



FRONTESPIZIO DELIBERAZIONE

AOO: ausl_fe
REGISTRO: Deliberazione
NUMERO: 0000051
DATA: 13/02/2024 13:16
OGGETTO: Adozione "Piano della Comunicazione 2024-2027 AUSL e Azienda Ospedaliero
Universitaria di Ferrara"

SOTTOSCRITTO DIGITALMENTE DA:

Il presente atto è stato firmato digitalmente da Calamai Monica in qualità di Direttore Generale
Con il parere favorevole di Ciotti Emanuele - Direttore Sanitario
Con il parere favorevole di Gualandi Anna - Direttore Amministrativo

Su proposta di Francesco Pagnini - UOC COMUNICAZIONE - AREA DELLA COMUNICAZIONE
che esprime parere favorevole in ordine ai contenuti sostanziali, formali e di legittimità del presente
atto

CLASSIFICAZIONI:

- [04-01]

DESTINATARI:

- Collegio sindacale
- DIREZIONE STRATEGICA
- DAI CHIRURGICO
- DAI EMERGENZA
- DIPARTIMENTO DI SANITA PUBBLICA
- DIPARTIMENTO DIREZIONE ASS.ZA OSPEDALIERA
- DIPARTIMENTO ASS INT LE SALUTE MENTALE DP
- DAI - DIPARTIMENTO DI RADIOLOGIA
- DIPARTIMENTO TECNICO E DELLE TECNOLOGIE SANITARIE
- DIPARTIMENTO INTERISTITUZIONALE DELLO SVILUPPO E DEI PROCESSI INTEGRATI
- DIPARTIMENTO STAFF DELLA DIREZIONE GENERALE
- DIPARTIMENTO ASSISTENZIALE TECNICO RIABILITATIVO DELLA PREVENZIONE E SOCIALE
- UO DIREZIONE DISTRETTO CENTRO NORD
- UO DIREZIONE MEDICA DI PRESIDIO
- DIREZIONE AMMINISTRATIVA
- DAI - DIPARTIMENTO DI MEDICINA
- DAI - DIPARTIMENTO NEUROSCIENZE RIABILITAZIONE



L'originale del presente documento, redatto in formato elettronico e firmato digitalmente e' conservato a cura dell'ente produttore secondo normativa vigente.

Ai sensi dell'art. 3bis c4-bis Dlgs 82/2005 e s.m.i., in assenza del domicilio digitale le amministrazioni possono predisporre le comunicazioni ai cittadini come documenti informatici sottoscritti con firma digitale o firma elettronica avanzata ed inviare ai cittadini stessi copia analogica di tali documenti sottoscritti con firma autografa sostituita a mezzo stampa predisposta secondo le disposizioni di cui all'articolo 3 del Dlgs 39/1993.



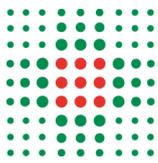
- DIPARTIMENTO DELLE RISORSE UMANE ED ECONOMICHE
- DIPARTIMENTO FARMACEUTICO
- UO DIREZIONE DISTRETTO SUD EST
- UO DIREZIONE DISTRETTO OVEST
- DIRETTORE DELLE ATTIVITA SOCIO SANITARIE
- DIRETTORE ASSISTENZIALE
- DIREZIONE SANITARIA
- DIREZIONE GENERALE
- DAI TESTA COLLO
- DAI CURE PRIMARIE
- DAI CARDIO-TORACOVASCOLARE
- DAI MEDICINA SPECIALISTICA
- DAI DIAGNOSTICA PER IMMAGINI E DI LABORATORIO
- DAI ONCO EMATOLOGIA
- DAI MATERNO INFANTILE

DOCUMENTI:

File	Firmato digitalmente da	Hash
DELI0000051_2024_delibera_firmata.pdf	Calamai Monica; Ciotti Emanuele; Gualandi Anna; Pagnini Francesco	294B47B952C19C1BE1AA627667F8073B9 E150CDDC77022AE11713879D62D414C
DELI0000051_2024_Allegato1.pdf:		F50D1AC3629632CAEFDC798D19CC36D 39CB2965819B9FACAB5F8B64A3908098D



L'originale del presente documento, redatto in formato elettronico e firmato digitalmente e' conservato a cura dell'ente produttore secondo normativa vigente.
Ai sensi dell'art. 3bis c4-bis Dlgs 82/2005 e s.m.i., in assenza del domicilio digitale le amministrazioni possono predisporre le comunicazioni ai cittadini come documenti informatici sottoscritti con firma digitale o firma elettronica avanzata ed inviare ai cittadini stessi copia analogica di tali documenti sottoscritti con firma autografa sostituita a mezzo stampa predisposta secondo le disposizioni di cui all'articolo 3 del Dlgs 39/1993.



DELIBERAZIONE

OGGETTO: Adozione "Piano della Comunicazione 2024-2027 AUSL e Azienda Ospedaliero Universitaria di Ferrara"

IL DIRETTORE GENERALE

Viste le deliberazioni n. 68 del 16/03/2023 dell'Azienda USL di Ferrara e n. 84 del 16/03/2023 dell'Azienda Ospedaliero-Universitaria di Ferrara, relative al "Nuovo assetto dipartimentale delle Aziende USL e Ospedaliero-Universitaria di Ferrara" a far data dal 1° giugno 2023;

Viste le deliberazioni n. 151 del 01/06/2023 dell'Azienda USL di Ferrara e n. 163 del 01/06/2023 dell'Azienda Ospedaliero-Universitaria di Ferrara relative alla "Istituzione delle nuove Unità Operative e ulteriori disposizioni/integrazioni";

Vista la proposta di adozione dell'atto deliberativo presentata dal Direttore ff delle U.O.C interaziendali Comunicazione ed Accoglienza Tutela e Partecipazione, che esprime parere favorevole in ordine ai contenuti sostanziali formali e di legittimità del presente provvedimento.

Visto il Decreto Legislativo 30/12/1992 n. 502 e ss.mm.ii "Riordino della disciplina in materia sanitaria, a norma dell'articolo 1 della legge 23 ottobre 1992, n. 421".

Vista la Legge Regionale 23/12/2004 n. 29 "Norme generali sull'organizzazione e funzionamento del Servizio Sanitario Regionale".

Vista la Legge n. 150 del 7 giugno 2000 recante la "Disciplina delle attività di informazione e comunicazione delle Pubbliche Amministrazioni" e in particolare gli artt. 11 e 12 che prevedono che le pubbliche amministrazioni predispongano un Piano di comunicazione, come strumento per la definizione di un sistema di iniziative di comunicazione efficace ed efficiente, elaborato sulla base di contenuti e strumenti coordinati con le linee programmatiche, con le politiche e le azioni dell'amministrazione stessa o di settore specifico di essa.

Vista la Direttiva della Presidenza del Consiglio dei Ministri, dipartimento Funzione Pubblica, del 7 Febbraio 2002 (c.d. direttiva Frattini) recante "Attività di comunicazione delle Pubbliche amministrazioni".

Preso atto della Delibera della Giunta Regionale Emilia Romagna n. 581 del 26/04/2021 che approva il Piano di Comunicazione 2021 (L.R. 23/06/2017 n. 11 "Sostegno all'Editoria locale") ed in particolare l'art. 9 "Comunicazione istituzionale", che definisce obiettivi, contenuti e strumenti dell'attività di comunicazione istituzionale della Regione.



Considerata la necessità di sviluppare e implementare una strategia di comunicazione coerente, costante, coordinata e integrata per le due Aziende sanitarie della provincia di Ferrara, rivolta all'utenza sia interna che esterna.

Preso atto che il piano di comunicazione disciplina le attività di informazione e comunicazione delle Pubbliche Amministrazioni in attuazione dei principi che regolano la trasparenza e l'efficacia della pubblica amministrazione.

Considerato che l'attività di comunicazione istituzionale deve promuovere la cultura dell'amministrazione pubblica a servizio del cittadino, incentivando la pianificazione, il monitoraggio e il coordinamento dell'attività svolta all'interno dell'organizzazione aziendale, con l'obiettivo di migliorare la conoscenza dei servizi e delle attività promosse, per favorirne l'accesso e la partecipazione dei cittadini/utenti, nonché degli operatori aziendali e dei professionisti aziendali (empowerment dell'utente), nonché di migliorare l'adesione agli obiettivi aziendali.

Considerato che il piano di comunicazione ha, inoltre, la finalità di condividere, all'interno delle due Aziende, le iniziative effettuate dalle stesse, in un'ottica di collaborazione e partecipazione di tutti i servizi aziendali.

Dato atto che il Piano di comunicazione è strumento flessibile e, pertanto, oggetto di modifiche ed integrazioni nel corso della sua vigenza, sulla base di esigenze sopravvenute o di nuove e diverse priorità, garantendo il diritto dei cittadini/utenti e dei dipendenti ad una comunicazione corretta, puntuale, esaustiva e pertinente, anche e, soprattutto, delle eventuali variazioni.

Visto il "Piano della Comunicazione 2024-2027 AUSL e Azienda Ospedaliero Universitaria di Ferrara" allegato al presente atto quale parte integrante e sostanziale del provvedimento.

Atteso che il Direttore proponente dichiara di non trovarsi in situazione di conflitto, anche potenziale, di interessi.

Dato atto che il presente provvedimento risponde ai principi di legittimità, opportunità e convenienza.

Attesa la rappresentazione dei fatti e degli atti riportati dal Direttore ff delle U.O.C. interaziendali Comunicazione e Accoglienza Tutela e Partecipazione

Delibera

1. di approvare il "Piano della Comunicazione 2024-2027 AUSL e Azienda Ospedaliero Universitaria di Ferrara", allegato al presente atto quale parte integrante e sostanziale,



2. di dare atto che il "Piano della Comunicazione 2024-2027 AUSL e Azienda Ospedaliero Universitaria di Ferrara" è strumento flessibile e, pertanto, sarà oggetto di successive modifiche ed integrazioni nel corso della sua vigenza, sulla base di esigenze sopravvenute o di nuove e diverse priorità, garantendo il diritto dei cittadini/utenti e dei dipendenti ad una comunicazione corretta, puntuale, esaustiva e pertinente, anche e, soprattutto, delle eventuali variazioni;

3. di dare atto che il presente provvedimento non comporta oneri di spesa.

Responsabile del procedimento:

Francesco Pagnini

Azienda Ospedaliero Universitaria e
Azienda USL di Ferrara
05/02/2024

PIANO DI COMUNICAZIONE AZIENDE SANITARIE FERRARESI (AUSL e AOSP) 2024 – 2027

1. Premessa

In data 28 luglio 2022 la Regione Emilia Romagna, con delibera nr. 1293 ha unificato la governance dell'Azienda USL (di qui Ausl) e dell'Azienda Ospedaliero Universitaria (di qui Aosp) di Ferrara, nell'ottica di procedere verso la creazione di un'unica azienda sanitaria della provincia di Ferrara che, a seguito di necessaria modifica normativa, sarà un'Azienda Universitaria Territoriale.

Come da legge 150/2000 e s.i.m., sia l'Ausl sia l'Aosp disponevano di un Servizio di Comunicazione. A seguito dell'attivazione dei tavoli di lavoro finalizzati all'unificazione delle due Aziende, tali due Servizi sono stati tra i primi per i quali è stata prevista la riprogettazione nell'ambito del nuovo Dipartimento dei Servizi di Staff, all'interno del quale è stata deliberata un'Area dipartimentale Comunicazione e all'interno della stessa due Unità operative: una di "Comunicazione", l'altra di "Accoglienza, Tutela e Partecipazione". Il presente *Piano di comunicazione*, per gli anni 2024-2027, va dunque a definire la mission e l'attività dell'Area e, al suo interno, delle due Unità operative, inserendosi nel progetto del Dipartimento di Staff.

Il posizionamento di una Pubblica Amministrazione (Pa) dal punto di vista comunicativo, dipende da vari fattori, la maggior parte dei quali può essere gestita attraverso azioni e procedure comunicative progettabili e implementabili. Le variabili indipendenti, pur presenti, possono essere almeno in parte minimizzate, particolarmente nelle Pa tecniche, quali sono le aziende sanitarie, attraverso attività proceduralizzabili che porteranno ad azioni comunicative standardizzate. Tali azioni saranno dunque anche misurabili, con modalità differenziate per i diversi canali comunicativi, a livello sia di valutazioni di processo sia di valutazioni di risultato.

Il *Piano di comunicazione* è inoltre concretamente correlato agli obiettivi strategici della programmazione e dell'organizzazione delle due Aziende e della Regione Emilia Romagna.

I principali obiettivi generali del Piano riguardano:

- lo sviluppo e implementazione di una strategia di comunicazione coerente, costante, coordinata e integrata;

Azienda Ospedaliero Universitaria e
Azienda USL di Ferrara
05/02/2024

- la gestione chiara, trasparente e tempestiva della comunicazione esterna, in particolare con i cittadini/pazienti, i media e gli interlocutori istituzionali;
- il mantenimento e l'implementazione di un sistema continuo di flussi/processi di comunicazione interna ed esterna sia per migliorare la qualità dei servizi e l'efficienza organizzativa, sia per un pieno coinvolgimento del mondo professionale nel cambiamento;
- l'ottimizzazione delle risorse finanziarie attraverso la pianificazione e il monitoraggio delle attività di comunicazione;
- l'attivazione di iniziative finalizzate all'empowerment del cittadino rispetto ai servizi delle due Aziende;
- l'attivazione di percorsi di accoglienza sempre più efficienti per il cittadino, nel momento in cui diventa utente/paziente, sia per quanto attiene le strutture fisiche cui afferisce sia in ordine ai contatti e agli accessi "virtuali";
- la collaborazione proattiva con le associazioni del Terzo settore e di rappresentanza della Cittadinanza, con particolare riferimento ai Comitati consultivi misti;
- la formazione continua e trasversale al personale dell'intera Area.

2. Panorama di riferimento

Ausl e Aosp offrono servizi sanitari, assistenziali e socio/sanitari, per il territorio provinciale di Ferrara. Si tratta di 21 Comuni in cui risiedono oltre 350mila persone; la popolazione ha un indice di anzianità elevato: 240,9 per cento; la popolazione anziana consuma più del 50% delle risorse del servizio sanitario.

La densità della popolazione è di 129,7 persone per chilometro quadrato, nettamente al di sotto della media nazionale (201,2) e di quella del Nord – Est (186,9).

Più contenuta invece la presenza di persone straniere: in provincia sono oltre 35mila e rappresentano il 10,4% circa della popolazione, la percentuale più bassa delle province emiliano romagnole e ovviamente molto al di sotto della percentuale media regionale (che supera il 12 per cento).

L'Ausl è suddivisa in tre distretti: Centronord, Ovest e Sud est, e la presenza dei residenti su tali territori non è omogenea.

- Distretto Centro – Nord: 7 Comuni (tra cui il capoluogo che è Comune capodistretto) per circa 175mila residenti; vi trovano sede 3 Case di Comunità (Ferrara, Pontelagoscuro e Copparo);
- Distretto Ovest – 5 comuni (Cento Comune capodistretto) per circa 100mila residenti; vi trovano sede le Case di Comunità di Bondeno e di Pieve di Cento (unica casa di Comunità interaziendale della Regione) e l'ospedale di Cento.

Azienda Ospedaliero Universitaria e
Azienda USL di Ferrara
05/02/2024

- Distretto Sud – Est: 9 comuni (Codigoro capodistretto) vi trovano sede le Case di Comunità di Codigoro, Comacchio e Ostellato/Portomaggiore e gli ospedali del Delta (Lagosanto) e Mazzolani Vandini di Argenta.

Le strutture dell'Ausl sono distribuite, come logico, in maniera capillare su tutto il territorio provinciale, anche nelle zone più interne e "rarefatte".

L'Azienda USL eroga la propria attività sul territorio con le seguenti sedi:

- tre ospedali distrettuali, ad Argenta, Cento e Lagosanto;
- sette Case di Comunità (Ferrara Cittadella San Rocco, Ferrara Pontelagoscuro, Copparo, Portomaggiore-Ostellato, Codigoro, Comacchio, Bondeno), cui si aggiunge la Casa di Comunità Pieve di Cento, l'unica a gestione interaziendale e che insiste sul territorio provinciale di Bologna;
- in quattro di tali Case di Comunità (Ferrara, Comacchio, Copparo e Portomaggiore/Ostellato) sono stati aperti altrettanti CAU (Centri di assistenza all'urgenza);
- sono presenti due Osco, situati a Comacchio e Copparo; dal dicembre 2023 si è aggiunto un ulteriore Osco, attivato presso l'ospedale di Cona (Azienda ospedaliero universitaria) e che troverà sede definitiva presso la Casa di Comunità di Cittadella San Rocco (Ferrara);
- 26 sedi di Infermiere di Famiglia e di Comunità IFEC
- sportelli del Dipartimento di Sanità Pubblica a Ferrara;
- sede Spazio Giovani e altri ambulatori a Ferrara;
- sede amministrativa a Ferrara;
- altre piccole sedi.

Nell'ambito territoriale del Distretto Centro nord, a Cona (comune di Ferrarara) insiste l'Azienda Ospedaliero Universitaria "Sant'Anna", formata dall'Arcispedale "Sant'Anna" a Cona e da alcuni ambulatori presenti in corso della Giovecca a Ferrara. L'Ospedale di Cona è riferimento di alta specialità (Hub) per la sanità provinciale e per la presa in carico delle patologie acute. E' inoltre sede dei corsi di laurea della Facoltà di Medicina, Farmacia e Prevenzione dell'Università degli Studi di Ferrara. La concezione progettuale dei servizi alla base dell'Ospedale di Cona prevede un'organizzazione per funzioni distinte (degenze, ambulatori, Day Hospital, servizi di laboratorio e radiologia centralizzati, Piastra Operatoria) basata sull'intensità di cura.

L'ospedale di Cona dispone di 660 posti letto ordinari di degenza, 21 di Day Hospital e 30 di Day Surgery e un'importante dotazione diagnostica. All'ospedale di Cona sono presenti 139 ambulatori e la struttura dispone, inoltre, di 23 sale operatorie, 4 Day Surgery e un Blocco Parto.

Presso l'Azienda Ospedaliero – Universitaria di Ferrara vengono effettuate 2,2 milioni di prestazioni ambulatoriali, 27.010 ricoveri ordinari (esclusi neonati sani) e 6.717 ricoveri in

Azienda Ospedaliero Universitaria e
Azienda USL di Ferrara
05/02/2024

Day Hospital/Day Surgery in media all'anno.

Sul territorio provinciale operano inoltre 226 Medici di Medicina Generale e 38 Pediatri di Libera Scelta, e vi insistono 128 farmacie, 28 CRA accreditate e 2 Case di cura private. Al servizio di Continuità assistenziale operativo tutto l'anno, nella stagione estiva si aggiunge un servizio di Guardia medica turistica nonché tre Ambulatori a bassa complessità, situati presso le Case Di Comunità di Ferrara (Cittadella San Rocco), Comacchio e Bondeno. Sul fronte sociale si contano 30 CRA accreditate, gestite da Asp, Comuni o Aziende speciali.

3. Riferimenti normativi

In campo sanitario, nell'ambito della Missione 6 – Salute, Il PNRR intende rafforzare le prestazioni erogate sul territorio grazie al potenziamento e alla creazione di strutture e presidi territoriali (come le Case della Comunità, Ospedali di Comunità, le Centrali Operative Territoriali, v. DM n. 77/2022), al potenziamento dell'assistenza domiciliare, allo sviluppo della telemedicina e una più efficace integrazione con tutti i servizi socio-sanitari. Inoltre si prevede l'ammodernamento delle strutture tecnologiche e digitali esistenti, il completamento e la diffusione del Fascicolo Sanitario Elettronico (FSE), il miglioramento del monitoraggio dei Livelli Essenziali di Assistenza (LEA). Rilevanti risorse sono destinate anche alla ricerca scientifica e a favorire il trasferimento tecnologico, oltre che a rafforzare le competenze e il capitale umano del SSN attraverso la formazione del personale.

La Riforma dell'assistenza territoriale, DM n. 77/2022, definisce un nuovo modello organizzativo del Servizio Sanitario Nazionale che mira a una sanità più vicina alle persone e al superamento delle disuguaglianze. Il nuovo assetto istituzionale e organizzativo dell'assistenza sanitaria primaria consentirà al Paese di conseguire standard qualitativi di cura adeguati, in linea con le migliori prassi europee. Una vera e propria rivoluzione organizzativa che deve essere corredata da un'adeguata accoglienza e da un'adeguata informazione alla cittadinanza.

Tali nuove leggi vanno inoltre ad innestarsi in un quadro normativo, sia nazionale sia soprattutto a livello della Regione Emilia Romagna, già molto avanzato su questi aspetti. Il D.P.C.M. 19-5-1995 n. 125, in materia di "Schema generale di riferimento della «Carta dei servizi pubblici 7 sanitari»" parla, all'articolo 3, Paragrafo 3.2 di "ACCOGLIENZA e ACCOMPAGNAMENTO".

Ma già l'anno precedente la Legge Regionale 19 dell'Emilia Romagna prevedeva, agli articoli 15 e 16, l'istituzione dei Comitati Consultivi Misti, in un'ottica di centralità del cittadino rispetto ai servizi, che verrà ribadita con l'articolo 1 della Legge regionale 29 del 2004. Con la Circolare 3/2005 l'assessorato alle Politiche per la Salute sempre dell'Emilia

Azienda Ospedaliero Universitaria e
Azienda USL di Ferrara
05/02/2024

Romagna sottolinea il ruolo dei Comitati Consultivi Misti non solo in qualità di “portavoci” dei cittadini, ma anche in un’ottica di collaborazione fattiva con le Aziende Sanitarie. Sempre del 2004 è inoltre la Direttiva della Presidenza del Consiglio dei Ministri – Dipartimento della Funzione pubblica su “Rilevazione della qualità percepita dai cittadini”. Fondamentale, su questi temi, la legge 150/2000 che amplia il concetto di comunicazione delle Pubbliche amministrazioni evidenziando la necessità, poi ribadita e rinforzata dalla Direttiva Frattini del 2002, di intenderla anche in termini di accoglienza ed empowerment del cittadino e dell’utente.

Con la DGR 320 del 2000, la Regione va a definire tutta una gamma di strumenti finalizzati a migliorare non solo la collaborazione ma anche la relazione con i cittadini, parlando espressamente di “comunicazione a due vie” tra cittadini e pubblica amministrazione.

All’interno di questi processi un ruolo fondamentale è rivestito dall’Urp. Questo ufficio è stato istituito con D.Lgs 23 del 1993 abrogato dal D.Lgs 165 del 2001 che riformula e ribadisce l’importanza degli Urp. Con la Direttiva della Presidenza del Consiglio dei Ministri 11 ottobre 1994 e successivamente con la legge 150/2000 e Direttiva Frattini del 2002, sono stati ampliati i principi per l’istituzione, l’organizzazione e il funzionamento degli Urp; con la legge 422 del 2001 sono infine ancor meglio dettagliati i titoli di studio e la formazione necessari per gli operatori che vi lavorano.

Di seguito l’elenco delle principali normative di riferimento.

Carta di Ottawa dell’Organizzazione mondiale della sanità 1986

Decreto legislativo 502/1992

Decreto legislativo 229/1999 “Riforma Bindi Ter”

Legge 150 del 7 giugno 2000 “Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle Pubbliche Amministrazioni”

Direttiva Frattini 2001

Legge 241/1990 “Accesso agli atti”

Decreto legislativo 33/2013 “Codice della Trasparenza”

Legge 190/2012 “Anticorruzione”

Legge 4/2004 (cosiddetta Legge Stanca)

Decreto legislativo 97/2016 “Foia”

Decreto legislativo 196/2003 “Codice in materia di protezione dei dati personali”

Le Leggi Finanziarie 449 del ‘97 e 447 del 2017

Regolamento UE 2016/679

Decreto legislativo 101/2018 Adeguamento del Codice in materia di protezione dei dati personali”

Linee guida per i siti web delle Pubbliche Amministrazioni – Vademecum Pubblica Amministrazione e social media – Ministro Filippo Patroni Griffi. 2011

Piano di Comunicazione 2021-2022 della Regione Emilia Romagna

Piano Nazionale di Prevenzione 2021-2026

Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza – 2021

Piano di Transizione Ecologica della Regione Emilia Romagna

Azienda Ospedaliero Universitaria e
Azienda USL di Ferrara
05/02/2024

4. Popolazione Target

L'intera cittadinanza della provincia di Ferrara con particolare riferimento alla comunicazione esterna e all'accoglienza, i dipendenti delle due Aziende ed i medici di medicina generale con particolare riferimento alla comunicazione interna.

5. Analisi dell'esistente, criticità e obiettivi

Per quanto attiene all'assetto attuale, l'Area dipartimentale Comunicazione, è composta da due UOC: l'UOC Comunicazione e l'UOC Accoglienza Tutela e Partecipazione.

All'UOC Comunicazione fanno riferimento:

- Il direttore (ff) dell'Uo;
- Due operatori a tempo indeterminato con qualifica C, con iscrizione all'Ordine dei Giornalisti;
- Un operatore con qualifica C per esecuzione di video e fotografie professionali con legge 104;
- Due operatori con qualifica BS e legge 104 (questi, tutti in carico all'ufficio Stampa dell'Azienda Ospedaliero Universitaria);
- Un'operatrice a tempo indeterminato con qualifica D, con iscrizione all'Ordine dei Giornalisti;
- Due incaricate con contratto annuale in libera professione con iscrizione all'Ordine dei Giornalisti (queste in carico all'Azienda USL).

L'Azienda USL dispone di contratti per publiredazionali sulle principali testate cartacee, radiofoniche, on line, su Telestense, nonché per la realizzazione di pillole video.

Con tale assetto vengono prodotti, quotidianamente, 3,9 prodotti comunicativi in media (siano essi comunicati stampa, video, caricamenti su social, eventi) 7 giorni su 7.

Entrambe le Aziende dispongono di un sito istituzionale, di un profilo Facebook, l'Azienda USL dispone anche di profili su Instagram, Youtube, LinkedIn, Tictoc.

Le modalità operative dei due Uffici Stampa attualmente esistenti sono sostanzialmente analoghe, salvo una maggiore propensione all'utilizzo di video da parte dell'Azienda USL.

L'attività dell'UOC è supportata da un operatore amministrativo qualifica C con Convenzione ad hoc per lo svolgimento di attività di webmaster, al servizio anche dell'UOC Accoglienza tutela e partecipazione.

Nella tabella seguente sono sintetizzate i canali comunicativi e le articolazioni aziendali che li utilizzano.

Azienda Ospedaliero Universitaria e
Azienda USL di Ferrara
05/02/2024

Canali comunicativi	Ufficio Accoglienza e Campagne	Ufficio stampa	Ufficio Videomaking	Publired	Webmaster	Social media manager	Urp
Stampa	X	X		X			
Siti istituzionali	X	X			X		X
Intranet	X	X			X		X
Social	X				X	X	
Monitor sale aspetto	X	X	X	X			X
Plance	X	X					X
Pillole video	X		X	X			
Trasmissioni radio	X	X		X			
Trasmissioni tv	X		X	X			

All'UOC Accoglienza tutela e partecipazione fanno invece riferimento:

- Il direttore di Uo (ff e ad interim con Comunicazione);
- Un'operatrice a tempo indeterminato con qualifica D, ruolo sanitario e incarico di funzione che svolge attività di coordinatrice dell'Urp dell'Azienda USL;
- Un'operatrice a tempo indeterminato con qualifica D per Urp dell'Azienda USL;
- 6 operatori con qualifica C
- 2 operatori con profilo sanitario e limitazione da rivalutare (questi tutti in carico all'Azienda USL);
- una incaricata a tempo determinato con qualifica C;
- due operatrici con qualifica C, una delle quali svolge funzioni di responsabile dell'Urp, per l'Azienda ospedaliero universitaria;
- una incaricata a tempo determinato, qualifica C (queste tutte in carico all'Azienda ospedaliero universitaria).

L'Urp dell'Azienda USL è presente con propri sportelli presso i tre ospedali distrettuali nonché in 4 delle Case della Salute: Ferrara, Copparo, Codigoro e Portomaggiore. E' inoltre presente un punto di ascolto gestito dall'Urp presso la Casa della Salute di Ferrara. In tali strutture si sono verificati, nel corso del 2022, 205.372 contatti con cittadini, con un trend positivo sia rispetto al 2021 (135.422) sia rispetto al 2020 (148.375).

Sul fronte più strettamente legato alle segnalazioni, nel 2022 ne sono state presentate 560 anch'esse con trend positivo rispetto al 2021 (450) così suddivise: 195 elogi, 7

Azienda Ospedaliero Universitaria e
Azienda USL di Ferrara
05/02/2024

segnalazioni improprie, 126 rilievi, 21 suggerimenti, 211 reclami veri e propri. Il 71 per cento di queste segnalazioni sono pervenute attraverso mail o telefono o altra metodica online.

L'Urp dell'Azienda ospedaliero universitaria è situato presso la struttura ospedaliera, in un unico punto che funge anche da punto di ascolto. Nel 2022 sono stati 1.250 i reclami raccolti.

Le modalità operative degli Urp delle due Aziende sono molto differenziate, non solo in quanto sussistono due diverse procedure di rilevazione, ma anche per una diversa scelta rispetto alla rilevanza delle segnalazioni.

Nel settembre 2022 è stata effettuata una esplorazione delle esigenze della cittadinanza effettuata tramite l'analisi dei reclami e delle segnalazioni pervenute agli Urp delle due Aziende, nonché espletata insieme ai Comitati Consultivi Misti aziendali (organismi vocati appunto a presidiare anche gli aspetti dell'accoglienza), i principali bisogni dell'utenza sono risultati i seguenti:

- 1 Prenotare la prestazione;
- 2 Ottenere la prestazione;
- 3 Effettuare il pagamento per un servizio;
- 4 Ottenere certificazione / anagrafe sanitaria;
- 5 Ottenere farmaco / presidio / protesica;
- 6 Ottenere informazioni su accesso ai servizi/sportelli;
- 7 Ritirare un referto;
- 8 Effettuare una donazione;
- 9 Effettuare un reclamo.

Tali bisogni si possono ulteriormente categorizzare come necessità di:

- a Avere informazioni
- b Pagare
- c Accedere

Per soddisfare tali bisogni è possibile:

- Accedere fisicamente ad uno sportello/struttura
- Telefonare
- Consultare siti o documenti

Per sentirsi il più possibile "accolto", nell'aver risposta a questi bisogni, il cittadino vorrebbe:

- Espletare il maggior numero possibile di incombenze da casa
- Essere informato in maniera completa ed esaustiva rispetto ad ogni singola prestazione al momento della prenotazione

Azienda Ospedaliero Universitaria e
Azienda USL di Ferrara
05/02/2024

- Avere un accesso alla struttura più “comodo” possibile
- Tornare alla struttura meno volte possibile.

Per rispondere a tali esigenze sarà necessario prevedere un approccio diversificato. In strutture che insistono su una sola sede, per quanto di grandi dimensioni, come ad esempio l’Azienda Ospedaliero universitaria di Ferrara, è infatti possibile puntare molto di più sugli aspetti logistici (governo degli accessi, segnaletica...) mentre in un’azienda strutturata su molte sedi sparse sul territorio (l’Ausl) si rende necessario affiancare tali strumenti con altri in grado di indirizzare il cittadino in un’ottica più centrata sui percorsi che sulle sedi. In un’Azienda USL, policentrica e diffusa sul territorio, non è infatti possibile indirizzare l’utenza ad un unico accesso che possa fornire quanto richiesto dal cittadino. La “centralizzazione” dei punti d’accesso dovrà dunque essere “virtuale”. Vale a dire che qualunque paziente, da qualsiasi punto “d’accesso” all’Azienda (fisico, telefonico, on line...) dovrà ricevere le medesime ed esaustive informazioni rispetto al suo bisogno. Attualmente i punti d’accesso/orientamento aziendali sono i seguenti: Cup/ Cuptel; Urp; Portinerie ospedali; Ospedali; Sportelli amministrativi; Portinerie case salute; Ambulatori; Segnaletica; Centralini; Medici di medicina generale e PLS; FSE; Sito; Social; Farmacie; Sale d’aspetto.

Nella tabella seguente sono sintetizzate le azioni che ogni singolo “punto di accesso” svolge

Punti/ modalità di accesso/accoglienza	Prestazione/ accesso	Prenot.	Pagamento	Certificaz./ Attestazione	Farmaco	Info	Ritiro	Donazione	Reclamo
Cup		X				X	X		
Cuptel	X					X	X		
URP						X			X
Sportelli ammin.			X	X		X		X	
Portinerie						X	X		
Ambulatori				X	X	X			
Sportelli DSP	X			X		X			
Centralini						X			
MMG	X			X		X			
FSE/pagonline		X	X	X		X	X		
Sito/social				X		X			X
Farmacie	X	X			X	X	X		X
Segnaletica						X			
Sale d’aspetto						X			

Azienda Ospedaliero Universitaria e
Azienda USL di Ferrara
05/02/2024

Dalla tabella emerge che attualmente il cittadino può avere informazioni da tutti i punti d'accesso, ma conseguentemente è assai improbabile che tali informazioni siano organiche e coerenti. Questa è la principale criticità sulla quale lavorare, proprio nell'ottica di far sì che tutti coloro che a qualsiasi titolo erogano informazioni le erogino entro una cornice comune e condivisa. Attraverso il nuovo assetto organizzativo dell'Area Dipartimentale Interaziendale Comunicazione, si intende perseguire l'obiettivo di erogare un'accoglienza in grado di:

- Dare una risposta univoca alle richieste/domande della cittadinanza;
- Indirizzarla sui percorsi più idonei rispetto alle proprie esigenze;
- Limitare gli accessi implementando il più possibile il remoto.

In un'ottica di unificazione tra le due Aziende, o in ogni caso al fine di informare adeguatamente sui percorsi interaziendali, si è dunque pensato, e sarà implementato, un Progetto di Accoglienza che metta a sistema le risorse – umane, tecnologiche, ideative, logistiche – al fine di far fornire ai cittadini della provincia di Ferrara, nonché a coloro che si possono trovare sul territorio, un servizio di qualità anche da questo punto di vista. Ciò implica alcuni processi riorganizzativi relativi all'assetto interno delle due Unità operative interaziendali, che saranno di seguito delineati.

6. Gli obiettivi della comunicazione interna ed esterna nella sanità emiliano-romagnola e ferrarese

Il Piano Sanitario Regionale vigente rimarca, tra l'altro, l'importanza di "eliminare gli ostacoli ad una corretta informazione attraverso messaggi corretti, veritieri e che portino ad un pieno ed appropriato utilizzo di risorse e servizi".

L'obiettivo principale della comunicazione in sanità, infatti, è quello di informare in modo corretto, puntuale e preciso i cittadini, per metterli in condizioni di conoscere, e quindi di fruire in maniera appropriata, dei servizi a loro disposizione (empowerment dell'utente). In questa chiave si metteranno in campo azioni comunicative che illustrino al cittadino-utente, agli stakeholder e alle Istituzioni, un sistema integrato territoriale che eroga cure efficaci, tempestive ed appropriate, indipendentemente da chi ne sia l'erogatore finale (Ausl, Aosp, medici di medicina generale e pediatri di libera scelta, ospedalità e sanità privata, accreditata o meno).

Tali attività comunicative devono inoltre essere coordinate in modo sistematico con l'apparato comunicativo della Regione Emilia Romagna, che sempre di più punta ad una comunicazione fortemente coerente, oltre che proattiva. Questo anche e soprattutto per l'ambito della promozione dei corretti stili di vita e della prevenzione in generale, attraverso il Piano Regionale della Prevenzione (PRP), che a sua volta afferisce al Piano Nazionale della Prevenzione. Si tratta, principalmente, di campagne attinenti agli stili di vita e alla

Azienda Ospedaliero Universitaria e
Azienda USL di Ferrara
05/02/2024

prevenzione in generale, appunto, di matrice regionale e da veicolare a cura delle Aziende.

Le azioni comunicative da mettere in campo saranno funzionali inoltre alla promozione di quelle che possono essere definite “eccellenze”, e che sono principalmente di ordine ospedaliero, o della ricerca, effettuata in collaborazione con l’Università di Ferrara, anche al fine di intervenire sulla mobilità sanitaria passiva. Esempi significativo in questo senso sono quello dell’attività svolta dall’Istituto Ortopedico Rizzoli di Bologna presso l’ospedale di Argenta o delle collaborazioni tra la Cardiologia dell’Azienda ospedaliero universitaria e gli Ospedali Maggiore e Sant’Orsola di Bologna.

La comunicazione interna è finalizzata a creare - negli operatori e professionisti aziendali di ogni ordine e grado, nonché tra i medici di medicina generale, i pediatri di libera scelta, i medici di continuità assistenziale e di specialistica ambulatoriale – identità, senso di appartenenza e attenzione rispetto a tutto quanto è immagine aziendale, sia attraverso il proprio lavoro quotidiano e financo nella sfera dei comportamenti individuali esterni al lavoro, con particolare riferimento all’utilizzo, sui social, delle informazioni. Identità che, in questo particolare momento storico, in vista dell’unificazione aziendale, dovrà essere tragguardato rispetto alla costituenda Azienda unica di Ferrara, al fine di sviluppare uno spirito di costruttiva collaborazione tra tutti i servizi e le articolazioni aziendali.

6.1. I macro-obiettivi del Piano di Comunicazione delle Aziende sanitarie della provincia di Ferrara

Il *Piano di Comunicazione* qui esposto riassume e descrive le principali azioni di comunicazione previste nel corso del triennio di riferimento, sulla scorta dell’analisi del contesto, degli obiettivi aziendali da supportare comunicativamente, degli strumenti da utilizzare. A tal fine si provvederà alla:

- riorganizzazione delle modalità di lavoro e unificazione effettiva degli uffici Stampa con riqualificazione professionale dei componenti;
- realizzazione di procedure unificate e revisione di procedure esistenti;
- acquisizione di tecnologie.

Tali necessarie azioni saranno man mano formalizzate attraverso i relativi atti deliberativi.

Azienda Ospedaliero Universitaria e
Azienda USL di Ferrara
05/02/2024

A) U.O.C. Comunicazione

La Comunicazione esterna rivolta ai cittadini, ad altre Amministrazioni o Enti, imprese e ai media, contribuisce a costruire la percezione della qualità dei servizi delle Aziende e costituisce uno dei canali permanenti di verifica del livello di soddisfazione del cliente/utente, con possibilità di rivalutare aspetti definiti dei servizi stessi.

L'attività di informazione, principalmente rivolta ai mezzi di comunicazione di massa, è finalizzata ad una diffusione omogenea e coerente dell'immagine aziendale, attraverso la divulgazione della propria attività, dei propri servizi, delle proprie policy, normative e cultura di riferimento. Si esplicita attraverso comunicati stampa e conferenze stampa, copertura di eventi, educational per giornalisti e associazioni di volontariato, produzione di contenuti per il sito istituzionale, strumenti audiovisivi e strumenti telematici.

Tali finalità da implementare ulteriormente, possono essere meglio declinate come segue:

- Facilitare la diffusione delle informazioni pubblicate da mass media nazionali e locali sui temi di interesse aziendale attraverso la gestione e diffusione della rassegna stampa;
- Facilitare la diffusione delle informazioni aziendali verso le Istituzioni della città, della Provincia e della Regione;
- Diffondere tempestivamente le principali novità che riguardano le Aziende verso i mass media (locali e nazionali) nel rispetto delle indicazioni e priorità della Direzione Aziendale;
- Tenere i rapporti con i mass media (locali e nazionali);
- Promuovere nuove modalità di comunicazione alla cittadinanza di tipo crossmediale anche attraverso videomaking;
- Gestire di eventuali service per le parte di attività che non risulti conveniente gestire in house;
- Supportare la Direzione generale nei rapporti con i mass media e rispetto a qualsivoglia forma di comunicazione intenda perseguire;
- Gestire la comunicazione sui social media finalizzata a creare un dialogo "a due vie" con l'utenza;
- Produrre contenuti crossmediali che possano essere utilizzati su vari canali di comunicazione;
- Assicurare che tutte le attività di comunicazione siano effettuate nel pieno rispetto delle normative sulla privacy e sull'accessibilità
- Assicurare il coordinamento tra tutte le modalità comunicative e la relativa rendicontazione;
- Assicurare il coordinamento e la coerenza tra la comunicazione esterna e la comunicazione interna all'Azienda;

Azienda Ospedaliero Universitaria e
Azienda USL di Ferrara
05/02/2024

- Assicurare la valutazione della comunicazione effettuata anche individuando strumenti innovativi in tal senso.

B) U.O.C. Assistenza Tutela e Partecipazione

La macro area si può suddividere ulteriormente nelle seguenti aree:

- l'area dell'informazione e della prestazione: comunicazione esterna, attività di informazione su disposizioni normative e sui servizi offerti dall'ente, garantire l'esercizio dei diritti di accesso, la partecipazione, promuovere informazioni su temi di interesse generale.
- l'area dell'ascolto e della verifica: attuazione dei processi di verifica della qualità dei servizi e della soddisfazione degli utenti, attraverso l'ascolto e indagini di customer satisfaction.
- l'area dell'organizzazione: promozione di sistemi di interconnessione telematica, coordinamento delle reti civiche, sviluppo della comunicazione intraistituzionale e interistituzionale.

E può essere declinata con le seguenti funzioni:

1. Relazioni col pubblico, tutela civica e rapporti col volontariato
2. Accoglienza e punti informativi, mediazione culturale, segnaletica
3. Campagne, pubblicazioni ed Health literacy

L'U.O.C. ha come finalità:

- Assicurare informazioni, ascolto e assistenza ai cittadini, in caso di difficoltà ad accedere ai servizi sanitari e non sanitari offerti dalle due Aziende;
- Garantire la tutela del diritto alla salute;
- Rafforzare i rapporti di partecipazione stabiliti sia con gli utenti, attraverso il CCM, sia con le Associazioni che tutelano i diritti dei cittadini/ utenti;
- Attuare modalità innovative di gestione dei conflitti: percorso di ascolto/mediazione trasformativa;
- Assicurare equità di condizioni di accesso alle prestazioni e servizi;
- Rendere trasparente l'azione aziendale a tutela del cittadino utente;
- Gestire le segnalazioni e predisporre le risposte ai cittadini /utenti entro i termini stabiliti dal Regolamento di Pubblica Tutela;
- Analizzare le segnalazioni allo scopo di fornire dati alla Direzione Strategica e ai Responsabili di Dipartimenti /Servizi/ Unità Operative, per sviluppare azioni di miglioramento;

Azienda Ospedaliero Universitaria e
Azienda USL di Ferrara
05/02/2024

- Coordinare attività ricreative per pazienti adulti e bambini per rendere più gradevole il periodo di degenza (clown terapia, distribuzione di doni durante le festività e coordinamento di eventi estemporanei);
- Coordinare la presenza di Associazioni di Volontariato locali all'interno dell'Azienda in occasione di iniziative per la raccolta fondi per creare una sinergia tra l'Azienda e il territorio;
- Fornire strumenti adeguati a cittadini / utenti provenienti da altre città, per facilitare l'orientamento nella struttura ospedaliera e il soggiorno durante il periodo di cure;
- Partecipare attivamente ai progetti regionali e locali di Educazione alla Salute, collaborando alla diffusione di materiale informativo, coordinando campagne di sensibilizzazione non solo per i cittadini/utenti, ma anche per i dipendenti dell'Azienda;
- Collaborare con le Unità Operative alla realizzazione di opuscoli informativi;
- Gestione e concessione dei Patrocini.

Trasversale alle due U.O.C. vengono collocate le seguenti funzioni:

Webmaster e gestione del sito internet ed intranet;

Rete dei Referenti dipartimentali per la Comunicazione con le quali le due U.O.C. mantengono comunicazioni bidirezionali, al fine di erogare informazione e comunicazione sempre aggiornate e coerenti.

Servizio Audiovisivi, che ha come finalità:

- Riprese video in sala operatoria con videocamera professionale dotata di ottica adatta alle situazioni che si presentano in sala operatoria.
- Dirette da sala operatoria a studi o aule con l'ausilio di trasmettitori audio video a medio lungo raggio, radio microfoni e casse amplificate.
- Registrazioni da strumenti medicali attraverso registratore digitale portatile audio video professionale esempio video fluoroscopia.
- Montaggi audio video delle riprese girate in sala operatoria, ambulatori, Cona, con software professionale di video editing.
- Realizzazione fotografie con macchina fotografica digitale reflex professionale.
- Scannerizzazione di radiografie e foto con scanner professionale dedicato.
- Scannerizzazione diapositive e negativi con scanner dedicato alle pellicole per recupero materiale, archivi didattici.
- Lavorazione ed elaborazione immagini con software professionale.
- Digitalizzazione di videocassette (VHS, Umatic, SVHS, DV) alta definizione e audiocassette con attrezzatura dedicata.
- Consulenze su quesiti multimediali.

Azienda Ospedaliero Universitaria e
Azienda USL di Ferrara
05/02/2024

- Attività di documentazione video fotografica istituzionale dell'Azienda Ospedaliero Universitaria.

6.2. La comunicazione esterna

I punti di "accesso comunicativo" del cittadino-utente, rispetto all'Azienda, sono:

- la stampa (cartacea, radio, tv e online);
- i siti e i social (sia aziendali sia esterni);
- le campagne comunicative aziendali o regionali ivi comprese le campagne attinenti agli stili di vita e alla prevenzione di matrice regionale e da veicolare a cura delle varie Aziende (afferiscono a questo ambito di comunicazione anche le Giornate dedicate alle patologie o ad altri temi (prevenzione, sicurezza stradale, altro...) e per le quali la Regione sta valutando una strutturazione più rigida, coerente e integrata con le Aziende;
- nel momento in cui ha bisogno di rapportarsi fisicamente con le Aziende, il contatto con strutture aziendali e coi medici e pediatri "di famiglia" e la relativa "accoglienza percepita": rapporto interpersonale, qualità architettonica delle strutture, segnaletica e altre variabili;
- quanto gli viene riferito da altri che hanno avuto contatti con le Aziende.

La stampa. Il posizionamento sulla stampa delle Aziende, già buono, va mantenuto e reso contestabile con report periodici.

Le azioni mirate ad un ulteriore miglioramento del posizionamento dell'Azienda sui media sono fondamentalmente riconducibili a due direttrici operative: veicolazione proattiva di notizie in positivo relative alla realtà aziendale e contenimento delle situazioni/notizie negative. A questo proposito non va dimenticato che spesso la notizia negativa o la segnalazione all'Urp dell'evento avverso, rappresenta il palesarsi di un problema organizzativo, o di comunicazione interpersonale, o entrambi insieme, noti o meno. Obiettivo della comunicazione sarà dunque, tra l'altro, palesare tali problematiche all'interno delle Aziende, al fine di risolverle, o quantomeno affrontarle.

Tali due direttrici si declinano operativamente nelle seguenti azioni:

- I. sempre più stretta collaborazione con la Regione, che consentirà di guadagnare in "potenza comunicativa" e di arrivare, sempre più spesso e meglio, sui media mainstream nazionali, così come su tutti i possibili canali comunicativi compresi

Azienda Ospedaliero Universitaria e
Azienda USL di Ferrara
05/02/2024

- quelli più innovativi (accrescimento sia quantitativo sia qualitativo nella collocazione delle comunicazioni in uscita);
- II. rapporto sempre più organico, continuo e trasparente, tra le varie articolazioni aziendali, la Direzione Aziendale e i servizi legati alla comunicazione. Oltre a lavorare per una continua implementazione della comunicazione interna e della formazione, le attuali “Indicazioni operative nei rapporti con la stampa le Tv e i social media” saranno integrate e sarà deliberato un vero e proprio Regolamento. Col medesimo atto deliberativo sarà inoltre creata la “Rete dei referenti per la comunicazione” che avrà il compito di evidenziare gli eventi notiziabili all’Ufficio stampa e le criticità all’Urp;
 - III. l’ufficio Stampa si prefigurerà sempre più come “produttore di contenuti” per i tutti i canali comunicativi aziendali. Contenuti dunque flessibili e adattabili (dal comunicato stampa, all’informativa, al lancio per il sito, al post per il social, al testo di un volantino...), comprese infografiche, testi multimediali. Per redigere i testi saranno sempre più utilizzate tecniche di “storytelling” finalizzate a creare fiducia e fidelizzazione nel pubblico, che diverrà a sua volta un “canale di comunicazione”. Parimenti saranno utilizzate tecniche di “health literacy” finalizzate principalmente ad aumentare l’equità d’accesso ai prodotti editoriali;
 - IV. Strutturazione dell’ufficio Stampa sugli orari e le esigenze dei mass media attraverso una reperibilità anche in orario serale e festivo, in modo da dare risposta sempre più puntuale ai media ed evitare così fraintendimenti o black out comunicativi che portano inevitabilmente nocimento all’immagine aziendale. Attraverso dunque un apposito progetto incentivante, si provvederà a garantire la copertura dell’ufficio in presenza almeno dalle ore 8:30 alle ore 19:30 dal lunedì al venerdì, e a strutturare una “reperibilità” fissa in orario prefestivo e festivo, con un operatore raggiungibile attraverso un cellulare ed un tablet di servizio;
 - V. organizzazione di educational per i giornalisti, categoria che è ora nelle condizioni di dover conseguire crediti formativi. In Emilia Romagna il principale erogatore di tali crediti è l’Ordine dei Giornalisti, in particolare tramite la Fondazione ODG. La Fondazione risulta disponibile a valutare e riconoscere educational o seminari, effettuati dalle aziende sanitarie, e mirati alla formazione continua dei giornalisti impegnati negli uffici Stampa, così come operanti nelle testate che insistono sui vari territori. Si stanno identificando gli argomenti più interessanti per l’Ausl di Ferrara che potranno diventare educational per i giornalisti locali, in modo da metterli sempre più nelle condizioni di valutare adeguatamente le notizie (in particolare quelle negative) al fine di cercare di limitare ulteriormente fraintendimenti che portano a notizie e titoli negativi per le Aziende e i suoi operatori e professionisti. Tali educational saranno realizzati in collaborazione col settore Formazione.

Azienda Ospedaliero Universitaria e
Azienda USL di Ferrara
05/02/2024

Per la realizzazione di tali azioni si rende necessario quanto segue:

- a) acquisizione di 3 operatori per l'Ufficio stampa in sostituzione delle due operatrici a tempo determinato e non più rinnovabili. La dotazione complessiva dell'ufficio Stampa sarà di 6 operatori
- b) istituzione di un progetto incentivante per la reperibilità;
- c) corso di formazione alla comunicazione digitale (in corso di acquisizione insieme ad Aosp) per tutti i membri dell'ufficio Stampa e per alcuni operatori dell'Urp (totale 15 persone) di 48 ore una tantum.

I Tempi di realizzazione: marzo per il completamento dell'organico dell'ufficio Stampa, giugno per l'acquisizione delle apparecchiature e l'attivazione del progetto incentivante per la reperibilità; settembre per il corso di formazione.

I publiredazionali. Si tratta di uno strumento efficace dal punto di vista comunicativo e soprattutto molto flessibile. Caratteristica quest'ultima, di cui è necessario massimizzare l'utilità per l'Azienda. E' dunque indispensabile una più efficace calendarizzazione di medio termine per i palinsesti delle varie trasmissioni e per i calendari delle "uscite" publiredazionali sui cartacei, per attagiarli meglio alla comunicazione programmata dell'Ausl e della Regione, pur salvaguardando la possibilità di utilizzarli in maniera estremamente flessibile anche e laddove necessario per eventuali urgenze.

Le azioni per realizzare tali obiettivi saranno le seguenti:

- I. realizzare calendari a medio–lungo termine, sebbene flessibili, per i servizi publiredazionali, in modo da sviluppare una maggiore e più organica integrazione con gli strumenti aziendali e con le campagne regionali e nazionali;
- II. implementare attività interna di videomaking dell'Azienda;
- III. Utilizzo crosmediale di tutti i prodotti video su tutti i canali aziendali presenti e su quelli che saranno implementati.

Per la realizzazione di tali azioni si rende necessario quanto segue:

- a) acquisizione di tecnologie: una videocamera ad alta definizione;
- b) implementazione di maggiori canali aziendali per veicolazione dei video (vedasi sezioni comunicazione interna e fundrsing).

Azienda Ospedaliero Universitaria e
Azienda USL di Ferrara
05/02/2024

I Tempi: da giugno

Il sito e la intranet aziendale. Nel maggio 2022 sono stati resi operativi i due nuovi siti delle Aziende sanitarie Ferraresi, implementati con una risorsa interna, attraverso la piattaforma CSM “Plone 6”, più avanzata e più friendly delle precedenti piattaforme Plone (che è la medesima utilizzata anche dalla Regione Emilia Romagna per il proprio sito istituzionale).

Non appena, a seguito della modifica normativa sopra riportata, le due Aziende saranno effettivamente unificate, sarà possibile realizzare il nuovo unico sito, attraverso un lavoro, già in atto, di messa a sistema dei contenuti, essendo sia la grafica sia la piattaforma informatica dei due siti, già le medesime.

A questo proposito va evidenziato il fatto che AGID sta predisponendo le linee guida per i prossimi siti delle Aziende Sanitarie e a tal fine ha predisposto un apposito gruppo di lavoro, del quale l’Azienda USL è stata chiamata a far parte.

Il nuovo sito sarà molto funzionale ai percorsi (PDTA). Le statistiche chiariscono infatti che la principale motivazione per la quale il pubblico accede al sito di una struttura sanitaria, è la ricerca di informazioni legate ad una prestazione/necessità. E’ dunque molto importante dotarsi di un sito/punto d’accesso in cui l’utente possa trovare tutte le informazioni necessarie.

In questo senso sarà modificata ed ulteriormente implementata l’attuale App dell’Ausl. In attesa di poter unificare i due siti sarà predisposto un unico portale (www.ferrarasalute.it) da cui si dipaneranno i due attuali “siti gemelli”.

I tempi: dipenderanno dell’iter legislativo di unificazione delle due Aziende.

I social media. Attualmente le due Aziende dispongono di:

- Una pagina fb dell’Ausl e una di Aosp
- Un profilo instagram Ausl
- Un account di youtube Ausl
- Un profilo linkedin aziendale Ausl
- Un profilo Telegram Ausl
- Un profilo “tik tok”
- Per quanto attiene alle professionalità, presso l’Ufficio Stampa attualmente è presente una operatrice che svolge, tra le altre, l’attività di *social media manager* rilanciando sui vari social aziendali le notizie dei comunicati stampa e valutando

Azienda Ospedaliero Universitaria e
Azienda USL di Ferrara
05/02/2024

anche modalità “scollegate” di comunicazione sui vari canali, a seconda della “natura” del contenuto.

- Attività queste appena delineate, che dovranno sempre più integrarsi e che, sempre valutando caso per caso, potranno essere “spese” anche attraverso e in collegamento con altre modalità innovative di comunicazione, quali i flash mob e la loro più recente evoluzione in guerrilla marketing.

Il tutto nell’ottica, come sopra descritto, di una “fabbrica di informazione” flessibile e integrata.

Si provvederà dunque a mantenere tutti i social media già attivi rendendoli però interaziendali. Questo è un obiettivo di budget previsto per l’anno 2024.

Il servizio audiovisivi, come sopra delineato, in collaborazione con l’Ufficio stampa, il social media manager, il webmaster, i fornitori dei publiredazionali, forniranno i materiali necessari per attivare, entro l’anno 2024 **una web tv aziendale (oltre ad altre iniziative di “brand journalism”)**, con l’obiettivo di implementare sempre più una forma di comunicazione innovativa ed efficace. I relativi contenuti saranno utilizzati:

- Sul sito aziendale
- Sui siti aziendali
- Nel circuito dei videomonitor che si stanno collocando in Azienda grazie al progetto di autofinanziamento della comunicazione aziendale tramite pubblicità.

Anche questo è un obiettivo di budget per l’anno 2024.

L’Urp. L’Ufficio Relazioni col Pubblico rappresenta un importantissimo biglietto da visita delle Aziende sanitarie rispetto all’utenza, che si declina nelle molteplici funzioni che gli sono affidate anche a livello normativo, come sopra illustrate.

Una sempre maggiore proattività e qualità nello svolgimento di tali funzioni rappresenta l’obiettivo per tale articolazione aziendale.

Studi realizzati in epoca “pre-social” evidenziavano già come una esperienza negativa presso una struttura pubblica vissuta personalmente, venga divulgata mediamente a 17 persone; di queste 17, ognuna la divulga mediamente ad altre 10, di qui l’importanza di gestire queste situazioni.

Tale ambizioso obiettivo si declina attraverso l’implementazione delle seguenti azioni:

Azienda Ospedaliero Universitaria e
Azienda USL di Ferrara
05/02/2024

- I. Attivazione di un sistema di accesso filtrato per una più rapida risposta alle segnalazioni inoltrate via mail o altra modalità on line. Sul fronte reclami infatti, la proattività, l'efficacia e la tempestività con cui viene preso in carico un problema dell'utente, rappresenta un importantissimo plus per l'immagine di un'azienda sanitaria, oltre che un prezioso campo di "emersione" di problemi non conosciuti. La maggior parte delle segnalazioni all'Urp sono veicolate via mail, di qui l'importanza di attivare il sistema di accesso filtrato peraltro già sperimentato in alcune situazioni legate al Covid: sarà dunque effettuato un apposito studio di fattibilità;
- II. Formazione sulla comunicazione interpersonale e le relazioni. Entrando nel merito delle esortazioni a migliorare, emerge che il 25 per cento circa, è relativo a, o almeno vede coinvolti, aspetti relazionali, elemento che richiede una valutazione sulla comunicazione interpersonale, per la quale sarà attivata una apposita formazione per gli operatori in forze all'Urp ma anche al personale della Dit che viene utilizzato nell'ambito dell'accoglienza; e/o ai nuovi assunti, comprendente tra l'altro l'applicazione dei dettami della Health Literacy, poichè maggiore è la comprensione, da parte dell'utente, di quanto gli viene comunicato, minore sarà la sua potenziale insoddisfazione;
- III. riconduzione della veicolazione di tutte le campagne di empowerment dell'utente all'Urp, "sanando" l'attuale divisione con l'ufficio Stampa. Un approccio che non solo si attaglia più puntualmente ai dettami della Legge 150, ma che valorizza meglio le caratteristiche dell'Urp, in virtù della maggior capillarità di presenza sul territorio delle sue articolazioni;
- IV. Realizzazione di almeno una campagna di carattere regionale, nell'ambito del Prp dell'Emilia Romagna. L'**empowerment dell'utente**, sui servizi e ancor più sugli stili di vita, si integra in maniera stretta e forte con l'obiettivo della Regione Emilia Romagna di attivazione e perseguimento del PRP e delle relative campagne comunicative collegate; campagne che spaziano e coprono ampiamente tutti gli aspetti delle buone pratiche di promozione della salute e della prevenzione. A questo fine l'Ausl di Modena ha ricevuto un apposito incarico, ed i relativi finanziamenti, e la maggior parte delle campagne verrà dunque implementata da quell'Azienda, salvo dividerne sia le linee guida sia i contenuti, con tutte le aziende sanitarie. Le Aziende sanitarie ferraresi si pongono comunque l'obiettivo di gestire, la campagna regionale contro il gioco d'azzardo. Campagna che si caratterizzerà in maniera molto spiccata per digitalizzazione e attenzione all'equità di accesso (esempi non esaustivi: utilizzo di varie lingue per facilitare le persone immigrate, particolare cura del lessico e dell'uso di immagini e video per facilitare le persone meno alfabetizzate, approccio di health literacy e così via);

Azienda Ospedaliero Universitaria e
Azienda USL di Ferrara
05/02/2024

- V. realizzazione di “campagne spot” per specifiche esigenze locali o della Governance aziendale. Su alcuni temi si può fin d’ora prevedere la necessità di campagne comunicative ripetute negli anni. Si tratta in particolare dei seguenti temi:
- campagna di comunicazione per implementare l’adesione al Fascicolo Sanitario Elettronico;
 - attivazione campagne relative al PRP;
 - azioni comunicative legate alla promozione della vaccinazione e al contrasto delle politiche no vax, legate sia al covid sia ad altre patologie infettive (influenza, vaccinazioni pediatriche e altro).
 - azioni comunicative legate alla promozione dei PDTA, a seguito delle relative implementazioni;
 - azioni comunicative legate alla realizzazione di nuove infrastrutture;
 - azioni comunicative mirate a promuovere l’implementazione dei servizi legati alla Medicina Territoriale (Case di Comunità) e alla digitalizzazione / Telemedicina nell’ottica dei progetti derivanti dal Piano Nazionale di Rilancio e Resilienza (PNRR), nonché al più corretto utilizzo della rete dell’Emergenza Urgenza e dei nuovi servizi ad essa alternativi che sono stati attivati (CAU principalmente);
- VI. Progetto ad hoc sull’accoglienza. Estremamente rilevante, **l’aspetto dell’accoglienza, che richiede un’attenzione continua e costante, sarà oggetto di un apposito progetto complessivo, da deliberare, che ricomprenderà anche la segnaletica, la mediazione culturale e altri aspetti, per il quale si auspica una forte integrazione con Aosp, e che superi infine la suddivisione tra personale Urp e personale Dit.** Nell’ambito di tale progetto potrebbe trovare collocazione inoltre la presenza di volontari del Servizio Civile, particolarmente in chiave di facilitazione digitale (come da apposito bando realizzato nell’ambito del Pnrr) soprattutto per quanto riguarda una sempre maggiore adesione al Fascicolo Sanitario Elettronico che, comunque, sarà promosso pure con apposite azioni comunicative;
- VII. Attivazione di un nuovo punto Urp presso la Casa di Comunità di Comacchio;
- VIII. Lavoro di unificazione degli Urp e dei Comitati consultivi misti. In prospettiva di una sempre maggiore integrazione con Aosp il progetto di accoglienza di cui alla precedente azione potrà prefigurare, in chiave futura, un Urp comune così come, in prospettiva si potrà lavorare ad **un unico Comitato consultivo misto per tutte le strutture ferraresi**, dunque più snello ed operativo, cui si potrebbe affidare un forte mandato legato alla valutazione dei servizi con modalità standardizzate, nonché la revisione della procedura della Commissione conciliativa, al momento molto ridondante, ed una revisione della Carta dei Servizi.

Al fine di perseguire queste azioni si renderà necessario:

Azienda Ospedaliero Universitaria e
Azienda USL di Ferrara
05/02/2024

- a) acquisizione di ulteriori 3 operatori per l'Urp, da reperirsi nelle attuali graduatorie aperte di operatori amministrativi o in future graduatorie della figura degli Assistenti Sanitari, saranno finalizzate ad una più rapida ed efficace risposta all'utenza anche in un'ottica di facilitazione di accesso ai servizi, e in virtù dell'accrescimento degli accessi informativi legato al Covid;
- b) richiesta al fornitore di un software per analisi stringhe alfanumeriche per le segnalazioni che giungono all'Urp in modalità on line e di una app relativa alle strutture aziendali e relativi orari e contatti;
- c) attivazione corsi di formazione per il personale Urp e dell'accoglienza (valutare anche nuovi assunti), con corsi su comunicazione interpersonale e relazioni di almeno 8 ore (in fase di realizzazione con il settore Formazione);
- d) apposito progetto sull'accoglienza.

I tempi: entro 2024 per modalità "risponditore automatico", formazione operatori Urp e accoglienza.

6.3. La comunicazione interna

Lo strumento principale di comunicazione interna è da considerarsi ovviamente la rete intranet, che così come per il sito sarà unificata e, con l'occasione, revisionata. Sempre nell'ambito delle intranet vengono attualmente veicolati diversi strumenti comunicativi: la newsletter aziendale, già di fatto unificata di circa un anno, gli elenchi telefonici interni, una sintesi della rassegna stampa. Si aggiungono le mailing list "Utentiposta" (con informazioni di servizio per il personale interno) e "Progetto Sole" (per medici e pediatri di famiglia), gli incontri strutturati (Staff, Collegio di direzione) e non strutturati (incontri organizzati dalla Direzione con le varie articolazioni aziendali).

Tutti strumenti che sono finalizzati al duplice obiettivo fondamentale della comunicazione interna e cioè la comunicazione organizzativa (tenere gli operatori ed i professionisti informati rispetto alle scelte della governance) e creare identità aziendale.

Azioni per perseguire tali obiettivi sono le seguenti:

- I. Unificazione delle intranet;
- II. Rifacimento dell'elenco telefonico interno: è in corso la realizzazione da parte del fornitore;
- III. Pillole di budget: un altro importante momento di condivisione, e che può essere "sfruttato" in ottica comunicativa, è quello della negoziazione di budget. Potranno dunque essere messe in cantiere delle "pillole di budget", grazie alle quali i membri dei vari servizi e i colleghi in generale potranno

Azienda Ospedaliero Universitaria e
Azienda USL di Ferrara
05/02/2024

- trovare una sintesi degli aspetti più innovativi della “vita d’azienda”, che emergono da questo importantissimo strumento di programmazione;
- IV. Ampliamento del blog del Direttore Generale anche all’Azienda ospedaliero universitaria e contestuale rilancio, al fine di condividere le principali situazioni e sentire, attraverso la possibilità di commentarne gli interventi (nell’ambito di una policy appositamente redatta) l’umore degli operatori. Si tratta comunque, al di là di questo, di un importante strumento di “democrazia aziendale”.

Anche queste attività rientrano negli obiettivi di budget 2024.

6.4. Gli eventi

Meritano un passaggio ad hoc in quanto sono uno strumento con valenza comunicativa sia interna sia esterna all’Azienda. In particolare le inaugurazioni di nuove strutture e/o servizi, comunicano novità e innovazione al pubblico, rinsaldano legami tra Istituzioni, creano spirito di corpo tra professionisti e operatori. Gli eventi andranno dunque molto curati e “spesi” anche internamente, attraverso inviti, presenza della stampa, realizzazione di video da ritrasmettere poi internamente.

Si possono prefigurare le seguenti azioni:

- I. realizzazione evento ad hoc: si calendarizzerà ogni anno un evento denominato “Un Giorno per noi”, che rappresenterà una restituzione delle politiche aziendali agli operatori (breve saluti e relazioni su dati significativi da parte della Governance aziendale), di saluto a coloro che vanno in pensione e di benvenuto ai nuovi assunti, i quali riceveranno, dai pensionandi, una spilletta da giacca o da camice (da realizzarsi) col logo dell’Ausl (o altro da valutare);
- II. attività di organizzazione convegni su indicazione della governance;
- III. maggior proattività nell’organizzazione di eventi “minori”: inaugurazioni, conferenze stampa aperte, educational, tour dei servizi, con realizzazione di contenuti e loro veicolazione cross-mediale.

I Tempi: entro 2024.

6.5 La “Comunicazione di Genere”

Nell’anno 2024 l’Azienda otterrà la Certificazione di Genere ed entrambe le Unità operative (“Comunicazione” e “Accoglienza Tutela e Partecipazione”) che hanno

Azienda Ospedaliero Universitaria e
Azienda USL di Ferrara
05/02/2024

partecipato attivamente al conseguimento di tale risultato, si pongono alcuni conseguenti obiettivi:

- I. Gli Urp continueranno la collaborazione relativa alle modalità di comunicazione e presa in carico, in via libera ed anonima, di eventuali segnalazioni di discriminazioni;
- II. L'ufficio "Contenuti" e l'ufficio "Stampa" si faranno parte diligente di comunicare con la massima celerità, efficacia e precisione, gli obiettivi che l'Azienda conseguirà nell'ambito della Certificazione di Genere e periodici contenuti sulla parità di genere;
- III. Le due Unità operative continueranno ad organizzare, e partecipare all'organizzazione, di eventi e campagne relative ai temi della parità di genere a tutto tondo, specie nelle Giornate a ciò dedicate;
- IV. I servizi si impegnano a rivedere i contenuti del sito e delle pubblicazioni in linguaggio inclusivo
- V. Produzione di una apposita Istruzione operativa per l'utilizzo di linguaggio inclusivo in tutta la produzione di contenuti (azione peraltro già in corso nella pratica).

7. Assetto definitivo e relative azioni da intraprendere

Le azioni sopra descritte prefigurano la realizzazione di una vera e propria "**fabbrica di informazione**", che utilizzi tutti gli strumenti già esistenti in Azienda, e altri che saranno realizzati (ad esempio la Web TV sopra descritta) attagliando la loro scelta ad ogni singola situazione.

A tale fabbrica di informazione contribuiranno tutte le articolazioni che afferiscono all'Area Comunicazione del Dipartimento di Staff. Di seguito viene riportato il funzionamento dell'Area e delle relative U.O., a regime.

Il Direttore dell'U.O.C. Comunicazione coordina l'attività dell'ufficio Stampa e Contenuti, dell'ufficio Videomaking e del Social media manager.

L'ufficio Stampa e Contenuti contemplerà 6 operatori coordinati da un capoufficio Stampa con incarico di funzione. Si occuperà di svolgere le attività sopra delineate e in sintesi di redigere contenuti per la stampa, per il sito internet per intranet e di veicolarli sui relativi canali; di organizzare conferenze stampa ed inaugurazioni di servizi (in collaborazione con la Formazione); di redigere la newsletter aziendale; di coordinare i publiredazionali radio e cartacei e i contenuti relativi alla rete dei monitor nelle sale d'aspetto.

L'ufficio Immagini e videomaking è composto di 2 operatori. Si occupa della copertura fotografica di eventi, della creazione di video e del coordinamento dei publiredazionali che

Azienda Ospedaliero Universitaria e
Azienda USL di Ferrara
05/02/2024

producono video. Il capoufficio stampa e contenuti coordina l'attività dei dipendenti dell'ufficio e anche dell'ufficio immagini e videomaking.
Il Social media manager è una funzione di alto livello professionale per cui il relativo ruolo sarà ricoperto da un operatore con incarico di funzione, che si occupa di individuare, gestire e creare i contenuti per i social aziendali e gestirne la veicolazione.
Insieme al Social media manager si rapportheranno col Direttore dell'Uoc al fine di condividere le linee di indirizzo dei contenuti ed i canali da utilizzare per veicolarli e a lui renderanno trimestralmente, o comunque in ogni momento in cui sia richiesto, rispetto all'andamento del lavoro. Gestiranno in autonomia i tempi e i modi di comunicazione dei singoli eventi o campagne o iniziative.

Il Direttore dell'U.O.C. Accoglienza Tutela a partecipazione Coordina l'attività dell'Ufficio Rapporti col Pubblico (Urp) e con le Associazioni, dell'Ufficio Segnaletica ed Health literacy e dell'Ufficio Accoglienza e Campagne.

L'Ufficio Rapporti col Pubblico (Urp) e con le Associazioni è composto di 12 operatori e coordinato da un Coordinatore con Qualifica D e incarico di funzione.

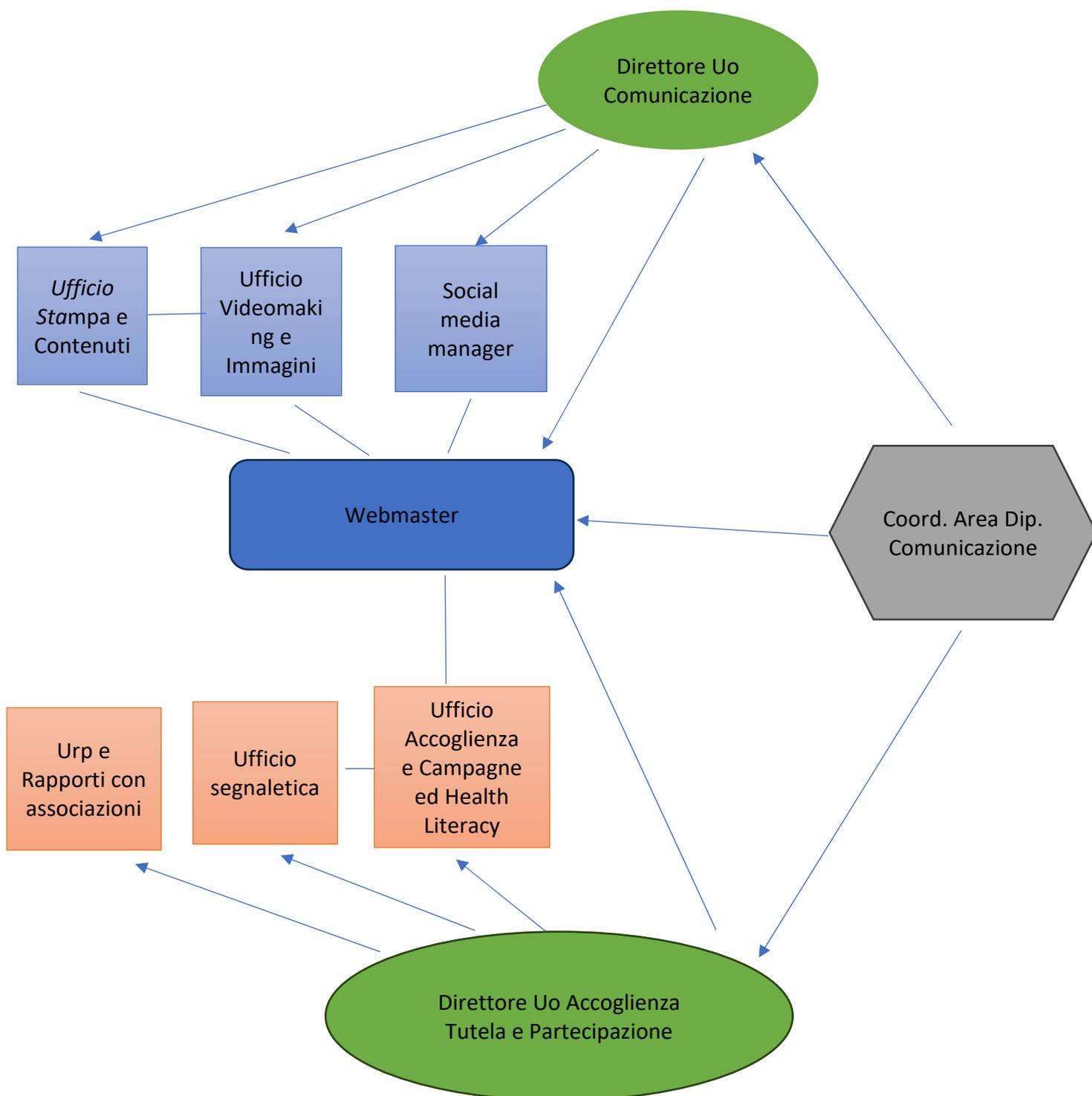
L'ufficio Segnaletica ed Health literacy è composto da due operatori e si occupa di mantenere ed implementare la segnaletica e coordinare la produzione di opuscoli e materiali, applicando i canoni della Health literacy.

L'ufficio Accoglienza e Campagne è composto di due operatori di cui uno con qualifica C ed incarico di funzione e funzione di coordinatore, anche dell'ufficio Segnaletica ed Health literacy. Si occupa di coordinare le campagne informative ed i progetti di accoglienza e umanizzazione interaziendali. I due operatori con incarico di funzione si rapportano col Direttore dell'Unità operativa al fine di condividere le linee di indirizzo relative all'andamento dei servizi e a lui rendicontano trimestralmente, o comunque in ogni momento in cui sia richiesto, rispetto all'andamento del lavoro. Gestiranno in autonomia i tempi e i modi di comunicazione dei singoli eventi o campagne o iniziative.

Il webmaster svolge l'attività relativa all'assetto, alla manutenzione continua e alle innovazioni sul sito internet ed intranet, ed essendo in comune tra le due unità operative, risponde ai Direttori delle stesse e al Coordinatore di Area dipartimentale, ma dialoga anche con il Capoufficio stampa, il Social Media Manager, il responsabile URP e dell'ufficio Accoglienza Campagne ed health literacy per le necessità più immediate legate alla piattaforma informatica. Per la natura del ruolo è auspicabile che il webmaster sia inquadrato con incarico di funzione.

Il Coordinatore dell'Area dipartimentale Comunicazione si rapporta con i due Direttori di U.O.C. in relazione ai progetti comuni e per avere costantemente un quadro aggiornato della situazione. Si rapporta inoltre con il webmaster per i progetti comuni alle due Uo. I due Direttori di U.O.C. si rapportano con il webmaster per richieste relative a modifiche dei siti internet o intranet o comunque relative all'architettura delle piattaforme on line.

Azienda Ospedaliero Universitaria e
Azienda USL di Ferrara
05/02/2024



Azienda Ospedaliero Universitaria e

Azienda USL di Ferrara

05/02/2024

Si sintetizzano infine, di seguito, le principali azioni specifiche da eseguire con relativo Gant e Lista di Distribuzione.

1. Concorso per operatore di ufficio stampa e contenuti, da utilizzarsi anche come videomaker e social media manager, per l'acquisizione in via definitiva di 3 operatori
2. Selezioni per incarichi di funzione contemplati nel presente Piano di Comunicazione
3. Scorrimento graduatoria D stilata a seguito di concorso Area Emilia Centro per individuare i 3 operatori Urp mancanti in sostituzione dei pensionamenti
4. Unificazione Procedure e Atti per: Gestione Reclami; Regolamento Pubblica Tutela; Patrocini; Carta dei Servizi;
5. Progetto incentivante per copertura della reperibilità;
6. Corso di formazione per riqualificazione professionale degli operatori dell'Urp e del personale dell'accoglienza afferente alla Direzione Infermieristica e Tecnica;
7. Corso di formazione in comunicazione digitale per operatori ufficio Stampa e Urp
8. Elaborazione di un progetto di accoglienza complessiva per le due Aziende
9. Creazione e attivazione della Rete dei Referenti Dipartimentali per la Comunicazione
10. Unificazione dell'area informativa (sito istituzionale, intranet, App)
11. Attivazione Web TV

8. Mappa attività e responsabilità

Azione	Resp. e coinvolti	Modalità	Output
1	Direttore uo Comunicazione/ Uff Personale	Concorso pubblico	Selezione due operatori per ufficio stampa e contenuti, da utilizzarsi anche come videomaket e social media manager
2	Direttore Uo Comunicazione/ Uff Relazioni sindacali Uff Personale	Selezione per incarichi di funzione	Conferimento di incarichi di funzione a Ufficio Stampa, ufficio Accoglienza, Campagne ed Health Literacy e webmaster
3	Direttore Uo Comunicazione/	Scorrimento graduatoria	Acquisizione di 2 operatori per Urp

Azienda Ospedaliero Universitaria e
 Azienda USL di Ferrara
 05/02/2024

	Uff Personale		
4	Direttore di UO/ Responsabile Urp Responsabile Accoglienza, Campagne ed Health Literacy	Predisposizione di procedure e regolamenti	Realizzazione di: <ul style="list-style-type: none"> - Procedura Reclami e segnalazioni; - Procedura Patrocini; - Regolamento pubblica tutela; - Carta servizi
5	Direttore UO/ Direttore Amministrativo/ Direttore Personale	Predisposizione di Progetto incentivante	Progetto incentivante per reperibilità operatore Ufficio Stampa in orario notturno e festivo
6	Direttore UO / Formazione	Attivazione Corso	Corso di formazione /riqualificazione per operatori URP
7	Direttore UO / Formazione	Attivazione Corso	Corso di formazione digitale per operatori Ufficio Stampa
8	Direttore UO / Resp Urp / Resp Segnaletica HL / Capo Ufficio Stampa / ICT / Ufficio tecnico / Dit / Resp Personale di Sportello	Redazione, delibera e attivazione Progetto	Progetto Accoglienza comune per le due Aziende
9	Direttore UO / Direttori Dipartimento / Formazione	Individuazione referenti e relativa Deliberazine	Attivazione e formazione della Rete Referenti Dipartimentali per la Comunicazione
10	Direttore UO / Resp Urp / Resp Segnaletica HL / Capo Ufficio Stampa / ICT / webmaster /	Procedura interna	Unico portale per le due Aziende Unica area intranet per le due aziende

Azienda Ospedaliero Universitaria e
Azienda USL di Ferrara
05/02/2024

11	Direttore UO / Resp Urp / Resp Segnaletica HL / Capo Ufficio Stampa / ICT / webmaster /	Procedura interna	Attivazione e pubblicizzazione di Web TV aziendale
----	--	-------------------	--

9. GANT tempistica attivazione

Azioni	Gennaio 2024	2024 T 1	2024 T2	2024 T3	2024 T4
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11					

10. Bibliografia

1. Direttivo AIRTUM e ACCOGLIENZA E ACCOMPAGNAMENTO: REVISIONE DELLA LETTERATURA A SOSTEGNO DELL'AGIRE PROFESSIONALE. Dott.ssa Sabrina Panebianco
Marmo G. "Annotazioni sul termine accoglienza: i colori del bianco"; Torino: POLITELA EDIZIONI rivista trimestrale a cura dell'IPASVI 2010; ottobre
2. Bona M. "L'accoglienza quale indicatore di qualità. Management infermieristico 1999"
3. Di Giulio, Boggio et al "Qualità, accreditamento, indicatori". ARICCIA (ROMA): STAMPA AMADEUS Edizioni 12 IPASVI, 1998.
4. Ministero della Salute - Comunicazione e performance professionale: metodi e strumenti – maggio 2015.
5. Dossier – La Comunicazione per la salute - Guadagnare salute

Azienda Ospedaliero Universitaria e

Azienda USL di Ferrara

05/02/2024

6. Puliafito A. "Digital content management – Dal giornalismo alla gestione dei contenuti digitali. Teoria e tecniche delle nuove professionalità dell'informazione". 2019
7. Krippendorf K. "Analisi del Contenuto". 1987
8. Boccia Artieri G. "Stati di connessione. Pubblici, cittadini e consumatori nella (Social) Network Society". 2012
9. Cogliolo G. "Health communication – Comunicare i temi della salute e dei corretti stili di vita. Il panorama internazionale". 2012
10. Faggiano M.P. "L'analisi del contenuto di oggi e di ieri. Testi e contesti on e offline". 2016
11. Tipaldo G. "L'analisi del contenuto e i mass media. Oggetti, metodi e strumenti". 2014
12. Porto I., Castoldi G. "Tecniche di comunicazione, scuola e azienda". 2013
13. Masini M., Pasquini J., Segreto G. "Marketing e comunicazione. Strategie, strumenti, casi pratici". 2017
14. Cipolla C. "La ricerca sociale". 1989
15. Aa. Vv. "Tecniche di ricerca sociale in sociologia: tra qualità e numeri".