



ASU FC
Azienda sanitaria
universitaria
Friuli Centrale

**DECRETO
DEL DIRETTORE GENERALE**

dott. Denis Caporale

*nominato con deliberazione della Giunta Regionale
n. 591 del 21 aprile 2021*

N. 1433

DEL 28/12/2023

AVENTE AD OGGETTO:

Adozione Piano Comunicazione Aziendale

Con la partecipazione per l'espressione dei pareri di competenza:

del Direttore Amministrativo avv. Francesco Magris
del Direttore Sanitario dott. David Turello
del Direttore dei Servizi Sociosanitari dott. Massimo Di Giusto

OGGETTO: Adozione Piano Comunicazione Aziendale

VISTE

- la Legge 7 giugno 2000, n.150 recante "Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni";
- la DGR n.75/2016 avente ad oggetto "Dlgs 502/1992, artt.8 bis, 8 ter e 8 quater – LR 17/2014 art.48, art.49. Programma di accreditamento degli ospedali";
- DGR n.2088/2017 avente ad oggetto "Dlgs 502/1992, artt.8 bis, 8 ter e 8 quater – LR 17/2014 art.48, art.49. Programma di accreditamento delle RSA e degli Hospice pubblici";

RAVVISATA la necessità di aggiornare il Piano della Comunicazione di ASUFC al fine di renderlo coerente con l'attuale assetto organizzativo e le attuali linee strategiche, e garantire i requisiti di accreditamento istituzionali;

VISTO il Piano della Comunicazione predisposto nel testo allegato quale parte integrante del presente provvedimento e ritenuto di approvarlo;

PRESO ATTO che il Direttore della Struttura Affari Generali e Organizzazione nel proporre il presente atto attesta la regolarità tecnica ed amministrativa, la legittimità e congruenza dell'atto con le finalità istituzionali dell'Ente, l'assenza di conflitto di interessi, stante anche l'istruttoria effettuata a cura del Responsabile del Procedimento ;

ACQUISITO il parere favorevole del Direttore amministrativo, del Direttore sanitario e del Direttore dei Servizi Sociosanitari, per quanto di rispettiva competenza;

DECRETA

per i motivi di cui in premessa, che qui si intendono integralmente riportati,
di

- 1) approvare e adottare il Piano della Comunicazione di ASUFC nel testo allegato quale parte integrante del presente provvedimento;
- 2) integrare il Piano in oggetto nel prossimo Piano Integrato di Attività e Organizzazione;
- 3) dare atto che il presente provvedimento non comporta oneri a carico del Bilancio aziendale.

Letto, approvato e sottoscritto digitalmente

Il Direttore Amministrativo
avv. Francesco Magris

Il Direttore Sanitario
dott. David Turello

Il Direttore dei Servizi Sociosanitari
dott. Massimo Di Giusto

Il Direttore Generale
dott. Denis Caporale

Allegati:

1	PIANO DELLA COMUNICAZIONE.pdf
---	-------------------------------

Elenco firmatari

ATTO SOTTOSCRITTO DIGITALMENTE AI SENSI DEL D.P.R. 445/2000 E DEL D.LGS. 82/2005 E SUCCESSIVE MODIFICHE E INTEGRAZIONI

Questo documento è stato firmato da:

NOME: FRANCESCO MAGRIS
CODICE FISCALE: MGRFNC69D27G888F
DATA FIRMA: 28/12/2023 12:40:56
IMPRONTA: 38E315E127B7BB052B320E75524CE46A28C3654EF6533EB66CEE4AEA69351CFA
28C3654EF6533EB66CEE4AEA69351CFAF2620F845ACC7765548D9EE727EB555C
F2620F845ACC7765548D9EE727EB555CC1579458C2D474C414BFDDBE2DA7992F
C1579458C2D474C414BFDDBE2DA7992FCEBD8A01C0C873C2F671BE5ACDC24C69

NOME: DAVID TURELLO
CODICE FISCALE: TRLDVD77S13G284T
DATA FIRMA: 28/12/2023 12:51:22
IMPRONTA: 4C6E9337AB655BF1ACA270482695DEDA0E502AA6140E3DDF6780919DB75F4574
0E502AA6140E3DDF6780919DB75F4574E509F4A2BD16E522D42B2BE901C1BC87
E509F4A2BD16E522D42B2BE901C1BC879079F2FA57E51DB97D1A57954D66A350
9079F2FA57E51DB97D1A57954D66A350AC93E8DE3E731AA6CB8E279AB16C4C09

NOME: MASSIMO DI GIUSTO
CODICE FISCALE: DGSM70R19L483N
DATA FIRMA: 28/12/2023 13:00:42
IMPRONTA: 05E47D2C0CC6C6FAEB49FFE5B3309955639EA1EB5B5D057613FBB664C7076F70
639EA1EB5B5D057613FBB664C7076F70CC416A4F79307ED00F0E319466F7BE25
CC416A4F79307ED00F0E319466F7BE252E169400129658B382F87005888A7458
2E169400129658B382F87005888A74588C8D04A205CE47B0159A7B1FBC4A1B26

NOME: DENIS CAPORALE
CODICE FISCALE: CPRDNS75M11C758X
DATA FIRMA: 28/12/2023 13:07:32
IMPRONTA: 79FC3397D09E2C43C2448D2235F443688A5C55EE8B7E1E50C9CB4FBB62B3D0DB
8A5C55EE8B7E1E50C9CB4FBB62B3D0DBF11853B8F4D334749C89C4F5A35A6EBB
F11853B8F4D334749C89C4F5A35A6EBBF8FEB22E6CEDC634AC6244A51D328C3
FC8FEB22E6CEDC634AC6244A51D328C3292F5E81EC3C77B29D3BFE42A503BF0B



PIANO DELLA COMUNICAZIONE

Sommario

Art.1 Finalità e ambito di applicazione	2
Art.2 Analisi del contesto.....	2
Art.3 Assetto organizzativo della funzione comunicazione aziendale	3
Art.4 Obiettivi della comunicazione	5
Art.5 Identificazione del target.....	6
Art.6 Identificazione dei canali di comunicazione	7
Art. 7 Azioni	7
Art.8 Monitoraggio e revisione del Piano.....	9

Art.1 Finalità e ambito di applicazione

Il presente Piano della Comunicazione adegua il precedente documento rispetto al nuovo assetto organizzativo definito dall'Atto Aziendale adottato con Decreto DG n.581/2022.

La tempistica di adozione è coerente con il percorso di attuazione di tale assetto che, al momento, risulta pressoché completata.

Definisce gli indirizzi aziendali in materia di comunicazione istituzionale intesa come un servizio che l'Azienda Sanitaria Universitaria Friuli Centrale (di seguito anche ASUFC) rende - in forma interattiva - a tutti i cittadini, siano essi utenti, dipendenti, studenti, volontari e operatori che a qualsiasi titolo si rapportano con l'Ente.

Si applica a tutti gli ambiti di attività che costituiscono il fine istituzionale di ASUFC oltre che alle attività delegate dai Servizi Sociali dei Comuni.

Non rientrano nelle finalità del presente piano i percorsi comunicativi relativi ai trattamenti sanitari del singolo utente.

Il Piano Comunicazione non esaurisce la trattazione delle tematiche comunicative aziendali ma si pone come documento base per la promozione della cultura della relazione e del confronto.

E' valido fino a successiva revisione adottata con Decreto del Direttore Generale su proposta della Struttura Operativa Complessa Affari Generali e Organizzazione.

Art.2 Analisi del contesto

L'Azienda Sanitaria Universitaria Friuli Centrale è principalmente caratterizzata dagli scopi perseguiti che attengono al bene primario della salute della popolazione di riferimento, dalla natura pubblica della propria personalità giuridica e dalla complessità delle proprie funzioni istituzionali.

Con riferimento alle finalità perseguite va segnalata la necessità di particolare attenzione alle fragilità degli utenti che accedono al Servizio Sanitario e la ricerca di forme comunicative che si adattino ai diversi destinatari.

Va segnalata inoltre la necessità di sviluppare efficaci forme di comunicazione in materia di promozione della salute e prevenzione della malattia e del disagio. Tali canali comunicativi rappresentano essi stessi una delle principali finalità istituzionali dell'Azienda.

Con riferimento alla natura pubblica vanno segnalati gli obblighi di trasparenza previsti dalla Legge 33/2013.

Con riferimento alla complessità delle funzioni istituzionali va segnalata la numerosità dei profili professionali, la varietà delle discipline mediche, lo sviluppo delle attività assistenziali e la diversità delle materie che disciplinano le attività di supporto tecnico-amministrativo; tali aspetti impongono la costruzione di flussi e strumenti comunicativi adeguatamente aggiornati e professionalizzanti.

In ottica di comunicazione efficace è necessario infine considerare la posizione geografica del territorio di competenza che, ponendosi al confine con gli Stati dell'Austria e della Slovenia, è interessato da peculiari movimenti transfrontalieri turistici, lavorativi e migratori. La documentazione e le principali informazioni all'utenza devono quindi essere rese disponibili anche nelle lingue dei paesi contermini, oltre che nella lingua inglese diretta alla comunicazione internazionale.

Art.3 Assetto organizzativo della funzione comunicazione aziendale

L'assetto organizzativo di ASUFC è definito dall'Atto Aziendale adottato ai sensi dell'art.3 del Decreto Legislativo 502/2001 che individua la Struttura Operativa Complessa Affari Generali e Organizzazione quale articolazione competente in materia di comunicazione.

Tale assetto consente l'immediatezza del collegamento fra la dimensione organizzativa aziendale ed i canali comunicativi interni ed esterni, sia in termini di diffusione delle politiche aziendali sia in termini di recepimento delle proposte di miglioramento pervenute dagli utenti e dalla comunità professionale.

Nell'ambito della SOC Affari Generali e Organizzazione sono individuati i seguenti uffici:

1. Ufficio Relazioni con il Pubblico cui è demandata l'attività di interscambio con l'utenza, svolta mediante la presa in carico di richieste di informazioni, segnalazioni e reclami;
2. Ufficio Comunicazione cui è demandata l'attività di comunicazione sviluppata attraverso i mezzi di comunicazione di massa, i social media, il sito istituzionale, la rete intranet aziendale e gli eventi dedicati;
3. Ufficio Carta dei Servizi cui è demandato il costante aggiornamento della Carta dei Servizi contenente le modalità di erogazione dei diversi percorsi diagnostico terapeutici, ivi compresi l'organizzazione dell'attività nel rispetto dei valori e delle credenze dei pazienti, della privacy e della riservatezza del paziente, tenuto conto degli standard di accreditamento istituzionale;
4. Ufficio Trasparenza cui è demandato il costante aggiornamento in materia di trasparenza amministrativa ai sensi del Decreto Legislativo 33/2013, la gestione del flusso informativo e l'implementazione della sezione del sito istituzionale denominata Amministrazione Trasparente;
5. Ufficio per le istanze di accesso cui è demandata la presa in carico delle istanze di accesso documentale ai sensi della Legge 241/1990, di accesso civico e di accesso civico generalizzato ai sensi del Decreto Legislativo 97/2016.

Tali Uffici svolgono, nei diversi procedimenti attribuiti per competenza, un ruolo attivo di raccolta, adattamento stilistico e diffusione delle informazioni coerenti con gli obiettivi della comunicazione di ASUFC.

La competenza in materia di produzione dei contenuti dell'informazione, soprattutto con riferimento a quelli di carattere tecnico, rimane infatti propria delle singole strutture sanitarie.

In tale ottica, all'interno di ogni Dipartimento Strutturale viene individuato un referente per la comunicazione aziendale che ha il compito di proporre all'Ufficio competente, l'informazione da diffondere, ovvero di fornire all'Ufficio competente l'informazione specifica richiesta dall'utente.

Nell'ambito della rete aziendale per la comunicazione in tal modo costituita, un ruolo basilare è svolto dalle seguenti strutture:

- SOC Qualità Accreditamento e Rischio Clinico;
- SOSD Formazione e Aggiornamento.

oltre che dai Gruppi di lavoro di volta in volta costituiti per l'implementazione delle azioni previste dal presente Piano.

Art.4 Obiettivi della comunicazione

Gli obiettivi che il Piano della Comunicazione ASUFC si pone attengono alle seguenti due dimensioni:

- a) comunicazione interna rivolta a tutti coloro che operano all'interno di ASUFC e che costituiscono la prima interfaccia dell'Azienda. Tale comunicazione è volta, fra l'altro, a favorire un maggior senso di appartenenza all'organizzazione e un positivo allineamento dei comportamenti individuali ai valori, alle strategie e agli obiettivi aziendali;
- b) comunicazione esterna suddivisa tra:
 - informazione rivolta a cittadini, giornalisti e media;
 - comunicazione rivolta principalmente a utenti singoli o associati;

I principali obiettivi che ASUFC si pone in materia di comunicazione riguardano l'informazione relativa ai seguenti contenuti:

- promozione della salute;
- pubblicazione delle opportunità di fruizione dei servizi e delle prestazioni;
- disponibilità delle informazioni relative ai tempi e modalità di accesso alle prestazioni ed ai servizi erogati;
- presa in carico dei reclami, delle segnalazioni e delle richieste di informazioni e documenti amministrativi;
- raccolta di contributi, input e feedback;
- diffusione interna delle linee di indirizzo, procedure e protocolli operativi in uso in ASUFC;
- accrescimento delle competenze professionali mediante condivisione interna delle best-practice presenti all'interno di ASUFC;
- trasparenza dell'assetto organizzativo, della catena delle responsabilità e dell'attività di programmazione e amministrazione;
- sviluppo dei rapporti di cooperazione con le diverse Istituzioni presenti sul territorio.

Art.5 Identificazione del target

Nella propria attività di comunicazione ASUFC si rivolge a destinatari suddivisi in diverse categorie in funzione della potenzialmente diversa efficacia dei canali utilizzati.

In particolare l'attenzione va posta nei confronti di:

- coloro che necessitano delle prestazioni e dei servizi erogati da ASUFC che appartengono a classi diverse per età, cultura e disponibilità di strumenti di ricezione;

- care givers cioè coloro che assistono gli utenti dei servizi aziendali e che in molti casi non hanno una piena conoscenza della lingua italiana;
- stake holders cioè tutti i portatori di interessi che partecipano attivamente alla vita di ASUFC;
- comunità professionale aziendale, rappresentata dai diversi profili professionali e dalle diverse forme contrattuali/convenzionali che disciplinano il rapporto con ASUFC.

Art.6 Identificazione dei canali di comunicazione

I principali mezzi che ASUFC individua quali propri strumenti di comunicazione sono:

- sito internet istituzionale (www.asufc.sanita.fvg.it);
- rete intranet ASUFC;
- social network;
- rapporti con i professionisti dell'informazione e i media
- flussi comunicativi interni bidirezionali che costituiscono parte integrante dei disciplinari d'incarico sottoscritti da tutti coloro che rivestono un ruolo gestionale ovvero funzionale all'interno di ASUFC;
- accesso agli Uffici deputati alla comunicazione (URP, Istanze accesso ecc.);
- materiale informativo cartaceo;
- eventi istituzionali ed informativi organizzati in presenza.

Art. 7 Azioni

Il punto di partenza della programmazione e della progettazione delle azioni e delle iniziative di comunicazione è costituito dal Piano Attuativo Aziendale adottato annualmente da ASUFC sulla base delle Linee di gestione annuale deliberate dalla Giunta della Regione Friuli Venezia Giulia: ciascuna linea di

attività innovativa aziendale presuppone lo sviluppo di corrispondenti campagne di comunicazione.

In considerazione della fase di costruzione e revisione dei processi che sta attraversando ASUFC, vanno peraltro evidenziate le azioni che l'ente si pone quali obiettivi di sistema in materia di comunicazione, ed in particolare:

- a) identificazione del catalogo di informazioni attinenti l'attività istituzionale che devono essere rese disponibili in modo continuato e puntuale;
- b) identificazione dei pacchetti comunicativi e delle iniziative necessarie e coerenti con il Piano Attuativo Aziendale;
- c) identificazione dei canali di comunicazione utilizzati da ASUFC;
- d) definizione delle condizioni di accessibilità e di tutela dei dati personali, oltre che degli strumenti utilizzati;
- e) revisione e integrazione delle policy volte a garantire l'identità visiva, l'uniformità stilistica, la semplificazione e l'individuazione di tutti gli elementi che contribuiscono alla definizione dell'immagine di ASUFC ed alla sua immediata riconoscibilità, in modo da garantire una gestione armonizzata delle singole iniziative di comunicazione;
- f) ristrutturazione e aggiornamento editoriale del sito internet e della rete intranet;
- g) istituzione di una casella di posta elettronica ordinaria dedicata alla comunicazione interna;
- h) progettazione e attivazione dei flussi interni necessari al costante aggiornamento delle informazioni;
- i) progettazione e attivazione dei flussi dedicati alla raccolta ed all'analisi delle proposte di miglioramento dei servizi anche al fine di escludere l'autoreferenzialità di ASUFC;
- j) identificazione degli strumenti nuovi (social media) allo scopo di creare nuovi circuiti di comunicazione con i cittadini;
- k) potenziamento della comunicazione paper-less, al fine di ridurre, ove possibile, l'utilizzo e lo spreco di risorse naturali.
- l) formazione agli operatori dedicati.

Art.8 Monitoraggio e revisione del Piano

La SOC Affari Generali e Organizzazione presidia la funzione monitorando l'efficacia degli strumenti di comunicazione utilizzati mediante la somministrazione di questionari di soddisfazione, la rilevazione delle richieste di accesso e dei reclami relativi agli strumenti di comunicazione.

Qualora da tali rilevazioni emergesse la necessità di procedere ad una sostanziale revisione del presente Piano, la struttura si farà carico di proporre alla Direzione strategica l'adozione del conseguente provvedimento.

Elenco firmatari

ATTO SOTTOSCRITTO DIGITALMENTE AI SENSI DEL D.P.R. 445/2000 E DEL D.LGS. 82/2005 E SUCCESSIVE MODIFICHE E INTEGRAZIONI

Questo documento è stato firmato da:

NOME: FRANCESCO MAGRIS

CODICE FISCALE: MGRFNC69D27G888F

DATA FIRMA: 28/12/2023 12:40:59

IMPRONTA: 8A16ECC63040F779ACEA79C4D30398F750627AA4D0BE80249B10FA110ABD1AAD
50627AA4D0BE80249B10FA110ABD1AAD92B87E5FA88CD2E3488E6920F0C8BA12
92B87E5FA88CD2E3488E6920F0C8BA1240EA204EE0C25383CA15056FB335A1AF
40EA204EE0C25383CA15056FB335A1AF452CA4548CE013E98A05E71A1B053DC4

NOME: DAVID TURELLO

CODICE FISCALE: TRLDVD77S13G284T

DATA FIRMA: 28/12/2023 12:51:25

IMPRONTA: 4F031955A1966985E8CDA29CD08DA9C67BF7225D8447016FEA70594B825E4A36
7BF7225D8447016FEA70594B825E4A368CCEB57391F27FD33DAD420AC6BCA708
8CCEB57391F27FD33DAD420AC6BCA7082D2E8D68B359935E1CFF90DB55C58F93
2D2E8D68B359935E1CFF90DB55C58F930ABC1B8F7718E33002B6B74CDBF7602A

NOME: MASSIMO DI GIUSTO

CODICE FISCALE: DGSMSM70R19L483N

DATA FIRMA: 28/12/2023 13:00:45

IMPRONTA: 5B7064AB9DD6A4C55C693E15E2D375A57E8F2760639C38E4DF89F25C511600BE
7E8F2760639C38E4DF89F25C511600BE5BA79DE02C877C7FD65B3238E9B8EEEE
5BA79DE02C877C7FD65B3238E9B8EEEEBA28BF20C9A2269ECD8347D4547310F7A
A28BF20C9A2269ECD8347D4547310F7A25C0E828BF11EC43A49D561AF82AA2C0

NOME: DENIS CAPORALE

CODICE FISCALE: CPRDNS75M11C758X

DATA FIRMA: 28/12/2023 13:07:35

IMPRONTA: 192A0F6BC876F67DA755AB1023B33550889BF48D50EE3A2C2D27296ED8DC32F9
889BF48D50EE3A2C2D27296ED8DC32F9474CC0AB7619507D17FFEC6FDE0AAC00
474CC0AB7619507D17FFEC6FDE0AAC00CECA82BB5B6D59BDFB97415D6C75AFD3
CECA82BB5B6D59BDFB97415D6C75AFD32E79AE4C62EE47188162EE1E2F3F3C2B