

**DELIBERAZIONE DEL DIRETTORE GENERALE**  
**n. 0000688 del 04/10/2023**

**OGGETTO:**

PROCEDURA AZIENDALE N. 25 "PIANO DI COMUNICAZIONE AZIENDALE 2023-2025": DETERMINAZIONI

**VISTA**

Proposta n. 0000735 del 26/09/2023 a cura di S.C. Formazione Qualità e Comunicazione  
Hash.pdf (SHA256):481a81bdfdd1a48c3b649f71e56d47ac9415ab97290509730d3a75e36e7bd656

firmata digitalmente da:

Il Responsabile S.C. Formazione Qualità e Comunicazione  
Alessandra Ascani

IL DIRETTORE AMMINISTRATIVO

Parere: FAVOREVOLE  
Maria Mariani

IL DIRETTORE SANITARIO

Parere: FAVOREVOLE  
Pietro Manzi

**DELIBERA**

**Di fare integralmente propria la menzionata proposta che allegata al presente atto ne costituisce parte integrante e di disporre così come in essa indicato.**

IL DIRETTORE GENERALE  
Andrea Casciari

Il Dirigente dell'U.O Formazione Qualità Comunicazione Dr.ssa Alessandra Ascani relaziona quanto segue:

**Visto** il D. Lgs.vo 30.12.1992 n. 502 *“Riordino della disciplina in materia sanitaria, a norma dell'articolo 1 della legge 23 ottobre 1992, n. 421”* e sue successive modifiche ed integrazioni;

**Richiamata** la L. R. 9 aprile 2015 n. 11 recante *“Testo unico in materia di Sanità e Servizi Sociali”* pubblicata sul Bollettino Ufficiale n. 21 del 15/04/2015;

**Premesso:**

-che l'Azienda Ospedaliera S. Maria di Terni ha intrapreso con disposizione di servizio del 21-02-2019 n prot. 15873 avente per oggetto” Allineamenti del sistema di governo clinico al sistema di accreditamento istituzionale delle strutture sanitarie e socio-sanitarie, il percorso di accreditamento istituzionale regionale;

-che con Delibera del DG n. 401 del 29 aprile 2022, Accreditamento Istituzionale Regolamento Regione Umbria n°10 del 26 settembre 2018: Disciplina in materia di Accreditamento Istituzionale delle Strutture Sanitarie e Socio Sanitarie Pubbliche e Private, è stato approvato il piano di adeguamento aziendale al regolamento sopra richiamato;

-che il Piano di Comunicazione all'interno di una Pubblica Amministrazione riveste un ruolo strategico ed è uno strumento indispensabile per garantire una comunicazione coerente, efficace e corretta;

-che la normativa del settore della comunicazione pubblica, sintetizzata dalla Legge 150 del 2000 e dalla Direttiva Frattini del 7 febbraio 2002 che la ribadisce e specifica ulteriormente, costituisce una importante innovazione nella gestione della Pubblica Amministrazione e rappresenta la naturale continuazione della legge sul procedimento amministrativo (Legge n. 241/1990) che tanto ha cambiato la Pubblica Amministrazione;

**Visti:**

-i requisiti generali del regolamento regionale n. 10 del 2018 *“Disciplina in materia di Accreditamento Istituzionale delle Strutture Sanitarie e Socio Sanitarie Pubbliche e Private”* capitolo 5 **“COMUNICAZIONE”**;

-La normativa sulla trasparenza e integrità, espressa nel DLgs 33/2013 *“Riordino della disciplina riguardante gli obblighi di pubblicità, trasparenza e diffusione di informazioni da parte delle Pubbliche amministrazioni”*;

**Ritenuto:**

-che il documento allegato è conforme a quanto previsto dalle norme contenute nel regolamento regionale n. 10 del 2018 sopra richiamato;

**Attestato** che il presente provvedimento non comporta oneri finanziari;

**Preso atto** che il responsabile del procedimento, il Dirigente della Struttura proponente, attesta di non versare in alcuna situazione di conflitto di interesse, anche potenziale, tale da pregiudicare l'esercizio imparziale delle funzioni e compiti attribuiti, in relazione al procedimento indicato in oggetto ed attesta l'insussistenza di cause di conflitto di interesse, anche potenziale, ex art. 6-bis della legge n. 241/90 e ss.mm.ii e art. 1, comma 9, lett. e) della Legge n. 190/2012 e l'inesistenza delle condizioni di incompatibilità di cui l'art. 35-bis del D. Lgs. n. 165/2001;

**Dato atto** che la formulazione della proposta di un atto deliberativo impegna la responsabilità del soggetto proponente in ordine alla regolarità amministrativa e legittimità del contenuto della stessa;

**Giusta la premessa in narrativa che qui si intende integralmente richiamata**

**PROPONE AL DIRETTORE GENERALE:**

-di deliberare la P.A. n 25 "Piano di Comunicazione Aziendale 2023-2025:

-di dare atto che il presente provvedimento non comporta oneri finanziari;

-di individuare quale responsabile del procedimento ai sensi e per gli effetti degli articoli 5 e 6 della Legge 7 agosto 1990 n. 241 il dott. Mauro Ciculi cui è delegato ogni atto esecutivo del presente provvedimento;

-di trasmettere copia del presente provvedimento a tutte le UU.OO. e Servizi Aziendali:

stante l'urgenza di provvedere in merito, di attribuire al presente provvedimento l'immediata esecutività.

Il Responsabile del Procedimento  
Servizio Qualità e Accreditamento  
Dott. Mauro Ciculi

Responsabile f.f. S.C. Formazione Qualità e Comunicazione  
Dr.ssa Alessandra Ascani



**A Z I E N D A  
O S P E D A L I E R A  
S A N T A M A R I A  
T E R N I**

**U.O. QUALITA' - ACCREDITAMENTO  
AZIENDALE  
Resp. Mauro Ciculi**

**PIANO DI COMUNICAZIONE  
AZIENDALE  
ANNI 2023-2025**

**S.C. Formazione Qualità Comunicazione**

P.A. 25

Rev.00

del 25-08-2023

Pagina 1 di 20.

## Sommario

<b>1. SCOPO</b> .....	3
1.1 <b>Analisi dello scenario e contesto normativo</b> .....	3
1.2 <b>Il contesto specifico e le nuove esigenze</b> .....	6
<b>2. CAMPO DI APPLICAZIONE</b> .....	8
<b>3. TERMINI E ABBREVIAZIONI</b> .....	8
<b>4. MODALITA' ESECUTIVE / CONTENUTI</b> .....	8
4.1 <b>L'ORGANIZZAZIONE AZIENDALE DELLA FUNZIONE DI COMUNICAZIONE</b> .....	8
4.2 <b>LE AREE E GLI STRUMENTI DELLA COMUNICAZIONE</b> .....	9
4.2.1 <b>Comunicazione interna</b> .....	9
4.2.2 <b>Comunicazione esterna istituzionale</b> .....	10
4.2.3 <b>Comunicazione esterna di informazione</b> .....	11
4.2.4 <b>Comunicazione esterna diretta</b> .....	12
4.3 <b>DOCUMENTI AZIENDALI DI RIFERIMENTO</b> .....	13
4.3.1 <b>Regolamenti, Procedure, Modulistica</b> .....	13
4.4 <b>DOCUMENTI DI PROGRAMMAZIONE E PIANIFICAZIONE STRATEGICA</b> .....	14
<b>5. ATTIVITÀ DI PREVENZIONE DELLA CORRUZIONE E TRASPARENZA</b> .....	14
<b>6. LINEE STRATEGICHE E PIANI DI SVILUPPO ANNUALI</b> .....	15
<b>7. RESPONSABILITA'</b> .....	16
<b>8. INDICATORI E CONTROLLI</b> .....	16
8.1 <b>Relazione annuale attività di comunicazione aziendale</b> .....	16
8.2 <b>Relazioni annuali del rpct - responsabile prevenzione della corruzione e trasparenza</b> .....	16
8.3 <b>Monitoraggio e valutazione del piano di comunicazione</b> .....	16
<b>9. RIFERIMENTI</b> .....	17
9.1 <b>Normativa di riferimento</b> .....	17
<b>10. DIFFUSIONE / DISTRIBUZIONE / LISTA DI DISTRIBUZIONE</b> .....	19
10.1 <b>Diffusione del Piano di Comunicazione</b> .....	19
<b>11. ARCHIVIAZIONE</b> .....	19
<b>12. ALLEGATI</b> .....	20



AZIENDA  
OSPEDALIERA  
SANTA MARIA  
TERNI

U.O. QUALITA' - ACCREDITAMENTO  
AZIENDALE  
Resp. Mauro Ciculi

PIANO DI COMUNICAZIONE  
AZIENDALE  
ANNI 2023-2025

S.C. Formazione Qualità Comunicazione

P.A. 25

Rev.00

del 25-08-2023

Pagina 2 di 20.

Redatto da

Referente Gruppo di lavoro  
Dr.ssa Alessandra Ascani

Firma

26-5-23  
data

Approvato da

Responsabile struttura emittente  
Dr.ssa Alessandra Ascani

Firma

26-5-23  
data

Verificato/  
Approvato

Serv. Qualità-Accreditamento  
Aziendale

Firma

26-5-23  
data

GRUPPO DI LAVORO

funzione	nome
Responsabile f.f. SC Formazione Qualità Comunicazione	Dr.ssa A. Ascani

STATO DI AGGIORNAMENTO

N°	Pag. e/o §	Natura della modifica	Data
	Intero documento	Prima stesura	25-08-2023

 <b>A Z I E N D A O S P E D A L I E R A S A N T A M A R I A T E R N I</b> U.O. QUALITA' - ACCREDITAMENTO AZIENDALE Resp. Mauro Ciculi	<b>PIANO DI COMUNICAZIONE AZIENDALE ANNI 2023-2025</b>	P.A. 25  Rev.00  del 25-08-2023
	<b>S.C. Formazione Qualità Comunicazione</b>	Pagina 3 di 20.

## 1. SCOPO

### 1.1 Analisi dello scenario e contesto normativo

**Comunicare per la Pubblica Amministrazione è parte integrante dell'attività aziendale, un dovere e al tempo stesso un'opportunità.** Le Pubbliche Amministrazioni, e in particolar modo le organizzazioni pubbliche sanitarie, devono ormai operare nella consapevolezza che per raggiungere i propri obiettivi non possono non comunicare e che la comunicazione è diventata una funzione fondamentale e strategica nel processo di gestione quotidiano della "cosa pubblica". Per tale ragione, **il Piano di Comunicazione all'interno di una P.A. riveste un ruolo strategico:** è uno strumento indispensabile per garantire una comunicazione coerente, efficace e corretta e deve assumere una forma dinamica per rispondere alle esigenze mutate e mutevoli della nostra società.

Il piano di comunicazione aziendale riassume e descrive le principali azioni di comunicazione previste e programmate nel periodo di riferimento - sulla scorta dell'analisi del contesto, dell'individuazione degli obiettivi aziendali in relazione ai bisogni della comunità - e gli strumenti di comunicazione più opportuni per ogni singola area e obiettivo di comunicazione.

È lo strumento che serve a programmare e coordinare le azioni di comunicazione dell'Azienda, rivolte sia all'interno che all'esterno, per la diffusione e la condivisione dei principi e delle strategie aziendali e per la creazione di una nuova cultura in grado di rappresentare la comunità professionale nel suo complesso.

La Direzione Generale riconosce la comunicazione, sia interna che esterna, quale **strumento strategico per la condivisione delle strategie aziendali, nell'ambito di una costante operazione trasparenza mirata a far conoscere in modo tempestivo e chiaro le reali condizioni del sistema sanitario e ospedaliero** e le misure intraprese per sostenerlo. Un'efficace comunicazione interna ed esterna consente inoltre ricadute positive non solo sul clima interno, ma anche sulla percezione della qualità del servizio reso ai cittadini.

 <b>A Z I E N D A O S P E D A L I E R A S A N T A M A R I A T E R N I</b> U.O. QUALITA' - ACCREDITAMENTO AZIENDALE Resp. Mauro Ciculi	<b>PIANO DI COMUNICAZIONE AZIENDALE ANNI 2023-2025</b>	P.A. 25  Rev.00  del 25-08-2023
	<b>S.C. Formazione Qualità Comunicazione</b>	Pagina 4 di 20.

Obiettivo strategico di questo piano è quello di “mettere a sistema” le azioni di comunicazione e orientarle rispetto agli obiettivi generali aziendali che intende contribuire a raggiungere. Esso individua azioni di comunicazione utili ed efficaci rispetto al raggiungimento degli obiettivi strategici dell’amministrazione: ogni iniziativa di comunicazione delineata non si giustifica in sé, ma ha senso in quanto funzionale alla realizzazione della mission aziendale.

La normativa del settore della comunicazione pubblica, sintetizzata **dalla Legge 150 del 2000** e dalla **Direttiva Frattini del 7 febbraio 2002** che la ribadisce e specifica ulteriormente, costituisce una importante innovazione nella gestione della Pubblica Amministrazione e rappresenta la naturale continuazione della legge sul procedimento amministrativo (Legge n. 241/1990) che tanto ha cambiato la Pubblica Amministrazione.

Grazie alle leggi sopra citate la Pubblica Amministrazione riconosce che il cittadino che essa stessa rappresenta non è solo un soggetto di volta in volta utente, paziente, assistito, stakeholder, ma è appunto un cittadino e in quanto tale portatore di diritti universalistici e non solo di interessi specifici. È, cioè, a pieno titolo, diretto interessato e attore protagonista dei processi decisionali pubblici e in quanto tale entra nel processo decisionale e gestionale della “res pubblica”

La Legge 150 è anche un punto di partenza per spostare ancora più avanti i confini della cittadinanza amministrativa; occorre innanzitutto **evitare che lo svolgimento della funzione di comunicazione decada a mero adempimento burocratico** e che, soprattutto, le competenze dei professionisti della comunicazione continuino ad essere considerate come accessorie e marginali rispetto alle competenze tradizionalmente presenti nella P.A.

La normativa sulla trasparenza e integrità, espressa nel **D.Lgs. 33/2013 “Riordino della disciplina riguardante gli obblighi di pubblicità, trasparenza e diffusione di informazioni da parte delle Pubbliche amministrazioni”**, sottolinea ancora di più il passaggio del ruolo del cittadino da semplice utente a quello di soggetto dotato di diritti di accesso alle informazioni e ribadisce il ruolo che la comunicazione assolve nella pubblica amministrazione. Con tale normativa tutta l’attività dell’azienda viene resa trasparente

 <b>AZIENDA OSPEDALIERA SANTA MARIA TERNI</b> U.O. QUALITA' - ACCREDITAMENTO AZIENDALE Resp. Mauro Ciculi	<b>PIANO DI COMUNICAZIONE AZIENDALE ANNI 2023-2025</b>	P.A. 25  Rev.00  del 25-08-2023
	<i>S.C. Formazione Qualità Comunicazione</i>	Pagina 5 di 20.

anche al fine di estendere il controllo e la verifica sull'operato della P.A. e migliorare così la partecipazione dei cittadini alla gestione della res pubblica.

Anche il **D.Lgs. 25 maggio 2016, n. 97 "Revisione e semplificazione delle disposizioni in materia di prevenzione della corruzione, pubblicità e trasparenza**, correttiva della legge 6 novembre 2012, n. 190 e del decreto legislativo 14 marzo 2013, n. 33, ai sensi dell'articolo 7 della legge 7 agosto 2015, n. 124, in materia di riorganizzazione delle amministrazioni pubbliche", amplifica il **diritto del cittadino di accedere ai dati della P.A.** ribadendo il diritto del cittadino all'accesso civico "generalizzato": chiunque, senza motivazione, ha diritto di accedere ai dati e ai documenti prodotti dalla P.A., non solo quelli oggetto di pubblicazione obbligatoria. L'accesso civico non ha più come presupposto l'inadempimento degli obblighi di pubblicazione, come nel d.lgs. 33/2013, ma è agibile da chiunque senza motivazione, anche sui dati e sui documenti della P.A. ulteriori rispetto a quelli oggetto di pubblicazione.

La redazione di un piano che punti a un sistema integrato e coerente di comunicazione aziendale deve fare riferimento non soltanto all'attività e alla professionalità di alcune strutture dedicate o alle iniziative e agli strumenti di comunicazione, ma deve pure agire affinché la comunicazione sia avvertita e vissuta come patrimonio culturale di tutta l'azienda, nella quale ognuno partecipi alla sua costruzione ed al suo sviluppo. Sotto questo profilo, la stessa stesura del piano di comunicazione è un'occasione per favorire le relazioni interne e la condivisione di obiettivi: non è infatti possibile ottenere una comunicazione esterna efficace, trasparente e completa se non lo è anche il livello della comunicazione interna.

I principali obiettivi della comunicazione riguardano:

- tutte le attività volte a facilitare l'accesso ai servizi e la loro fruibilità attraverso il sito web istituzionale (di seguito denominato anche sito INTERNET per distinguerlo dal sito INTRANet), comunicati stampa, Social media, campagne informative, aggiornamento regolare della carta dei servizi, ecc.;
- lo sviluppo e implementazione di una strategia di comunicazione coerente, costante, coordinata e integrata;
- la promozione dell'immagine aziendale in modo corretto: rendere visibili e



 <b>A Z I E N D A O S P E D A L I E R A S A N T A M A R I A T E R N I</b> U.O. QUALITA' - ACCREDITAMENTO AZIENDALE Resp. Mauro Ciculi	<b>PIANO DI COMUNICAZIONE AZIENDALE ANNI 2023-2025</b>	P.A. 25  Rev.00  del 25-08-2023
	<b>S.C. Formazione Qualità Comunicazione</b>	Pagina 6 di 20.

valorizzare i fattori di qualità dei servizi così come gli interventi per migliorare i servizi, anche dietro sollecitazione dei cittadini e dei loro rappresentanti, attraverso la disponibilità a una un programma di comunicati per la stampa e un uso strategico dei canali Social, che possono raggiungere un alto livello di penetrazione nel tessuto sociale, toccando target di popolazione molto eterogenei per età, professione, ruolo sociale e interessi.

- la gestione chiara, trasparente e tempestiva della comunicazione esterna, in particolare con gli organi di informazione 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 degli operatori nel cambiamento;
- la garanzia di strumenti riservati all'ascolto, alla tutela dei diritti e alla promozione della partecipazione dei cittadini ai processi gestionali dell'azienda al fine di salvaguardare i diritti di uguaglianza, imparzialità, partecipazione, efficacia ed efficienza stabiliti dalla normativa vigente
- il monitoraggio e la misurazione dei risultati e delle attività di comunicazione
- la comunicazione del Piano Aziendale di comunicazione a tutti gli operatori a vari livelli, attraverso specifiche modalità informative quali incontri specifici, e pubblicazione sul sito web istituzionale.

### **1.2 Il contesto specifico e le nuove esigenze**

**L'emergenza Covid-19 ha avuto un impatto molto forte sulla comunicazione interna ed esterna di tutte le aziende sanitarie italiane e regionali e per l'Azienda ospedaliera Santa Maria di Terni ha messo in evidenza la necessità di riorganizzare le aree di comunicazione, ridefinendo o potenziando i ruoli specifici o connessi alla comunicazione e la loro integrazione.**

In particolare, a partire dal 2022, si è ritenuto importante valutare le seguenti azioni:

 <b>A Z I E N D A O S P E D A L I E R A S A N T A M A R I A T E R N I</b> U.O. QUALITÀ - ACCREDITAMENTO AZIENDALE Resp. Mauro Ciculi	<b>PIANO DI COMUNICAZIONE AZIENDALE ANNI 2023-2025</b>	P.A. 25  Rev.00  del 25-08-2023
	<b><i>S.C. Formazione Qualità Comunicazione</i></b>	Pagina 7 di 20.

- Delineare un'organizzazione più efficace del servizio di comunicazione aziendale (in qualsiasi modo sia strutturato all'interno dell'organigramma aziendale: Staff, SCA, SS..).
- Potenziare l'integrazione delle aree e dei ruoli aziendali con l'esterno (organi di stampa, cittadini, associazioni...), in particolare sul piano comunicativo e delle relazioni con il pubblico.
- Sviluppare in modo costruttivo e proattivo l'integrazione con le istituzioni e le altre Aziende del SSR nell'ambito di una visione comune in termini di comunicazione.
- Sviluppare una rete integrata di comunicazione (interna ed esterna) in un ambiente organizzativo coerente con l'attuale scenario di evoluzione digitale degli strumenti e dei processi a livello aziendale e regionale.
- Aumentare la capacità di autonomia nella gestione della comunicazione, prevedendo delle figure interne a supporto dei professionisti esterni (giornalisti, social media manager, pubblicatori nel sito web...)
- Sviluppare competenze digitali e relazionali (soft skill) nel personale che, anche nell'ottica del processo di umanizzazione dell'assistenza, deve responsabilizzarsi anche rispetto all'intero processo di comunicazione.
- Coordinare la corretta promozione dell'immagine dell'Azienda all'esterno e all'interno dell'organizzazione stessa.
- Promuovere l'accessibilità delle informazioni (sito web accessibile secondo le linee guida Agid, semplificazione delle procedure, linguaggio chiaro e comprensibile, ecc.) che è il primo passaggio per una più ampia ed equa accessibilità ai servizi.

 <p><b>A Z I E N D A O S P E D A L I E R A S A N T A M A R I A T E R N I</b></p> <p>U.O. QUALITA' - ACCREDITAMENTO AZIENDALE Resp. Mauro Ciculi</p>	<p><b>PIANO DI COMUNICAZIONE AZIENDALE ANNI 2023-2025</b></p>	<p>P.A. 25</p> <p>Rev.00</p> <p>del 25-08-2023</p>
	<p><i>S.C. Formazione Qualità Comunicazione</i></p>	<p>Pagina 8 di 20.</p>

## 2. CAMPO DI APPLICAZIONE

I destinatari delle azioni di comunicazione previste dal presente piano sono:

- Cittadini e associazioni di tutela dei cittadini
- Organi di stampa e uffici stampa istituzionali
- Istituzioni (Regione, Ministeri, ASL, Aziende Ospedaliere, Comuni, scuole, ecc.)
- Dipendenti e altri collaboratori con varie forme contrattuali
- Operatori economici e sociali
- Società e associazioni scientifiche

## 3. TERMINI E ABBREVIAZIONI

**DPO-RPD:** Data Protection Officer (Responsabile protezione dati personali)

**SCA:** Servizio Comunicazione Aziendale

**RPTC:** Responsabile Prevenzione della corruzione e trasparenza

**AGID:** Agenzia per l'Italia Digitale

## 4. MODALITA' ESECUTIVE / CONTENUTI

### 4.1 L'ORGANIZZAZIONE AZIENDALE DELLA FUNZIONE DI COMUNICAZIONE

Assetto organizzativo al 01/04/2023

Staff della Direzione Generale

- SCA Formazione Qualità Comunicazione
  - Formazione
  - Qualità e Accreditamento aziendale
  - Comunicazione interna ed esterna cui afferiscono i seguenti servizi:
    - Ufficio Stampa (agenzia esterna con giornalisti locali)
    - Social Media manager (agenzia esterna coincidente con l'Ufficio Stampa)
    - URP - Ufficio Relazioni con il Pubblico
    - Gestione del sito (società esterna che assolve le funzioni sia di gestione, manutenzione e aggiornamento della struttura del sito di Content manager, un professionista referente della Direzione Aziendale per la comunicazione interna

 <p><b>A Z I E N D A O S P E D A L I E R A S A N T A M A R I A T E R N I</b></p> <p>U.O. QUALITA' - ACCREDITAMENTO AZIENDALE Resp. Mauro Ciculi</p>	<p><b>PIANO DI COMUNICAZIONE AZIENDALE ANNI 2023-2025</b></p>	<p>P.A. 25</p> <p>Rev.00</p> <p>del 25-08-2023</p>
	<p><b>S.C. Formazione Qualità Comunicazione</b></p>	<p>Pagina 9 di 20.</p>

ed esterna consulente giornalista esterno con esperienza in comunicazione e ufficio stampa in sanità pubblica). Il Content Manager rappresenta anche il riferimento della Direzione Aziendale per tutti gli aggiornamenti delle procedure riguardanti le attività di comunicazione

L'attività di comunicazione è coordinata dal Responsabile della Struttura Complessa Aziendale "Formazione Qualità Comunicazione", che opera in sinergia con le seguenti strutture:

- S.C. Affari generali e legali e relazioni istituzionali /Responsabile della Trasparenza
- Responsabile della Prevenzione della Corruzione
- S.S. Controllo di gestione / Controllo di gestione e servizi informatici / Responsabile Privacy - Protezione dei dati personali (DPO o RPD)

## **4.2 LE AREE E GLI STRUMENTI DELLA COMUNICAZIONE**

Le attività di comunicazione vengono suddivise in precise aree che utilizzano specifici strumenti:

### **4.2.1 Comunicazione interna**

Gestione e coordinamento dei flussi di comunicazione intra-aziendale e inter-aziendale, cioè tra i diversi ruoli aziendali e anche tra l'Azienda, le altre aziende sanitarie regionali e le istituzioni comunali, regionali e nazionali nell'ambito di progetti condivisi.

#### *Attività*

- **Flussi informativi interni per il personale:** notizie, avvisi interni, mobilità
- **Informative varie** per il personale e per gli utenti (comprese informative per il consenso informato)
- **Circolari, procedure e regolamenti**
- **Modulistica**

#### *Principali strumenti di comunicazione:*

- Sito INTRANet

 <b>A Z I E N D A O S P E D A L I E R A S A N T A M A R I A T E R N I</b> U.O. QUALITA' - ACCREDITAMENTO AZIENDALE Resp. Mauro Ciculi	<b>PIANO DI COMUNICAZIONE AZIENDALE ANNI 2023-2025</b>	P.A. 25  Rev.00  del 25-08-2023
	<b>S.C. Formazione Qualità Comunicazione</b>	Pagina 10 di 20.

- E-mail dedicata alla comunicazione rivolta al personale (tramite lista dipendenti e liste per categorie professionali differenziate)
- Grafica, cartellonistica, segnaletica (con il supporto dell'Ufficio Tecnico/Centro Formazione)
- Rete dei Servizi informatici (supporto comune alle diverse aree)

#### **4.2.2 Comunicazione esterna istituzionale**

Comunicazione esterna rivolta ai cittadini, ad altre amministrazioni o enti, imprese, associazioni e categorie della cittadinanza, contestuale ad azioni o campagne informative e di sensibilizzazione e svolta in stretta collaborazione con la Direzione aziendale ed eventuali altri referenti delle istituzioni locali, regionali, nazionali. L'attività è svolta da un ufficio di comunicazione interno all'organizzazione (anche integrandolo con un consulente esterno o portavoce in caso di relazione fiduciaria con il vertice).

##### *Attività*

- **Carta dei servizi aziendale online** (con realizzazione di eventuali supporti crossmediali che passano dal cartaceo al web tramite QR code).
- **Concessione di patrocini e utilizzo del logo aziendale** (a cura del servizio di Comunicazione, in qualsiasi modo sia strutturato all'interno dell'organigramma aziendale, in sinergia con la Direzione Aziendale).
- **Eventi, Convegni/congressi** e altri eventi formativi organizzati dall'Azienda (a supporto del Servizio di Formazione aziendale)
- **Campagne informative interne ed esterne** alla struttura ospedaliera, legate alla promozione della salute (es. Igiene mani, Donazione sangue, Donazione organi, vaccinazioni...).

##### *Principali strumenti di comunicazione:*

- Sito INTERNet (strumento comune alle diverse aree)
- Canali Social (strumento comune alle diverse aree)

 <p><b>A Z I E N D A O S P E D A L I E R A S A N T A M A R I A T E R N I</b></p> <p>U.O. QUALITA' - ACCREDITAMENTO AZIENDALE Resp. Mauro Ciculi</p>	<p><b>PIANO DI COMUNICAZIONE AZIENDALE ANNI 2023-2025</b></p>	<p>P.A. 25</p> <p>Rev.00</p> <p>del 25-08-2023</p>
	<p><b>S.C. Formazione Qualità Comunicazione</b></p>	<p>Pagina 11 di 20.</p>

- Grafica, cartellonistica, segnaletica (con il supporto dell'Ufficio Tecnico/Centro Formazione, strumenti comune alle diverse aree)
- Maxi-schermi, web-tv e altri strumenti di comunicazione digitale (con il supporto del servizio informatico, strumento comune alle diverse aree, da implementare in sinergia con la Regione Umbria).

#### 4.2.3 Comunicazione esterna di informazione

Servizio di informazione per la diffusione di notizie e per la sensibilizzazione a più livelli su temi sanitari di pubblico interesse, rivolto ai cittadini tramite gli organi di stampa e i canali social. Può essere interno od esterno all'organizzazione, ma deve essere necessariamente composto da giornalisti regolarmente iscritti all'Albo professionale e con esperienza nell'ambito della Pubblica Amministrazione e della sanità pubblica. Opera in stretta sinergia con la Direzione Aziendale e con il Servizio di Comunicazione aziendale (in qualsiasi modo sia strutturato all'interno dell'organigramma aziendale: Staff, SCA, SS...).

##### *Attività*

- **UFFICIO STAMPA** che comprende: pianificazione della strategia di comunicazione, calendario redazionale, conferenze stampa, comunicati stampa, bollettini medici... (strumento comune alle diverse aree)
- Gestione **SOCIAL MEDIA** (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn + canale Youtube) in sinergia con l'Ufficio stampa e con il Servizio di Comunicazione (in qualsiasi modo sia strutturato all'interno dell'organigramma aziendale: Staff, SCA, SS...)
- **RASSEGNA STAMPA**

##### *Principali strumenti di comunicazione:*

- Giornalista con funzione di addetto stampa (interno o esterno)
- Social media manager (interno o esterno, può anche coincidere con l'addetto stampa)
- Sito INTERNET (strumento comune alle diverse aree)

 <p><b>A Z I E N D A O S P E D A L I E R A S A N T A M A R I A T E R N I</b></p> <p>U.O. QUALITA' - ACCREDITAMENTO AZIENDALE Resp. Mauro Ciculi</p>	<p><b>PIANO DI COMUNICAZIONE AZIENDALE ANNI 2023-2025</b></p>	<p>P.A. 25</p> <p>Rev.00</p> <p>del 25-08-2023</p>
	<p><b>S.C. Formazione Qualità Comunicazione</b></p>	<p>Pagina 12 di 20.</p>

- Monitoraggio digitale della rassegna stampa (email, app, sito web)

#### 4.2.4 Comunicazione esterna diretta (rivolta a cittadini e categorie di cittadini)

##### *Attività / Servizi*

- **URP – UFFICIO RELAZIONI CON IL PUBBLICO:** E' un servizio, obbligatorio per tutte le P.A., preposto alla relazione diretta con i cittadini/utenti, all'ascolto del cittadino per l'intercettazione dei suoi bisogni e l'orientamento: gestisce di concerto con il Servizio di Comunicazione (in qualsiasi modo sia strutturato all'interno dell'organigramma aziendale: Staff, SCA, SS...) il percorso dei reclami con contestuale rilevazione delle azioni di miglioramento proposte dalla Direzione aziendale volte al superamento dei problemi segnalati/riscontrati e al miglioramento della qualità delle prestazioni.
- **CAD – CENTRO DI ASCOLTO DISABILITÀ:** Servizio dedicato all'accoglienza delle persone con disabilità grave e alla presa in carico delle persone con disabilità cognitiva complessa (percorso DAMA).
- **SERVIZIO DI MEDIAZIONE LINGUISTICO-CULTURALE** per cittadini e utenti stranieri: Servizio rivolto a cittadini e utenti stranieri per consentire o favorire la relazione tra paziente e operatore sanitario soprattutto di fronte a scelte di salute importanti.

##### *Principali strumenti di comunicazione:*

- Sito INTERNet (strumento comune alle diverse aree)
- Telefono ed e-mail
- Social media, attraverso l'eventuale uso dei canali privati come Messenger (strumento comune alle diverse aree)
- Grafica, cartellonistica, segnaletica (strumento comune alle diverse aree)

 <b>A Z I E N D A O S P E D A L I E R A S A N T A M A R I A T E R N I</b> U.O. QUALITA' - ACCREDITAMENTO AZIENDALE Resp. Mauro Ciculi	<b>PIANO DI COMUNICAZIONE AZIENDALE ANNI 2023-2025</b>	P.A. 25  Rev.00  del 25-08-2023
	<b>S.C. Formazione Qualità Comunicazione</b>	Pagina 13 di 20.

#### 4.3 DOCUMENTI AZIENDALI DI RIFERIMENTO

Si elencano i principali documenti di riferimento per l'area della Comunicazione che devono essere implementati laddove non presenti e soggetti a periodiche ricognizioni, valutazioni e aggiornamenti.

##### 4.3.1 Regolamenti, Procedure, Modulistica

- **Carta dei servizi online** (DDG n. 94 del 27/01/2023, pubblicata online il 31/01/2023, integrata con i criteri crossmediali tramite supporto cartaceo che rimanda al web tramite QR code a febbraio 2023 in collaborazione con un freepress locale "La Pagina")
- **Regolamento per la gestione del Sito web: INTERNet e INTRANet** (in corso di aggiornamento)
  - Allegato al Regolamento per la gestione del sito web: **"Elenco dei pubblicatori e dei responsabili dei flussi informativi" interni ed esterni**
- **Procedura per il regolamento dei flussi informativi interni/esterni per il costante aggiornamento del sito web (INTERNet e INTRANet) e per l'attività di informazione agli organi di stampa** (tramite l'ufficio stampa), con riferimento anche alla normativa vigente in tema di privacy e riservatezza dei dati (in corso di aggiornamento)
- **Social media policy** (DDG 1341 del 31/12/2021)
  - Allegato alla Social media policy: **"Riferimenti normativi della Social Media Policy"**
- **Regolamento per la concessione del patrocinio e del logo aziendale** (aggiornato con DDG 228/2023)
  - Allegato al Regolamento per la concessione del patrocinio e del logo aziendale: **"Modulo di richiesta concessione del patrocinio e del logo aziendale"** (aggiornato con DDG 228/2023)
  - Allegato al Regolamento per la concessione del patrocinio e del logo aziendale: **"Manuale/Regolamento dell'uso del Logo aziendale"** (aggiornato con DDG 228/2023)



 <b>AZIENDA OSPEDALIERA SANTA MARIA TERNI</b> U.O. QUALITA' - ACCREDITAMENTO AZIENDALE Resp. Mauro Ciculi	<b>PIANO DI COMUNICAZIONE AZIENDALE ANNI 2023-2025</b>	P.A. 25  Rev.00  del 25-08-2023
	<i>S.C. Formazione Qualità Comunicazione</i>	Pagina 14 di 20.

- **Modulistica** da aggiornare periodicamente (ricognizione in corso in collaborazione con il responsabile della Privacy e dei Servizi di riferimento)

#### 4.4 DOCUMENTI DI PROGRAMMAZIONE E PIANIFICAZIONE STRATEGICA

- **Piano di Comunicazione Aziendale triennale 2023-2025**
- **Piano di sviluppo strategico di comunicazione annuale:** contiene i focus dell'anno e gli aspetti operativi, utilizzando tutti i diversi canali disponibili. Il piano di sviluppo strategico della comunicazione per l'anno 2023 è allegato al presente Piano di Comunicazione)
- **Piano editoriale/Calendario redazionale:** a cura dell'Ufficio Stampa e Social Media Manager, condiviso con il Direttore ff SC Formazione Qualità Comunicazione ovvero il Responsabile del Servizio di Comunicazione (in qualsiasi modo sia strutturato all'interno dell'organigramma aziendale: Staff, SCA, SS.), viene redatto mensilmente
- **Piano triennale Prevenzione Corruzione e Trasparenza 2022-2024** (DDG n. 399 del 29/04/2022)

#### 5. ATTIVITÀ DI PREVENZIONE DELLA CORRUZIONE E TRASPARENZA

La normativa in tema di trasparenza (D.Lgs. n. 33/2013 e s. i. m. e D.Lgs. n. 97/2016) ha introdotto un nuovo approccio di comunicazione e di relazione tra P.A. e cittadini, per cui la conoscibilità dei dati e dei documenti detenuti e resi accessibili dall'Amministrazione rappresenta un diritto per i cittadini che sono messi nelle condizioni di conoscere l'attività dell'Amministrazione e di partecipare nell'ottica del continuo miglioramento dei servizi.

Per la trasparenza (Amministrazione Trasparente, Obbligo di pubblicazione, *Accesso documentale*, *Accesso civico* e *Accesso civico generalizzato*) e le attività di prevenzione della corruzione (secondo le linee guida ANAC) e si rimanda al [Piano triennale Prevenzione Corruzione e Trasparenza 2022-2024](#) (DDG n. 399 del 29/04/2022)

 <b>A Z I E N D A O S P E D A L I E R A S A N T A M A R I A T E R N I</b> U.O. QUALITA' - ACCREDITAMENTO AZIENDALE Resp. Mauro Ciculi	<b>PIANO DI COMUNICAZIONE AZIENDALE ANNI 2023-2025</b>	P.A. 25  Rev.00  del 25-08-2023
	<b>S.C. Formazione Qualità Comunicazione</b>	Pagina 15 di 20.

## 6. LINEE STRATEGICHE E PIANI DI SVILUPPO ANNUALI

Il Piano di comunicazione definisce le seguenti linee strategiche per il raggiungimento e il rafforzamento degli obiettivi di comunicazione.

### **Migliorare la comunicazione esterna**

- Garantire flussi informativi costanti per comunicare con i cittadini
- Instaurare relazioni improntate alla continuità e alla correttezza con gli organi di stampa
- Rafforzare la presenza sui Social media
- Ispirarsi ad un concetto di "trasparenza" meno burocratico, che superi cioè gli obblighi previsti dalla normativa

### **Rafforzare l'ascolto e interazione con il cittadino**

- Raccogliere e analizzare le segnalazioni pervenute all'URP
- Sviluppare indagini qualità percepita
- Sviluppare un'attività di Social Media Listening che integri il monitoraggio della stampa

### **Migliorare l'accessibilità e gli aspetti relazionali legati ad accoglienza e umanizzazione**

- Implementare l'accessibilità del sito web istituzionale (INTERNET) sfruttando progressivamente tutte le possibilità funzionali del nuovo sito realizzato su CSM Wordpress secondo le linee guida AGID
- Predisporre modulistica, informative e segnaletica multilingue per gli stranieri, anche in sinergia con la Regione Umbria e le altre Aziende sanitarie
- Implementare un servizio di mediazione culturale stabile, anche in sinergia con la Regione Umbria e le altre Aziende sanitarie
- Predisporre la segnaletica per ipovedenti nelle strutture, anche in sinergia con la Regione Umbria e le altre Aziende sanitarie
- Realizzare il Piano delle azioni di miglioramento in base alle Indagini di qualità e ai report dell'URP

 <p><b>A Z I E N D A O S P E D A L I E R A S A N T A M A R I A T E R N I</b></p> <p>U.O. QUALITA' - ACCREDITAMENTO AZIENDALE Resp. Mauro Ciculi</p>	<p><b>PIANO DI COMUNICAZIONE AZIENDALE ANNI 2023-2025</b></p>	<p>P.A. 25</p> <p>Rev.00</p> <p>del 25-08-2023</p>
	<p><i>S.C. Formazione Qualità Comunicazione</i></p>	<p>Pagina 16 di 20.</p>

#### **Migliorare la comunicazione interna**

- Sviluppare un sito INTRANet aziendale funzionale alle esigenze di un'organizzazione sanitaria pubblica
- Sviluppare una formazione specifica sulle tematiche della comunicazione destinata a personale

#### **Promuovere l'empowerment del cittadino e i rapporti con le associazioni**

- Favorire la partecipazione attiva del cittadino e dei suoi rappresentanti (associazioni, ecc.)
- Produrre materiali a supporto di progetti di promozione della salute, anche in sinergia con la Regione Umbria e le altre Aziende sanitarie

Il percorso per il raggiungimento degli obiettivi del Piano di Comunicazione può essere declinato anche in Piani di Sviluppo della Comunicazione Annuali per una programmazione coerente e sostenibile, dal punto di vista organizzativo ed economico, delle azioni di miglioramento e delle implementazioni di attività e servizi.

## **7. RESPONSABILITA'**

Vedi Paragrafo 4

## **8. INDICATORI E CONTROLLI**

### **8.1 Relazione annuale attività di comunicazione aziendale**

(che comprende i report annuali che devono fornire l'Ufficio stampa e il Social Media Manager)

### **8.2 Relazioni annuali del rpct - responsabile prevenzione della corruzione e trasparenza**

a cura del Responsabile della prevenzione della corruzione e del Responsabile della Trasparenza.

### **8.3 Monitoraggio e valutazione del piano di comunicazione**

Il Piano di Comunicazione deve essere sottoposto ad un processo di monitoraggio e valutazione, verificando l'effettivo stato di avanzamento dell'attuazione di quanto previsto dal Piano di Comunicazione Triennale e/o Annuale.

 <b>A Z I E N D A O S P E D A L I E R A S A N T A M A R I A T E R N I</b> U.O. QUALITA' - ACCREDITAMENTO AZIENDALE Resp. Mauro Ciculi	<b>PIANO DI COMUNICAZIONE AZIENDALE ANNI 2023-2025</b>	P.A. 25 Rev.00 del 25-08-2023
	<b>S.C. Formazione Qualità Comunicazione</b>	Pagina 17 di 20.

In particolare si monitorano e valutano periodicamente:

- l'efficacia delle singole azioni di comunicazione rispetto agli obiettivi, agli strumenti e alle risorse disponibili
- il corretto funzionamento dei flussi informativi interni ed esterni in relazione sia alle normative vigenti (Privacy, Pubblicità e trasparenza...) sia agli obiettivi di comunicazione.

## 9. RIFERIMENTI

### 9.1 Normativa di riferimento

- *Legge 7 agosto 1990, n. 241 Nuove norme in materia di procedimento amministrativo e di diritto di accesso ai documenti amministrativi;*
- *Direttiva del Consiglio dei Ministri del 27/01/1994 (GU Serie Generale n.43 del 22-02-1994);*
- *Direttiva del Presidente del Consiglio dei Ministri 11 ottobre 1994 "Direttiva sui principi per le relazioni con il pubblico";*
- *D.L. n.163 del 12 maggio 1995 convertito nella Legge n.273 dell'11 luglio u.s., "Misure urgenti per la semplificazione dei procedimenti amministrativi e per il miglioramento dell'efficienza delle P.A.";*
- *Direttiva del Presidente del Consiglio dei Ministri 19 maggio 1995: "Schema generale di riferimento della carta dei servizi pubblici sanitari";*
- *Legge n° 150/2000 "Disciplina delle attività di informazione e comunicazione delle pubbliche amministrazioni";*
- *Decreto legislativo n. 267/2000 "Testo unico delle leggi sull'ordinamento degli enti locali";*
- *Decreto Legislativo n. 165/2001 "Norme generali sull'ordinamento del lavoro alle dipendenze delle amministrazioni pubbliche";*
- *Decreto del Presidente della Repubblica n° 422/01 "Regolamento recante norme per l'individuazione dei titoli professionali del personale da utilizzare presso le*

 <b>A Z I E N D A O S P E D A L I E R A S A N T A M A R I A T E R N I</b> U.O. QUALITA' - ACCREDITAMENTO AZIENDALE Resp. Mauro Ciculi	<b>PIANO DI COMUNICAZIONE AZIENDALE ANNI 2023-2025</b>	P.A. 25  Rev.00  del 25-08-2023
	<b>S.C. Formazione Qualità Comunicazione</b>	Pagina 18 di 20.

*PP.AA. per le attività di informazione e di comunicazione e disciplina degli interventi formativi;*

- *Direttiva 7 febbraio 2002 della presidenza del Consiglio dei Ministri, Dipartimento della funzione pubblica "attività di comunicazione delle pubbliche amministrazioni";*
- *Direttiva 8 maggio 2002 della Presidenza del Consiglio dei Ministri, Dipartimento della Funzione Pubblica "Semplificazione del linguaggio dei testi amministrativi";*
- *Linee guida per i siti web della PA – ex art. 4 della Direttiva 8/09 del Ministro per la pubblica amministrazione e l'innovazione;*
- *Direttiva 27 luglio 2005 Presidenza del Consiglio dei Ministri - Dipartimento per l'innovazione e le tecnologie, "Qualità dei servizi on-line e misurazione della soddisfazione degli utenti".*
- *Direttiva 24 marzo 2004 del Ministro della funzione pubblica – "Rilevazione della qualità percepita dai cittadini"*
- *Decreto legislativo n. 235/2010, "Codice dell'Amministrazione Digitale;*
- *Legge n. 69 del 18 giugno 2009 "Disposizioni per lo sviluppo economico, la semplificazione, la competitività nonché in materia di processo civile", 'art. 21, comma 1 – pubblicazione delle informazioni relative ai dirigenti (curriculum vitae, retribuzione, recapiti istituzionali);*
- *Direttiva n.8/09 del Ministro per la Pubblica amministrazione e l'innovazione, per la riduzione dei siti web delle pubbliche amministrazioni e per il miglioramento della qualità dei servizi e delle informazioni on line al cittadino;*
- *Legge Regionale n.18 del 6/11/2012 "Ordinamento del Servizio Sanitario Regionale" legge confluita successivamente nel T. U. 9 aprile 2015 n. 11 "Testo unico in materia di sanità e servizi sociali" ed, in particolare, il Capo I "Partecipazione" ed il Capo II "Diritti degli utenti" del Titolo X " Partecipazione, diritti degli utenti e forme di tutela" del T. Unico, artt. da 95 a 99;*
- *Regolamento Europeo 2016/679 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 27 aprile 2016 relativo alla protezione delle persone fisiche con riguardo al*

 <b>A Z I E N D A O S P E D A L I E R A S A N T A M A R I A T E R N I</b> U.O. QUALITA' - ACCREDITAMENTO AZIENDALE Resp. Mauro Ciculi	<b>PIANO DI COMUNICAZIONE AZIENDALE ANNI 2023-2025</b>	P.A. 25  Rev.00  del 25-08-2023
	<b>S.C. Formazione Qualità Comunicazione</b>	Pagina 19 di 20.

*trattamento dei dati personali, nonché alla libera circolazione di tali dati e che abroga la direttiva 95/46/CE (regolamento generale sulla protezione dei dati);*

- *"Social media e PA, dalla formazione ai consigli per l'uso", Ministro per la semplificazione e la Pubblica Amministrazione, Formez PA, PA Social, Seconda Edizione, Gennaio 2018;*
- *Legge 6 novembre 2012, n. 190, recante "Disposizioni per la prevenzione e la repressione della corruzione e dell'illegalità nella pubblica amministrazione";*
- *D. Lgs. 33 del 20 aprile 2013 "Riordino della disciplina riguardante gli obblighi di pubblicità, trasparenza e diffusione di informazioni da parte delle pubbliche amministrazioni";*
- *D.Lgs. 97/2016 "Revisione e semplificazione delle disposizioni in materia di prevenzione della corruzione, pubblicità e trasparenza, correttivo della legge 6 novembre 2012";*
- *DPR 62 del 2013, Regolamento recante codice di comportamento dei dipendenti pubblici, a norma dell'articolo 54 del decreto legislativo 30 marzo 2001, n. 165.*

## 10. DIFFUSIONE / DISTRIBUZIONE / LISTA DI DISTRIBUZIONE

### 10.1 Diffusione del Piano di Comunicazione

Un sistema integrato e coerente di comunicazione aziendale deve essere patrimonio di tutto il personale aziendale, e a tal fine il Piano Comunicazione deve essere reso noto e distribuito a:

- Servizi di Staff
- Direzioni di Dipartimento
- Direzioni di Struttura (SCA, SC, SSD)
- Direzioni delle Aree delle Funzioni Centrali.

## 11. ARCHIVIAZIONE

La presente PA sarà archiviata secondo la Procedura di Sistema PS04 "Gestione dei Documenti e delle RegISTRAZIONI" in vigore presso l'Azienda Ospedaliera.

