



Azienda Ospedaliera Universitaria
Policlinico Paolo Giaccone
di Palermo



*Direzione Generale
Staff Comunicazione e Informazione*

Piano Comunicazione Aziendale Anno 2018



INDICE

1	INTRODUZIONE	pag. 3
2	L'AZIENDA OSPEDALIERA UNIVERSITARIA POLICLINICO "PAOLO GIACCONE"	pag. 3
2.1	L'AOUP Giaccone in breve	pag. 3
2.2	L'AOUP Giaccone in cifre	pag. 3
3	ANALISI DELLO SCENARIO	pag. 4
4	GLI STAKEHOLDER	pag. 5
5	LO STAFF COMUNICAZIONE E INFORMAZIONE E L'URP	pag. 5
6	GLI OBIETTIVI DELLA COMUNICAZIONE	pag. 5
7	I DESTINATARI	pag. 6
8	LA PROGETTAZIONE OPERATIVA	pag. 6
8.1	Attività e strumenti	pag. 6
8.2	Aree d'intervento	pag. 7
8.2.1	Accoglienza	pag. 7
8.2.2	Ascolto, partecipazione e tutela	pag. 8
8.2.3	Sicurezza e rischio clinico	pag. 8
8.2.4	Immagine aziendale	pag. 9
8.2.5	Progetto Policlinico Informa	pag. 9
9	IL BUDGET PER LA COMUNICAZIONE	pag. 10
9.1	Piano di spesa	pag. 10
10	LA MISURAZIONE DEI RISULTATI	pag. 10
	TABELLA RIEPILOGATIVA DELLE INIZIATIVE DI COMUNICAZIONE INTEGRATA	pag. 11

1. INTRODUZIONE

Il presente Piano, redatto dallo Staff “Comunicazione e Informazione” in linea con gli indirizzi regionali (D.A. n. 02511/13, “Approvazione delle Linee Guida per la stesura del piano di comunicazione aziendale”), individua le strategie e gli obiettivi di comunicazione per l’anno 2018 dell’Azienda Ospedaliera Universitaria Policlinico “Paolo Giaccone” di Palermo (di seguito AOUP o Azienda), in stretto raccordo all’attuale fase organizzativa, alle priorità, ai pubblici di riferimento e alle risorse disponibili.

Il Piano illustra gli obiettivi di comunicazione di carattere generale e la loro declinazione in obiettivi operativi correlati a specifiche azioni da realizzare nel 2018. Il documento va pensato come strumento flessibile, aggiornabile e implementabile rispetto a obiettivi specifici che possono sopravvenire nell’arco di tempo considerato.

2. L’AZIENDA OSPEDALIERA UNIVERSITARIA POLICLINICO “PAOLO GIACCONE”

2.1 L’AOUP Giaccone in breve

L’AOUP Giaccone, sede della Scuola di Medicina e Chirurgia dell’Università degli Studi di Palermo, ha come obiettivo lo svolgimento unitario e coordinato delle *attività di assistenza, didattica e ricerca*. Le funzioni e le attività dell’Azienda sono svolte dal personale ospedaliero e da quello universitario, secondo l’organizzazione definita dall’Atto aziendale.

Eroga prestazioni sanitarie di diagnosi e cura in regime di ricovero ordinario sia in area medica che chirurgica, in elezione e da pronto soccorso, in day surgery e in day hospital; eroga prestazioni ambulatoriali e di day service, oltre a svolgere attività di didattica e ricerca concorrendo al perseguimento degli obiettivi istituzionali della Scuola di Medicina e Chirurgia.

Persegue le seguenti finalità:

- * Erogare in modo efficiente prestazioni sanitarie e assistenziali, da quelle di base a quelle di alta complessità, appropriate e di efficacia scientificamente dimostrata, avendo attenzione ai bisogni psicologici e sociali delle persone assistite;
- * Garantire adeguati supporti assistenziali e attiva partecipazione alle attività di formazione in campo biomedico e sanitario della Scuola di Medicina e Chirurgia e delle Professioni Sanitarie;
- * Favorire l’attività di ricerca, specialmente quella con significative e positive ricadute sull’attività assistenziale e di formazione.

2.2 L’AOUP Giaccone in cifre (* dati al 31.12.2016)

- ✚ 87.500 mq di superficie totale
- ✚ 491 posti letto per acuti (435 ricovero ordinario, 56 day hospital)
- ✚ 36 posti letto post acuti (35 ricovero ordinario, 1 day hospital)
- ✚ 10 dipartimenti assistenziali + 1 dipartimento amministrativo
- ✚ 17 sale operatorie
- ✚ 2.148 unità di personale* (1.036 aziendali e 1.112 universitari)
- ✚ 15.231 ricoveri degenza ordinaria*
- ✚ 3.794 ricoveri day hospital*
- ✚ 6.001 interventi chirurgici ordinari*
- ✚ 2.257 interventi chirurgici dh*
- ✚ 50.234 accessi al Pronto Soccorso*
- ✚ 334.584 prestazioni ambulatoriali*

3. ANALISI DELLO SCENARIO

La complessità strutturale dell'Azienda **articolata in padiglioni** comporta gravi inefficienze per via delle difficoltà dei collegamenti tra i vari plessi, garantiti solo da ambulanze. Una dislocazione così frammentata richiede un **elevato sforzo se si vuole realizzare un sistema d'informazione e comunicazione** quanto più possibile capillare e diffuso. I servizi centralizzati d'interfaccia con l'utenza (URP, CUP, Centralino) non possono ovviamente soddisfare questa esigenza e ciò causa un inevitabile deficit di contatto e conoscenza delle reali esigenze dell'utenza.

Ulteriore criticità è rappresentata dalla **estesa e impegnativa opera di ristrutturazione** edilizia, in atto dalla fine del 2012, che inevitabilmente ha causato **pesanti ricadute** soprattutto sugli aspetti legati **all'accessibilità fisica** e conseguenti disagi per gli utenti e gli operatori. L'investimento effettuato, pari a circa 42 milioni di euro, riconsegnerà a utenti e ad operatori un Policlinico più moderno e più funzionale e permetterà alla maggior parte delle strutture di essere collegate tra loro tramite tunnel sotterranei, superando così, almeno in parte, la criticità edilizia dei padiglioni, migliorando l'efficienza assistenziale e la sicurezza per i pazienti e per gli operatori sanitari.

L'AOUP ha avviato la **ridefinizione della propria offerta assistenziale** in relazione alle indicazioni regionali, alla tipologia della casistica trattata, sempre più caratterizzata da patologie croniche e oncologiche, e conseguentemente ha attuato un'importante **rimodulazione dei dipartimenti e delle unità operative**. Tali scelte hanno portato all'adozione del **nuovo Atto aziendale e della pianta organica** in linea con le direttive dell'Assessorato della Salute, secondo quanto previsto dalla rimodulazione della rete ospedaliera-territoriale della Regione Sicilia, e nel rispetto **del Protocollo d'Intesa Università-Regione**.

Nel corso del 2017, l'Azienda **ha mutato i propri vertici aziendali** con l'insediamento del dott. Fabrizio De Nicola nelle funzioni di Commissario, del dott. Maurizio Montalbano quale Direttore Sanitario Aziendale e del dott. Fabrizio Di Bella quale Direttore Amministrativo. Di nuova nomina anche i Responsabili delle Aree Economico Finanziaria, Risorse Umane e Provveditorato.

In questo scenario di profonda trasformazione del sistema, è necessario strutturare un adeguato **processo comunicativo diretto a governare la complessità nel cambiamento** e influire sulla capacità di orientamento delle persone, non solo riguardo alle modalità di accesso ai servizi, ma anche sugli aspetti organizzativi del sistema per la salute.

Un elemento strategico per affrontare e superare la difficoltà condivisa di "comunicare il cambiamento" può essere rappresentato da un percorso di **collaborazione tra Assessorato della Salute, Aziende sanitarie e Associazioni di cittadini** presenti all'interno dei Comitati Consultivi Aziendali (CCA), organismi istituzionali delle Aziende Sanitarie siciliane, istituiti per puntare sulla **partecipazione della società civile all'attuazione degli obiettivi** inerenti al miglioramento della qualità dei servizi offerti e della comunicazione fra la struttura sanitaria e gli utenti.

Vanno in questa direzione la collaborazione di alcune Associazioni del CCA all'indagine di *customer satisfaction* per la **rilevazione della qualità percepita** dei servizi di ricovero, day hospital e ambulatoriali e la partecipazione al progetto nazionale sulla **valutazione partecipata ed il miglioramento del grado di umanizzazione delle strutture di ricovero**, promosso da Agenas e Cittadinanzattiva.

4. GLI STAKEHOLDER

L'AOUP Giaccone, in quanto Azienda sanitaria pubblica, ha un elevato numero di stakeholder, cioè di soggetti che hanno un interesse particolare nei confronti dell'Azienda stessa.

Innanzitutto i **pazienti/utenti**, reali e potenziali, e i loro **familiari**, i **dipendenti** e i **collaboratori**, gli **interlocutori istituzionali e politici**, gli **organismi di tutela** e le **associazioni di volontariato**, le organizzazioni **sindacali**, i **media**.

L'AOUP dovrà quindi, come da sua missione, tenere conto delle esigenze di tutte queste categorie di soggetti, ricorrendo nella comunicazione all'uso di **strumenti e linguaggi diversi al fine di raggiungere i molteplici pubblici di riferimento**, tenendo conto delle predisposizioni e dei codici interpretativi propri di ciascun interlocutore.

5. LO STAFF COMUNICAZIONE E INFORMAZIONE E L'URP

Iniziata nel 2005, l'attività di comunicazione in ambito aziendale è andata nel tempo sviluppandosi e consolidandosi principalmente nelle **relazioni esterne con gli utenti**, i cittadini, gli organismi istituzionali, le associazioni di volontariato e, nelle **relazioni interne, con i dipendenti**.

Lo Staff Comunicazione, riconfermato nel nuovo Atto aziendale, riassume in sé varie funzioni strettamente correlate tra loro: la comunicazione al cittadino, compresi **l'ascolto e la relazione con il pubblico**, la gestione delle **segnalazioni/reclami**, la rilevazione della **qualità percepita**, la proposizione di **correttivi per migliorare la qualità delle prestazioni**, l'elaborazione del **Piano di Comunicazione aziendale**, il rafforzamento di **partnership con Associazioni e Istituzioni**, la **comunicazione interna**, l'organizzazione di **eventi** e tutte le altre **forme di comunicazione e informazione** (aggiornamento della Carta dei Servizi, elaborazione di opuscoli informativi, presenza su programmi di informazione medico-scientifica o su riviste dedicate, etc). Inoltre, poiché allo stato attuale all'interno dell'AOUP è assente la figura di addetto stampa, la Responsabile dello Staff si occupa anche di curare i rapporti con i media e i giornalisti.

È importante però sottolineare che, **ogni dipendente**, pur nella peculiarità della sua funzione, è **parte attiva nella definizione dell'immagine aziendale e partecipa** quindi al più ampio **processo di comunicazione**. È quindi opportuno che questa consapevolezza sia ben radicata in ciascun operatore nello svolgimento delle sue mansioni. Si tratta di un traguardo al quale tendere con determinazione al fine di evitare che messaggi errati o parziali compromettano l'efficacia degli sforzi messi in campo.

6. GLI OBIETTIVI DELLA COMUNICAZIONE

Riguardo alla **comunicazione con il cittadino**, l'obiettivo strategico di comunicazione è **diffondere la cultura dell'attenzione all'utenza**, perseguendo i seguenti obiettivi specifici:

- ✚ **Migliorare l'accoglienza**, facilitando l'accesso e garantendo il diritto all'informazione;
- ✚ **Potenziare l'ascolto e la partecipazione degli utenti**, singoli o associati;
- ✚ **Promuovere l'immagine aziendale**.

Gli obiettivi di **comunicazione interna** puntano a formare, informare, favorire la flessibilità e la **disponibilità al cambiamento dei dipendenti**, per accelerare lo sviluppo dei processi, permettere di gestire percorsi legati ai cambiamenti organizzativi e sviluppare una cultura aziendale comune.

Gli obiettivi specifici sono:

- ✚ Sviluppare la cultura del **servizio orientato all'utenza**;
- ✚ Aumentare la **motivazione e il coinvolgimento del personale**, facilitare la comunicazione orizzontale per favorire il clima di gruppo e creare senso di appartenenza all'Azienda;
- ✚ Promuovere **iniziative che favoriscano la conoscenza dell'organizzazione**, i suoi servizi e le strategie al pubblico interno.

7. I DESTINATARI

All'interno del Piano, **l'individuazione dei pubblici di riferimento** e delle rispettive caratteristiche, rappresenta il passaggio fondamentale per **spostarsi dagli obiettivi strategici** e comunicativi astratti a un livello più operativo legato **alle azioni concrete di comunicazione**.

Pubblico Esterno:

- **Cittadini pazienti-utenti**, cioè i beneficiari dei servizi;
- **Comitati Consultivi Aziendali**;
- **Istituzioni** (enti pubblici di riferimento);
- **Altri operatori sanitari** (medici di altre aziende sanitarie, medici di medicina generale, pediatri di libera scelta, medici convenzionati, ecc);
- **Organizzazioni del terzo settore - Imprese private**;
- **Media** (agenzie di stampa, quotidiani, periodici, stampa locale, stampa specialistica, TV, radio locali, internet, media on-line).

Pubblico Interno:

- **Dipendenti e collaboratori**.

Sono **Pubblici Influenti**, gli enti o le persone che hanno influenza politica e sociale (università, sindacati, ordini professionali, istituti di formazione, associazioni di consumatori).

8. LA PROGETTAZIONE OPERATIVA

8.1 Attività e strumenti

L'obiettivo generale delle strategie di comunicazione dell'AOUP è quello di **mettere al centro** della propria attività le **esigenze dei cittadini e degli operatori**, per sviluppare un rapporto caratterizzato da **fiducia, affidabilità e credibilità**, attraverso l'utilizzo di un **linguaggio chiaro, semplice e comprensibile** per ridurre l'**asimmetria informativa tra professionisti/struttura sanitaria** da una parte e **cittadini** dall'altra.

Questo approccio, orientato al dialogo e all'interazione sia con gli utenti che con i professionisti, deve garantire uno **scambio di informazioni** che può avvalersi di **diversi strumenti e canali informativi** quali:

- **comunicazione cartacea:** carta dei servizi, brochure, opuscoli, poster, altre pubblicazioni;
- **comunicazione interattiva:** centralino, URP, CUP, numero verde, punti informativi;
- **comunicazione on line:** sito, carta dei servizi, intranet, posta elettronica, mailing list;
- **presenza negli spazi aziendali:** segnaletica, cartellonistica;
- **presenza sui mezzi d'informazione di massa:** stampa, radio e televisione;
- **organizzazione di eventi:** convegni, conferenze, seminari.

I diversi strumenti disponibili saranno utilizzati per realizzare **azioni di comunicazione organizzativa integrata**, superando il tradizionale dualismo tra “comunicazione interna” ed “esterna”, intendendo invece **l'una il continuum dell'altra**.

8.2 AREE D'INTERVENTO

Le attività comunicative che si intendono realizzare nel corso del 2018 riguarderanno le seguenti **aree d'intervento**:

8.2.1 Accoglienza

La sopracitata **rimodulazione dell'organizzazione aziendale**, descritta nel nuovo Atto aziendale (delibera n. 394 del 04.05.2017 e s.m.i.), ha introdotto **numerosi cambiamenti di alcuni dipartimenti e unità operative**. Tali modifiche comporteranno inevitabilmente la **necessità di aggiornare gli strumenti informativi rivolti all'utenza già esistenti**.

Pertanto, per **facilitare gli utenti nell'utilizzo della struttura** e per garantire il loro diritto all'informazione, si prevede l'**aggiornamento** della “**Carta dei Servizi - Guida al Policlinico**” che contiene informazioni generali e in parte specifiche, sulla struttura e **sulla nuova organizzazione aziendale** e della “**Carta dell'accoglienza**” di unità operativa che contiene **informazioni specifiche sul reparto** in cui avviene il ricovero. Le Carte dell'accoglienza aggiornate saranno plastificate e affisse nelle unità operative in italiano e anche in **inglese, francese, arabo e hindi**.

Obiettivo generale	Obiettivo Operativo	Target	Descrizione Azione	Attori	Periodo di realizzazione	Indicatori Risultato	Risultato atteso	Budget
Facilitare l'accesso ai servizi offerti	Stampare e diffondere la Carta dei Servizi (CdS) aggiornata	Cittadini Utenti Altri operatori sanitari	1. Aggiornam Carta Servizi 2. Pubblicaz. sul sito 3. Stampa e diffusione	Comunicaz Provvedit.	1. Giu 2018	Si/No	Si	€ 0
					2. Giu 2018	Si/No	Si	€ 0
					3. Dic 2018	Stampa CdS n. 35.000 Si/No	Si	€ 9.000
Fornire info sul reparto di ricovero a pz italiani e stranieri	Stampare e diffondere la “Carta della accoglienza” aggiornata e tradotta	Pazienti ricoverati italiani e stranieri	1. Stampa e distribuzione nelle UU.OO. 2. Plastificaz. e affissione nelle UUOO	Comunicaz UU.OO. Provvedit.	1. Dic 2018	Stampa CdA n. 20.000 Si/No	Si	€ 2.000
					2. Dic 2018	Stampa n. 100 copie plastificate Si/No	Si	€ 300
Fornire info sui diritti e doveri i utenti	Segnalibro “Diritti e Doveri degli Utenti”	Cittadini Utenti Altri operatori sanitari	Stampa e diffusione segnalibro	Comunicaz Provvedit.	1. Dic 2018	Stampa n. 35.000 Segnalibro Si/No	Si	€ 700

8.2.2 Ascolto, partecipazione e tutela

La gestione di un sistema di raccolta dei reclami rappresenta una delle modalità fondamentali con la quale l'Azienda, attraverso l'URP, si impegna ad **ascoltare e comprendere le esigenze degli utenti**. Il reclamo costituisce infatti una precisa espressione di disagio dell'utente e diventa pertanto una preziosa **risorsa a cui attingere per conoscere il punto di vista** dei cittadini e **migliorare la comunicazione e la fiducia** di questi nei confronti dell'Azienda.

Le segnalazioni di disservizio sono dunque espressione della valutazione della **qualità dei servizi offerti** e sono oggetto di **analisi e monitoraggio semestrale**. Al termine del **primo semestre**, l'URP elabora un report che viene diffuso **solo all'interno** dell'Azienda mentre la **relazione annuale** viene pubblicata **anche sul sito aziendale**.

Nel 2018, se andrà a regime il progetto regionale attualmente in fase di sperimentazione, si prevede l'adozione di un **sistema informatizzato di raccolta** delle segnalazioni degli utenti e di **monitoraggio delle azioni correttive** intraprese a seguito dei reclami stessi.

Altro prezioso strumento di ascolto dei cittadini, finalizzato al miglioramento della qualità dei servizi, è la **rilevazione della soddisfazione dell'utenza**. Il Policlinico, attraverso l'URP, **verifica sistematicamente il grado di soddisfazione** degli utenti ricoverati o ambulatoriali, attraverso le cosiddette **indagini di customer satisfaction**. Dopo aver informato e acquisito il consenso degli utenti, a distanza di un mese circa dall'avvenuta prestazione, vengono effettuate delle **interviste telefoniche** per avere informazioni utili sulla qualità dei servizi erogati dall'Azienda. I dati ottenuti vengono utilizzati per **attivare politiche di miglioramento** e confluiscono nel data base della piattaforma www.qualitasiciliassr.it che comprende vari applicativi tra cui il **sistema regionale per la qualità percepita**.

Obiettivo generale	Obiettivo Operativo	Target	Descrizione Azione	Attori	Periodo di realizzazione	Indicatori Risultato	Risultato atteso	Budget
Migliorare ascolto e partecipaz dei cittadini-utenti	Affinare il sistema gestione reclami	Operatori Cittadini Utenti	1. Elaborazione report reclami 2. Pubblicazione sul sito	URP CCA	1 e 2. Lug 2018 e Gen 2019	Report pubblicati	N° 2 report	€ 0
	Valorizzare indagini di customer satisfaction	Operatori Cittadini Utenti CCA	1. Elaborazione report c. s. 2. Pubblicazione sul sito	URP CCA	1 e 2. Gen 2019	Report pubblicato	Sì	€ 0

8.2.3 Sicurezza e rischio clinico

L'AOUP Giaccone promuove già da alcuni anni la **Gestione del Rischio Clinico (GRC)** quale strumento del governo clinico, nella consapevolezza che l'adozione di strategie operative, finalizzate alla **riduzione degli errori**, possa portare numerosi **vantaggi** tra i quali: aumentare la **sicurezza del paziente** e la **tutela degli operatori**, migliorare l'**efficienza**, la **qualità e l'immagine aziendale** e del **SSR**, contenere i **costi assicurativi**.

Per favorire la **comunicazione tra il personale sanitario e i pazienti/utenti stranieri**, si prevede di rinnovare il servizio d'**interpretariato telefonico multilingue**. Il servizio è pensato per mettere a proprio agio l'utente straniero, mediante un collegamento a un call center attivo h 24 per tradurre simultaneamente la conversazione tra sanitario e paziente in 20 lingue diverse.

Obiettivo generale	Obiettivo Operativo	Target	Descrizione Azione	Attori	Periodo di realizzazione	Indicatori Risultato	Risultato atteso	Budget
Abbattere le barriere linguistiche	Facilitare la comunicaz. tra operatori e utenti stranieri	Utenti stranieri Operatori	Rinnovo contratto per servizio mediazione linguistica	Comunicaz Provveditor.	Gen-Dic 2018	Si/No	Si	€ 23.000

8.2.4 Immagine aziendale

Per sviluppare e migliorare le relazioni con gli utenti è possibile effettuare nei confronti dei cittadini competenti una comunicazione attiva, rivolta a **promuovere i punti di forza dell'AOUP**, attraverso diversi efficaci sistemi di comunicazione, tra cui l'utilizzo di **pubblicità su riviste dedicate**, anche a tiratura nazionale per puntare ad un pubblico extraregionale o attraverso l'acquisto di **spazi televisivi** su programmi di informazione medico-scientifica per **pubblicizzare alcuni servizi innovativi o di eccellenza del Policlinico**.

Obiettivo generale	Obiettivo Operativo	Target	Descrizione Azione	Attori	Periodo di realizzazione	Indicatori Risultato	Risultato atteso	Budget
Promuovere l'immagine aziendale	Dare visibilità a servizi innovativi o a punti di eccellenza	Cittadini	1.Acquisto spazi su riviste dedicate o Interviste televisive	UU.OO. Comunicaz Provveditor	1. Gen-Dic 2018	Si/No	Si	€ 10.000
			2.Redazione e stampa di brochure		2. Gen-Dic 2018	Si/No	Si	€ 1.400

8.2.5 Progetto Policlinico Informa

Una buona comunicazione interna è la base per un'efficace comunicazione esterna ed è essenziale anche come **fattore motivante**, pertanto, aiuta a sviluppare la cultura aziendale, le competenze del personale, **favorisce lo spirito di squadra**, aiuta a **trasmettere gli obiettivi** che l'Azienda nel suo complesso è chiamata a raggiungere e **aumenta la motivazione e la produttività** dei lavoratori.

Policlinico InForma è un progetto di comunicazione interna che prevede la programmazione di **meeting aziendali a cadenza fissa mensile**, durante i quali il management incontra il personale per discutere di fatti importanti relativi all'organizzazione e per cercare di definire delle strategie e dei metodi lavorativi ma anche per sottolineare i punti di forza e le criticità da migliorare.

La duplice finalità, **informare e favorire la crescita dell'Azienda**, sottolineata dal titolo del progetto, rende chiaramente comprensibile il doppio messaggio: un **Policlinico che informa e che allo stesso tempo si rimette "in forma"**.

9. IL BUDGET PER LA COMUNICAZIONE

Le **risorse economiche** per la realizzazione delle azioni previste potranno essere individuate, secondo quanto **prescritto al punto 9 della Direttiva 7 febbraio 2002 della Presidenza del Consiglio dei Ministri** (*..“Le amministrazioni si impegnano a individuare nel proprio bilancio un capitolo dedicato alle spese complessive per la comunicazione e informazione pubblica in una percentuale non inferiore al 2% delle risorse generali.”*), recepita dalla **Regione Siciliana nella L.R. 26-03-2002 n. 2**: in particolare sono attivati **specifici Conti Economici**, con risorse finalizzate alla realizzazione delle attività indicate nel presente Piano. Eventuali iniziative **non programmate** ma ritenute **strategiche e urgenti**, potranno essere autorizzate dalla Direzione aziendale.

9.1 Piano di spesa

DESCRIZIONE ATTIVITÀ 2018	COSTO STIMATO (IVA compresa)
Contratto con Italiaonline per spazio formato pubblica utilità su elenco telefonico 2017-2018 e sul sito www.paginebianche.it	€ 1.800,00
Contratto per servizio interpretariato telefonico	€ 23.000,00 (speso 2017)
Contratto di licenza d’uso del portale regionale qualitasiciliassr.it	€ 12.800,00 (speso 2017)
Stampa Carta dei servizi - Guida al Policlinico , opuscolo formato A5 di n. 36 pag. in quadricromia, n° 35.000 copie	€ 9.000,00
Stampa Carta dell’Accoglienza , depliant formato A4 di n. 3 facciate in quadricromia, n° 20.000 copie	€ 2.000,00
Stampa Carta dell’Accoglienza plastificata , cartello da affiggere nelle UUOO, formato A3 n° 100 copie	€ 300,00
Stampa Diritti e Doveri dei pazienti , segnalibro in cartoncino in quadricromia, n° 35.000 copie	€ 700,00
Acquisto spazi pubblicitari televisivi su programmi di informazione medico-scientifica o advertorial su riviste dedicate	€ 10.000,00
Stampa brochure per fabbisogno unità operative , formato A4 di n. 3 facciate in quadricromia	€ 1.400,00
TOTALE	€ 61.000,00

10. LA MISURAZIONE DEI RISULTATI

L’attuazione del presente Piano sarà accompagnata da **un’attività di monitoraggio e valutazione**, finalizzata a **misurare i risultati e gli effetti** delle specifiche azioni di comunicazione e **l’efficacia degli strumenti utilizzati**.

Il monitoraggio dei risultati sarà realizzato attraverso il ricorso a **strumenti di rilevazione**, quali le segnalazioni e i reclami legati alle problematiche relazionali o alla scarsa conoscenza dei servizi e delle modalità di accesso, le **risposte inerenti all’area informazione** nei questionari delle indagini di customer satisfaction, **le uscite sui media** a seguito dell’invio di comunicati stampa, la **diffusione delle pubblicazioni** informative ai degenti (guide, carta accoglienza) e **riunioni e incontri con il CCA**.



Azienda Ospedaliera Universitaria
Policlinico Paolo Giaccone
di Palermo



*Direzione Generale
Staff Comunicazione e Informazione*

TABELLA RIEPILOGATIVA INIZIATIVE DI COMUNICAZIONE INTEGRATA

Obiettivo generale	Obiettivo Operativo	Target	Descrizione Azione	Attori	Tempi	Indicatori Risultato	Risultato atteso	Budget
Facilitare l'accesso ai servizi offerti	Stampare e diffondere la Carta dei Servizi (CdS) aggiornata	Cittadini Utenti Altri operatori sanitari	1. Aggiornam della CdS 2. Pubblicazione sul sito 3. Stampa e diffusione	Comunicaz Provveditor	1. Giu 2018	Si/No	Si	€ 0
					2. Giu 2018	Si/No	Si	€ 0
					3. Dic 2018	Stampa CdS n. 35.000 Si/No	Si	€ 9.000
Fornire info sul reparto di ricovero a pz italiani e stranieri	Stampare e diffondere la "Carta della accoglienza" aggiornata e tradotta in altre 4 lingue	Pazienti ricoverati italiani e stranieri	1. Stampa e distribuzione nelle UUOO 2. Plastificazione e affissione nelle UUOO	Comunicaz Unità operative Provveditor	1. Dic 2018	Stampa CdA n. 20.000 Si/No	Si	€ 2.000
					2. Dic 2018	Stampa n. 100 copie plastificate Si/No	Si	€ 300
Fornire info sui diritti e doveri utenti	Segnalibro "Diritti e Doveri degli Utenti"	Cittadini Utenti Altri operatori sanitari	Stampa e diffusione segnalibro	Comunicaz Provveditor	1. Dic 2018	Stampa n. 35.000 Segnalibro Si/No	Si	€ 700
Migliorare ascolto e partecipaz dei cittadini-utenti	Affinare il sistema gestione reclami	Operatori Cittadini Utenti CCA	1. Elaborazione report reclami 2. Pubblicazione sul sito	URP CCA	1 e 2. Lug 2018 e Gen 2019	Report pubblicati	N° 2 report	€ 0
	Valorizzare indagini di customer satisfaction	Operatori Cittadini Utenti CCA	1. Elaborazione report c.s. 2. Pubblicazione sul sito	URP CCA	1 e 2. Gen 2019	Report pubblicato	Si	€ 0
Abbatte le barriere linguistiche	Facilitare la comunicaz. tra operatori e utenti stranieri	Utenti stranieri Operatori	Rinnovo contratto per servizio traduzione	Comunicaz Provveditor.	Gen-Dic 2018	Si/No	Si	€ 23.000
Promuovere l'immagine aziendale	Dare visibilità a servizi innovativi o a punti di eccellenza	Cittadini	1.Acquisto spazi su riviste dedicate o Interviste televisive	Unità operative Comunicaz Provveditor	1. Gen-Dic 2018	Si/No	Si	€ 10.000
			2.Redazione e stampa di brochure		2. Gen-Dic 2018	Stampa secondo fabbisogno UUOO	Si	€ 1.400