



DIREZIONE GENERALE

Deliberazione n. 545

del 05/05/2023

Oggetto: Piano aziendale di comunicazione 2023

<p>Proposta n. 38 del 03.05.2023</p> <p><b>DIREZIONE GENERALE</b></p> <p><b>Il Responsabile dell'Ufficio atti deliberativi</b> <i>Grazia Scalici</i></p>	<p><b>Area Economico Finanziaria e Patrimoniale</b></p> <p>Imputazione del costo n. 397</p> <p>Del 03.05.2023 Conto di costo 5.02.02.01.99.01 NULLA OSTA in quanto conforme alle norme di contabilità € 30.500,00</p> <p><b>Il Responsabile dell'Area Economico Finanziaria e Patrimoniale</b> <i>[Signature]</i></p>
--	---

Ai sensi del DPR n. 445/2000 e ss.mm.ii. e la Legge 241/90 e ss.mm.ii. e L.R. 7/2019, il sottoscritto attesta la regolarità della procedura seguita e la legalità del presente atto, nonché l'esistenza della documentazione citata e la sua rispondenza ai contenuti esposti.

Il Responsabile proponente

\_\_\_\_\_

**IL DIRETTORE DEL DIPARTIMENTO AMMINISTRATIVO DOTT. LUIGI GUADAGNINO**  
*[Signature]*

Il Commissario Straordinario

**Dr Salvatore Iacolino**

Nominato con decreto del Presidente della Regione Siciliana n. 47 del 7/12/2022

Con l'intervento, per il parere prescritto dall'art. 3 del D.Lgs. n. 502/92

così come modificato dal D.Lgs. n. 517/93 e dal D.Lgs. n. 229/99

del Direttore Sanitario Dott. Gaetano Cimò

Svolge le funzioni di segretario verbalizzante

Sig.ra Grazia Scalici



DIREZIONE GENERALE

Delibera n. 545

del 05/05/2023

IL COMMISSARIO STRAORDINARIO

- VISTO** Il D. Lgvo 30 dicembre 1992 n. 502 e successive modifiche ed integrazioni operate dai Decreti Legislativi 07.12.1993, n. 517 e 19.06.1999, n. 229;
- VISTO** Il D. Lgvo 21 dicembre 1999 n. 517, recante "Disciplina dei rapporti fra il Servizio Sanitario Nazionale ed Università", a norma dell'articolo 6 della legge 30 novembre 1999, n. 419;
- VISTA** La L.R. 14 aprile 2009, n. 5 pubblicata nella GURS parte I n. 17 del 17.04.2009, con la quale sono state stabilite le norme per il riordino del SSR, in conformità ai principi contenuti nel D.Lgvo 30 dicembre 1992 n. 502 e successive modifiche ed integrazioni;
- PREMESSO** Che, ai sensi della legge 150/2000 "Disciplina delle attività di Informazione e Comunicazione delle pubbliche amministrazioni" e della Direttiva 7 febbraio 2002 del Dipartimento della Funzione Pubblica che definisce le attività di comunicazione delle pubbliche amministrazioni, è fatto obbligo alle Aziende Sanitarie di presentare annualmente un Piano Aziendale della Comunicazione;
- RICHIAMATA** la Direttiva 7 febbraio 2002 della Presidenza del Consiglio dei Ministri recepita dalla Regione Siciliana nella L.R. 26-03-2002 n. 2; (*"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"*); *"Le pubbliche amministrazioni, attraverso gli uffici stampa, i portavoce e gli Urp e le analoghe strutture, devono:*  
1) *garantire un'informazione trasparente ed esauriente sul loro operato;*  
2) *pubblicizzare e consentire l'accesso ai servizi promuovendo nuove relazioni con i cittadini;*  
3) *ottimizzare l'efficienza e l'efficacia dei prodotti-servizi attraverso un adeguato sistema di comunicazione interna"*.
- PRESO ATTO** che nelle Linee Guida redatte dal Ministero della Salute su "La Comunicazione On line in Tema di Tutela e Promozione della Salute" viene contemplata anche la prospettiva di sfruttare tutte le potenzialità del web



DIREZIONE GENERALE

2.0;

che in letteratura scientifica documentate esperienze mostrano come l'utilizzo di più strumenti di comunicazione, tra cui i social media, rappresentino uno strumento strategico per il processo di empowerment dei cittadini/pazienti in ambito di sanità e salute; e l'importanza che riveste, altresì, l'attuazione di azioni di comunicazione interna rivolte ai dipendenti;

- ATTESO** che attraverso il Piano di comunicazione, l'Azienda adotta tutti gli strumenti necessari per assicurare una corretta informazione e comunicazione interna ed esterna, sulla scorta dell'analisi del contesto, dell'individuazione degli obiettivi aziendali, degli strumenti da utilizzare;
- VISTO** Il Piano di Comunicazione Aziendale per l'anno 2023, redatto dall'Ufficio Stampa con il contributo dell'URP, allegato alla presente delibera e che ne costituisce parte integrante e sostanziale;
- RITENUTO** di adottare il Piano di Comunicazione per l'anno 2023;

**Per i motivi in premessa citati che qui si intendono ripetuti e trascritti:**

**DELIBERA**

- Di approvare il Piano Aziendale di Comunicazione 2023, allegato alla presente deliberazione, imputando i costi sul Conto Economico *5.02.02.01.99.01*
- Di approvare una previsione di spesa di € 30.500,00 per la realizzazione delle azioni contenute nel Piano Aziendale di Comunicazione 2023;
- Di dare la massima diffusione del presente atto attraverso la pubblicazione sul sito aziendale;
- Dare atto che il presente provvedimento è immediatamente esecutivo.

Il Direttore Sanitario  
Dott. Gaetano Cimo'

Il Commissario Straordinario  
Dott. Salvatore Iacolino

Segretario Verbalizzante  
Sig.ra Grazia Scalici



DIREZIONE GENERALE

### PUBBLICAZIONE

Si certifica che la presente deliberazione, per gli effetti dell'art. 53 comma 2 L.R. n. 30 del 03/11/1993, in copia conforme all'originale, è stata pubblicata in formato digitale all'albo informatico dell'Azienda Ospedaliera Universitaria Policlinico a decorrere dal giorno 04/05/2023 e che nei 15 giorni successivi:

- non sono pervenute opposizioni
- sono pervenute opposizioni da \_\_\_\_\_

**Il Funzionario Responsabile**

Notificata al Collegio Sindacale il \_\_\_\_\_

#### DELIBERA NON SOGGETTA AL CONTROLLO

Delibera non soggetta al controllo, ai sensi dell'art. 4, comma 8 della L. n. 412/1991 e divenuta:

#### ESECUTIVA

- Decorso il termine (10 giorni dalla data di pubblicazione ai sensi dell'art. 53, comma 6, L.R. n. 30/93
- Delibera non soggetta al controllo, ai sensi dell'art. 4 comma 8, della L. n. 412/1991 e divenuta:

#### IMMEDIATAMENTE ESECUTIVA

Ai sensi dell'art. 53, comma 7, L.R. 30/93

**Il Funzionario Responsabile**

#### ESTREMI RISCONTRO TUTORIO

- Delibera trasmessa, ai sensi della L.R. n. 5/09, all'Assessorato Regionale Salute in data \_\_\_\_\_ prot. n. \_\_\_\_\_

#### SI ATTESTA

Che l'Assessorato Regionale Salute, esaminata la presente deliberazione:

- Ha pronunciato l'approvazione con atto prot. n. \_\_\_\_\_ del \_\_\_\_\_ come da allegato
- Ha pronunciato l'annullamento con atto prot. n. \_\_\_\_\_ del \_\_\_\_\_ come da allegato
- Delibera divenuta esecutiva con decorrenza del termine previsto dall'art. 16 della L. R. n. 5/09 dal \_\_\_\_\_

**Il Funzionario Responsabile**



AZIENDA OSPEDALIERA UNIVERSITARIA  
POLICLINICO PAOLO GIACCONE

# PIANO DI COMUNICAZIONE

## 2023



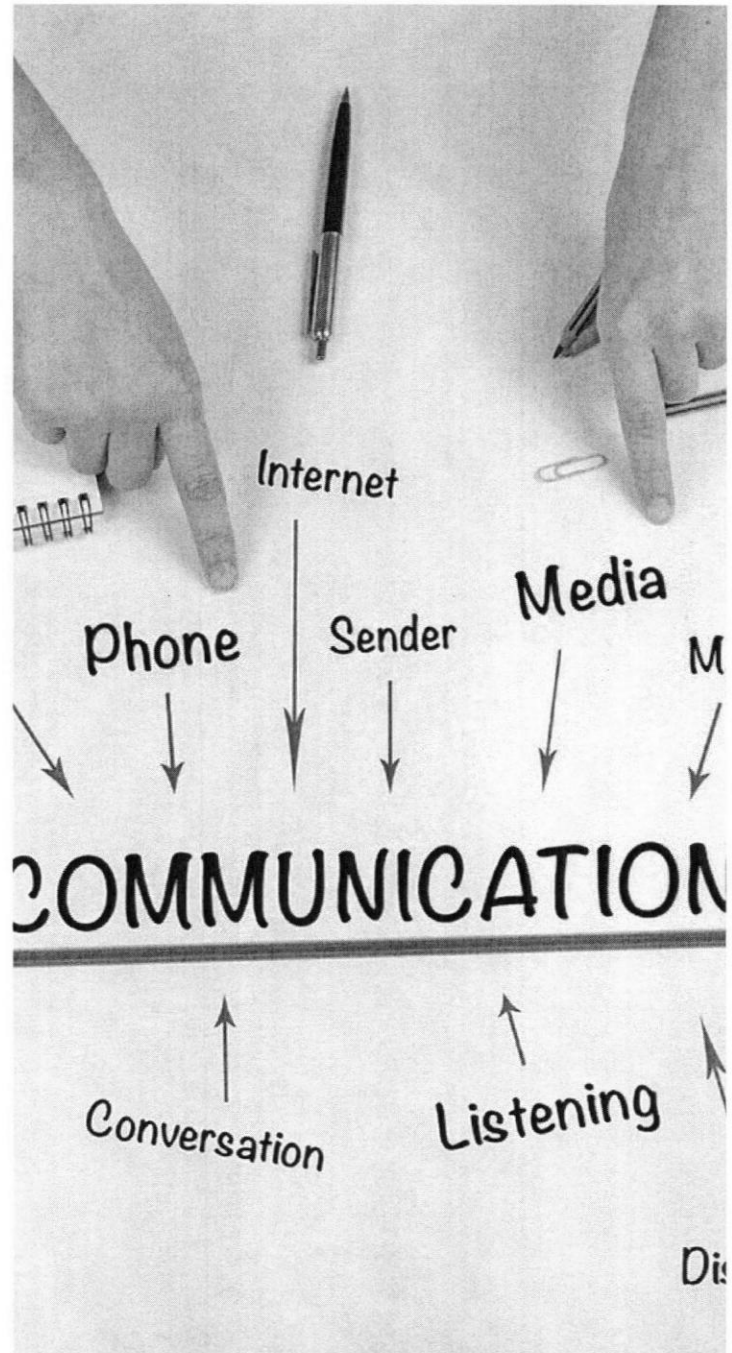
A cura di  
Ufficio Stampa - Dott.ssa Tiziana Lenzo  
con il contributo dell'URP - Dott.ssa Barbara Ciardelli

# Premessa

Il Piano di Comunicazione è lo strumento per programmare e coordinare le azioni di informazione e comunicazione istituzionale dell'Azienda. Esso definisce ed aggiorna gli obiettivi, la strategia della comunicazione integrata, i contenuti, gli strumenti, i tempi di attuazione e le modalità di verifica delle iniziative di comunicazione, in linea con la legge 150/2000 "Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni".

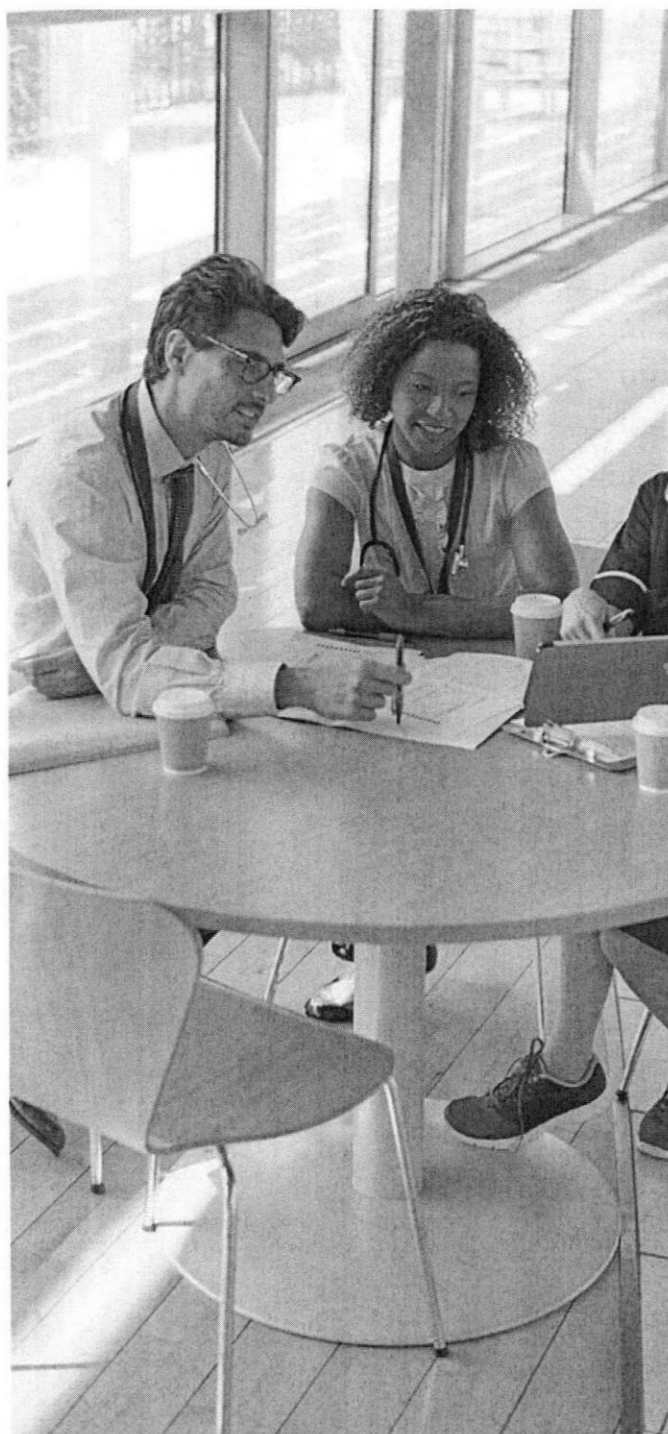
La comunicazione è "parte integrante dell'azione aziendale" così come previsto altresì dalla direttiva 7 febbraio 2002 della Presidenza del Consiglio dei Ministri, Dipartimento della Funzione Pubblica e deve soddisfare i requisiti della chiarezza, semplicità e sinteticità garantendo, nel contempo, completezza e correttezza dell'informazione.

La comunicazione dell'Azienda ospedaliera universitaria Policlinico Paolo Giaccone è finalizzata, dunque, allo sviluppo di una coerente politica di comunicazione integrata con i cittadini e alla realizzazione di un sistema di flussi di comunicazione interna, sia per migliorare la qualità dei servizi e l'efficienza organizzativa, sia per creare un senso di appartenenza tra gli operatori.



# I principi guida

- **Trasparenza**
- **Dialogo e ascolto dei cittadini**
- **Pianificazione costante**
- **Comunicazione tempestiva**
- **Comprendere le preoccupazioni dei cittadini**
- **Favorire engagement**
- **Valorizzazione dei servizi offerti**



# L'attività istituzionale, obiettivi e principi

Il Policlinico "Paolo Giaccone", intitolato al medico e professore di Medicina Legale ucciso dalla mafia nel 1982 in un agguato tra i viali dell'Azienda ospedaliera universitaria, è sede di Dipartimento di Emergenza Urgenza e Accettazione di secondo livello.

Costituisce per l'Università degli Studi di Palermo l'ente di riferimento per le attività assistenziali essenziali allo svolgimento delle funzioni istituzionali di didattica e di ricerca e ne garantisce la reciproca integrazione.



Nell'ospedale universitario operano docenti della Scuola di Medicina e Chirurgia, personale tecnico- amministrativo universitario e operatori sanitari del SSR, integrando attività didattiche, scientifiche e assistenziali.

L'AOUP offre al proprio bacino di utenza, proveniente dall' area metropolitana e da parte delle province di Agrigento, Trapani e Caltanissetta, tutte le prestazioni ospedaliere previste dall'Assessorato Regionale Salute e per alcune branche è centro di riferimento regionale.





# L'organizzazione

L'Azienda ha un organico complessivo costituito da 2.240 operatori, di cui 678 universitari.

I medici in servizio sono 545 (192 universitari e 353 ospedalieri), gli infermieri 843.

L'età media di dipendenti è di 50 anni.

Con il nuovo Atto Aziendale, l'AOUP è articolata in 7 Dipartimenti ad Attività Integrata e un Dipartimento Amministrativo, cui si aggiungono le strutture di Staff e le articolazioni alle dirette dipendenze della Direzione Generale.



# Le caratteristiche dell'AOUP e l'importanza di una strategia di comunicazione

L'elemento caratterizzante dell'AOUP è l'essere sede della Scuola di Medicina e Chirurgia dell'Università degli Studi di Palermo e, pertanto, ha come obiettivo lo svolgimento unitario e coordinato delle attività di assistenza, didattica e ricerca.

L'obiettivo del Piano di comunicazione è quello di costruire un'immagine dell'Azienda in grado di valorizzare queste caratteristiche.

A tal fine si intende implementare un articolato modello di gestione e organizzazione delle dinamiche comunicative che prevede un costante rapporto con i media, l'aggiornamento continuo dei propri strumenti di comunicazione (sito web, newsletter, pagine social), un'ampia e consolidata rete di contatti con la stampa, e l'attivazione di una rete di comunicazione interna-esterna per la valorizzazione delle singole realtà dipartimentali.



# Il mandato istituzionale assegnato alla comunicazione

Obiettivo della Direzione Aziendale per il 2023 è potenziare ulteriormente il settore condividendo il maggior numero di informazioni e notizie, utilizzando diversi strumenti e canali secondo una governance aziendale ben delineata.

Le strutture preposte alla gestione delle attività di informazione e comunicazione sono:

**I'Ufficio Stampa**

e

**I'URP**



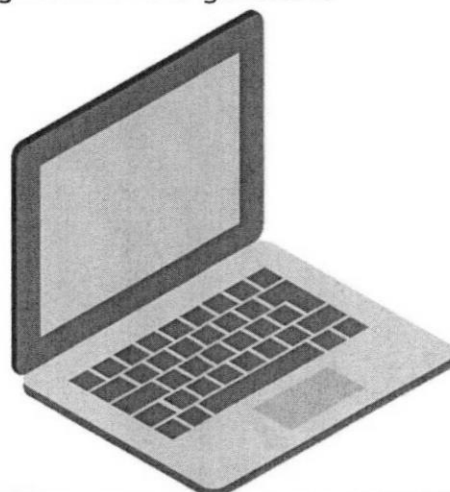
# L'ufficio stampa

L'attività dell'Ufficio Stampa consiste nella raccolta, produzione e gestione delle notizie aziendali.

L'Ufficio Stampa svolge il ruolo di interfaccia tra l'Azienda e i mezzi di comunicazione scegliendo, a seconda delle notizie, il miglior strumento di comunicazione e le strategie da adottare.

In particolare:

- Coordina le attività di comunicazione interna ed esterna
- Coordina le attività di informazione e comunicazione verso i media e le testate giornalistiche;
- Promuove l'identità e l'immagine dell'Azienda
- Progetta e coordina campagne di comunicazione e manifestazioni di rilevante interesse aziendale
- Garantisce coerenza, sinergia e tempestività della comunicazione aziendale
- Comunica e valorizza le attività assistenziali, formative e di ricerca promosse dall'Azienda
- Dà massima diffusione alle scelte strategiche aziendali
- Garantisce agli organi di informazione tempestiva e corretta comunicazione
- Gestisce i social media aziendali (Facebook e Instagram) garantendo continuità di pubblicazione e tempestività di risposta.
- Elabora il piano annuale della comunicazione e attività progettazione e gestione di campagne ed iniziative di comunicazione
- Aggiorna i contenuti del sito internet istituzionale



# L'URP, l'Ufficio Relazioni con il Pubblico

L'Ufficio per le Relazioni con il Pubblico è il primo punto di contatto con il cittadino-utente, lo strumento attraverso cui l'AOUP Giaccone ascolta e comunica con gli utenti al fine di migliorare l'accessibilità ai servizi sanitari e favorire la tutela e la partecipazione della cittadinanza.

Le funzioni e i compiti istituzionali dell'URP vengono espletati su due livelli: il back office all'interno dell'Azienda e nei rapporti con altri stakeholder (altre Istituzioni, Aziende sanitarie, Associazioni, cittadini) e il front office. In estrema sintesi tra le attività svolte dall'URP si elencano:

- Informazione, accoglienza e orientamento del cittadino
- Gestione delle segnalazioni dei cittadini: reclami, rilievi, suggerimenti, elogi
- Realizzazione delle indagini di customer satisfaction
- Report delle segnalazioni/reclami e delle indagini di customer satisfaction
- Attivazione del Fascicolo Sanitario Elettronico
- Collaborazione con il Comitato Consultivo Aziendale e con la Rete Civica della Salute
- Collaborazione con le Associazioni e le Istituzioni che compongono la Rete contro la violenza alle donne, ragazze/i, bambine/i della città metropolitana di Palermo
- Gestione e realizzazione delle indagini di Audit Civico e di valutazione partecipata del grado di umanizzazione delle strutture di ricovero



# Le linee strategiche: gli obiettivi della comunicazione per il 2023

Gli obiettivi per il 2023 sono riassumibili in due macroaree:

1. attività aziendale e delle strutture dell'Aoup;
2. valorizzazione delle attività di ricerca su fondi del PNRR e altri fonti di finanziamento



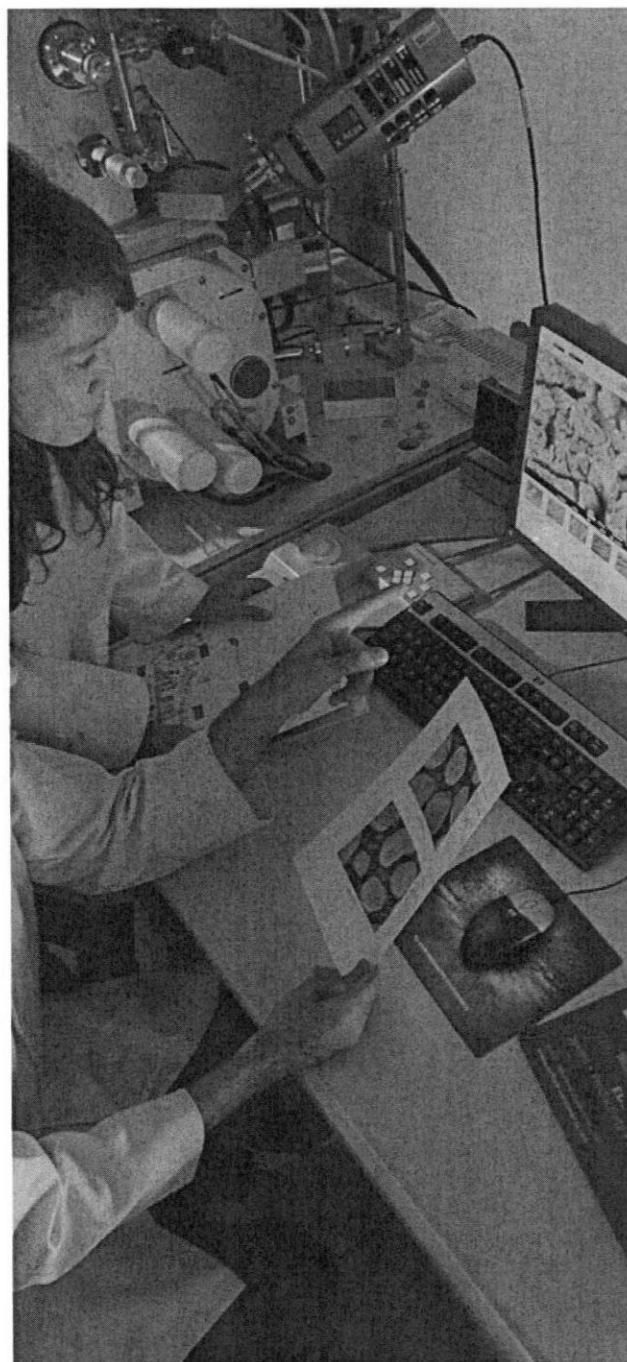
# L'attività delle strutture dell'AOUP

Sul fronte dell'attività interna, la comunicazione darà spazio e risalto a tutte le attività delle strutture dell'Azienda ospedaliero-universitaria.

Verrà effettuato un particolare lavoro di consolidamento dell'immagine dell'Aoup.

L'obiettivo sarà rafforzare la percezione del Policlinico come struttura di alta specializzazione per la cura delle patologie in un contesto professionale accogliente e attento alla persona nella sua interezza fisica, sociale e psicologica.

L'umanizzazione delle cure è, infatti, un elemento essenziale per garantire la qualità dell'assistenza.



# Azioni e strumenti di comunicazione

Per conseguire gli obiettivi, sono state previste azioni integrate di comunicazione.

Si continuerà ad investire sui social, strumento strategico e fondamentale per la comunicazione aziendale. Messaggi tempestivi, semplici, diretti che generano engagement consentono, infatti, di raggiungere in poco tempo migliaia di utenti.

Nel 2023 è previsto un potenziamento complessivo della presenza sui diversi canali e le diverse piattaforme per avvicinare sempre più l'Aoup ai pazienti e rafforzare il rapporto di fiducia.

Sarà data maggiore attenzione al social Youtube, con la creazione di nuovi contenuti multimediali, e sarà creato il profilo aziendale su LinkedIn.

Per raggiungere i target di utenza corrispondenti agli obiettivi prefissati, nelle prossime pagine sono descritti gli strumenti ritenuti più idonei ed efficaci.





# Strumenti social

## Web e social

- Sito web aziendale
- Canale YOUTUBE (da attivare)
- Pagina Facebook  
(incrementare con inserzioni)
- Account Instagram
- Account LinkedIn (da attivare)



## Restyling sito internet

In collaborazione con il SIA sarà rivisto il sito internet aziendale, con un restyling grafico e di contenuti, seguendo le linee guida dell'Agid, l'Agenzia per l'Italia digitale.

Un sito internet e servizi digitali semplici e intuitivi, secondo una metodologia di progettazione centrata sull'utente, sono fondamentali per permettere ai cittadini di usufruirne in modo facile e accrescerne sempre di più la loro diffusione.

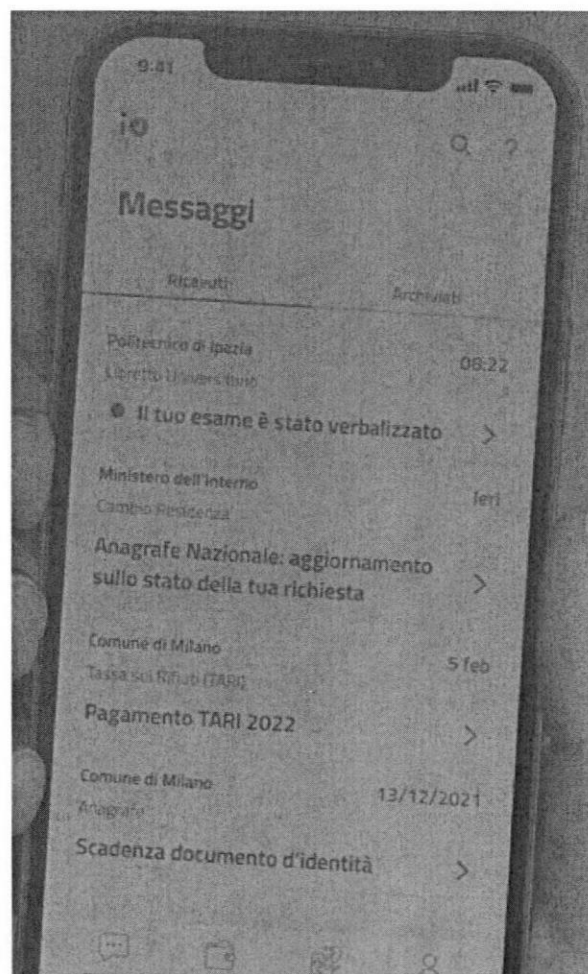


# Il lancio dell'App

Il CUP del Policlinico di Palermo è su "IO", l'App dei servizi della Pubblica amministrazione.

Attraverso l'app "IO" il paziente che prenota una prestazione sanitaria al CUP riceverà un messaggio di notifica con i dati della prenotazione e le informazioni utili per effettuare la prestazione.

Pochi giorni prima dell'appuntamento, il cittadino riceverà inoltre un reminder della prenotazione per verificare l'effettiva disponibilità all'esecuzione della prestazione. In caso di impossibilità a rispettare l'appuntamento dovrà annullare la prenotazione.



## l'app dei servizi pubblici

Un unico punto di accesso per interagire in modo semplice e sicuro con i servizi pubblici locali e nazionali, direttamente dal tuo smartphone.

APP STORE

PLAY STORE

# Strumenti tradizionali

- Comunicati stampa: finalizzati a comunicare notizie, resoconti di eventi (in tal caso accompagnati da materiale fotografico e audiovisivo) o rilasciare dichiarazioni, sono trasmessi alla mailing list degli organi di stampa (vecchi e nuovi media).

Il ricorso ai comunicati stampa risulta fondamentale nella gestione di casi di emergenza che, se non veicolati nel modo opportuno, possono risultare lesivi dell'immagine dell'Azienda (comunicazione di crisi).

- Newsletter: sarà la voce dei professionisti dell'azienda universitaria che potranno condividere con l'ufficio stampa iniziative, ricerche, innovazioni, servizi ai cittadini, eventi istituzionali. Elaborata con cadenza mensile, da diffondere internamente e rendere fruibile anche online in un apposito spazio dedicato.

- Spot (15-30"):: solitamente brevi e di immediato impatto, sono uno degli strumenti di comunicazione e di promozione più potenti. La combinazione di immagine e suono assicura un maggiore coinvolgimento dell'utenza poiché ne cattura più facilmente l'attenzione. Gli spot consentono, dunque, una comunicazione immediata, persuasiva e di facile memorizzazione per gli spettatori con un conseguente guadagno di visibilità.

- Prodotti audiovisivi di durata variabile (90-240"):: realizzati per eventi specifici, sono finalizzati ad una più completa illustrazione e pubblicizzazione degli argomenti e per dare la massima informazione sull'attività e sulle iniziative del Policlinico

- Redazionali su testate giornalistiche online

- Rassegna Stampa: elaborata quotidianamente in formato digitale e trasmessa alla Direzione offre una panoramica sempre aggiornata sulle news in ambito sanitario/amministrativo. Legata alla rassegna stampa, vi è l'attività di monitoraggio dei media, essenziale per garantire la diffusione di informazioni.



# Il budget per la comunicazione

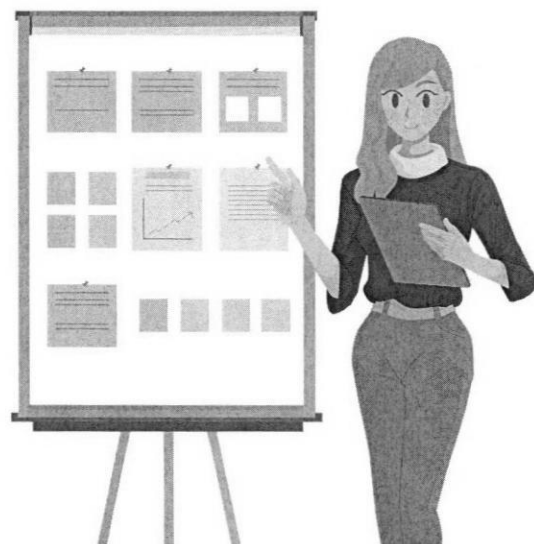
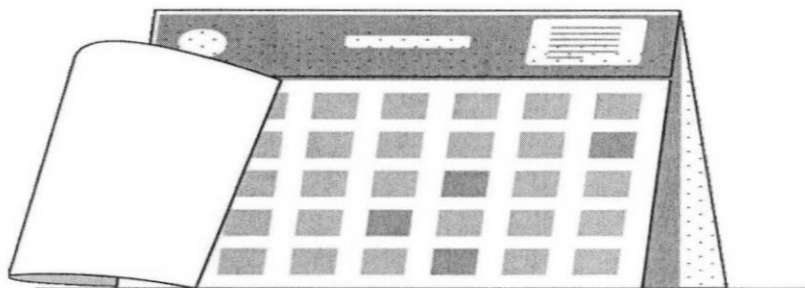
Le risorse economiche per la realizzazione delle azioni previste potranno essere individuate, secondo quanto prescritto al punto 9 della Direttiva 7 febbraio 2002 della Presidenza del Consiglio dei Ministri („Le amministrazioni si impegnano a individuare nel proprio bilancio un capitolo dedicato alle 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.

Eventuali ulteriori iniziative non programmate, ritenute strategiche e urgenti, potranno essere autorizzate dalla Direzione aziendale con ulteriori fondi.



# I costi

DESCRIZIONE ATTIVITÀ 2023	COSTO STIMATO (IVA COMPRESA)
Acquisto spazi pubblicitari televisivi su programmi di informazione medico-scientifica o advertorial su riviste dedicate	€ 7.500
Abbonamenti notiziari salute Agenzie di stampa o testate giornalistiche on line	€ 23.000
<b>TOTALE</b>	<b>€ 30.500</b>



# La misurazione del Piano

## **MODALITÀ DI COMUNICAZIONE DEL PIANO**

Il Piano di Comunicazione sarà pubblicato sul sito web e sulla rete intranet aziendale

## **LA MISURAZIONE DEI RISULTATI**

L'attuazione del Piano sarà accompagnata da un'attività di monitoraggio e valutazione, finalizzata a misurare i risultati e gli effetti delle specifiche azioni di informazione e 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.





AZIENDA OSPEDALIERA UNIVERSITARIA  
POLICLINICO PAOLO GIACCONE

# **PIANO PANDEMICO AZIENDALE**

## **APPENDICE**

A cura di  
Ufficio Stampa - Dott.ssa Tiziana Lenzo

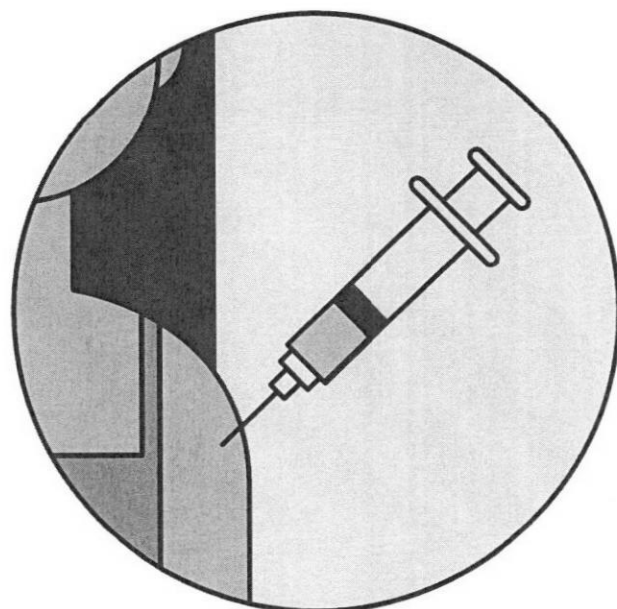
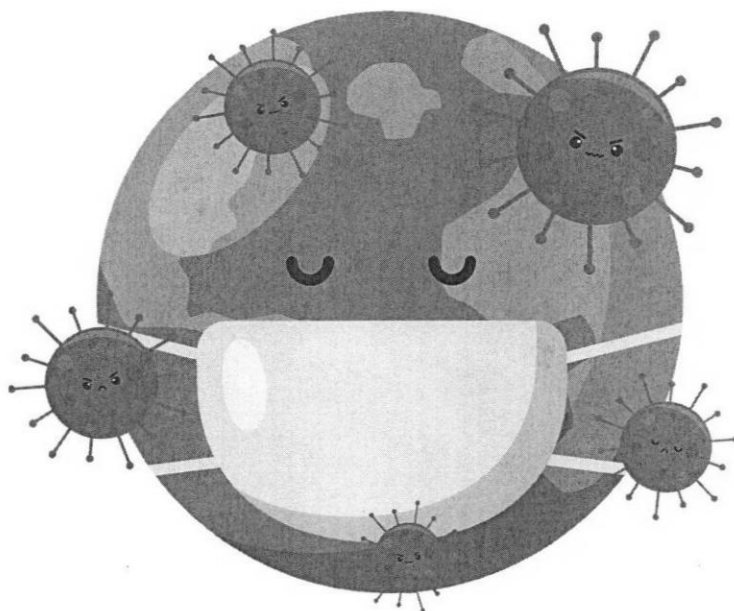
# Pandemia, vaccinazioni e buone pratiche

Il piano di comunicazione 2023 è stato integrato con una parte dedicata alla comunicazione di crisi in caso di nuova emergenza pandemica.

Nelle pagine successive sono sintetizzate le principali azioni, da adattare e implementare, in relazione alle fasi che caratterizzano una pandemia, ovvero:

- Periodo interpandemico
- Periodo di allerta pandemico
- Periodo pandemico
- Periodo postpandemico.

Le azioni descritte sono finalizzate a fornire soluzioni organizzative per gestire in modo in modo tempestivo e chiaro le informazioni e far conoscere ai cittadini le diverse misure adottate.





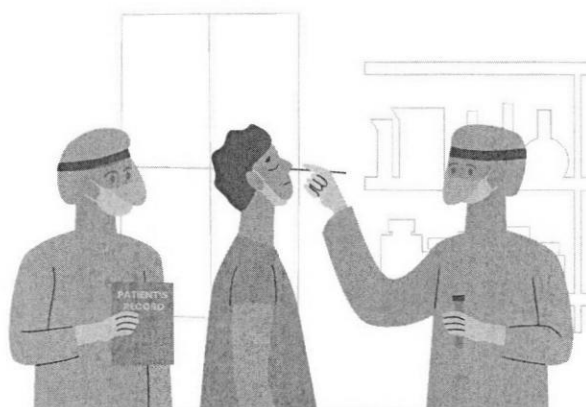
# Fase interpandemica

<b>FASE</b>	<b>INTER-PANDEMICA</b>
<b>MACRO AREA</b>	Comunicazione interna ed esterna
<b>REFERENTE</b>	Ufficio Stampa
<b>GRUPPO DI LAVORO</b>	<i>Ufficio Stampa - Direzione sanitaria - URP</i>
<b>DESCRIZIONE GENERALE DELL' ATTIVITÀ</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Seguire le linee guida della Regione.</li><li>• Implementare la comunicazione alla popolazione tramite comunicati stampa con dati commentati da esperti di riconosciuta autorevolezza scientifica.</li><li>• Monitorare con attenzione i social, dove la diffusione di fake news può compromettere l'incisività della comunicazione.</li><li>• Istituire strutture formali e sviluppare procedure per la comunicazione del rischio in caso di emergenza e minaccia per la salute pubblica</li><li>• Garantire il rilascio tempestivo di informazioni che comunichino anche i pericoli con un linguaggio chiaro e comprensibile.</li><li>• Identificare i ruoli di responsabilità delle attività di comunicazione istituzionale relative alla comunicazione del rischio.</li><li>• Prevenire e contenere la divulgazione di disinformazione e fake news che possono portare alla diffusione di comportamenti non corretti.</li></ul>



# Fase allerta

FASE	ALLERTA
MACRO AREA	Comunicazione interna ed esterna
REFERENTE	Ufficio Stampa
GRUPPO DI LAVORO	<i>Ufficio Stampa - Direzione sanitaria – URP</i>
<b>DESCRIZIONE GENERALE DELL' ATTIVITÀ</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Seguire le linee guida della Regione.</li><li>• Garantire l'attivazione delle strutture formali e le procedure concordate per la comunicazione del rischio e il coinvolgimento dei soggetti identificati in fase inter-pandemica</li><li>• Garantire il rilascio tempestivo di informazioni tempestive e coerenti</li><li>• Garantire l'attivazione di risorse economiche e professionali per lo sviluppo di un'azione di sensibilizzazione dei cittadini per rispondere in modo appropriato all' allerta per la salute pubblica</li><li>• Garantire l'attivazione rapida di ruoli e responsabilità delle attività istituzionali relative alla comunicazione del rischio</li><li>• Potenziare la comunicazione in maniera proporzionale alle azioni necessarie in fase di allerta</li><li>• Costruire un rapporto di fiducia attraverso comunicazioni trasparenti, tempestivi e di facile comprensione per tutta la popolazione</li><li>• Contenere la divulgazione di disinformazione, fake news e fughe di notizie</li></ul>



# Fase pandemica

<b>FASE</b>	<b>PANDEMICA</b>
<b>MACRO AREA</b>	Comunicazione interna ed esterna
<b>REFERENTE</b>	Ufficio Stampa
<b>GRUPPO DI LAVORO</b>	<i>Ufficio Stampa - Direzione sanitaria- URP</i>
<b>DESCRIZIONE GENERALE DELL' ATTIVITÀ</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Potenziare la comunicazione del rischio attraverso le strutture formali identificate e lo sviluppo delle procedure concordate</li><li>● Garantire la gestione tempestiva delle attività istituzionali relative alla comunicazione del rischio</li><li>● Potenziare la rete di comunicazione attraverso i testimonial identificati, utili nella diffusione di messaggi efficaci e coerenti</li><li>● Diffondere in modo tempestivo comunicati di facile comprensione per tutta la popolazione, differenziati e contestualizzati per il raggiungimento di target diversi</li><li>● Contenere la diffusione di disinformazione e fake news che possono compromettere il rispetto delle misure di contenimento del rischio</li></ul>



# Fase post pandemica

<b>FASE</b>	<b>POST PANDEMICA</b>
<b>MACRO AREA</b>	Comunicazione interna ed esterna
<b>REFERENTE</b>	Ufficio Stampa
<b>GRUPPO DI LAVORO</b>	<i>Ufficio Stampa- Direzione sanitaria- URP</i>
<b>DESCRIZIONE GENERALE DELL'ATTIVITÀ</b>	Valutazione a posteriori delle azioni attuate e della loro efficacia.

