

Tipologia: AREA COMUNICAZIONE - PROCEDURE INTERAZIENDALI

Gestione della comunicazione

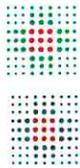
doc. Nr. 9822 - versione 1 del 28/11/2023

[AUSL AOU Gestione Comunicazione PdR125.pdf](#)

editor: Cinzia Pizzardo, data: 28/11/2023

verificato da: Mario Braga, data: 28/11/2023

approvato da: Francesco Pagnini, data: 28/11/2023



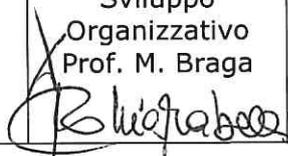
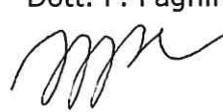
GESTIONE DELLA COMUNICAZIONE

1. Lista di distribuzione 1
2. Emissione..... 1

1. Lista di distribuzione

La presente procedura è applicabile nelle strutture organizzative di competenza dell'Azienda Ospedaliero Universitaria "Sant'Anna" e dell'Azienda Usl di Ferrara è pubblicata all'interno della rete intranet aziendale, per l'Azienda Ospedaliero Universitaria S. Anna di Ferrara alla sezione Accreditamento, per l'Azienda USL in DOC-WEB

2. Emissione

Rev.	Descrizione modifiche	Data approvazione	Redazione	Firma verifica	Firma approvazione
0	Prima redazione	28/11/2023	Gruppo di redazione	Direttore UOC Qualità e Sviluppo Organizzativo Prof. M. Braga 	Responsabile Area Comunicazione Dott. F. Pagnini 

Gruppo di redazione: Responsabile Area Comunicazione F. Pagnini, Elisa Fornasini Area Comunicazione.

 <p>SERVIZIO SANITARIO REGIONALE EMILIA-ROMAGNA Azienda Unità Sanitaria Locale di Ferrara</p> <p>SERVIZIO SANITARIO REGIONALE EMILIA-ROMAGNA Azienda Ospedaliero - Universitaria di Ferrara</p>	AREA DELLA COMUNICAZIONE	
	<i>PROCEDURA INTERAZIENDALE</i>	
	GESTIONE DELLA COMUNICAZIONE	
Redazione	Nome e Cognome	Funzione/Ruolo
	Francesco Pagnini Elisa Fornasini	Responsabile Area Comunicazione Area Comunicazione

1. Oggetto

La procedura in oggetto descrive in maniera sistematica le attività relative alla comunicazione interna ed esterna circa le tematiche relative alla parità di genere.

2. Scopo

La presente procedura ha lo scopo di descrivere le modalità di gestione della comunicazione in riferimento al Sistema di Gestione per la Parità di Genere, con l'obiettivo di:

1. Promuovere la cultura della parità di genere all'interno dell'azienda;
2. Informare e coinvolgere il personale e le parti interessate sulle strategie messe in atto per colmare i gap attualmente esistenti e incorporare il nuovo paradigma relativo alla parità di genere nel DNA Aziendale;
3. Illustrare i comportamenti da tenere, al fine di produrre un cambiamento sostenibile e durevole nel tempo.

3. Campo di Applicazione

La presente procedura organizzativa è stata elaborata per il raggiungimento dei seguenti scopi:

1. Definire ruoli, responsabilità, modalità operative e principi cui attenersi per una comunicazione consapevole della parità di genere, comunicando con costanza il proprio impegno sui temi della parità di genere, sia all'interno dell'azienda che al di fuori di essa a tutte le parti interessate (stakeholders);
2. Sostenere l'azienda nel processo di cambiamento e adeguamento ai migliori standard di parità, aiutandola a strutturare e mettere in atto un piano di comunicazione, interna ed esterna, basato sulla responsabilità;
3. Fare in modo che l'azienda eviti nelle azioni di comunicazione interne ed esterne (informazione e pubblicità) qualsivoglia stereotipo di genere, valorizzando il ruolo delle donne in tutte le posizioni e livelli ricoperti, attraverso un linguaggio testuale, visivo e audio-visivo adeguato allo scopo.

4. Riferimenti

UNI/PdR 125:2022

Delibera 0000172 Approvazione Piano della Comunicazione 2021-2026 AUSL Ferrara del 13/08/2021
Manuale della Qualità Aziendale AUSL

5. Definizioni e Sigle

Non presenti

6. Responsabilità

Gli attori/responsabilità delle macro attività oggetto del documento sono esplicitate nella descrizione per esteso al punto 7.

7. Integrazione dei principi Gender Equality all'interno dell'organizzazione

La comunicazione aziendale è volta a:

- contribuire al miglioramento del clima aziendale e del senso di appartenenza dei dipendenti, attraverso la diffusione dei programmi aziendali, dei processi di cambiamento e di innovazione (Comunicazione Interna);
- concorrere all'aggiornamento degli strumenti d'informazione dei cittadini, per una fruizione più semplice e diretta dei molteplici servizi e delle prestazioni offerte, anche al fine di incentivare il ricorso alle strutture locali e di ridurre la mobilità passiva (Comunicazione Esterna verso i cittadini e gli utenti);
- mantenere e, possibilmente, incrementare i rapporti con i media locali, basati su trasparenza, imparzialità e reciproco riconoscimento, secondo i presupposti delle pubbliche relazioni (Comunicazione Esterna verso i Media).

7.1 Comunicazione esterna.

La comunicazione esterna può riguardare informazioni, dati e documenti richiesti dall'esterno oppure inviati verso l'esterno e si sviluppa nella produzione di strumenti e servizi rivolti:

- ai cittadini/utenti per il corretto accesso/utilizzo dei servizi, per l'informazione su prestazioni e percorsi di cura, per l'educazione alla salute e alla prevenzione valorizzando così il ruolo dei cittadini in quanto soggetti titolari di diritti inviolabili quali partecipazione, accesso, informazione, trasparenza, tutela.
- alla comunità di riferimento (stakeholders), dei committenti istituzionali e degli organismi di rappresentanza di interessi diffusi (volontariato, organizzazioni sindacali, ecc), per favorire il dialogo promuovere le informazioni in tema di salute e stili di vita comportamenti e per la prevenzione di rischi sia in ambito familiare sia lavorativo.

L'azienda adotta:

- a) Una comunicazione rispettosa dei principi della parità di genere in generale su tutti i canali di comunicazione di proprietà dell'azienda stessa o di terze parti utilizzati dalla stessa, sia online che offline (comunicazione fisica durante gli eventi, sito ufficiale, profili social, ecc...);
- b) Una comunicazione rispettosa dei principi della parità di genere nell'interlocuzione con potenziali terze parti, tra cui:
 1. Enti pubblici
 2. Fornitori/clienti: politica, comportamenti, suggerimenti;
 3. Visitatori: comportamenti, suggerimenti.

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

- 1 la stampa (cartacea, radio, tv e online);
- 2 i siti e i social (sia aziendali sia esterni);
- 3 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;
- 4 il coordinamento di specifici eventi su mandato della Direzione;
- 5 la partecipazione "istituzionale" a commissioni e tavoli di lavoro, assicurando l'equa partecipazione in termini di genere.

L'Azienda è dotata di:

- Ufficio Stampa e Comunicazione
- Ufficio Relazioni con il pubblico
- Funzione di Mediazione Linguistica

Si faccia riferimento a

- Delibera 0000172 Approvazione Piano della Comunicazione 2021-2026 AUSL Ferrara del 13/08/2021
- Manuale della Qualità Aziendale AUSL
- Manuale della Qualità AOU

6.2. Comunicazione Interna

Le comunicazioni interne vengono elaborate al fine di mantenere un canale informativo tra i differenti livelli e le funzioni della struttura organizzativa.

La comunicazione interna rappresenta per l'Azienda, lo strumento per rendere coerenti i comportamenti agiti da tutti gli operatori rispetto agli obiettivi ed agli strumenti esplicitati nella Politica dell'Azienda. I punti fondamentali della comunicazione interna sono: la conoscenza e condivisione dei valori aziendali per aumentare tra i dipendenti il senso di appartenenza all'azienda; il rafforzamento del sistema di relazioni, e la diffusione delle informazioni, tra la Direzione Aziendale e il personale; il coinvolgimento e la partecipazione ai processi di cambiamento dell'azienda sanitaria.

Lo strumento principale di comunicazione interna è da considerarsi ovviamente la rete intranet; nell'ambito della intranet vengono attualmente veicolati diversi strumenti comunicativi: la newsletter aziendale, l'elenco telefonico interno, 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.

Si faccia riferimento a

- Delibera 0000172 Approvazione Piano della Comunicazione 2021-2026 AUSL Ferrara del 13/08/2021
- Manuale della Qualità Aziendale AUSL
- Manuale della Qualità AOU

6.3 Diffusione e comunicazioni sulla Parità di genere

L'azienda predispose e diffonde alle proprie parti interessate (stakeholders) un piano di comunicazione relativo al proprio impegno sui temi della parità di genere (o più in generale sui temi Diversità & Inclusione), utilizzando tutti i canali di comunicazione a sua disposizione, siano essi offline che online e monitorando la corretta diffusione dei propri contenuti su canali di terze parti.

La comunicazione e i suoi contenuti sono aggiornati periodicamente, ad ogni variazione della politica e almeno in occasione della pianificazione degli obiettivi stabiliti durante il riesame della direzione e contenuti nel piano strategico degli obiettivi e traguardi aziendali.

Da sempre, la comunicazione interna ed esterna (ogni forma di promozione e pubblicità) è improntata sulla responsabilità e, pertanto, non sono presenti azioni pubblicitarie in cui viene usato lo stereotipo di genere, assicurando una revisione periodica dei materiali e delle strategie di marketing.

L'azienda è, inoltre, impegnata nel diffondere un'immagine positiva di donne e ragazze, utilizzando un linguaggio rispettoso delle differenze di genere in ogni comunicazione alle parti interessate e periodicamente prevede un a serie di azioni volte a sensibilizzare sui temi della parità di genere, in particolare in ambito lavorativo.

Nel piano di comunicazione interna ed esterna sono individuate le azioni periodiche intraprese da AOU/AUSL per la divulgazione di principi e contenuti sulla Parità di Genere, l'avanzamento delle azioni ed il budget, al fine da garantire il monitoraggio periodico e la rivalutazione delle attività, ove necessario.

Eventuali scostamenti da quanto deciso dal Comitato guida, dalla Direzione sono oggetto di riunioni specifiche tra i soggetti indicati, anche in termini di budget.

Nelle suddette attività, l'azienda può farsi affiancare da esperti di comunicazione di genere, valutando i Curricula sulla base delle seguenti caratteristiche:

1. Conoscenza della UNI PdR 125/2022;
2. Esperienza in attività di comunicazione e marketing;
3. Esperienza in Associazioni di Genere;
4. Esperienza in Associazioni di Violenza di genere;
5. Affiancamento ad esperti di sistemi di gestione in attività di certificazione di genere.

8. Accessibilità

La presente Procedura, per l'AUSL, è disponibile e diffusa ai professionisti tramite il sistema informatico, per la gestione della documentazione del Sistema Qualità, DocWeb mentre per l'AOU diffusa tramite apposita mail e pubblicata nella sezione della Intranet "Accreditamento".

9. Parametri di controllo

Non presenti

10. Allegati

Piano di Comunicazione 2023-2024