

Azienda Sociosanitaria Ligure n. 4

**PIANO INTEGRATO DI ATTIVITA' E ORGANIZZAZIONE**  
**VP09 – INFO-COMUNICAZIONE**



**P18 – COMUNICAZIONE**



## Premesse

### A. Comunicazione pubblica: cambiamento della Pubblica Amministrazione in sintesi e l'evoluzione della normativa.

La legge n. 150 del 2000, legge quadro sulle attività di informazione e comunicazione delle pubbliche amministrazioni, ed il relativo regolamento di attuazione del 21.09.2001, riqualificano la **Comunicazione pubblica** e rendono istituzionale la figura del comunicatore pubblico, con proprie specifiche competenze e con funzioni trasversali all'intera azienda.

In particolare sono individuate le attività di comunicazione ed informazione istituzionale, forme, strumenti, prodotti, ma anche le tipologie di messaggi e le loro finalità.

Con la successiva Direttiva del Ministro della Funzione Pubblica del 7.02.2002 sulle "Attività di comunicazione delle pubbliche amministrazioni" vengono altresì precisati i principali obiettivi di comunicazione delle amministrazioni:

-informazione trasparente ed esauriente;

-efficienza ed efficacia dei servizi anche attraverso il sistema di comunicazione interna.

Ogni amministrazione pubblica è tenuta a pianificare i propri specifici obiettivi e la propria "strategia comunicativa" da implementare nel tempo e a sviluppare le azioni da intraprendere, con aggiornamenti annuali sulle attività di comunicazione in corso e future, tempi di attuazione e indicazione del budget.

In linea con la normativa con la quale sono state definite le diverse attività di informazione e comunicazione della Pubblica Amministrazione, Asl 4 in prima applicazione ha adottato le proprie linee di Comunicazione strategica Sociale ed istituzionale, individuando le figure e gli uffici preposti a questa specifica funzione.

Le linee guida hanno ispirato le azioni comunicative ai fondamentali principi di:

- Trasparenza

- Efficacia

- Qualità dei servizi

*(Deliberazione 983 del 30.11.2004 – Linee guida di Comunicazione strategica Sociale ed Istituzionale)*

A livello regionale, Regione Liguria ha istituito il sistema informativo regionale integrato, per sviluppare sul territorio le tecnologie dell'Informazione e della Comunicazione, riconoscendo alla Giunta Regionale la funzione di organizzare le attività ed emanare direttive vincolanti ed indirizzi operativi in materia.

A partire dal 2016, nello specifico con argomento di Giunta n. 14 del 29/04/2016, è stato via via introdotto il **coordinamento** delle attività di comunicazione della Regione Liguria e degli enti del servizio sanitario regionale, sino alla costituzione di un vero Ecosistema.

A seguito degli indirizzi operativi per la comunicazione integrata definiti con DGR 1301 del 30/12/2016, con successiva **D.G.R. n. 352 del 2017** sono state approvate le nuove linee strategiche della comunicazione regionale ed è stata data attuazione al nuovo logo di ASL4 ed al nuovo layout del sito aziendale [www.asl4.liguria.it](http://www.asl4.liguria.it), in quanto ente del sistema regionale.

Con la stessa delibera è stato altresì dato mandato al settore Presidenza di attuare la strategia di comunicazione e di approvarne i documenti tecnici attuativi (tra cui il Manuale d'uso dei loghi degli enti del sistema regionale e il Documento di assetto dei siti, delle mobile app e dei social) e disporre che ogni attività ed iniziativa di comunicazione risponda alla strategia unitaria.

**Con Delibera 352 del 26 maggio 2017**, nell'Azienda Sociosanitaria n. 4 è stata quindi adottata ed attuata una nuova strategia di **Comunicazione integrata** a vari livelli che prevede obiettivi, strumenti, attori e responsabilità definite e condivise e la redazione del piano di attività annuali

di comunicazione ed informazione, in linea con art. 12 della Legge quadro in materia di comunicazione pubblica (L. 150 del 2000).

Con il Programma Strategico Digitale di Regione Liguria 2019 - 2021, approvato nel 2019, sono stati poi individuati obiettivi strategici a valenza pluriennale per lo sviluppo della comunicazione **digitale** ed è stato identificato nel modello regionale ligure degli ecosistemi digitali l'ecosistema **“Comunicazione digitale della Liguria e del suo sistema pubblico”**

Per la comunicazione digitale, multicanale ed integrata del sistema regionale (siti web, app, social network, radio, televisione) sono previste azioni coordinate e regia unificata estesa a tutte le fasi del processo di produzione dell'informazione.

Da ultimo, con la DGR 899 del 2020, a completamento di quanto già previsto dalla DGR 256/2017 e nell'ottica di promuovere il coordinamento digitale all'insieme degli enti del sistema Informativo Integrato Regionale (SIIR) ha disposto una serie di azioni, individuando nella società in house Liguria Digitale spa, che già svolge le funzioni di centrale di committenza in materia di beni e servizi della comunicazione ed oggi dotata di apposita divisione specializzata (Liguria Comunica) - il soggetto delegato alla pianificazione e gestione della comunicazione negli enti del SIIR, esplicitata tramite la presentazione del *Programma annuale della Comunicazione regionale* all'approvazione della Giunta regionale (in tale contesto si considerano ricomprese tutte le forme di comunicazione, sia di servizio pubblico sia di informazione al cittadino attraverso siti web, canali social e i media, come pure l'organizzazione di eventi e di promozione istituzionale del territorio).

Il programma regionale esplicita la strategia di comunicazione, le campagne, le azioni ed i budget previsti, da finanziarsi pro quota da parte degli enti committenti.

E' previsto che ogni ente appartenente al SIIR provveda con specifico atto all'incarico su base annuale a Liguria Digitale per la propria componente del Programma annuale, assicurandone la compartecipazione alla spesa.

L'Azienda Sociosanitaria n. 4 con Delibera n. 545 del 19/11/2020 ha preso atto dei contenuti e degli indirizzi regionali individuando il Direttore della SC Sistema Informativo, in sinergia con il dirigente della SSD Comunicazione ed informazione, per la valutazione dell'adesione ed l'eventuale percorso di competenza.

## **B. Comunicazione strategica. Distinzione tra comunicazione ed informazione.**

Perché comunicare? Semplicemente, perché non è possibile non farlo. In una situazione di risorse personali e strumentali limitate, la comunicazione diventa una funzione trasversale e strategica nel governo di un'azienda sanitaria, che in quanto azienda è soggetta appunto ai vincoli di efficienza, efficacia ed economicità, ed in quanto pubblica ha il compito di mettere al **centro il cittadino**, destinatario dei suoi servizi e prestazioni e soggetto che ne legittima la stessa esistenza.

Per raggiungere questa visione, la Strategia della Comunicazione dovrà garantire che le informazioni rese disponibili siano tempestive, accurate e comprensibili a chi le riceve.

E' necessario distinguere tra semplice informazione ed efficace comunicazione.

L'Azienda deve tendere a forme di comunicazione a doppio senso, c.d. circolare, quindi non solo curare la corretta diffusione e l'utilizzo delle informazioni disponibili, ma la possibilità di avere un ritorno, un feedback in tal senso da parte dei destinatari delle stesse.

Fondamentale risulta pertanto l'utilizzo di mezzi di comunicazione mirati ed efficaci e **l'ascolto “attivo”** delle persone, sia all'interno che all'esterno dell'azienda, che permette a tutto il personale coinvolto la possibilità di fornire risposte puntuali e quando possibile tempestive.

Una Strategia della Comunicazione comprende quindi due grandi aree, tra loro interdipendenti: Comunicazione interna e Comunicazione esterna.

### **B.1) Comunicazione Interna.**

Per raggiungere i suoi obiettivi, l'azienda deve avere il supporto e la collaborazione di tutto il personale che, prioritariamente, deve essere portato a conoscenza (e comprendere) gli obiettivi non solo della propria struttura ma dell'azienda nel suo complesso.

Come già evidenziato la comunicazione della nostra azienda è "organizzativa" e la sua efficacia, intesa come raggiungimento dello scopo, dipende dalla sintonia della comunicazione esterna con quella interna.

Possiamo definire la comunicazione interna come "la capillare e trasparente circolazione delle informazioni finalizzata al coinvolgimento di tutti gli operatori nella condivisione della mission, della cultura e dei valori dell'azienda."

D'altra parte gli operatori hanno la responsabilità di tenersi informati attraverso i canali a loro disposizione e di sfruttare l'opportunità di esprimere la propria opinione nella gestione dell'Azienda.

Per quanto riguarda in particolare le problematiche relative alla cura del paziente o alla gestione dei servizi aziendali, deve essere garantita l'adozione di procedure che consentano agli operatori di poter fare sempre riferimento a persone/responsabili competenti e chiaramente individuate, per poter condividere e risolvere eventuali imprevisti e responsabilità. Il personale, specie di contatto, vive quotidianamente i bisogni e le aspettative (legittime o non) dei cittadini, pazienti e familiari che usufruiscono dei servizi e prestazioni aziendali, conosce le criticità quotidiane e le necessità contingenti, può quindi apportare il proprio contributo per migliorare aspetti come la qualità percepita dal cittadino e contribuire ad eventuali azioni di miglioramento.

#### **Obiettivi:**

Attraverso comunicazioni efficaci l'Azienda potrà garantire che:

- Il personale sia a conoscenza dei valori dell'Azienda e dei suoi obiettivi, come pure delle sue risorse e dei limiti (economici e normativi) ai quali la sua azione è soggetta
- Il personale sia costantemente informato di quanto avviene in Azienda:
- Chi è responsabile di cosa; quali servizi vengono erogati e dove; quali cambiamenti sono in previsione.

Il risultato di regolari ed efficaci comunicazioni sarà:

- uno staff che si sente valorizzato, rispettato e che sviluppa un senso di appartenenza dell'Azienda;
- uno staff ben informato la cui attenzione è rivolta principalmente al paziente
- il consolidarsi di un sistema di comunicazione circolare all'interno dell'azienda, strumentale ad una corretta comunicazione con l'esterno.

Per raggiungere tale risultato in Asl 4 sono stati adottati molteplici strumenti:

- Il Portale del Dipendente: nell'apposita sezione "Documenti Informativi" vengono pubblicate tutte le comunicazioni aziendali
- "Caro Collega ti informo": rassegna stampa mensile
- "La Tua Asl ti informa": mensile sulle iniziative che riguardano l'azienda

- Iniziative rivolte al personale: un esempio è “Benvenuti in Asl4”, iniziativa dedicata ai neo assunti

## B.2) Comunicazione Esterna.

Come riconosciuto dalla citata legge 150/2000 all'art.9 - l'azienda comunica all'esterno con i cittadini, singoli ed associati, con l'ambiente, con altre istituzioni e con i mezzi di comunicazione di massa.

Nei confronti della cittadinanza l'azienda assicura la continuità ed il miglioramento di alcuni strumenti comunicativi finalizzati al raggiungimento di determinati obiettivi ritenuti prioritari nel rapporto con i cittadini e l'ambiente circostante:

- **informare e tutelare per facilitare l'accesso** dei cittadini ai servizi e garantire la possibilità di scelta da parte del cittadino: deve essere assicurata la massima trasparenza nell'operato ed i pazienti devono avere le più ampie possibilità di effettuare una scelta informata relativamente al trattamento cui vengono sottoposti;
- garantire in ogni caso **il diritto di partecipazione** alle attività dell'ente da parte dei cittadini singoli o associati (c.d. EMPOWERMENT). L'Azienda si propone inoltre il coinvolgimento dei pazienti/cittadini nell'erogazione e modalità di erogazione dei propri servizi: attraverso l'analisi dei punti di vista dei diversi portatori di interesse e destinatari dei servizi nella fase di pianificazione degli stessi, l'ascolto sistematico e attivo di chi si rivolge all'Azienda anche attraverso l'espressione della sua soddisfazione (o insoddisfazione) e delle sue reali necessità, sarà possibile individuare aree critiche e spazi di miglioramento; sino ad arrivare ad una vera e propria riprogrammazione del servizio offerto.
- curare e promuovere **l'immagine dell'azienda**, cercando di rendere visibili e valorizzare i fattori di qualità dei servizi erogati affinché si colmi il gap che può esistere tra ciò che siamo realmente e l'immagine percepita dal cittadino: è necessario far conoscere l'Azienda ed i suoi servizi, ma anche chi e come li eroga, non basta “saper fare” o “fare”, è necessario anche “far sapere”.
- comunicare con il cittadino significa anche **educarlo**; fornirgli le conoscenze e le abilità personali necessarie per la salute individuale e collettiva, rendendolo un interlocutore attivo che, opportunamente informato e consapevole delle scelte sanitarie operate per il recupero e la prevenzione del suo stato di salute, esprima il proprio consenso.

### Il Risultato sarà che :

- il Cittadino comprenderà meglio quali sono i servizi e le prestazioni che l'Azienda fornisce e le corrette modalità di erogazione.
- Acquisirà maggiore fiducia nell'Azienda, valutando i servizi offerti dall'azienda come prima scelta per le cure ospedaliere, domiciliari e gli interventi di prevenzione.

Per raggiungere i risultati precedentemente menzionati, i contenuti diffusi sono pubblicati su diversi tipi di canali. Grazie alle interviste e alla presentazione dei professionisti e della loro équipe, Asl4 informa gli utenti sui servizi offerti e sulle attività svolte dalle varie strutture. Gli obiettivi sono: **promuovere le capacità aziendali al servizio degli utenti e mostrare la professionalità del personale sanitario nell'assistere e assicurare le migliori cure**. Si è puntato alla comunicazione sanitaria digitale come ulteriore strumento per intercettare i bisogni degli utenti e informarli correttamente oltre sulle attività contingenti anche sulle campagne di

prevenzione. La comunicazione digitale scelta dall'azienda si basata sul dialogo, sull'ascolto e sulla partecipazione.

I contenuti condivisi sui social media aziendali (Facebook e Instagram) servono ad aprire il dialogo, a coinvolgere le persone e a creare connessioni fidelizzando gli utenti, attraverso un dialogo alla pari con i cittadini/pazienti.

## C. Strumenti

La legge quadro in tema di comunicazione prevede come interlocutori privilegiati

- L'ufficio Relazioni con il Pubblico (URP)

- l'Ufficio Stampa.

A seguito di diverse riorganizzazioni aziendali in attesa della ridefinizione del POA 2023, l'assetto organizzativo aziendale prevederà i seguenti uffici in staff alla Direzione generale:

- **“Ufficio Relazioni con il Pubblico ed esterne, qualità percepita e Accoglienza”**

- **“Ufficio Stampa”**

- **“Ufficio Formazione”**

### L'Ufficio Relazioni con il Pubblico

Nasce come punto di informazione ed orientamento, al quale i cittadini possono rivolgersi per presentare suggerimenti, reclami o ringraziamenti.

Attraverso l'ascolto attivo del cittadino, il monitoraggio delle segnalazioni ed i contatti con le associazioni di volontariato e tutela, l'Ufficio Relazioni garantisce la tutela di importanti diritti come l'accesso agli atti e servizi aziendali, il diritto ad essere informati e ad essere coinvolti nella gestione della cosa pubblica, con il chiaro ed esplicito obiettivo di un costante miglioramento nella qualità dei servizi.

La gestione delle segnalazioni dei cittadini da parte di personale specificamente formato e idoneo ne garantisce l'imparzialità e trasparenza, il monitoraggio costante e l'elaborazione della Statistica dei reclami pervenuti sono lo spunto per elaborare riflessioni di carattere generale sul ruolo della comunicazione e sulle opportunità che offre, non solo per gli addetti ai lavori ma soprattutto per i vertici e la Direzione Strategica.

Attualmente la gestione delle “relazioni” si rivela sempre più complessa e strategica in un clima di risorse aziendali non infinite, di politiche sempre più rigorose e di situazioni di emergenza come quella pandemica, fondamentale risulta fornire in ogni caso una risposta adeguata al cittadino, attraverso una presa in carico globale.

Per facilitare l'ascolto e la raccolta delle segnalazioni, sono utilizzabili più canali:

- è disponibile e scaricabile dal sito disponibili sul sito **modulo di segnalazione** facilmente individuabile e relative cassette di raccolta poste presso i principali punti di accesso e le sedi decentrate (Borzonasca, Rezzoaglio, Cicagna)
- contatti **telefonici o verbali**, che comportano comunque la presa in carico ed una risposta immediata o mediata al cittadino (richieste chiarimenti ed informazioni, segnalazioni non formalizzabili anonime o non circostanziate, orientamento al servizio competente, assistenza per alcuni servizi on line)

- contatti **via mail**: con la sempre maggior diffusione della tecnologia gran parte dei contatti perviene oggi **via e-mail** ([urp@asl4.liguria.it](mailto:urp@asl4.liguria.it) e [info@asl4.liguria.it](mailto:info@asl4.liguria.it)) e la maggior parte delle attività istruttorie e di back office vengono gestite con utilizzo della posta elettronica aziendale.
- rilevazioni della qualità percepita dai cittadini, che l'Ufficio Relazioni di ASL 4 attua oramai da diversi anni attraverso la realizzazione e somministrazione di **questionari di Customer satisfaction**, che rappresentano uno degli strumenti più consolidati per verificare il livello di soddisfazione dei cittadini destinatari dei servizi e predisporre azioni di miglioramento;
- coinvolgimento e la partecipazione dei cittadini singoli ed associati a progetti specifici, tramite rapporti consolidati con le associazioni di volontariato e tutela e la convocazione di un tavolo stabile di confronto (**Comitato Misto Consultivo** aziendale, al quale partecipano le associazioni più rappresentative del territorio, presieduto dal Direttore Sanitario – delibera 135 del 03/03/2023)

Tra le attività di competenza dell'ufficio la programmazione e realizzazione del **Bilancio Sociale**, della **Carta dei Servizi** aziendale e relativi aggiornamenti. La Carta dei Servizi è intesa come patto tra l'Azienda ed i cittadini e si ispira ai principi di imparzialità nell'erogazione delle prestazioni e uguaglianza nel diritto di accesso ai servizi.

Attraverso lo strumento del Bilancio Sociale, ASL 4 ha scelto di rendere conto ai cittadini ed alle istituzioni del suo territorio delle scelte gestionali effettuate e dell'utilizzo delle sue risorse umane, finanziarie e strumentali, sempre nell'ottica della massima trasparenza e condivisione.

Da alcuni anni il Bilancio viene presentato alla popolazione nell'ambito della Giornata della Trasparenza istituzionale.

## L' ufficio stampa

Per quanto riguarda i mezzi di comunicazione di massa, essi rappresentano un vero e proprio pubblico al quale deve rivolgersi la comunicazione aziendale; un pubblico a parte, che ha proprie esigenze, aspettative e regole e deontologia; un pubblico che non si limita a recepire le numerose informazioni che arrivano dalle varie fonti, istituzionali e non, ma che è in grado di incidere sull'opinione dei cittadini.

La qualità delle relazioni che l'azienda costruisce con i Media influisce sulla qualità degli articoli che vengono pubblicati, e di conseguenza sull'immagine che ne deriva per l'azienda.

L'Azienda collabora con tutti i media (quotidiani, internet, radio o televisione) affinché siano utilizzate tutte le opportunità per comunicare con la comunità locale di riferimento, sempre tenendo conto della tutela e valorizzazione della propria immagine aziendale.

Le relazioni con i mezzi di informazione sono curate in primis dall'Ufficio Stampa, in stretta sinergia con l'Ufficio Relazioni con il Pubblico.

**L'Ufficio stampa di ASL 4, istituito con Delibera n. 215 del 11.03.2004, gestisce le relazioni con i media, cura l'aggiornamento e revisione del sito internet aziendale, elabora i contenuti e la grafica di tutti i prodotti editoriali aziendali, programmati all'interno di un calendario editoriale mensile:**

- comunicati stampa
- inviti e organizzazione per conferenze stampa, eventi, convegni, inaugurazioni, ecc.

- brochures ed opuscoli informativi per i servizi aziendali e strutture ospedaliere e scaricabili on line.
- manifesti e brochure dei corsi di formazione organizzati dall'azienda;
- campagne di prevenzione della salute;
- redazione e sviluppo grafico dell'annuale Bilancio Sociale e della Carta dei Servizi;
- gestione canali social media aziendali (Facebook, Instagram);
- insieme all'Ufficio Relazioni l'ufficio partecipa al gruppo regionale sulla Comunicazione Sanitaria con l'obiettivo di condividere necessità e buone pratiche ed uniformare le modalità di approccio comunicativo con la cittadinanza.

Il responsabile dell'Ufficio Stampa viene contattato direttamente dai media senza vincoli di orario ed anche nei giorni festivi, per avere informazioni su eventi, situazioni di emergenza ecc.

Ogni qualvolta il giornalista viene contattato, dopo avere raccolto tutte le informazioni utili, si interfaccia con i vertici aziendali per fornire risposte adeguate e concordate, sempre nel rispetto della riservatezza delle questioni relative ai pazienti (comunicazioni reattive).

### **Il Portale aziendale e la sezione “Trasparenza”**

Il sito internet dell'Azienda, [www.asl4.liguria.it](http://www.asl4.liguria.it), è operativo dal 2001 ed è sempre stato gestito dall'Ufficio stampa che ha provveduto nel tempo ad un costante aggiornamento del portale nella grafica e nei contenuti.

Nel corso del 2017/18 è stato sostituito il vecchio sito internet ormai obsoleto, con una nuova piattaforma ed è stato implementato al fine di garantire una migliore accessibilità e un più facile utilizzo da parte dei cittadini.

Il Decreto Legislativo 33/ 2013 individua il portale come “il principale strumento attraverso cui il legislatore intende conseguire maggiori livelli di trasparenza rispetto all'azione amministrativa” e con la sua entrata in vigore è stata implementata - e viene costantemente aggiornata - l'apposita sezione dedicata all'Amministrazione trasparente”

### **D. Responsabilità dell'Azienda in materia di comunicazione**

L'Azienda ha, nei confronti del pubblico, la responsabilità di garantire innanzitutto che siano soddisfatti gli obblighi previsti dalla normativa nazionale e regionale. ASL 4 garantisce la conformità alla normativa sulla Riservatezza dei Dati sanitari e l'accessibilità ai Regolamenti sull'Informazione e accesso agli atti.

Le informazioni vengono messe a disposizione dei cittadini attraverso le nostre pubblicazioni o su richiesta, sempre con la garanzia che i dati sensibili o informazioni che possono identificare i pazienti restino riservate e vengano utilizzate, solo se necessario, in base al consenso ricevuto.

Tutto il personale deve essere consapevole dell'obbligo di trattare le informazioni in modo appropriato e che una strategia di governo e trasmissione delle comunicazioni ed informazioni è prevista per l'intera azienda, seppur con responsabilità e livelli diversi. (vedi schede di sintesi)

Le modalità di comunicazione e i soggetti coinvolti e responsabili nel processo di comunicazione si riassumono nelle tabelle di sintesi in allegato.

<b>Tab. A COMUNICAZIONE INTERNA</b>		
<i>Diffusione interna delle informazioni</i>		
METODO DI COMUNICAZIONE	RESPONSABILITA'	FREQUENZA
Team Brief	Direzione, URP e Ufficio Stampa Persone nominate per comunicare a cascata le informazioni a tutto il personale dell'Azienda	Secondo necessità
Portale del Dipendente	Ufficio Personale e D.I.T.	Secondo necessità e richieste altri settori
Sito Internet: ➤ Documentazione e Pubblicazione ➤ Informazioni specifiche su pagine dedicate	➤ Ufficio Stampa ➤ Gruppi di operatori che forniscono informazioni all'URP e all'Ufficio Stampa	➤ Secondo necessità ➤ Secondo necessità ➤ Gestione statistiche del sito (numero accessi ecc.)
E-mail	Disponibili a tutti gli operatori per le comunicazioni di servizio	Secondo necessità
Bacheche ➤ bacheche generali ➤ bacheche particolari in aree dedicate (personale, Sindacato)	➤ URP ➤ Ufficio Personale, RSU aziendale, CRAL	Secondo necessità
Rete dei Referenti della Comunicazione interna ed Esterna. Creata con delibera 414 del 10.06.2010 e successivi aggiornamenti	Delegati dal responsabile, diffondono a cascata le informazioni a tutti gli operatori del proprio settore e ne curano la trasmissione tempestiva al settore Comunicazione (es. variazione orari, organico, progetti, eventi ecc.)	Secondo necessità o su richiesta
Altri comitati a rilevanza interna: ➤ Comitato Etico ➤ Gruppo Privacy ➤ Gruppi di lavoro per specifici argomenti anche intersettoriali (es. semplificazione, gruppi Qualità)	Curano la diffusione a cascata delle informazioni, mediante mailing list o pubblicazione dei verbali sul sito.	Trimestralmente
Riunioni di Dipartimento/reparto: Collegio di Direzione Riunione Qualità e Risk	Direzione e Dirigenza  SSD Qualità Responsabile struttura e RQ	Secondo protocolli dipartimentali/di reparto

management		
Incoraggiare e valorizzare senso di appartenenza		
METODO DI COMUNICAZIONE	RESPONSABILITA'	FREQUENZA
Il responsabile indice e partecipa alle riunioni dello staff	Responsabili struttura, Coordinamenti, Posizioni organizzative	Secondo necessità, si raccomanda frequenza mensile
Deve essere assicurata la massima disponibilità ad incontrare il personale e deve essere privilegiata la comunicazione de visu	Responsabili di struttura, Coordinamenti, Posizioni organizzative	Secondo necessità
Iniziative coinvolgenti il personale: -CRAL Aziendale -Formazione e aggiornamento - Team Building	Ufficio Relazioni, Personale e Formazione;	Continua
Incoraggiare una comunicazione bilaterale		
METODO DI COMUNICAZIONE	RESPONSABILITA'	FREQUENZA
Suggerimenti e proposte da parte operatori	Direzione Strategica e responsabili strutture con Iniziative e strumenti ad hoc	Secondo necessità
Domande e feedback	Il personale può porre domande e chiedere chiarimenti, sarà cura del responsabile/coordinatore dare opportune istruzioni	Continua
Coinvolgimento del personale nei processi decisionali	Ogni responsabile dovrebbe consultarsi con gli operatori, quando vengono prese delle decisioni che possono influenzare la loro area di lavoro (nell'ottica down-top)	Continua
Efficacia della comunicazione a cascata delle informazioni	La Dirigenza ed i responsabili devono garantire una formazione adeguata in tema di comunicazione aziendale, metodo di lavoro condiviso e gestione strumenti.	Continua

<b>Tab. B COMUNICAZIONE ESTERNA</b>		
<b>METODO DI COMUNICAZIONE</b>	<b>RESPONSABILITA'</b>	<b>FREQUENZA</b>
Riconoscimento dei gruppi di miglioramento aziendale che coinvolgono i cittadini in forma associata per garantire che abbiano informazioni corrette ed individuare criticità e azioni di miglioramento (es. Gruppo Agenas – TDM ecc...)	Responsabilità congiunta del Direttore Generale e del Gruppo per il coinvolgimento dei pazienti/utenti in forma associata.	
Promuovere il corretto utilizzo dei moduli per i commenti dei pazienti (OPINIONE dell'UTENTE)	Coordinatori (collaborano altresì all'analisi delle criticità e implementazione delle azioni correttive)	Costante
Aumentare la conoscenza delle attività dell'Azienda nella comunità locale:  ➤ Tenendo degli 'open days' per aree specifiche; ➤ Predisponendo bacheche informative nei reparti/Dipartimenti per evidenziare le caratteristiche e le attività individuali;	Direzione e personale devono individuare opportunità adeguate per l'URP e l'Ufficio Stampa, che daranno consigli sui metodi più appropriati di comunicazione e li faciliteranno se necessario.	
Garantire l'ascolto attivo dei cittadini e la presa in carico delle loro richieste:  ➤ Partecipazione ai Comitati Misti Consultivi con le associazioni dei cittadini  ➤ Incoraggiare la partecipazione agli incontri aperti al pubblico per discutere il lavoro	Ufficio Relazioni con il Pubblico in collaborazione con la Direzione che deve essere informata sulle questioni sollevate e deve garantire risposte appropriate.  Ufficio Relazioni con il Pubblico e Direzione Sanitaria  Ufficio Stampa pubblicizza le iniziative e convegni pubblici	Due volte all'anno o su richiesta  Secondo necessità

<p>svolto o presentare progetti rilevanti per la comunità</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Attraverso l'analisi dei moduli per le segnalazioni dei commenti dei pazienti e dei loro suggerimenti</li> <li>➤ Predisponendo attività di Customer Satisfaction per la rilevazione della soddisfazione del paziente e dei suoi familiari (questionari di rilevazione qualità percepita)</li> </ul>	<p>Ufficio Relazioni con il Pubblico collabora con Direzione che deve essere informata sulle questioni sollevate e garantire risposte appropriate</p> <p>Ufficio Relazioni con il Pubblico</p>	<p>Continua e (Report delle Segnalazioni con cadenza Annuale)</p>
<p>Gestione delle Relazioni</p>		
<p>METODO DI COMUNICAZIONE</p>	<p>RESPONSABILITA'</p>	<p>FREQUENZA</p>
<p>La Direzione Strategica Aziendale ed i responsabili si incontrano regolarmente.</p>	<p>Direttore Generale</p>	<p>Secondo necessità</p>
<p>Rendicontazione sociale dell'utilizzo delle risorse (bilancio Sociale, economico ecc)</p>	<p>Direzione Generale, Settore Bilancio</p>	<p>Annuale</p>
<p>Presenza in carico del cittadino</p>	<p>Ufficio Relazioni, desk accoglienza</p>	<p>Continua</p>
<p>Rapporti con i media</p>		
<p>METODO DI COMUNICAZIONE</p>	<p>RESPONSABILITA'</p>	<p>FREQUENZA</p>
<p>Incoraggiare buone relazioni con i media e le radio locali nei seguenti modi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Essere proattivi attraverso la promozione delle attività dell'Azienda;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ L'Ufficio Stampa seleziona gli articoli, condividendoli con la Direzione Generale, qualora assumano valenza strategica</li> </ul>	<p>Giornaliera</p>

<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ L'Ufficio Stampa in accordo con la Direzione Generale può proporre ed organizzare interviste all'interno dei reparti per pubblicizzare le eccellenze dei nostri reparti;</li> <li>➤ L'Ufficio Stampa può organizzare su richiesta dei media interviste all'interno di trasmissioni divulgative e di approfondimenti sanitari;</li> <li>➤ Organizzare conferenze stampa su argomenti specifici ai quali dare rilievo, garantendo la totale copertura mediatica;</li> <li>➤ Garantire risposte sollecite, pertinenti ed adeguate alla differente tempistica dei media rispetto alla necessità di informazione;</li> <li>➤ Accrescere la conoscenza della politica di gestione dei media fra il personale.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Ufficio Stampa in accordo con Direzione Generale contatta i soggetti che saranno relatori per l'Azienda all'interno del contenitore scelto</li> <li>➤ Ufficio Stampa in accordo con Direzione Generale contatta i soggetti che saranno relatori per l'Azienda all'interno del contenitore scelto</li> <li>➤ Ufficio Stampa in accordo con Direzione Generale</li> <li>➤ Tutto il personale dovrebbe essere a conoscenza della politica aziendale, che descrive in dettaglio le responsabilità degli operatori quando devono trattare con i media.</li> </ul>	
Gestione del portale aziendale		
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Promuovere la conoscenza dei servizi aziendali attraverso il sito web;</li> <li>➤ Promuovere l'accessibilità al sito e ai servizi on line,</li> </ul>	<p>Ufficio Stampa, Ufficio Relazioni col Pubblico in sinergia con DIT per la parte tecnologica</p>	<p>Continua</p>

<p>la disponibilità della modulistica</p>		
<p>➤ Implementare la cultura della trasparenza attraverso l'aggiornamento dell'apposita sezione</p>	<p>Responsabile trasparenza</p>	<p>Continua</p>

## APPENDICE

### I. Iniziative in corso o da realizzare nel 2025

Attività già pianificate, in corso di realizzazione e/o realizzate

L'elenco è passibile di variazioni a seconda delle esigenze e degli obiettivi specifici di comunicazione o degli eventi in divenire

<b>Titolo iniziativa</b>	<b>Oggetto</b>	<b>Strumenti</b>	<b>Target di riferimento</b>
<b>Carta dei Servizi 2025</b>	Redatto a cura Ufficio Stampa/ URP	Sito internet	Cittadini e associazioni
<b>Bilancio sociale 2024</b>	Redatto a cura Ufficio Stampa/ URP	Sito internet Distribuzione cartaceo	Cittadini, comunità locale ed altri stakeholder aziendali
<b>Rapporto di mandato 2022-2025</b>	Redatto a cura Ufficio Stampa	Sito internet Distribuzione cartaceo	Cittadini, associazioni, comunità locale ed altri stakeholder aziendali
<b>La Tua ASL Ti informa</b>	Periodico mensile di aggiornamento sulle attività svolte e sugli eventi in asl4  Rassegna stampa mensile Redatto a cura dell'ufficio Stampa	Portale del dipendente	Dipendenti
<b>Promozione Comunità in Salute</b>	Prosecuzione delle iniziative legate alla presentazione delle Comunità in Salute (Val di Vara, val d'Aveto, ...)	Sito internet Canali social Media Incontri con le comunità	Cittadini stakeholder
<b>Stagioni della Prevenzione Gulliver</b>	Prosecuzione delle iniziative legate alla campagna di prevenzione della salute	Sito internet Canali socia Distribuzione cartacea In collaborazione con Coop Liguria Rotary, Lions , Terzo Settore, Confindustria e associazioni del territorio	cittadini
<b>Porte aperte negli ospedali "bollini rosa" e nelle RSA "Bollini rosa argento"</b>	Giornate mondiali salute della donna in collaborazione con Onda - Osservatorio Donna -	Visite, consulti, momenti di ascolto, esami strumentali, eventi informativi aperti	Popolazione femminile territorio Asl 4

Titolo iniziativa	Oggetto	Strumenti	Target di riferimento
	Date da definirsi <b>Partecipazione al Bando 2025/2027</b>	alla cittadinanza, colloqui, screening, molte altre attività gratuite nell'ambito di varie aree specialistiche	
<b>Giornate mondiali, nazionali ecc.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Giornata mondiale Alzheimer –</li> <li>Settimana Allattamento Materno</li> <li>tumore al seno LILT nastro rosa</li> <li>- Giornata Diabete</li> <li>- Giornata del Ciclamino (Sclerodermia)</li> <li>- Obesity Day</li> <li>- Giornata mondiale Violenza contro le donne</li> <li>Giornata Mondiale dell'Aids</li> <li>Giornata Mondiale Parkinson</li> <li>Skin Cancer Day</li> <li>Giornata Mondiale Malato</li> <li>Giornata Mondiale Igiene Mani</li> <li>Giornata per la sicurezza delle cure</li> <li>Giornata del Sollievo</li> <li>Giornate organizzate con Onda</li> <li>Giornata del Dono</li> </ul> <p><b>Altri eventuali eventi organizzati nel corso del 2025 secondo il calendario reso noto da Alisa</b></p>	<p>Publicazioni su sito internet</p> <p>Comunicati</p> <p>Visite gratuite</p> <p>Eventi divulgativi</p> <p>incontri</p> <p>Le Giornate vengono organizzate a seconda della disponibilità del personale Medico con visite gratuite e momenti di ascolto.</p>	(Organizzazione con varie strutture Asl 4) Cittadinanza Associazioni
<b>Convegni aperti al pubblico e in modalità web</b>	Da organizzare eventualmente in collaborazione con ALISA e Regione Liguria		Progetto con Alisa
<b>Sito istituzionale</b>	Aggiornamenti quotidiani ed implementazione di un canale digitale	Word press	Cittadini- operatori – media ecc
<b>Attivazione di canali social</b>	Facebook, Linkedin, Twitter, Instagram, Tik	Iscrizione profilo	Cittadinanza –

<b>Titolo iniziativa</b>	<b>Oggetto</b>	<b>Strumenti</b>	<b>Target di riferimento</b>
	Tok	pubblico	Media- operatori
<b>Giornata istituzionale Trasparenza</b>	Giornata istituzionale Anticorruzione e Trasparenza	Convegno, incontri di specialisti con la popolazione, presentazione Bilancio Sociale, divulgazione brochure su stili di vita – pubblicità sul sito - conferenza stampa	Cittadinanza MMG- Associazioni Volontariato Personale sanitario e amministrativo Asl 4 tutte le altre ASL e Aziende Ospedaliere Regione Liguria- Alisa
<b>Somministrazione questionari qualità percepita</b>	A cura URP e in collaborazione con sc Qualità	Somministrazione di questionari di qualità percepita ai cittadini	Cittadini, utenti, fruitori dei servizi ASL
<b>Missione Salute</b>	Attivazione di un nuovo Podcast su Spotify fruibile anche dal sito su argomenti proposti dalle strutture di prevenzione e informazione	Sito Internet e canale Spotify	Cittadini, utenti, fruitori dei servizi ASL
<b>Rubriche tematiche mensili</b>	Attivazione di rubriche tematiche mensili in collaborazione con le strutture per approfondimenti di temi specifici (Es. Disturbi alimentazione e nutrizione)	Sito internet e canali sociali	Cittadini, utenti, fruitori dei servizi ASL

## II. Calendario giornate della salute previsto da ALISA

### CALENDARIO DELLE FESTIVITA' E DELLE GIORNATE ITALIANE, EUROPEE E MONDIALI

#### **GENNAIO**

24-30 Tumore collo dell'utero

#### **FEBBRAIO**

4 Febbraio – Giornata Mondiale contro il Cancro

11 Febbraio – Giornata Mondiale del Malato

20 Febbraio Giornata delle Professioni sanitarie

29 Febbraio – Giornata Mondiale delle malattie rare

#### **MARZO**

3 Marzo – Giornata Internazionale dell'udito

4 Marzo Giornata HPV. Una **giornata** e una campagna su scala mondiale per parlare di **HPV**, il **papillomavirus** umano, per spiegare cos'è, a quale rischi espone e soprattutto come fare per ridurne l'impatto attraverso lo screening e la vaccinazione

15 Marzo – Giornata del Focchetto Lilla (contro i DCA – Disturbi Comportamento Alimentare)

19-27 Marzo: **Settimana prevenzione oncologica** (con LILT Genova). Istituita con Decreto del Presidente del Consiglio nel 2001, ha lo scopo di diffondere la cultura della prevenzione e l'importanza di corretti e sani stili di vita, quali: non fumare, non bere alcolici, alimentarsi adeguatamente nella giusta stagionalità, fare attività fisica per combattere la sedentarietà e tutte le malattie ad essa correlate, riposare, effettuare controlli periodici per la diagnosi precoce. Il simbolo della Settimana per la Prevenzione è - da sempre - l'olio extravergine di oliva 100% italiano, re della dieta mediterranea: eccellenza della tradizione enogastronomica italiana è anche un amico della nostra salute, l'oro verde" con accertate caratteristiche nutrizionali ed organolettiche in grado di proteggerci da diversi tipi di tumore.

21 Marzo – Giornata Mondiale per la Sindrome di Down

23 Marzo – Giornata mondiale dell'Endometriosi

#### **APRILE**

2 Aprile – Giornata Mondiale della Consapevolezza dell'Autismo

7 Aprile – Giornata Mondiale della Salute

11 Aprile - Giornata nazionale per la donazione organi

22 Aprile – Giornata nazionale della salute della donna

24 Aprile – Giornata Mondiale contro la Meningite

#### **MAGGIO**

5 Maggio – Giornata Mondiale per l'igiene delle mani

5 Maggio – Giornata Internazionale delle ostetriche

9 Maggio – Giornata mondiale contro il Tumore ovarico

12 Maggio – Giornata Internazionale dell'Infermiere

16 Maggio – Giornata Malato oncologico

17 Maggio – Giornata mondiale contro l'ipertensione

19 Maggio – Giornata mondiale malattie croniche intestinali

29 Maggio Giornata nazionale del sollievo (cure palliative)

30 Maggio – Giornata mondiale della Sclerosi multipla

31 Maggio – Giornata Mondiale senza tabacco con Lilt Genova

#### **GIUGNO**

14 Giugno – Giornata Mondale dei Donatori di Sangue

21 Giugno – Giornata Mondiale della SLA

#### **LUGLIO**

28 luglio - Giornata mondiale dell'epatite

#### **AGOSTO**

Non è stato programmato nulla

#### **SETTEMBRE**

8 Settembre Giornata mondiale del fisioterapista

9 Settembre – Giornata della sindrome fetoalcolica

9 Settembre - la Giornata Mondiale di sensibilizzazione sulle malattie mieloproliferative

17 Settembre - Giornata mondiale della sicurezza delle cure

20 Settembre - Giornata mondiale dei Tumori ginecologici

24 Settembre - Giornata Nazionale del Respiro e delle Malattie Respiratorie

29 Settembre – Giornata Mondiale del Cuore

#### **OTTOBRE (ottobre rosa)**

1 Ottobre – Giornata Internazionale delle persone anziane

Il giovedì di ottobre – Giornata mondiale della vista

10 Ottobre – Giornata Mondiale della Salute Mentale

11 Ottobre – Giornata Mondiale contro l'obesità

13 Ottobre - Giornata regionale di sensibilizzazione sul tumore al seno metastatico

16 Ottobre – Giornata Mondiale dell'Alimentazione

21 Ottobre - Giornata internazionale tumore al seno

#### **NOVEMBRE (azzurro)**

14 Novembre – Giornata Mondiale del Diabete

17 Novembre - Giornata Mondiale per la lotta contro il Tumore al Pancreas

III settimana novembre dedicata alla prevenzione maschile (con Lilt)

#### **DICEMBRE**

1 Dicembre – Giornata Mondiale per la lotta contro l'AIDS

3 Dicembre – Giornata Internazionale dei Diritti delle Persone con disabilità

### III. Palinsesto Tipo

Calendario editoriale									
MESE DICEMBRE 2024									
Calendario	Ora di pubblicazione	Tipo di contenuto	Titolo	Privacy	Social Media				
					Sito	Media	FB	Inst	Spotify
domenica	1		Giornata mondiale contro AIDS						
Lunedì	2		FOTO SPETTACOLO SALUTE MENTALE				X	X	
			Campagna vaccinale a Borzonasca						
martedì	3		Giornata m diritti persone con disabilità						
mercoledì	4	H. 17.30	Spettacolo teatrale "danni collaterali" SuperGulliver a Castiglione	teatro Lavagnina, organizzato dal Sert			X	X	
			Inaugurazione cantiere Lavagna		X	X	X	X	
giovedì	5	H.16	Campagna IFeCa Santo S.		X	X	X	X	
venerdì	6	H 9-12.30	Lean e Quality Day						
sabato	7								
domenica	8								
Lunedì	9		campagna vaccinale a Varese						
martedì	10								
mercoledì	11	H 14	Donazione cornee	convegno + concorso fotografico +donatori	X	X	X	X	
			SuperGulliver a Cicagna						
giovedì	12		IFeCa Borzonasca						
venerdì	13	H. 10	Accordo carcere+ progetto Bocconi						
sabato	14								
domenica	15								
Lunedì	16		Messa di Natale con vescovo		X	X	X	X	
martedì	17								
mercoledì	18		SuperGulliver a Varese (ultima)						
giovedì	19		campagna vaccinale a Cicagna (ultima)						
			IFeCa Mezzanego (ultima)						
venerdì	20								
sabato	21								
domenica	22								
Lunedì	23								
martedì	24								
mercoledì	25		vescovo RSA						
giovedì	26								
venerdì	27								
sabato	28								
domenica	29								
Lunedì	30								
martedì	31								

dic-24

Legenda:  
 in rosso: **eventi**  
 in azzurro: **le giornate internazionali**  
 in verde: **altro**  
 in arancione: **marketing interno (promozione valori interni)**  
 in blu: **Formazione**  
 in viola: **contenuti PNRR**  
 in marrone: **Super Gulliver**  
 in RAME: **Podcast Missione Salute**  
**DA INSERIRE:**

AVVIO CAMPAGNE Ortopedia e protesica / Ginecologia e Ostetricia