'ultimo contenuto informativo verrà inviato un questionario a compilazione digitale di analisi e di gradimento per valutare la soddisfazione degli iscritti e per poter trarre delle importanti informazioni statistiche come l'età, la provenienza e la lingua prescelta. In base ai risultati la Direzione Aziendale prevedrà modalità e risorse per la prosecuzione dell'attività.

In generale, questa iniziativa favorisce il potenziamento delle attività in corso: vengono realizzati infatti nuovi video per la webtv aziendale su YouTube, vengono create schede di approfondimento caricate sul sito web e anche il canale mail URP riscontra un maggiore numero di richieste.

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"
- DLgs 97 del 25 maggio 2016 "Revisione e semplificazione delle disposizioni in materia di prevenzione della corruzione, pubblicità e trasparenza, correttivo della legge 6 novembre 2012, n. 190 e del decreto legislativo 14 marzo 2013, n. 33, ai sensi dell'articolo 7 della legge 7 agosto 2015, n. 124, in materia di riorganizzazione delle amministrazioni pubbliche".

Sitografia di riferimento:

- www.ass3.sanita.fvg.it
- www.comunicatoripubblici.it
- www.ferpi.it