

N. 62 del Reg. Deliberazioni

del 17/01/2018

DELIBERAZIONE DEL DIRETTORE GENERALE

**- Dott. Fernando Antonio Compostella -
nominato con Decreto del Presidente della Giunta Regionale del Veneto
n. 195 del 30.12.2015 e
confermato con Decreto del Presidente della Giunta Regionale del Veneto
n. 160 del 30.12.2016**

OGGETTO: Piano della Comunicazione anno 2018

Struttura Uff.Relazioni con il Pubblico e Comunicazione

Si attesta l'avvenuta regolare istruttoria del presente provvedimento proposto per l'adozione in ordine alla legittimità con ogni altra disposizione regolante la materia.

Il Direttore della Unità Operativa Complessa

La Responsabile dell'ufficio Comunicazione e Rapporto con i cittadini, dr.ssa Annalisa Boschini riferisce quanto segue:

La comunicazione in sanità, per essere sviluppata in modo congruo, vitale e moderno, deve avvalersi delle strutture previste dalla legge 150/2000, quali l'Ufficio Relazioni con il Pubblico (URP), l'Ufficio Stampa, le funzioni di social media manager, l'area gestione contenuti sito web, in un unico ed efficiente coordinamento per dare omogeneità e prontezza alle risposte sui diversi canali della società liquida, che giungono da richieste cittadini, associazionismo, portatori di interesse, richieste avanzate dai quotidiani e periodici cartacei e on line, richieste avanzate da televisioni locali e emittenti radiofoniche, richieste avanzate da blog on line.

La comunicazione pubblica promuove la responsabilità sociale in quanto indirizza le Istituzioni, il Terzo Settore e le Aziende profit verso i valori della coesione sociale e dello sviluppo sostenibile: comunicando correttamente, si sostengono scelte consapevoli e si aumenta la fiducia dei cittadini verso i servizi sanitari.

Si evidenzia che lo strumento attuativo è il piano annuale della comunicazione aziendale, ispirato al seguente impianto giuridico:

quadro normativo nazionale di riferimento

- Decreto legislativo 28 febbraio 2005, n. 42 Istituzione del sistema pubblico di connettività e della rete internazionale della Pubblica Amministrazione,
- Direttiva del Ministro della Funzione Pubblica, 7 febbraio 2002 Attività di comunicazione delle pubbliche amministrazioni,
- Decreto del Presidente della Repubblica 21 settembre 2001, n. 422, Regolamento recante norme per l'individuazione dei titoli professionali del personale da utilizzare presso le pubbliche amministrazioni per le attività di informazione e di comunicazione e disciplina degli interventi formativi,
- Decreto del Presidente della Repubblica 21 settembre 2001, n. 403, regolamento sui criteri per l'individuazione dei soggetti professionali esterni da invitare alle procedure di selezione per realizzare comunicazioni istituzionali a carattere pubblicitario.

- Direttiva del Presidente del Consiglio dei Ministri 27 settembre 2000 programma delle iniziative di informazione e comunicazione istituzionale delle amministrazioni dello Stato Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione nelle Pubbliche Amministrazioni.

L. 150 del /7.6.2000
- Legge del 7 agosto 1990, n. 241,
Nuove norme in materia di procedimento amministrativo e di diritto di accesso ai documenti amministrativi

Indicazioni della Regione Veneto

Le linee guida offerte agli Uffici comunicazione delle Aulss venete dal “Tavolo di coordinamento regionale iniziative di pubblicità e comunicazione istituzionale di Enti regionali, Società partecipate e Azienda Zero - Direzione Relazioni Internazionali Comunicazione e SISTRAR (Area Programmazione e Sviluppo Strategico) Regione del Veneto in data 20 aprile 2017 e 19 maggio 2017.

Le linee guida offerte nella formazione progetto “Change management gruppo comunicazione (Fondazione Scuola Sanità – agosto 2017) sulla redazione dei piani di comunicazione aziendali e sulla necessità di modulare e strutturare interventi di informazione sulle attività socio – sanitarie utilizzando i mass- media a disposizione, compresi i social e le emittenti televisivi e radiofoniche.

Nota regionale del 24/08/2017 prot 358821/c.101 “iniziative di pubblicità istituzionale di enti regionali per gli anni 2017 e 2018”

In attuazione di quanto sopra evidenziato si propone l’adozione del Piano della Comunicazione aziendale per l’ anno 2018, allegato al seguente provvedimento, e incentrato sulle seguenti attività e su 7 articolati ambiti informativi e redazionali

Elaborazione e stampa periodico monografico “salute Ulss 5”

- 2) Azienda Ulss5 polesana in TV: progetto televisivo con trasmissioni, video, interviste, dedicate all'Azienda ulss5 polesana .
- 3) Sito internet: completamento veste grafica e costante aggiornamento
- 4) Accoglienza e relazioni pubbliche: formazione e creazione di "Punti Urp" – accoglienza e informazione del cittadino
- 5) Area social media : gestione costante ed ordinata degli account istituzionali Facebook e You Tube
- 6) Pubblicazioni ed editorialità: nuove mappe informative degli Ospedali in formato cartaceo e digitale

IL DIRETTORE GENERALE

Preso atto che il Responsabile dell' Ufficio proponente, competente dell'istruzione dell'argomento in questione, ha attestato l'avvenuta regolare istruttoria della pratica, anche in ordine alla compatibilità con la vigente legislazione regionale e statale;

Sentito il parere favorevole dei Direttori Amministrativo e Sanitario ai sensi dell'art. 3 del D.Lgs. 502/92, nonché del Direttore dei Servizi Socio Sanitari ai sensi dell'art. 16 della L.R. 56/94 e smi

DELIBERA

Di adottare, Piano di Comunicazione aziendale per l' anno 2018, nel testo allegato al seguente provvedimento quale sua parte integrante e sostanziale , imperniato sui seguenti articolati ambiti comunicazionali:

Elaborazione e stampa periodico monografico "salute Ulss 5"

Pillole di salute in TV: progetto televisivo con trasmissioni, video, interviste, dedicate all'Azienda ulss5 polesana .

sito internet: completamento veste grafica e costante aggiornamento

Accoglienza e relazioni pubbliche: formazione e creazione di “Punti Urp” – accoglienza e informazione del cittadino

Volontariato in sanità: rivalutazione convenzioni

Area social media : gestione costante ed ordinate degli account istituzionali facebook e you tube

Pubblicazioni ed editorialità:nuove mappe informative degli Ospedali aziendali in formato cartaceo e digitale

- Di trasmettere il presente provvedimento alle R.U

Il Responsabile del Procedimento:

Dott.ssa Annalisa Boschini – Ufficio Comunicazione e rapporto con i cittadini

* * * * *

Pareri favorevoli in quanto di competenza:

IL DIRETTORE AMMINISTRATIVO

Avv. Gianluigi Barausse

IL DIRETTORE SANITARIO

Dott. Edgardo Contato

IL DIRETTORE DEI SERVIZI SOCIO-SANITARI

Dott. Urbano Brazzale

IL DIRETTORE GENERALE

Dott. F. Antonio Compostella

Il presente atto, eseguibile dalla data di adozione:

- è soggetto a controllo ;
- non è soggetto a controllo X

Rovigo, 23/01/2018

Il Direttore UOC Affari Generali e Legali

Dr.ssa Patrizia Davì

Attestazione di pubblicazione

Copia del presente atto è pubblicata all'Albo on line dell'Azienda per 15 giorni consecutivi da oggi.

Rovigo, 23/01/2018

Il Direttore UOC Affari Generali e Legali

Dr.ssa Patrizia Davì

Copia del presente atto viene inviata in data odierna al Collegio Sindacale (ex art. 10, comma 5, L.R. 56 del 14.9.94)

Rovigo, 23/01/2018

Il Direttore UOC Affari Generali e Legali

Dr.ssa Patrizia Davì

Copia conforme all'originale, per uso amministrativo

Rovigo,

Il Direttore UOC Affari Generali e Legali

Da distribuire a:

DIRETTORE GENERALE	-	UOC INFORMATICA E INNOVAZIONE	-	UOS SERV. OSPED. PER LE PROFESSIONI SANIT.	-
DIRETTORE AMMINISTRATIVO	-	UOC SERV. TECNICO	-	DIP. SALUTE MENTALE	-
DIRETTORE SANITARIO	-	UOC ACQUIS. E GEST. BENI E SERV IZI	-	UOSD ATTIVITA' SPECIALISTICHE AMBULAT.	-
DIRETTORE SERV. SOCIO-SANITARI	-	COMUNIC.E RAPPORTI CON I CITT.	-	_____	-
COLLEGIO DI DIREZIONE	-	UOC FARMACIA TERRITORIALE	-	_____	-
UOC DIREZIONE FUNZIONE OSPED.	-	UOC FARMACIA OSPEDALIERA	-	_____	-
OSPEDALE DI ADRIA	-	UOSD DISABILITA'	-	_____	-
DIPARTIMENTO DI PREVENZIONE	-	UOSD INFANZIA, ADOL.E FAMIGLIA	-	_____	-
UOC ASSISTENZA DISTRETTUALE	-	UOSD PROGRAMMAZIONE TERRIT.	-		
DISTRETTO DI ADRIA	-	UOS MEDICO COMPETENTE	-		
UOC GESTIONE RISORSE UMANE	-	UOC SERD	-		
UOS CONOSCENZA E FORMAZIONE	-	UOC CONTROLLO DI GESTIONE	-		
UOC AFFARI GENERALI E LEGALI	-	UOC ORG. SERV.OSPED. E QUALITA'	-		
UOC BILANCIO PROGRAMM. FINANZ.	-	UOS SERV. PREV. E PROTEZIONE	-		
UOC GEST.RIS.in CONVENZ.E DIR.AMM.	-				

REGIONE DEL VENETO

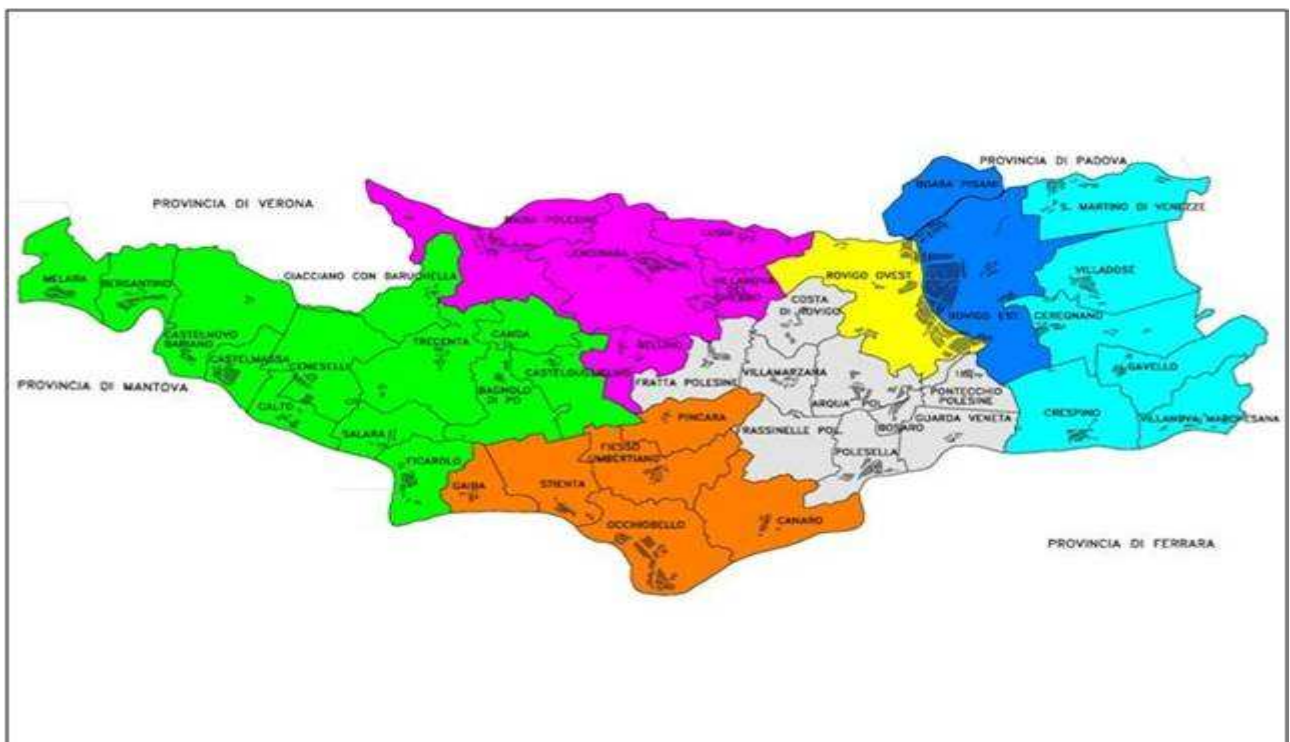


ULSS5
POLESANA

PIANO DELLA COMUNICAZIONE ANNO 2018

Azienda Ulss 5 polesana: Comunicare la salute.

Territorio Azienda Ulss 5 polesana



La comunicazione in sanità , per essere sviluppata in modo congruo, vitale e moderno, deve avvalersi delle strutture previste dalla legge 150/2000, quali l'Ufficio Relazioni con il Pubblico (URP), l'Ufficio Stampa, le funzioni di social media manager , l' area gestione contenuti sito web, in un unico ed efficiente regolamento per dare omogeneità e prontezza alle risposte sui diversi canali della società liquida , che giungono da **richieste cittadini, associazionismo, portatori di interesse, richieste avanzate dai quotidiani e periodici cartacei e on line, richieste avanzate da televisioni locali e emittenti radiofoniche, richieste avanzate da blog on line**

Lo strumento attuativo è il piano annuale della comunicazione aziendale, ispirato a:

quadro normativo nazionale di riferimento

- Legge del 7 agosto 2015, n. 124
Deleghe al Governo in materia di riorganizzazione delle amministrazioni pubbliche

Decreto Legge del 24 giugno 2014, n. 90

Misure urgenti per la semplificazione e la trasparenza amministrativa e per

l'efficienza degli uffici giudiziari (G.U. n. 144 del 2/06/2014)

Decreto Legislativo del 14 marzo 2013, n. 33

Riordino della disciplina riguardante gli obblighi di pubblicità, trasparenza e diffusione di informazioni da parte delle Pubbliche Amministrazioni

Decreto legislativo 7 marzo 2005 n. 82

Codice dell'Amministrazione Digitale

D.P.R. 1 Marzo 2005 , n. 75

Regolamento di attuazione della legge 9 gennaio 2004, n. 4, per favorire l'accesso dei soggetti disabili agli strumenti informatici

Decreto legislativo 28 febbraio 2005, n. 42

Istituzione del sistema pubblico di connettività e della rete internazionale della Pubblica Amministrazione, a norma dell'articolo 10, della legge 29 luglio 2003, n. 229

Decreto del Ministro della Funzione Pubblica 8 maggio 2002

Istituzione della Commissione per la valutazione delle attività di formazione, prevista dalla Direttiva del Ministro della Funzione Pubblica 7 febbraio 2002

Direttiva del Ministro della Funzione Pubblica, 7 febbraio 2002

Attività di comunicazione delle pubbliche amministrazioni

Direttiva del Ministro della Funzione Pubblica 13 dicembre 2001

Formazione e valorizzazione del personale delle pubbliche amministrazioni

Decreto P.C.M. 31 ottobre 2001

Istituzione, presso la Presidenza del Consiglio dei Ministri - Dipartimento della funzione pubblica, di una struttura di missione, ai sensi dell'art. 7, comma 4, del decreto legislativo 30 luglio 1999, n. 303

Legge costituzionale 18 ottobre 2001, n. 3

Modifiche al titolo V della parte seconda della Costituzione

D.P.R. 21 settembre 2001, n. 422

Regolamento recante norme per l'individuazione dei titoli professionali del personale da utilizzare presso le pubbliche amministrazioni per le attività di informazione e di comunicazione e disciplina degli interventi formativi

D.P.R. 21 settembre 2001, n. 403

Regolamento sui criteri per l'individuazione dei soggetti professionali esterni da invitare alle procedure di selezione per realizzare comunicazioni istituzionali a carattere pubblicitario

Circolare 13 marzo 2001, n. 3

Linee guida per l'organizzazione, l'usabilità e l'accessibilità dei siti web delle pubbliche amministrazioni

Legge 7 marzo 2001, n. 62

Nuove norme sull'editoria e sui prodotti editoriali e modifiche alla legge 5 agosto 1981, n. 416

Direttiva P.C.M. 27 settembre 2000

Direttiva sul programma delle iniziative di informazione e comunicazione istituzionale delle amministrazioni dello Stato

Legge 7 giugno 2000, n. 150

Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle Pubbliche Amministrazioni

Legge 30 luglio 1998, n. 281

Disciplina dei diritti dei consumatori e degli utenti

Legge 7 agosto 1990, n. 241

Nuove norme in materia di procedimento amministrativo e di diritto di accesso ai documenti amministrativi

Legge 8 giugno 1990, n. 142

Ordinamento delle autonomie locali

- **Indicazioni della Regione Veneto**

Le linee guida offerte agli uffici comunicazione delle Asl venete dal “Tavolo di coordinamento regionale iniziative di pubblicità e comunicazione istituzionale di Enti regionali, Società partecipate e Azienda Zero - *Direzione Relazioni Internazionali*

Comunicazione e SISTAR (Area Programmazione e Sviluppo Strategico) Regione del Veneto in data 20 aprile 2017 e 19 maggio 2017

le linee guida offerte nella formazione progetto “change management gruppo comunicazione (Fondazione scuola sanità – agosto 2017) sulla redazione dei piani aziendali e sulla necessità di modulare e strutture interventi di informazione sulle attività socio – sanitarie utilizzare i mass- media a disposizione, compresi i social e le emittenti televisivi e radiofoniche

Nota regionale del 24/08/2017 prot 358821/c.101 “iniziative di pubblicità istituzionale di enti regionali per gli anni 2017 e 2018

premesse inoltre che:

- 1) **La comunicazione pubblica promuove la responsabilità sociale** in quanto indirizza le Istituzioni, il Terzo Settore e le Aziende profit verso i valori della coesione sociale e dello sviluppo sostenibile. Il confronto con le esperienze nazionali e internazionali più significative può aiutare ad approfondire il tema e ad individuare percorsi e azioni efficaci.
- 2). **La comunicazione pubblica sostiene l’empowerment del cittadino.** Adeguate strategie di comunicazione, anche potenziate attraverso una pianificazione di marketing sociale, possono contribuire a ridurre le barriere ambientali, culturali e socioeconomiche che ostacolano la conoscenza e l’adozione consapevole di comportamenti favorevoli alla salute.
- 3) **La comunicazione pubblica deve prestare attenzione alla fasce di popolazione più vulnerabili.** Diversi studi mostrano come le persone più vulnerabili dal punto di vista socioeconomico abbiano

anche un peggiore stato di salute (diseguaglianze socioeconomiche di salute). In tale ambito, comunicare, conoscendo e inserendo nelle strategie il tema dei soggetti deboli in termini di capitale economico, sociale e culturale, può favorire una maggiore uguaglianza di salute tra i cittadini.

4) *La comunicazione pubblica sostiene scelte consapevoli e aumenta la fiducia dei cittadini verso i servizi sanitari.* Occorre chiarire il rapporto tra le reali potenzialità della medicina e dei servizi sanitari e le attese dei cittadini: la diffusione di informazioni complete e “oneste” su benefici e rischi (di uno screening, di un intervento o di una terapia...), secondo i principi dell’evidenza scientifica, mette il paziente in grado di esercitare la propria autonomia di scelta ed è alla base di una relazione trasparente e fondata sulla reciproca fiducia. La percezione di credibilità e affidabilità della fonte è una condizione fondamentale per l’efficacia della comunicazione pubblica.

In attuazione di quanto sopra si individuano gli obiettivi da perseguire nell’ anno 2018

1) Elaborazione e stampa periodico monografico “salute Ulss 5”

La testata monografica sarà pubblicata come numero zero dell’Azienda Ulss 5, stampato in 2500 copie e inserito nel sito web in modalità stampabile o fruibile digitalmente.

Il numero 0 è in fase di redazione e dedicato alle eccellenze aziendali, ai progetti realizzati, ai servizi territoriali e ospedalieri dell’Aulss 5. Comprensivo di otto facciate, foto e impaginazione chiara e accattivante è uno dei prodotti editoriali più apprezzati dagli utenti

Data di pubblicazione prevista : dicembre 2018

2) Azienda ulss5 polesana in tv

Rispetto ad altri mezzi la televisione permette di parlare direttamente e nello stesso momento a tantissime persone, con un audience indifferenziato, multiculturale; proprio per questo il messaggio televisivo è in grado di dare anche prestigio e immagine all'Azienda sanitaria che vi ricorre. In particolare le televisioni locali permettono di raggiungere localmente segmenti specifici di pazienti, utenti e cittadini. Il progetto prevede l'affidamento all'emittente locale con i migliori dati auditel riferiti al territorio aziendale per: **10 servizi redazionali** da realizzare nelle strutture di eccellenza aziendali con troupe e operatore, **20 puntate** di talk show in diretta, dalle sedi della emittente, dedicati a una precisa tematica, con la direzione, medici e altri medici dell'Azienda Ulss 5 polesana.

3) sito internet:

Completamento della nuova veste grafica, perfezionamento contenutistico e di immagine in previsione del contestuale inserimento nel portale "Salute" della Regione Veneto.

Proseguirà contemporaneamente l'aggiornamento quotidiano nel sito internet dello spazio in home page denominato news per offrire la massima completezza di informazione ai cittadini

4) Accoglienza e relazioni pubbliche

Per un Urp trasversale:

Formazione e creazione di "Punti Urp" – accoglienza e informazione del cittadino – nelle strutture aziendali, nei distretti e punti sanità in collaborazione con la direzione infermieristica (con bacheche e totem)

Volontariato in sanità

Rivalutazione convenzioni con il volontariato per la crescita e il miglioramento dei servizi a loro affidati (accoglienza, trasporto).

5) Area social media

Facebook :

gestione delle due bacheche facebook, il social più diffuso.

PRIMA BACHECA : la prima bacheca / account è denominata

“Saluteulss5” ed è l’account istituzionale dell’azienda

Vista la diffusione del social, il profilo sarà aggiornato quotidianamente, compreso il week-end con:

Informazioni di pubblica utilità e opportunità per i cittadini

- Promozione di eventi
- Campagne di comunicazione
- Vita dell’azienda Ulss: progetti, cambi di sede, nomine, saluto a chi va in quiescenza e sua storia, collaborazioni inter-ente con scuole, associazioni di categoria, service, aziende private, volontariato.
- Emergenze o disservizi: ammettere una criticità prima che se ne parli a dismisura
- Empowerment dei cittadini sui temi della salute: il loro coinvolgimento con storie selezionate di chi “ce l’ha fatta” : chi vince una pesante malattia, chi sa vivere accanto alla malattia perché buoni servizi lo supportano. Poi story telling edificanti su temi come dipendenza da fumo, cibo, gioco .
- Altro: messaggi vivaci e appetibili sulle tematiche di prevenzione e largo spazio ai “Consigli di salute”: come mangiare, muoversi , come esporsi al sole.

SECONDA BACHECA :

La seconda bacheca si chiama

“Antonio Compostella DG ulss5”

E’ questo il profilo del Direttore Generale , dottor Antonio Fernando Compostella, aggiornato dal lunedì al venerdì .

Questo account è stato creato per sviluppare un filo diretto tra utenti / cittadini e il più alto dirigente della Holding ospedaliero – sanitaria.

Solitamente infatti gli alti dirigenti regionali o ministeriali vengono visti da chi fruisce delle strutture da questi diretti come “entità astratte”, oppure come figure non manageriali né operative.

Gli interventi del Direttore , sempre corredati da foto e brevi video, saranno di due tipi:

prima tipologia

- brevi interventi su macro progetti di edilizia e tecnica ospedaliera, apertura nuove divisioni, donazioni, contributi, grandi inaugurazioni.

seconda tipologia

- visite mirate per salutare gli operatori rinforzando la loro motivazione e valorizzando anche l'operatività forte di eccellenze (neurochirurgia /maxillo facciale/ ospedale della donna/ centri sollievo)

YouTube : tutorial e story telling per l'Azienda Ulss 5 polesana

You tube è una piattaforma che consente la condivisione e visualizzazione in rete di video. Gli utenti possono anche votare e commentare i video. Sul sito è possibile vedere videoclip, trailer, video divertenti, notizie, slideshow e altro ancora. Un canale YouTube legato alla PA non è solo un contesto favorevole alla creazione di processi di storytelling – utili per esempio nella promozione di eccellenze, professionalità, servizi, ricerche medico scientifiche e nuove pratiche terapeutiche – ma è anche un luogo dove si cercano informazioni tecniche chiare e immediate. L'Azienda Ulss 5, ha deciso quindi di aprire un canale you tube chiamato anche in questo caso, sarà creato un comitato di redazione.

Ecco le modalità operative:

Dare spazio a contenuti informativi specifici

Come abbiamo poco fa ricordato, il **canale YouTube di un ente della pubblica amministrazione** può essere un contesto valido per la promozione di eventi o eccellenze territoriali, ma è anche un medium utile per informare il cittadino su contenuti spesso caratterizzati da una considerevole complessità tecnica. Alla luce di questo aspetto è importante dare spazio ad **approfondimenti informativi specifici**, vere e proprie guide per aiutare l'utente a conoscere e usare i servizi offerti, o a capire meglio quali vantaggi può trarre da uno specifico percorso di cura (un tutorial di pochi minuti può essere più utile di un intero speciale televisivo dedicato a un argomento di pubblico interesse!).

Selezionare i contenuti di story Telling e tutorial:

- per agevolare l'immissione nel canale il comitato di redazione produrrà filmati della durata max. di 3 minuti da realizzare nelle strutture di cura , diagnosi e ricerca aziendali - il comitato sceglierà i temi dei tutorial e delle story telling di pazienti.

6 Pubblicazioni ed editorialità

Nuove mappe informative degli Ospedali in formato pieghevole trifacciale (A4) aggiornate e di semplice lettura:

- mappa ed elenco servizi ospedale di Adria
- Mappa ed elenco servizi ospedale di Rovigo
- Mappa ed elenco servizi ospedale di Trecenta
- Mappa della cittadella socio sanitaria Rovigo