

Ospedale
di Circolo



Fondazione
Macchi

Piano della Comunicazione 2013

Rem tene, verba sequuntur
Cicerone

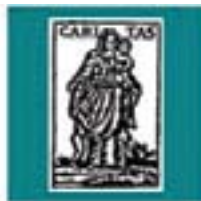


**Azienda ospedaliera
Ospedale di Circolo e Fondazione Macchi
di Varese**

Sistema Sanitario



Regione
Lombardia



Indice

Il Piano di comunicazione e il contesto normativo	p. 3
L'Azienda ospedaliera in breve	p. 4
L'Azienda ospedaliera in cifre	p. 5
La mission aziendale	p. 8
L'attività di ricerca	p. 9
L'ambiente di riferimento	p. 10
- Il territorio	
- La popolazione	
Gli stakeholder	p. 11
- Gli organismi di tutela	
- L'Azienda e gli altri enti del SI.REG.	
La comunicazione nell'Azienda ospedaliera	p. 13
I soggetti della Comunicazione aziendale	p. 14
I canali della comunicazione aziendale	p. 15
Il sito Internet aziendale	p. 16
La rete Intranet aziendale	p. 18
Le aree strategiche	p. 19
La declinazione delle aree strategiche	p. 20
I progetti operativi	p. 21
Schede dei progetti operativi	p. 22 e segg.



Il Piano di Comunicazione e il contesto normativo

Il Piano di Comunicazione dell'Azienda ospedaliera è lo strumento principale di pianificazione dell'attività di comunicazione per l'anno a cui si riferisce. Esso si propone di offrire innanzitutto un quadro sintetico di presentazione dell'Azienda, sia dal punto di vista quantitativo che qualitativo, ponendo enfasi soprattutto sulla sua specifica *mission* e sulle strategie con cui viene attuata.

Il Piano prosegue poi con un'analisi dettagliata dei soggetti della comunicazione, intesa come un processo di ampio respiro che, a vario titolo e con modalità diverse, coinvolge la totalità dell'Azienda ospedaliera e dei suoi *stakeholder*.

La comunicazione sarà quindi considerata in tutte le sue declinazioni, dal più semplice percorso dell'informazione, alle varie forme della comunicazione verso l'esterno e verso l'interno dell'Azienda stessa, con tutte le variabili che subentrano nel suo svolgersi.

La parte principale del piano, quella dedicata alla programmazione delle azioni future, prenderà quindi le mosse dalla iniziale considerazione dell'esistente e di quanto già realizzato per poi descrivere singolarmente i vari progetti operativi che si intendono attuare per il futuro. Nel dettaglio, sono individuate tre aree strategiche della comunicazione: la centralità del cittadino, la valorizzazione del personale, la *mission* e l'identità aziendale.

Per ognuna di queste aree strategiche sono stati individuati degli obiettivi, a ciascuno dei quali corrispondono uno o più progetti operativi.

Ad ogni progetto operativo sarà dedicata una scheda redatta secondo il modello indicato da Regione Lombardia.

Il quadro normativo e concettuale di riferimento del presente piano è rappresentato da:

- la d.g.r. n. 4334/2012 del 26.10.2012 "Determi-

nazioni in ordine alla gestione del Servizio Socio Sanitario Regionale per l'esercizio 2013" in cui nell'area dedicata alla Comunicazione si precisa che "In relazione alle attività di comunicazione previste in attuazione delle Regole 2013, gli enti sanitari dovranno assicurare il più efficace coordinamento con Regione Lombardia. Le Aziende Sanitarie Locali, agendo un ruolo di raccordo, si faranno carico di raccogliere i Piani della Comunicazione delle Aziende Ospedaliere del territorio di riferimento, effettuando una verifica preliminare di coerenza sulle iniziative programmate. Provvederanno poi ad inviare a Regione Lombardia, Direzione Generale Sanità il proprio piano annuale di comunicazione unitamente ai piani delle aziende del territorio di riferimento. I termini per la trasmissione dei materiali a Regione Lombardia saranno comunicati successivamente ...";

- il provvedimento n° IX/4515 del 19.12.2012 con cui Regione Lombardia ha recentemente deliberato il proprio "Piano Comunicazione 2013" in cui sono individuate le linee strategiche per lo sviluppo della comunicazione per l'anno 2013 e sono definiti i criteri ai quali attenersi nella programmazione delle singole iniziative;



L'Azienda ospedaliera in breve

L'Azienda ospedaliera Ospedale di Circolo e Fondazione Macchi di Varese si compone di due Presidi: il **Presidio di Varese** e il **Presidio del Verbano**. Complessivamente, conta di cinque ospedali (ciascuno con una **significativa storia** alle spalle, a partire dall'Ospedale di Circolo, con oltre 900 anni di attività), di un **sistema ambulatoriale** ramificato sul territorio e di un'**area della salute mentale** articolata in numerose strutture psichiatriche territoriali a diversa intensità di assistenza. A questa composizione corrisponde un **organigramma complesso**, che riflette l'organizzazione dipartimentale definita dall'ultimo **Piano di Organizzazione Aziendale**.

L'Azienda è dotata di una serie di **organi ed organismi** in linea con le disposizioni nazionali e regionali.

L'Azienda Ospedaliera comprende:

Presidio di Varese:

- **Ospedale di Circolo e Fondazione Macchi**, a Varese
- **Ospedale Filippo Del Ponte**, a Varese
- **Ospedale di Cuasso al Monte**, a Cuasso al Monte

Presidio del Verbano

- **Ospedale Causa Pia Luvini**, a Cittiglio
- **Ospedale Luini Confalonieri**, a Luino

Sistema ambulatoriale, articolato in:

- **8 Poliambulatori** (di cui 5 nelle sedi ospedaliere e 3 territoriali ad Arcisate, Gavirate e Varese)
- **7 Ambulatori specialistici territoriali** (2 a Varese e gli altri a Azzate, Comerio, Gazzada, Lavena Ponte Tresa, Viggiù).

Inoltre, l'Azienda Ospedaliera dispone di **Unità operative di Psichiatria e di strutture psichiatriche territoriali**, per la popolazione adulta, come previsto nell'ambito dei Dipartimenti di Salute mentale.

È presente anche una **Unità operativa di Neuropsichiatria infantile**, con strutture territoriali, inserita nell'ambito del Dipartimento materno infantile.



La Carta dei Servizi aziendale

Tutte le principali informazioni sull'organizzazione dell'Azienda ospedaliera utili al cittadino sono disponibili in una versione sintetica e facilmente consultabile nella **Carta dei Servizi aziendale**.

Presentazione

Ospedale di Circolo

Ospedale del Ponte

Ospedale di Cuasso al Monte

Ospedale di Cittiglio

Ospedale di Luino

URP

Attività ambulatoriale

Emergenza urgenza

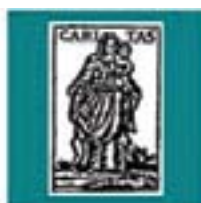
Ricoveri e day hospital

Diritti e doveri

Qualità, impegni, programmi e privacy

Associazioni di volontariato

Salute mentale



L'Azienda ospedaliera in cifre

RICOVERI						
N. Ricoveri	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Azienda	39.282	40.643	40.910	42.221	41.565	41.132
Circolo	19.782	20.695	21.154	21.949	21.640	21.947
Ponte	10.297	10.931	11.218	11.104	10.823	10.399
Cuasso	971	913	889	825	831	671
Cittiglio	5.390	5.396	5.237	5.662	5.665	5.376
Luino	2.842	2.708	2.412	2.681	2.606	2.739

PESO MEDIO*						
Peso medio	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Azienda	1,104	1,151	1,167	1,115	1,129	1,123
Circolo	1,434	1,501	1,515	1,440	1,470	1,448
Ponte	0,616	0,617	0,635	0,611	0,613	0,587
Cuasso	1,003	0,984	0,988	1,097	1,011	0,980
Cittiglio	0,807	0,819	0,836	0,846	0,849	0,869
Luino	1,201	1,205	1,174	1,150	1,131	1,123

*Il peso medio indica la complessità della casistica trattata

CASI CHIRURGICI TOTALI						
	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Azienda	22.122	24.122	24.022	26.124	26.158	25.874
Circolo	12.617	15.162	15.316	16.834	16.819	16.693
Ponte	5.500	4.868	4.864	4.998	4.796	4.640
Cittiglio	2.390	2.440	2.228	2.232	2.470	2.395
Luino	1.615	1.652	1.614	2.060	2.073	2.146

NUMERI ACCESSI TOTALI DH + DS + BOCA*						
	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Azienda	36.823	34.942	35.446	39.269	34.359	34.335
Circolo	24.781	24.029	25.009	26.819	23.759	24.226
Ponte	6.881	6.037	5.820	6.119	5.625	4.871
Cuasso	1.583	1.241	938	839	613	678
Cittiglio	3.004	3.155	3.020	3.944	3.172	3.869
Luino	574	480	659	1.548	1.190	691

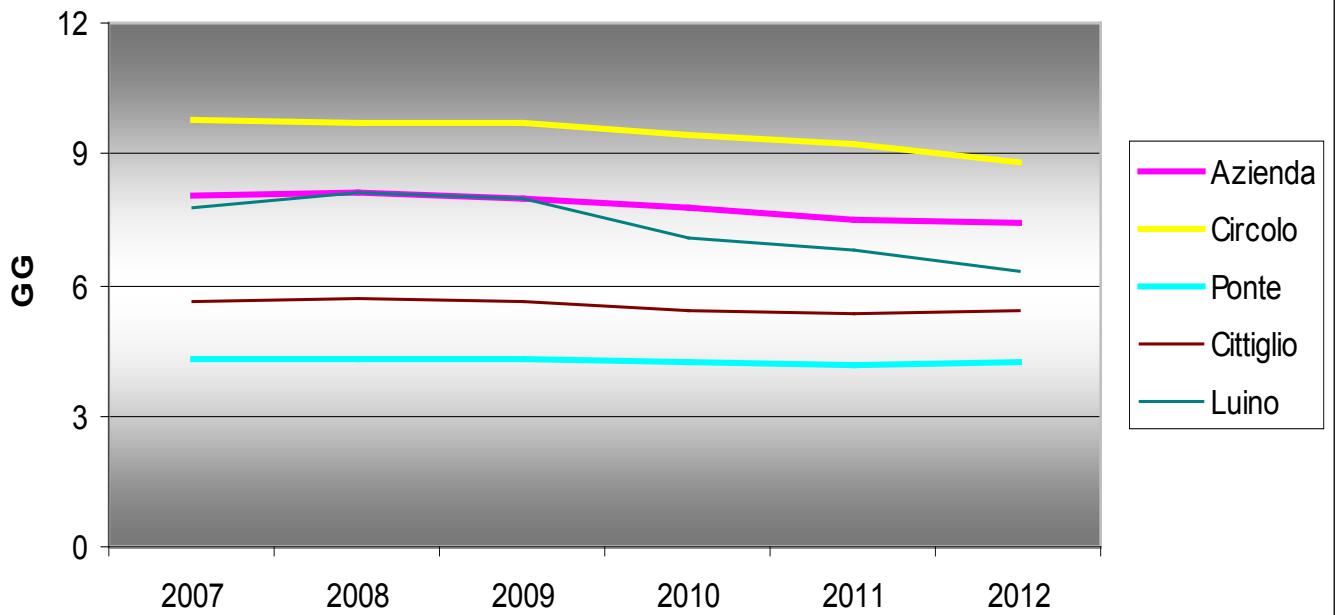
*BOCA è la sigla che indica la chirurgia ambulatoriale

La riduzione rappresenta un dato qualitativamente positivo perchè riguarda i day hospital diagnostici, quindi prestazioni erogate con un regime assistenziale inappropriato.

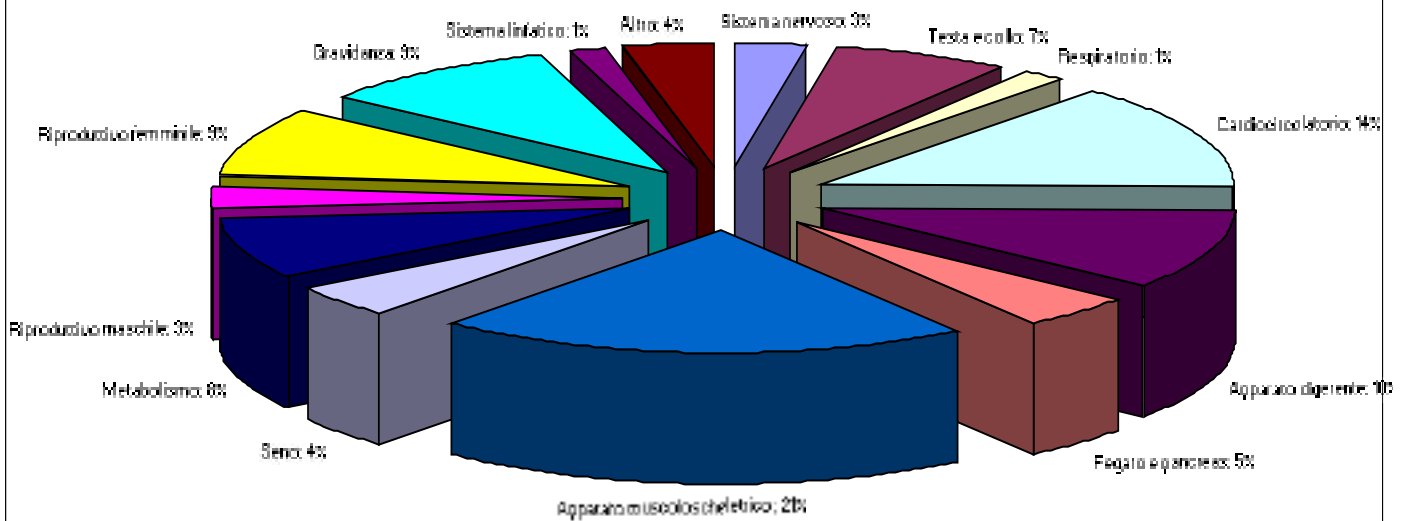




Degenza media



Interventi per categoria di diagnosi





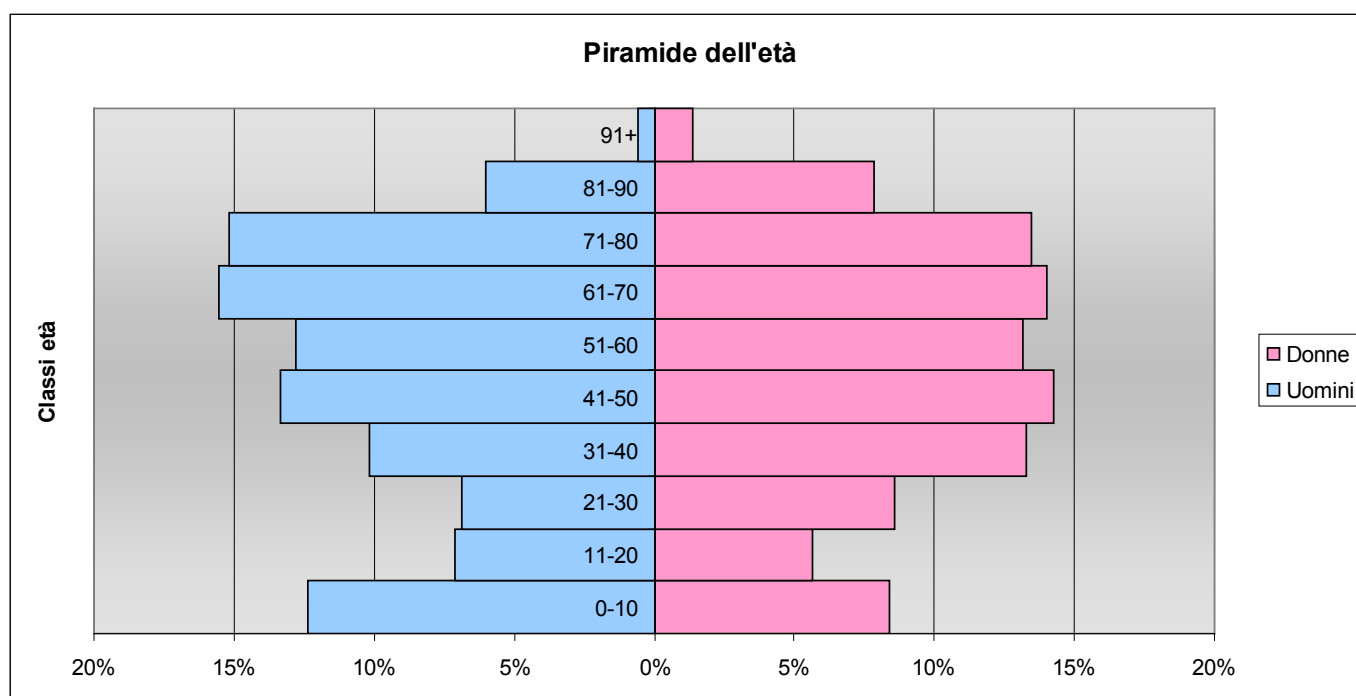
NUMERO ACCESSI IN PRONTO SOCCORSO

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Circolo	62.943	64.292	64.339	65.419	66.482	64.358
Ponte	23.145	24.341	24.658	23.900	23.551	21.950
Cittiglio	27.745	28.368	27.878	26.077	26.120	25.490
Luino	16.980	17.430	17.757	17.672	17.823	17.335
Totale	130.813	134.431	134.632	133.068	133.976	129.133

PRESTAZIONI AMBULATORIALI

Presidio	2007	2008	2009	2010	2011	2012
H CIRCOLO	2.235.843	2.376.778	2.470.841	2.550.965	2.736.473	2.742.936
H PONTE	201.563	209.180	205.204	184.642	114.480	107.282
H CUASSO	34.768	33.124	36.691	34.983	34.850	30.638
H Cittiglio	479.750	493.613	483.098	489.582	494.881	465.582
H Luino	473.555	476.438	479.470	475.048	462.322	428.468
Territorio	236.236	230.495	230.167	191.023	199.912	202.393
PS totale	742.536	769.164	812.802	811.675	816.325	830.119
Totale	4.404.251	4.588.792	4.718.273	4.737.918	4.859.243	4.807.418

Piramide dell'età



La mission aziendale

Riassunta efficacemente dal logo che ne esprime l'identità, la *mission* dell'Azienda ospedaliera è quella di garantire a tutti l'assistenza sanitaria adeguata nel rispetto della dignità e della libertà della persona umana.

Per garantire questo risultato l'impegno quotidiano si fonda su valori di riferimento, quali:

- la centralità del paziente come bene fondamentale;
- le risorse umane, come patrimonio professionale e culturale da mantenere nel tempo;
- l'innovazione tecnologica e formativa a tutti i livelli, per affrontare i continui cambiamenti propri del settore sanitario-ospedaliero al fine di mantenere la qualità delle prestazioni sanitarie erogate;
- il coinvolgimento delle **Associazioni di Volontariato**, delle Istituzioni e del territorio per rafforzare il convincimento che l'Ospedale è un bene di tutti;
- la sicurezza dei luoghi di lavoro quale garanzia nei confronti dei pazienti e dei dipendenti nel rispetto della normativa vigente.
- L'Azienda è parte integrante della rete dei servizi del Sistema Sanitario Regionale e Nazionale e quindi attua quanto discende dalla normativa e dagli indirizzi strategici previsti.



La vocazione clinica

Dal punto di vista clinico, l'Ospedale di Circolo di Varese conferma la propria *vocazione* orientata a:

- alta specializzazione;
- attività trapiantologica;
- **gestione dell'emergenza urgenza**;
- integrazione delle attività di ricerca e di didattica con quelle assistenziali;
- qualità del servizio: l'Ospedale, con le sue professionalità e tecnologie, risponde ai bisogni dei pazienti nella fase acuta;
- ampia offerta di servizi che si esprime attraverso la complessa e variegata gamma di prestazioni sanitarie e attività, la presenza di Centri specialistici e di competenze specifiche nelle diverse branche specialistiche che costituiscono punti di eccellenza e di riferimento dell'Azienda sia a livello provinciale e regionale che nazionale;
- presenza di Centri sovraziendali:
 - Dipartimento Oncologico Provinciale;
 - Centro Regionale di Coordinamento e Compensazione.

L'attività di ricerca

L'attività di ricerca in ambito medico sia di base, che clinica sperimentale svolta dai docenti dell'Università dell'Insubria impegnati come clinici presso l'Azienda ospedaliera di Circolo e Fondazione Macchi di Varese spazia in tutte le principali aree tematiche della Medicina. I ricercatori mantengono stretti legami con la comunità scientifica sia nazionale che internazionale e si pongono obiettivi di eccellenza per i risultati da conseguire.

In particolare, i settori di maggior rilievo sono quelli della Microbiologia e delle Malattie infettive, dell'Anatomia Patologica, dell'Endocrinologia e delle Malattie del Metabolismo, della Cardiologia, dell'Oncologia e delle Biotecnologie Medico-Chirurgiche, della Diagnostica per immagini.

I Centri di ricerca attivati dall'Università dell'Insubria con un'alta componente ospedaliera sono numerosi e mirano in genere a favorire la formulazione di protocolli diagnostico terapeutici condivisi a livello multidisciplinare, ad attivare e partecipare a studi clinico-sperimentali, a favorire la collaborazione con Centri di riferimento Nazionali e Internazionali, a istituire specifici programmi di training sulla metodologia di ricerca e sulla gestione clinica delle varie patologie.

Entrando nel dettaglio:

- **Centro di ricerca in Analisi di Immagini e Informatica Medica:** ha finalità di ricerca sia di base sia tecnologica nell'area dell'Informatica Medica e dell'Analisi di Immagini;

- **Centro di ricerca in Biotecnologie per la Salute Umana:** sviluppa le attività di ricerca (sia di base, sia applicativa) nell'area delle biotecnologie, con specifico riguardo al settore biomedico e della salute umana;

- **Centro di ricerca in Chirurgia Toracica:** studia nuove metodologie e strategie diagnostico-terapeutiche in Chirurgia Toracica;

- **Centro di ricerche in Epidemiologia e Medicina Preventiva:** in particolare promuove e realizza ricerche per l'identificazione dei principali fattori di rischio di malattia, con riferimento ai fattori comportamentali, biologici, genetici, ambientali e alle intera-

zioni tra essi;

- **Centri di ricerche in Endocrinochirurgia, Chirurgia Mini-Invasiva e Senologia:** si soffermano in particolare sulle nuove tecniche chirurgiche;

- **Centro di ricerche in Farmacologia medica:** approfondisce le diverse tematiche inerenti alle discipline farmacotossicologiche in ambito medico;

- **Centro di ricerche in Radiologia interventistica:** con particolare riguardo agli aspetti procedurali, alle applicazioni cliniche, alle nuove tecnologie, alle metodiche di imaging che fungono da guida alle procedure e allo sviluppo di nuovi devices;

- **Centro di ricerche interdisciplinare di Patologia e Chirurgia del rachide** per la ricerca di nuove metodologie e strategie diagnostico-terapeutiche in questa patologia;

- **Centro di ricerche per lo Studio e l'Applicazione di Nuove Tecnologie in Chirurgia Vascolare:** svolge ricerca e sperimentazione nell'ambito delle nuove tecnologie endovascolari, con particolare riguardo agli aspetti emodinamici, biologici e biochimici;

- **Centro di ricerche per lo Studio e lo Sviluppo dei Trapianti d'organo:** sviluppa le attività di ricerca sia di base sia applicativa nell'ambito delle tecniche di prelievo e trapianto d'organo;

- **Centro di ricerca sulle Dislipidemie, che ne approfondisce biologia cellulare, genetica, fisiopatologia;**

- **Centro di ricerche sulle Malattie Tromboemboliche e le Terapie Antitrombotiche:** promuove la ricerca nell'ambito di queste malattie, in particolare sui loro fattori di rischio e sulla loro storia naturale e nell'ambito delle terapie antitrombotiche, per migliorare la sicurezza dei farmaci di uso comune e per studiare i nuovi farmaci in via di sviluppo;

- **Centro di ricerca su Obesità e Disturbi del Comportamento Alimentare:** effettua ricerche su molteplici aspetti dell'Obesità e dei Disturbi del Comportamento Alimentare, dai meccanismi immuno-infiammatori, alla genetica, alla fisiopatologia, fino agli aspetti metabolici, ai danni d'organo, alla farmacologia e al trattamento.



L'ambiente di riferimento

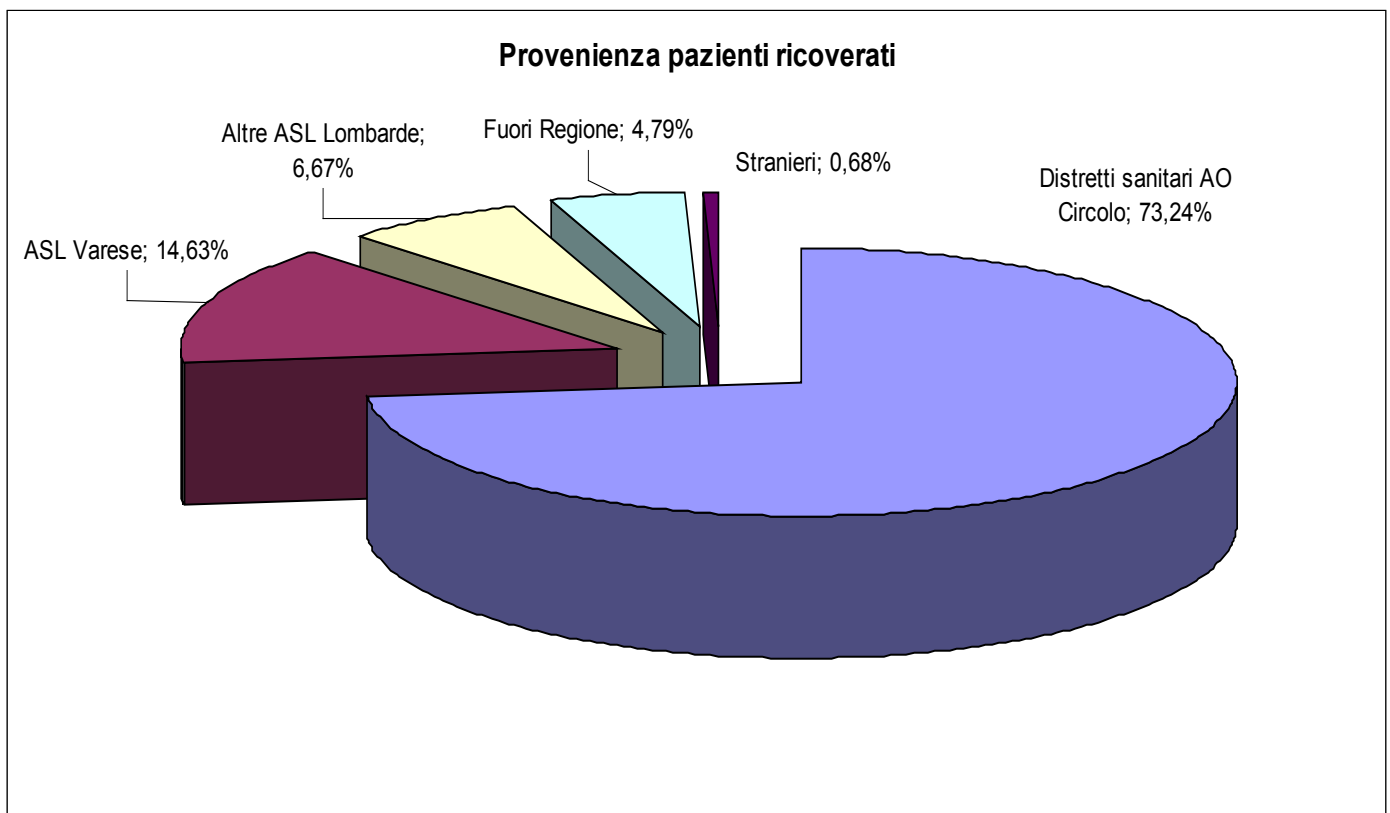
L'obiettivo posto dall'ultimo [Patto per la Salute](#), rispetto al numero di posti letto a carico del S.S.R., stabilisce il raggiungimento di un tasso pari a 3,3 posti letto per acuti per 1.000 abitanti e 0,7 posti letto di riabilitazione e lungodegenza post-acuzie.

Il contesto su cui l'Azienda Ospedaliera di Varese sviluppa la propria rete di offerta di prestazioni sanitarie ha una dotazione di 3,06 posti letto per acuti per 1.000 abitanti, inferiore alla media dell'A.S.L. (3,37) e in linea con gli obiettivi del Patto per la Salute.

Diversa la situazione nella riabilitazione dove è l'area nord a offrire il maggior numero di posti letto della provincia, 1,06 x 1000 abitanti rispetto al dato medio provinciale di 0,83 x 1000 abitanti.

Tuttavia, in questo caso, l'offerta dell'Azienda Ospedaliera di Varese rappresenta solo il 20% dei posti letto effettivi. Il tasso di ospedalizzazione per 1000 abitanti, relativo ai ricoveri ordinari, nell'ambito territoriale dell'A.S.L. di Varese, è più basso rispetto al dato regionale (137,4 vs 144,7).

Sulla base di questo quadro, sostanzialmente coerente con gli obiettivi programmatori, l'Azienda ha comunque messo in atto azioni per la ridefinizione della propria offerta in relazione alle indicazioni regionali, alla tipologia della casistica trattata, sempre più caratterizzata da patologie croniche e oncologiche, e agli squilibri territoriali esistenti nella provincia.





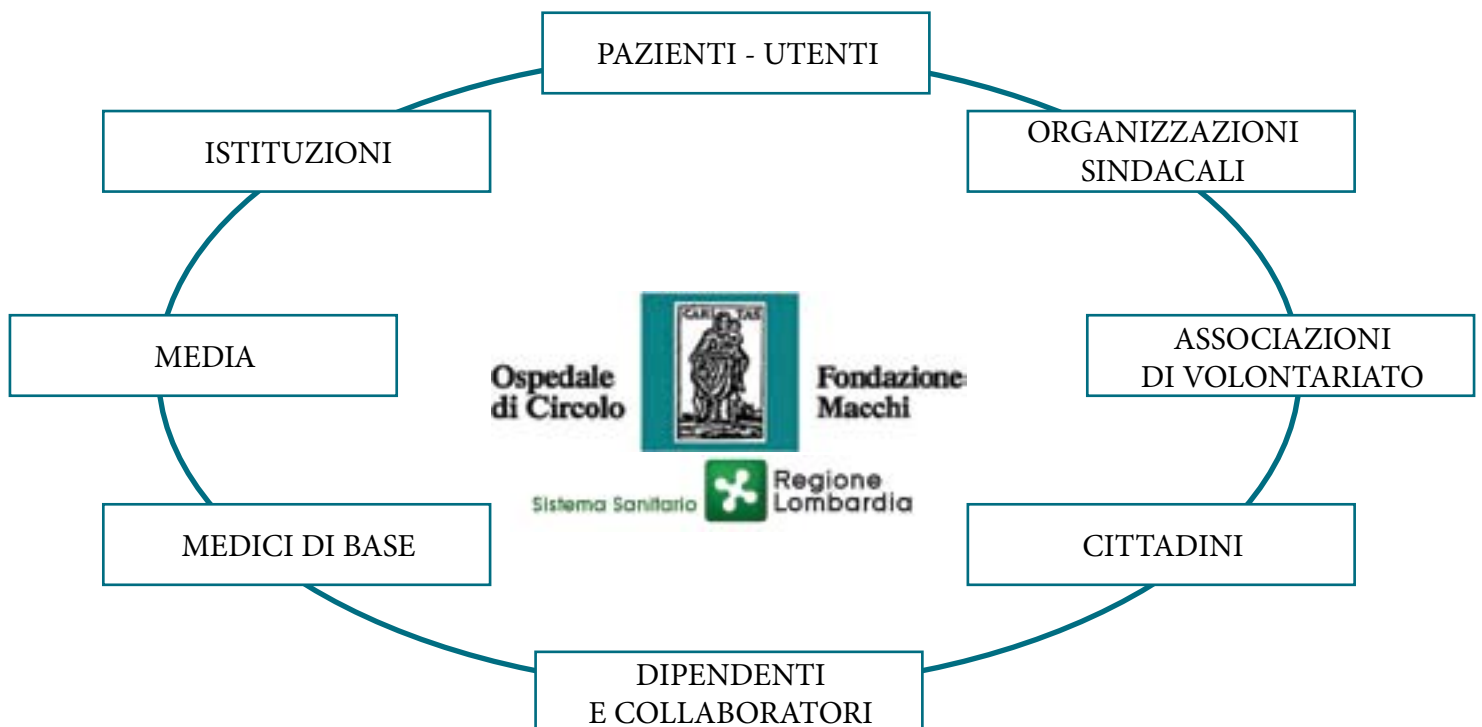
Gli stakeholder

Un'azienda sanitaria pubblica come l'Azienda ospedaliera di Varese è, per definizione, la tipologia di impresa che ha il maggior numero di *stakeholder*, coincidenti addirittura con la totalità della società.

Individuando le principali categorie, sono 'portatori di interesse' nei confronti dell'Azienda ospedaliera *in primis* i pazienti e le loro famiglie, i dipendenti e i collaboratori, gli interlocutori istituzionali e politici, gli organismi di tutela e le as-

sociazioni di volontariato, le organizzazioni sindacali, i media e i cittadini tutti.

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



Gli organismi di tutela

Il volontariato organizzato fornisce risposte materiali e simboliche, anche di tipo innovativo, ai bisogni sociali, supportando e integrando l'attività delle istituzioni pubbliche. Da tempo, **l'Azienda ospedaliera intrattiene stabili rapporti con associazioni di volontariato e organismi di tutela dei cittadini presenti sul territorio**, alcuni ospitati nelle strutture dell'Azienda, e ha avviato una fitta collaborazione che ha consentito di promuovere iniziative comuni ispirate a valori condivisi da operatori, volontari e dalla comunità. Nel dettaglio, le associazioni di volontariato, insieme con le fondazioni che sup-

portano l'Azienda, fungendo da raccordo tra questa e il territorio, sono indicate nella pagina web loro dedicata accessibile dalla home page del sito Internet aziendale. Per rinsaldare ulteriormente la partnership con loro è stata offerta a ciascuna di esse l'opportunità di predisporre un proprio sito all'interno di quello aziendale.

Costanti sono le occasioni di incontro e di confronto, al fine di potenziare la collaborazione e le sinergie tra le Associazioni e la nostra Azienda per conferire un valore aggiunto alla qualità delle cure e dell'assistenza offerte ai nostri pazienti.



L'Azienda ospedaliera e gli altri enti del Sistema regionale

L'Azienda ospedaliera è profondamente integrata nel tessuto sociale del territorio e intrattiene stabili e stretti rapporti con le altre istituzioni. In particolare, nell'ambito del Sistema regionale, interlocutori privilegiati dell'Azienda ospedaliera

sono certamente l'ASL di Varese, le altre Aziende ospedaliere della Provincia e Regione Lombardia, sia come sede centrale che come sede territoriale.

La comunicazione nell'Azienda ospedaliera

Iniziata nel 1994, l'attività di comunicazione in ambito aziendale è andata nel tempo sviluppandosi e consolidandosi principalmente in due settori:

- le relazioni esterne con gli utenti, i cittadini, gli organismi istituzionali, le associazioni di volontariato, e le relazioni interne con i dipendenti;
- i rapporti con i media e i giornalisti.

I principali obiettivi sono il coordinamento dell'immagine aziendale, l'accompagnamento e l'applicazione delle strategie aziendali, la visibilità e la promozione delle eccellenze, i rapporti con i pubblici di riferimento.

Sono state pertanto intraprese azioni e iniziative volte a supportare l'organizzazione, rafforzare il senso di appartenenza e favorire la circolazione

delle informazioni per migliorare l'accoglienza, la fruibilità e la qualità dei servizi.



Obiettivi

Il presente Piano intende armonizzare e pianificare l'attività di comunicazione aziendale in relazione alle indicazioni espresse da Regione Lombardia per la creazione e valorizzazione di un sistema di comunicazione sinergico e coordinato che abbracci il sistema regionale e, in particolare, armonizzi ed integri la *mission* istituzionale e comunicazionale delle aziende sanitarie lombarde.

Nello specifico, le principali aree di intervento individuate dal Piano della Comunicazione regionale con riferimento all'area sociale sono:

- promuovere la piena conoscenza dei servizi offerti dal Sistema Sanitario Regionale;
- informare sui comportamenti idonei a prevenire la malattia;
- promuovere sinergie operative tra i vari enti del

sistema sanità regionale;

- adottare gli strumenti più idonei in rapporto ai diversi target, con particolare riferimento all'orizzonte della digitalizzazione dell'informazione e dei new media;
- mettere il cittadino al centro, come protagonista consapevole e attivo nella cura e nella salvaguardia della propria salute;
- informare sulle forme e sulle modalità di accesso ai servizi sanitari;
- promuovere la Carta Regionale dei Servizi;
- valorizzare il Sistema Sanitario Regionale sullo scenario internazionale;
- favorire la prenotazione delle prestazioni ambulatoriali attraverso il canale delle farmacie e il web, in modo da alleggerire il call center dedicato.

I soggetti della comunicazione

La Direzione strategica

Considerata la rilevanza della comunicazione come strumento strategico e degli obiettivi appena individuati che vanno ad orientare ogni azione prevista nel presente Piano - obiettivi in gran parte coincidenti con la più generale vocazione aziendale - è evidente che il principale attore chiamato a governare la comunicazione è rappresentato dall'Alta Direzione.

Individuare le priorità, definire le strategie, condividere scelte e contenuti sono i principali strumenti nelle mani di Direttore generale, Direttore sanitario e Direttore amministrativo per declinare la propria azione di governo della comunicazione.

L'Ufficio Relazioni con il Pubblico e Comunicazione

L'Ufficio Relazioni con il Pubblico e Comunicazione rappresenta l'interlocutore primo per la definizione delle tattiche da attuare in vista del raggiungimento degli obiettivi strategici e per la raccolta e l'elaborazione di dati, informazioni, reazioni e di tutte le possibili manifestazioni da cui ricavare un *feed-back* delle iniziative intraprese per poter poi ricalibrare l'azione stessa.

Nel dettaglio, l'Ufficio riassume in sé varie funzioni, strettamente correlate tra loro: la comunicazione interna, quella con i media e le istituzioni, la comunicazione al cittadino, compresi l'ascolto e la relazione con il pubblico, la rilevazione della qualità percepita, la comunicazione con il terzo settore, l'organizzazione di eventi e tutte le altre forme di comunicazione/informazione, dalle più tradizionali, come l'*house organ* e gli opuscoli informativi, alle più innovative, come l'evoluzione del sito Internet e della Intranet aziendale.

Attualmente, l'Ufficio dispone di due operatori dedicati al *front line* e al *back office* di primo livello, e di un operatore addetto all'Ufficio stampa e alle varie forme della comunicazione che svolge anche la funzione di coordinatore e referente di tutte le

articolarzioni della comunicazione e dell'URP.

In particolare, l'Ufficio stampa si è completamente integrato nell'attività dell'Ufficio nel suo complesso, con un graduale processo di collaborazione che ha permesso in piena sintonia lo sviluppo di nuove sinergie. Questo processo ha comportato l'ampliamento del campo d'azione, consentendo di avviare iniziative del tutto nuove rispetto al passato che hanno completato e potenziato l'azione e l'efficacia comunicativa, sfruttando preziose economie di scala dal punto di vista delle informazioni a disposizione dell'ufficio nel suo complesso. Questo aspetto, in particolare, ha fatto scaturire risorse in termini di creatività, energia, innovazione in gran parte nuove e, di riflesso, ha generato un più profondo e diffuso senso di appartenenza e una più solida identità aziendale, anticipando il concetto secondo il quale la comunicazione deve necessariamente essere concepita come un processo che, pur a vari livelli di intensità, investe ogni ambito dell'organizzazione.

Ufficio Pubblica Tutela

L'Azienda si è dotata dell'Ufficio di Pubblica Tutela, definito dalla Regione Lombardia, con Dgr n.10884 del 23 dicembre 2009. È un ufficio autonomo e indipendente a tutela delle istanze sociali e civili.

La totalità dell'Azienda

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



I canali della comunicazione

Il front line dell'URP

Riferimento principale per l'utente che necessita di informazioni sull'organizzazione aziendale e sulle attività che l'Azienda ospedaliera svolge è l'Ufficio Relazioni con il Pubblico. In particolare, ogni anno l'URP riceve, gestisce e cura la risposta a circa 450 segnalazioni scritte, circa 800 mail, fa fronte a circa 700 accessi diretti e riceve circa 21.000 telefonate.

La carta dei servizi

La Carta dei Servizi dell'Azienda Ospedaliera è un importante strumento di analisi dinamico che segue l'evolversi dell'organizzazione aziendale, dei servizi offerti e delle esigenze del cittadino per favorire l'introduzione di nuove strategie di miglioramento e fornire servizi di qualità, valorizzando la componente ospedaliera e universitaria.

È consultabile dal sito Internet aziendale con un *link* nella *home page* e si articola in sezioni di agevole consultazione, redatte in un formato che ne facilita la stampa. Il documento è stato elaborato a partire dal lavoro della Commissione per lo sviluppo della Carta dei Servizi, che, nel 1996, ha riunito diverse professionalità dell'Azienda (medici, infermieri, personale amministrativo ecc.), delle associazioni di volontariato e degli organismi di tutela dei cittadini che hanno già stabili rapporti di collaborazione con l'Ospedale. La prima edizione è stata pubblicata nel 1997 e tenuta costantemente aggiornata negli anni, grazie all'istituzione del Nucleo permanente per la Carta dei Servizi, al fine di far conoscere all'interno e all'esterno la *mission* e gli obiettivi aziendali, creando intorno ad essi un clima di condivisione e di vera collaborazione.

Sportelli, portinerie, desk informazioni

Ubicate in corrispondenza degli ingressi principali alle sedi ospedaliere, offrono un importante servizio di assistenza e indirizzamento per gli utenti.

Mail ad ogni dipendente

Ogni dipendente riceve le comunicazioni azien-

dali ad un indirizzo di posta elettronica personale.

L'house organ

Dal 21 dicembre scorso l'informatore aziendale *in-Circolo*, che si avvicina al compimento del ventesimo anno, è diventato una testata on-line, integrata al sito Internet aziendale e dotato di una *newsletter* per un'informazione ancora più capillare.

Il televideo

La decisione aziendale di rinnovare la possibilità di utilizzare tale strumento si accompagna alla volontà dell'U.O. Comunicazione e Relazioni con il Pubblico di ricorrervi con maggiore frequenza, non solo per offrire al cittadino una sintesi delle informazioni di servizio più basilari, ma anche per promuovere la conoscenza di iniziative e nuove attività.

Le bacheche aziendali

Presenti nei punti più frequentati degli Ospedali e delle sedi territoriale dell'Azienda, ospitano spesso avvisi e comunicazioni sulle novità organizzative interne all'Azienda e sulle iniziative aperte al pubblico.

L'angolo del dipendente

Ogni dipendente dell'Azienda è dotato di una piattaforma Internet riservata, in cui sono inserite tutte le informazioni relative alla sua posizione lavorativa e gli avvisi di suo interesse.

La rete Intranet

Attualmente l'Azienda dispone di una rete Intranet che necessita di una razionalizzazione. A tale proposito è in corso la valutazione per procedere alla realizzazione di una nuova Intranet, progettata per rispondere in modo più completo ed efficace alle esigenze interne.

I media

I mezzi di comunicazione con cui abitualmente si relaziona l'Azienda ospedaliera vanno dalle testate a diffusione nazionale a quelle locali e comprendono i quotidiani a stampa, i quotidiani on line e le redazioni giornalistiche televisive e radiofoniche.



Sito Internet aziendale

Completamente rinnovato nel marzo 2011 nell'organizzazione dei contenuti e nella progettazione grafica, il sito Internet aziendale persegue l'obiettivo di rendere la consultazione semplice ed immediata, distribuendo le informazioni per livelli di approfondimento successivi, in modo da migliorare l'orientamento

alle pagine dedicate ai singoli ospedali di cui si compone l'Azienda, piuttosto che al sistema ambulatoriale o all'area psichiatrica. È anche presente un link per consultare le parti della Carta dei Servizi aziendale relativi all'argomento di cui si stanno cercando informazioni ed è possibile stamparle in un formato

appositamente predisposto allo scopo.

Gli utenti possono trovare nella *home page* anche la modulistica necessaria, mentre nell'area 'Albo aziendale' sono inseriti gli atti e i provvedimenti adottati dall'Azienda ospedaliera.

La parte inferiore di ogni pagina contiene i link dedicati a particolari tipologie di utenti del sito: i



mento e l'efficacia della ricerca.

L'impostazione *target oriented* è evidente fin dalla *home page*, leggera e schematica, per facilitare la navigazione: essa contiene un rapido elenco relativo ai servizi più richiesti e alle informazioni primarie, dalle modalità di prenotazione di visite ed esami, ai sistemi di pagamento e rimborso, dagli ambulatori ai reparti e ai punti prelievo, dall'accesso in Pronto Soccorso alle visite ai degenti, alla richiesta della cartella clinica.

In ogni pagina, inoltre, un menù verticale posto a sinistra propone le tematiche principali in cui si articolano i contenuti del sito (Prenotazioni, Laboratorio Analisi, Ricovero ospedaliero, Carta dei Servizi, Archivio Clinico, Associazioni, Pronto Soccorso e 118), mentre la barra di navigazione orizzontale permette di acce-

ffidare i fornitori, gli operatori della comunicazione, i dipendenti. Un link permetterà di scaricare le pubblicazioni curate dall'Ospedale, come il periodico "inCircolo".

Il sito, reso accessibile anche per gli utenti diversamente abili, viene progressivamente ampliato, infatti è previsto uno spazio dedicato a ogni unità operativa in cui ciascun reparto potrà pubblicare, oltre ad una breve presentazione, anche gli annunci relativi a convegni, corsi di formazione ed altro, nonché consigli, approfondimenti e notizie relative a particolari patologie o prestazioni.

È attivo un sito tematico (www.trapiantivarese.org) che, prossimamente, sarà oggetto di una revisione complessiva.





Applicazione delle linee guida per i siti web della Pubblica Amministrazione

Azioni intraprese e da intraprendere

Accessibilità: il sito è accessibile anche per gli utenti diversamente abili.

Trasparenza: sull'home page è presente il link "Operazione trasparenza" con la pubblicazione della quasi totalità dei *curricula* di dirigenti/posizioni organizzative con le relative retribuzioni, numeri di telefono e indirizzi e-mail. Inoltre, nella stessa pagina, è consultabile il Piano della *performance* aziendale.

Dalla *home page* è accessibile anche l'Albo aziendale dove viene regolarmente pubblicato l'elenco dei provvedimenti adottati, quali deliberazioni e determinazioni, oltre che i moduli necessari per richiedere l'accesso ai documenti amministrativi.

Si procederà, inoltre, al completamento di quanto previsto dal D. Lgs. 150/2009 e successive integrazioni relativamente a trasparenza, valutazioni e merito, bilanci. Prossimamente verranno pubblicati i risultati delle rilevazioni di *customer satisfaction*.

Privacy: in tutte le pagine è presente il riferimento al Codice della *privacy* con informativa predisposta dall'Azienda sul trattamento dei dati eventualmente resi disponibili dagli utenti.

Interattività: sulla base delle indicazioni fornite dalle Linee guida, il livello di interattività raggiunto dal sito aziendale è il 3° (interazione a due vie) con evoluzione in corso verso il livello 4° (transazione).

Nello specifico, l'utente può avviare procedimenti amministrativi *on line* (segnalazione a Urp) e può compilare e inviare *on line* moduli di richiesta accesso agli atti e ai servizi. È inoltre possibile prenotare visite ed esami direttamente dal sito e, nell'ambito del progetto regionale GASS (Gestione per l'Accesso Semplificato ai Servizi Socio Sanitari), a breve sarà possibile pagare *on line* il *ticket* corrispondente. Sono attive forme semplici di raccolta dei reclami e delle segnalazione dei cittadini con modalità dirette e *on line*.

Archivio storico: è in fase di organizzazione un'area dedicata alla conservazione dei documenti e dei filmati storici.

Aggiornamento: è prevista la pubblicazione della data dell'ultimo aggiornamento in ogni piè di pagina del sito.

Semplificazione: sulla *home page* del sito è immediatamente visibile un elenco di *item* che riflettono le maggiori esigenze dell'utenza del sito. Cliccando sulla voce di interesse, vengono forniti tutti i dettagli per compiere le diverse operazioni, specificando i documenti necessari, gli uffici di riferimento, gli orari e i recapiti. Si intende procedere per ampliare la gamma di operazioni e procedimenti descritti analiticamente per agevolarne la fruizione.

Visibilità: indicazione del sito web presente su carte intestate, biglietti da visita, modulistica, comunicati stampa. Sono, inoltre, presenti nella testata del sito i *link* ai siti pubblici istituzionali d'interesse.

Strumenti di back end: è in fase di approntamento l'attivazione di appositi strumenti per monitorare gli accessi al sito, la fruizione dei contenuti, la durata delle sessioni ed elaborare le relative statistiche.

Copyright: nel piè di pagina è costantemente indicata la proprietà del sito e del materiale in esso pubblicato.

RSS e contenuti per il mobile: si intende avviare uno studio di fattibilità per prevedere l'inserimento nel sito degli strumenti di RSS (acronimo per *Really Simple Syndication*) e per rendere le informazioni di servizio inserite nel sito fruibili anche da smartphone abilitati.

Motore di ricerca: il motore di ricerca interno al sito è presente nella testata del sito nella pagina iniziale e in quella dedicata alla presentazione dell'Azienda.





Rete Intranet aziendale

L'Azienda ospedaliera attualmente dispone di una rete Intranet che offre informazioni e servizi di base con un'evidente carenza dal punto di vista dell'organizzazione dei contenuti.

Necessita quindi di una profonda revisione, sia dal punto di vista della completezza delle informazioni, dei servizi e degli spazi che offre, sia dal punto di vista della razionalità dell'organizzazione dei contenuti, al fine di renderli più agevolmente accessibili ed evitare le ridondanze, sia all'interno della Intranet stessa, che con riferimento al sito Internet aziendale.

In particolare, la nuova Intranet sarà realizzata all'interno dell'azienda, sfruttando strumenti e risorse già in dotazione, a seguito di un importante lavoro di analisi e valutazione delle esigenze che il nuovo strumento dovrà soddisfare. Tale fase di studio e valutazione è già stata avviata ed ha permesso di individuare una serie di servizi che certamente la nuova Intranet dovrà offrire.

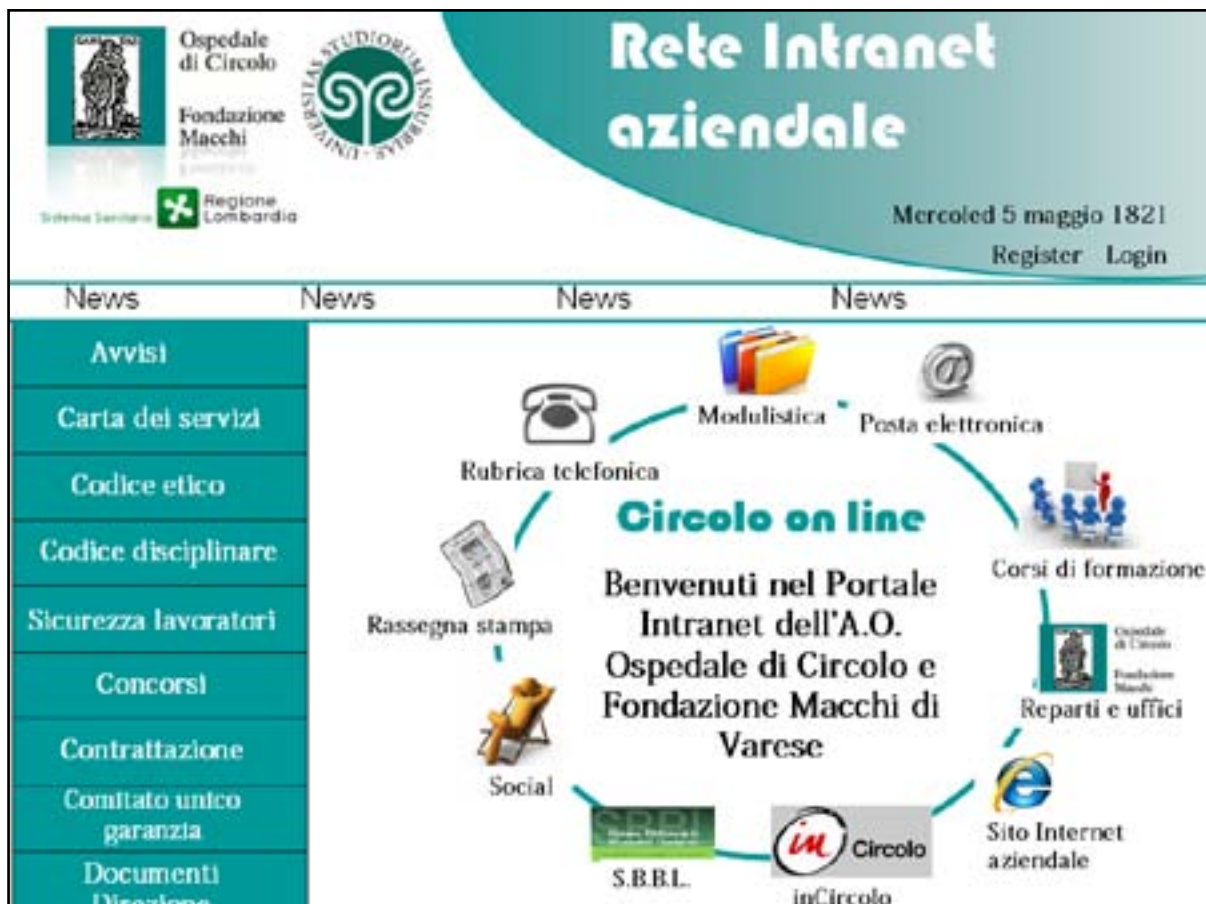
In particolare, accanto a strumenti di ampia utili-

tà come rubrica telefonica interna, rassegna stampa, modulistica ad uso interno, dovrà presentare delle sezioni riservate ad ambiti specifici e ristretti (ad esempio una singola Unità operativa) in cui operatori che lavorano ad obiettivi e progetti comuni possano scambiarsi dati e informazioni.

La nuova Intranet dovrà prevedere inoltre un settore 'social', in cui pubblicare inserzioni di tipo ricreativo, ad esempio legate all'attività del CRAL aziendale.

E' inoltre in fase di progettazione la struttura grafica che dovrà presentare i contenuti della Intranet in maniera il più possibile user friendly, in modo da favorirne una fruizione ampia da parte di tutti gli operatori, anche di quelli meno avvezzi all'utilizzo delle tecnologie informatiche.

L'immagine sottostante offre una prima ipotesi di lavoro per la intranet da vagliare in collaborazione tra Ufficio Relazioni con il Pubblico e Comunicazione e U.O. Sistema informativo aziendale.



Le aree strategiche

Il presente Piano di Comunicazione individua tre aree strategiche che, oltre a dare attuazione a quanto previsto dal Piano Socio Sanitario regionale e dalle Regole, costituiscono la declinazione più ampia della *mission* aziendale: centralità del

cittadino, valorizzazione del personale, identità e immagine aziendale.

Ciascuna di queste aree sarà qui analizzata e declinata dal punto di vista strettamente comunicativo.



Area Strategica 1: Centralità del cittadino

I cittadini sono il fulcro intorno al quale verte tutta l'attività dell'Azienda, sia quando sono pazienti che necessitano di assistenza, sia quando sono famigliari e visitatori che accedono alle nostre strutture, sia quando sono utenti dei servizi erogati dall'Azienda.

In ciascuno di questi casi, ai cittadini deve essere garantita la miglior accoglienza possibile e una comunicazione completa e adeguata, costruita e gestita tenendo conto delle caratteristiche e dello stato d'animo dell'interlocutore e del contesto in cui si inserisce tale processo.

Area Strategica 2: Valorizzazione del personale

Come indica il termine risorse umane, il personale dell'Azienda rappresenta un patrimonio strategico fondamentale, da valorizzare costantemente.

E' determinante infatti, per il buon funzionamento dell'Azienda e per il raggiungimento degli obiettivi che ci si propone di conseguire, che il personale sia motivato e coinvolto nella vita aziendale, oltre che mantenuto costantemente formato ed aggiornato.

Area Strategica 3: Identità e immagine aziendale

Tutelare l'immagine aziendale significa ricordare la lunga storia dei nostri ospedali e salvaguardarne la grande tradizione.

In particolare, l'immagine dell'Azienda non può prescindere dalla considerazione che essa costituisce un patrimonio collettivo che ha nella cura e nell'assistenza la propria missione, ma che non si esaurisce in queste, configurandosi di volta in volta, come centro per la formazione e la ricerca, come motore culturale e, in una parola, come promotore di civiltà.



Declinazione aree strategiche

Ogni area strategica individuata è stata declinata in una serie di obiettivi operativi che evidenziano direzioni di rilievo tale da richiedere un continuo investimento di risorse comunicative o che presentano criticità più o meno marcate.

Ogni obiettivo operativo sarà poi perseguito attraverso uno o più progetti operativi, descritti singolarmente nelle pagine seguenti. Uno stesso progetto operativo può contribuire a più obiettivi operativi.



Area Strategica 1: Centralità del cittadino

1. semplificazione percorsi logistici
2. semplificazione percorsi procedurali
3. accoglienza e umanizzazione
4. trasparenza
5. accessibilità
6. informazione
7. tutela delle fasce deboli

Area Strategica 2: Valorizzazione del personale

1. condivisione di progetti e valori
2. formazione
3. senso di appartenenza

Area Strategica 3: Identità e immagine aziendale

1. radicamento al territorio
2. valorizzazione della *mission*
3. promozione crescita e innovazione





Progetti operativi

Area Strategica 1: Centralità del cittadino

1. Obiettivo strategico:

semplificazione percorsi logistici

- a) migliorare la segnaletica all'Ospedale di Circolo;
- b) razionalizzazione percorsi

2. Obiettivo strategico:

semplificazione percorsi procedurali

- a) minisito per ogni reparto
- b) aggiornamento sito Internet
- c) aggiornamento Carta dei servizi
- d) opuscoli e fogli informativi su tematiche di maggiore impatto sui cittadini
- e) video su percorsi diagnostici

3. Obiettivo strategico:

accoglienza e umanizzazione

- a) corsi di formazione per promuovere il buon rapporto medico-paziente
- b) Censimento del Volontariato
- c) proseguimento progetto studenti infermieri in Pronto Soccorso
- d) eventi ricreativi (concerti...)

4. Obiettivo strategico: trasparenza

- a) completa applicazione a Operazione Trasparenza
- b) ampliamento contenuti sito Internet /Intranet
- c) promozione flusso informativo tra Direzione e Ufficio Comunicazione

5. Obiettivo strategico: accessibilità

- a) aumentare modulistica on line
- b) promuovere prenotazione on line
- c) promuovere telemedicina
- d) opuscoli su percorsi per pazienti cronici
- e) promozione servizio D.A.M.A. (Disabled Advanced Medical Assistance)

6. Obiettivo strategico: informazione

- a) potenziamento House organ
- b) partecipazione Open Day, giornate a tema, convegni...
- c) potenziare la comunicazione alla stampa

7. Obiettivo strategico: tutela fasce deboli

- a) promozione D.A.M.A.

Area Strategica 2: Valorizzazione personale

8. Obiettivo strategico:

condivisione progetti e valori

- a) incontri periodici tra la Direzione e categorie di operatori
- b) promozione flusso informativo tra Direzione e Ufficio Comunicazione
- c) creazione casella di posta elettronica personale per ogni dipendente
- d) realizzazione nuova piattaforma Intranet

9. Obiettivo strategico: formazione

- a) percorsi formativi per tutto il personale su tematiche che considerino il punto di vista del cittadino

10. Obiettivo strategico: senso di appartenenza

- a) eventi per rinsaldare il senso di appartenenza all'Azienda.

Area Strategica 3: Identità e immagine aziendale

11. Obiettivo strategico: radicamento al territorio

- a) evento annuale aperto alla cittadinanza dedicato all'Ospedale e alla sua tradizione e futuro
- b) sostegno alle associazioni, quale tramite tra l'Azienda e il territorio

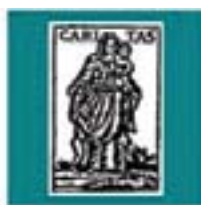
12. Obiettivo strategico: valorizzazione mission

- a) piena applicazione indicazioni regionali sul logo
- b) aggiornamento e maggiore diffusione della carta dei Servizi

13. Obiettivo strategico:

promozione crescita e innovazione

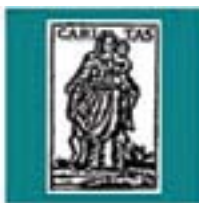
- a) supporto attività del Dipartimento innovazione sul fronte della comunicazione



Progetto I a

Migliorare la segnaletica all'Ospedale di Circolo

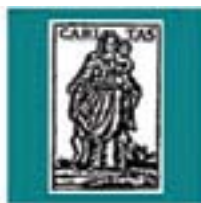
<i>Tematica</i>	Semplificazione percorsi logistici
<i>Obiettivo</i>	Facilitare l'accesso da parte dei cittadini alle strutture aziendali, con particolare riferimento all'Ospedale di Circolo.
<i>Target</i>	Cittadini
<i>Strumenti previsti</i>	Segnaletica verticale e/o presenza di volontari che orientino gli utenti che ne abbiano necessità.
<i>Soggetti coinvolti</i>	Uffici tecnici con il supporto di Direzione Medica, Dipartimento SITRA e Ufficio Relazioni con il Pubblico e Comunicazione.
<i>Budget</i>	Si prevede di ricorrere a sponsorizzazioni e/o sostegno da parte di associazioni di volontariato.
<i>Periodo</i>	All'apertura del nuovo monoblocchino all'interno dell'Ospedale di Circolo.
<i>Indicatori di risultato</i>	Il monitoraggio sull'efficacia della segnaletica sarà valutato ex post in base al numero di segnalazioni e richieste di informazioni relative alla chiarezza dei percorsi all'interno dell'Ospedale di Circolo che saranno registrati dall'URP e dai riscontri dell'analisi di customer satisfaction in relazione a questa precisa tematica.
<i>Rispondenza a indirizzi regionali</i>	
<i>Multilingue</i>	



Progetto I b

Razionalizzazione percorsi

<i>Tematica</i>	Semplificazione percorsi logistici
<i>Obiettivo</i>	Favorire le sinergie organizzative e facilitare l'accesso da parte dei cittadini alle strutture aziendali attraverso una collocazione più ordinata e funzionale delle attività.
<i>Target</i>	Operatori e cittadini
<i>Strumenti previsti</i>	Trasferimento ambulatori e servizi nel nuovo padiglione in fase di ultimazione all'interno dell'Ospedale di Circolo.
<i>Soggetti coinvolti</i>	Tutte le Unità operative e le strutture coinvolte nel trasferimento coordinate dalla Direzione aziendale.
<i>Budget</i>	
<i>Periodo</i>	In corrispondenza con l'entrata in funzione del nuovo monoblocco all'interno dell'Ospedale di Circolo.
<i>Indicatori di risultato</i>	
<i>Rispondenza a indirizzi regionali</i>	
<i>Multilingue</i>	



Progetto 2 a

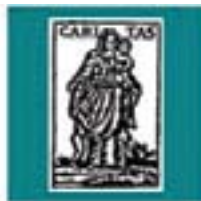
Minisito per ogni reparto

<i>Tematica</i>	Semplificazione percorsi procedurali
<i>Obiettivo</i>	Promuovere l'empowerment del cittadino in una logica di accrescimento della conoscenza dell'offerta sanitaria disponibile offrendo la possibilità di consultare un vero e proprio sito web, inserito nel più ampio sito aziendale, per ogni reparto presente in Azienda, che ne illustri l'attività e fornisca risposte alle domande più frequenti da parte dell'utenza relativamente a contatti, modi e tempi di erogazione dell'attività, caratteristiche della struttura specifica.
<i>Target</i>	Cittadini
<i>Strumenti previsti</i>	Realizzazione di un'area web all'interno del sito Internet aziendale dedicata ad ogni unità operativa e struttura semplice dipartimentale dell'Azienda con un'organizzazione uniforme ma flessibile rispetto alle caratteristiche precipue di ciascuna struttura.
<i>Soggetti coinvolti</i>	Tutte le Unità operative e le strutture semplici dipartimentali dell'Azienda con il supporto e la supervisione dell'Ufficio Relazioni con il Pubblico e Comunicazione.
<i>Budget</i>	Il progetto complessivo è già stato finanziato nell'ambito dell'annuale contratto per il mantenimento del sito.
<i>Periodo</i>	Entro la fine dell'anno 2013 si propone di pubblicare on line almeno altri sette nuovi minisiti.
<i>Indicatori di risultato</i>	
<i>Rispondenza a indirizzi regionali</i>	Si
<i>Multilingue</i>	Parte del materiale informativo messo a disposizione on line dalle varie unità operative è multilingue.

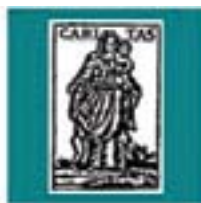
Progetto 2 b / 4a / 4b / 5a / 5b

Aggiornamento Sito Internet aziendale

Tematica	Semplificazione percorsi procedurali, trasparenza, accessibilità
Obiettivo	Promuovere l'empowerment del cittadino in una logica di accrescimento della conoscenza dell'offerta sanitaria disponibile, agevolare l'accesso ai servizi offerti mediante la digitalizzazione e semplificare le procedure.
Target	Cittadini
Strumenti previsti	Il Sito Internet aziendale è un importantissimo strumento di comunicazione e informazione con notevoli potenzialità per offrire sempre più servizi on line. In particolare il sito necessita di una costante e attenta operazione di aggiornamento e di un progressivo arricchimento dei suoi contenuti con particolare attenzione alla modulistica disponibile on line. Inoltre si intende procedere per ottimizzare l'applicazione di quanto previsto nell'ambito dell'Operazione Trasparenza. Particolare enfasi verrà inoltre data al servizio di prenotazione visite ed esami in via telematica.
Soggetti coinvolti	La totalità dell'Azienda con il supporto e la supervisione dell'Ufficio Relazioni con il Pubblico e Comunicazione.
Budget	Il progetto complessivo è già stato finanziato nell'ambito dell'annuale contratto per il mantenimento del sito.
Periodo	Entro la fine dell'anno 2013 si propone di aumentare il punteggio attribuito al sito aziendale con riferimento all'applicazione delle linee guida per la digitalizzazione della PA portandolo ad almeno 20 punti. Si intende inoltre aumentare la modulistica aziendale disponibile anche on line.
Indicatori di risultato	Monitoraggio in itinere mediante punteggio attribuito al sito aziendale con riferimento all'applicazione delle linee guida per la digitalizzazione della PA e valutazione statistiche accessi e pagine visitate.
Rispondenza a indirizzi regionali	Si
Multilingue	Parte del materiale informativo messo a disposizione on line dalle varie unità operative è multilingue.

**Progetto 2c / 12b****Aggiornamento Carta dei Servizi**

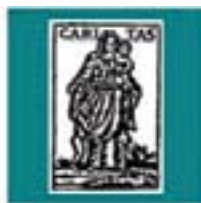
Tematica	Semplificazione percorsi procedurali, trasparenza, accessibilità
Obiettivo	Promuovere l'empowerment del cittadino in una logica di accrescimento della conoscenza dell'offerta sanitaria disponibile e agevolare l'accesso ai servizi offerti.
Target	Cittadini
Strumenti previsti	La Carta dei servizi dell'Azienda è on line e frequentemente aggiornata. Si intende aumentare la frequenza dell'aggiornamento e prevedere delle schede di presentazione relative alla degenza da collocare nelle camere di ogni reparto.
Soggetti coinvolti	La totalità dell'Azienda con il supporto e la supervisione dell'Ufficio Relazioni con il Pubblico e Comunicazione.
Budget	Non sono previsti costi aggiuntivi
Periodo	Entro la fine dell'anno
Indicatori di risultato	
Rispondenza a indirizzi regionali	Si
Multilingue	



Progetto 2d / 5d

Opuscoli e fogli informativi

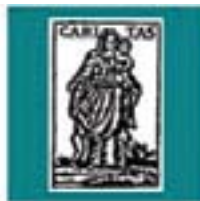
<i>Tematica</i>	Semplificazione percorsi procedurali, accessibilità
<i>Obiettivo</i>	Promuovere l'empowerment del cittadino in una logica di accrescimento della conoscenza dell'offerta sanitaria disponibile, agevolare l'accesso ai servizi offerti con particolare riferimento ai pazienti affetti da patologie croniche.
<i>Target</i>	Cittadini e, in particolare, pazienti cronici
<i>Strumenti previsti</i>	Si intende realizzare degli opuscoli da mettere a disposizione on line e nei reparti interessati che descrivano in modo chiaro e sintetico alcuni servizi offerti piuttosto che interi percorsi di cura, con particolare riferimento alla cronicità, come già è stato fatto per Ematologia, Hospice e Cure palliative, Riabilitazione per le donne operate al seno, consigli pre e post intervento per la Ginecologia.
<i>Soggetti coinvolti</i>	La varie Unità operative dell'Azienda con il supporto dell'Ufficio Relazioni con il Pubblico e Comunicazione e la supervisione della Direzione Medica.
<i>Budget</i>	Non sono previsti costi aggiuntivi
<i>Periodo</i>	
<i>Indicatori di risultato</i>	
<i>Rispondenza a indirizzi regionali</i>	Si
<i>Multilingue</i>	Parte del materiale informativo messo a disposizione potrà essere multilingue.



Progetto 2e

Video su percorsi diagnostici

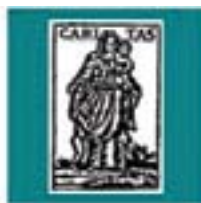
<i>Tematica</i>	Semplificazione percorsi procedurali, accessibilità
<i>Obiettivo</i>	Promuovere l'empowerment del cittadino in una logica di accrescimento della conoscenza dell'offerta sanitaria disponibile, agevolare l'accesso ai servizi offerti.
<i>Target</i>	Cittadini
<i>Strumenti previsti</i>	Si intende realizzare un video della durata massima di circa 40 minuti che descriva in modo semplice le fasi di cui si compone il percorso nascita all'Ospedale Del Ponte con particolare attenzione alle esigenze informative della futura mamma.
<i>Soggetti coinvolti</i>	Il video viene realizzato con il coinvolgimento di tutte le Unità operative che partecipano al percorso nascita all'Ospedale Del Ponte, con il supporto di Ufficio Relazioni con il Pubblico e Comunicazione e del Team multimediale del SITRA. Saranno gli operatori stessi a raccontare in video le singole fasi del percorso nascita. La supervisione è affidata alla Direzione Medica.
<i>Budget</i>	Non sono previsti costi dal momento che il video sarà realizzato sfruttando le competenze e le tecnologie già presenti in Azienda.
<i>Periodo</i>	Entro l'anno il video sarà pubblicato sul sito Internet dell'Azienda nelle pagine dedicate all'Ospedale Del Ponte e sarà utilizzato in occasione dei corsi di preparazione al parto.
<i>Indicatori di risultato</i>	
<i>Rispondenza a indirizzi regionali</i>	Si
<i>Multilingue</i>	



Progetto 3a / 9a

Corsi di formazione sul tema della comunicazione

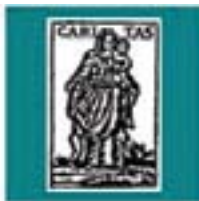
<i>Tematica</i>	Accoglienza e umanizzazione, formazione del personale
<i>Obiettivo</i>	Promuovere l'instaurarsi di un buon rapporto operatore-paziente e favorire conseguentemente la fiducia nelle strutture e negli operatori dell'Azienda.
<i>Target</i>	Dipendenti dell'Azienda e, in particolare, sanitari e personale di front line.
<i>Strumenti previsti</i>	Si intende proseguire il percorso formativo già intrapreso negli anni scorsi organizzando nuove occasioni di formazione sul tema della comunicazione e della relazione con il paziente.
<i>Soggetti coinvolti</i>	U.O. Formazione del Personale
<i>Budget</i>	Già previsto nel Piano della Formazione
<i>Periodo</i>	Distribuiti nel corso dell'anno
<i>Indicatori di risultato</i>	Monitoraggio costante sul tema dell'accoglienza e della comunicazione all'utente mediante le segnalazioni raccolte e archiviate dall'URP e dai riscontri delle indagini di customer satisfaction
<i>Rispondenza a indirizzi regionali</i>	Si
<i>Multilingue</i>	



Progetto 3b / 11b

Censimento del Volontariato

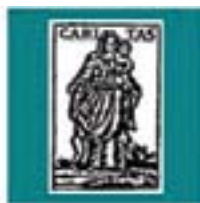
Tematica	Accoglienza e umanizzazione, sussidiarietà
Obiettivo	Promuovere il già fertile rapporto che intercorre tra l'Azienda ospedaliera e il mondo del Volontariato rispondendo in modo più rapido e completo alle esigenze del terzo settore, in modo che esso possa a sua volta meglio operare nello svolgimento della sua missione integrata con quella dell'Azienda ospedaliera. In particolare si intende valutare l'effettiva necessità di spazi interni all'Ospedale per costituire una sorta di 'Casa del volontario', un'area interna ad uno dei padiglioni dell'Ospedale di Circolo da destinare in condivisione alle associazioni che ne facciano richiesta.
Target	Associazioni di volontariato
Strumenti previsti	Il censimento comporterà l'invio di una semplice scheda ad ogni associazione di volontariato che già collabori con l'Azienda al fine di raccogliere le informazioni aggiornate circa l'attività svolta, con particolare riferimento a quella praticata in Ospedale, e il numero dei volontari presenti nei reparti.
Soggetti coinvolti	Direzione aziendale in collaborazione con l'Ufficio Relazioni con il Pubblico e Comunicazione.
Budget	Non si prevedono costi.
Periodo	Il censimento si concluderà entro la fine di febbraio. Entro aprile saranno elaborate le informazioni raccolte e sottoposte al vaglio della Direzione.
Indicatori di risultato	Riscontri da parte delle associazioni alla richiesta aziendale di informazioni.
Rispondenza a indirizzi regionali	
Multilingue	



Progetto 3a

Studenti infermieri in aiuto al Pronto Soccorso

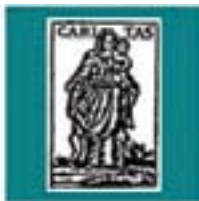
<i>Tematica</i>	Accoglienza e umanizzazione
<i>Obiettivo</i>	Proseguire con il progetto già operativo che prevede la presenza nei fine settimana e nei giorni festivi di studenti del Corso di laurea in Scienze infermieristiche in Pronto Soccorso per accogliere i pazienti e i loro famigliari e aiutarli durante il percorso di cura.
<i>Target</i>	Pazienti del Pronto Soccorso e loro accompagnatori.
<i>Strumenti previsti</i>	
<i>Soggetti coinvolti</i>	Dipartimento SITRA, U.O. Pronto Soccorso
<i>Budget</i>	Non sono previsti costi aggiuntivi.
<i>Periodo</i>	Il progetto è già in corso
<i>Indicatori di risultato</i>	Riscontri in itinere da parte dei pazienti del Pronto Soccorso.
<i>Rispondenza a indirizzi regionali</i>	
<i>Multilingue</i>	



Progetto 3d

Eventi ricreativi

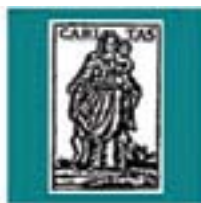
<i>Tematica</i>	Accoglienza e umanizzazione
<i>Obiettivo</i>	Offrire ai pazienti, ai loro famigliari, ai dipendenti e alla cittadinanza tutta manifestazioni ed eventi a scopo ricreativo.
<i>Target</i>	Pazienti e loro famigliari, dipendenti e cittadini.
<i>Strumenti previsti</i>	La rassegna Musica in Circolo prevede un iniziale ciclo di sette concerti di musica classica ospitati in varie sedi ospedaliere e aperti alla partecipazione gratuita di pazienti e cittadini.
<i>Soggetti coinvolti</i>	Direzione strategica, Ufficio Relazioni con il Pubblico e Comunicazione, Direzione Medica, Dipartimento SITRA, U.O. Gestione risorse tecnologiche e impiantistiche, U.O. Gestione servizi logistici.
<i>Budget</i>	Sponsorizzazioni
<i>Periodo</i>	La rassegna Musica in Circolo terminerà a maggio e potrà essere riproposta dall'autunno.
<i>Indicatori di risultato</i>	Partecipazione da parte di pazienti, dipendenti e cittadini.
<i>Rispondenza a indirizzi regionali</i>	
<i>Multilingue</i>	



Progetto 4c / 8b

Flusso informativo Direzione - Ufficio Comunicazione

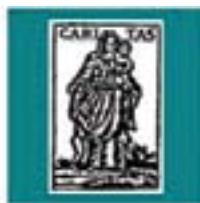
<i>Tematica</i>	Trasparenza
<i>Obiettivo</i>	Agevolare e potenziare l'attività dell'Ufficio Comunicazione e Relazioni con il Pubblico al fine di promuovere la comunicazione interna e una più efficace, puntuale e trasparente comunicazione con l'utente.
<i>Target</i>	Ufficio Comunicazione e Relazioni con il Pubblico
<i>Strumenti previsti</i>	Incontri settimanali
<i>Soggetti coinvolti</i>	Direzione strategica, Ufficio Relazioni con il Pubblico e Comunicazione.
<i>Budget</i>	
<i>Periodo</i>	
<i>Indicatori di risultato</i>	
<i>Rispondenza a indirizzi regionali</i>	
<i>Multilingue</i>	



Progetto 5c

Promuovere la conoscenza dei servizi di Telemedicina

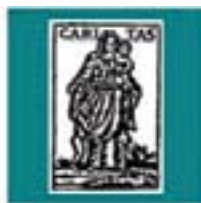
<i>Tematica</i>	Accessibilità
<i>Obiettivo</i>	Informare i pazienti affetti da particolari patologie (BPCO, scompenso cardiaco...) sulla possibilità di essere curati a distanza mediante le applicazioni di telemedicina.
<i>Target</i>	Pazienti e loro familiari, dipendenti e cittadini.
<i>Strumenti previsti</i>	Comunicati stampa, opuscoli, fogli informativi.
<i>Soggetti coinvolti</i>	Direzione, Ufficio Relazioni con il Pubblico e Comunicazione, Direzione Medica, Unità operative mediche coinvolte.
<i>Budget</i>	Non si prevedono costi.
<i>Periodo</i>	
<i>Indicatori di risultato</i>	
<i>Rispondenza a indirizzi regionali</i>	Sì
<i>Multilingue</i>	



Progetto 5e / 7a

Promozione servizio D.A.M.A.

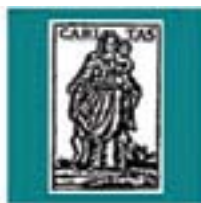
<i>Tematica</i>	Accoglienza e umanizzazione
<i>Obiettivo</i>	Favorire la conoscenza del nuovo servizio da parte delle categorie di pazienti coinvolte, dei loro familiari e delle associazioni che operano nel settore della disabilità.
<i>Target</i>	Pazienti con gravi disabilità e loro familiari, associazioni.
<i>Strumenti previsti</i>	Comunicati stampa e comunicazioni su sito Internet, house organ e Carta dei Servizi.
<i>Soggetti coinvolti</i>	Direzione Medica, Ufficio Relazioni con il Pubblico e Comunicazione.
<i>Budget</i>	
<i>Periodo</i>	
<i>Indicatori di risultato</i>	Risposta da parte dei pazienti, dei familiari e delle associazioni di volontariato.
<i>Rispondenza a indirizzi regionali</i>	Sì
<i>Multilingue</i>	



Progetto 6a

Potenziamento *House organ*

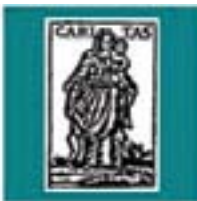
<i>Tematica</i>	Informazione
<i>Obiettivo</i>	L'house organ inCircolo è di recente diventato una testata on line. Si tratta ora di promuoverne la consultazione e la partecipazione alla sua redazione da parte delle varie strutture aziendali ma anche da parte delle associazioni, al fine di renderlo uno strumento sempre più ricco ed efficace.
<i>Target</i>	Dipendenti, associazioni, cittadini
<i>Strumenti previsti</i>	Sito Internet http://www.incircolo.ospedalivarese.net/
<i>Soggetti coinvolti</i>	Ufficio Relazioni con il Pubblico e Comunicazione.
<i>Budget</i>	Non sono previsti costi aggiuntivi
<i>Periodo</i>	
<i>Indicatori di risultato</i>	Monitoraggio in itinere attraverso contatore accessi alle pagine web e iscrizioni alla newsletter.
<i>Rispondenza a indirizzi regionali</i>	
<i>Multilingue</i>	



Progetto 6b

Partecipazione open day e giornate a tema

<i>Tematica</i>	Informazione
<i>Obiettivo</i>	Promuovere l'informazione corretta su particolari patologie per sensibilizzare ad uno stile di vita sano, alla prevenzione e al corretto utilizzo del Servizio sanitario nazionale attraverso la partecipazione ad eventi dedicati a specifiche tematiche che prevedano convegni, tavole rotonde, stand informativi proposti da associazioni e organismi nazionali e internazionali.
<i>Target</i>	Cittadini
<i>Strumenti previsti</i>	Convegni, oper day di reparto, stand informativi debitamente promossi mediante comunicati stampa e news in evidenza sul sito aziendale e sul televideo.
<i>Soggetti coinvolti</i>	Unità operative coinvolte, sotto la supervisione della Direzione Medica e in collaborazione con l' Ufficio Relazioni con il Pubblico e Comunicazione.
<i>Budget</i>	Non sono previsti costi
<i>Periodo</i>	
<i>Indicatori di risultato</i>	Livello di partecipazione dei cittadini
<i>Rispondenza a indirizzi regionali</i>	
<i>Multilingue</i>	



Progetto 6c

Potenziare il flusso comunicativo agli organi di informazione

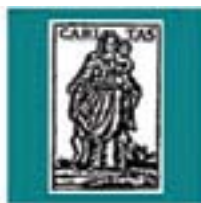
<i>Tematica</i>	Informazione
<i>Obiettivo</i>	Implementare le sinergie esistenti con gli organi di informazione al fine di promuovere ulteriormente la comunicazione al cittadino relativamente alle attività dell'azienda, ai percorsi sanitari corretti per le singole patologie, alla promozione della salute.
<i>Target</i>	Cittadini mediante il tramite dei media
<i>Strumenti previsti</i>	Comunicati stampa
<i>Soggetti coinvolti</i>	Direzione aziendale, Ufficio Relazioni con il Pubblico e Comunicazione.
<i>Budget</i>	Non sono previsti costi aggiuntivi
<i>Periodo</i>	
<i>Indicatori di risultato</i>	
<i>Rispondenza a indirizzi regionali</i>	
<i>Multilingue</i>	



Progetto 8a

Incontri Direzione - categorie di operatori

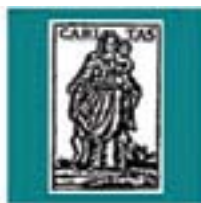
<i>Tematica</i>	Condivisione progetti e valori
<i>Obiettivo</i>	Organizzare incontri periodici su tematiche di particolare rilievo tra la Direzione e gli operatori dei settori aziendali coinvolti. In particolare, incontri con il personale di front line, incontri con gli operatori delle strutture coinvolte in cambiamenti organizzativi.
<i>Target</i>	Dipendenti
<i>Strumenti previsti</i>	Incontri allargati con possibilità di confronto
<i>Soggetti coinvolti</i>	Direzione, operatori dei settori coinvolti.
<i>Budget</i>	Non sono previsti costi
<i>Periodo</i>	
<i>Indicatori di risultato</i>	
<i>Rispondenza a indirizzi regionali</i>	
<i>Multilingue</i>	



Progetto 8c

Casella e-mail per ogni dipendente

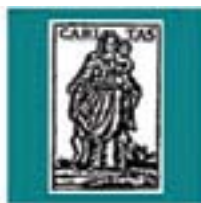
<i>Tematica</i>	Condivisione progetti e valori
<i>Obiettivo</i>	Le aziende e gli operatori di ogni tipologia e settore, pubblici e privati, devono operare in modo sempre più flessibile e reattivo per informare i loro clienti e utenti, utilizzando al meglio le risorse umane, tecniche e finanziarie disponibili. Proprio in quest'ottica l'Azienda ha acquisito una nuova piattaforma per la gestione di e-mail e calendario estendendo contestualmente le utenze di posta nominative a tutti i propri dipendenti al fine di potenziare le opportunità di comunicazione e collaborazione, ovunque, sempre e con qualsiasi dispositivo connesso a Internet.
<i>Target</i>	Dipendenti
<i>Strumenti previsti</i>	Nuova applicazione di posta elettronica e applicazioni correlate (diario, contatti, chat, videoconferenza, ..)
<i>Soggetti coinvolti</i>	CED, tutti i dipendenti
<i>Budget</i>	Servizio in Cloud computing
<i>Periodo</i>	Il contratto di fornitura è per il periodo 2013-2015, la diffusione delle caselle avverrà entro Marzo 2013.
<i>Indicatori di risultato</i>	Razionalizzazione delle risorse strumentali , dematerializzazione comunicazioni
<i>Rispondenza a indirizzi regionali</i>	Si
<i>Multilingue</i>	



Progetto 8d

Realizzazione nuova piattaforma Intranet

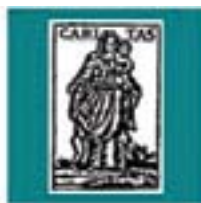
Tematica	Condivisione progetti e valori
Obiettivo	<p>Creare una piattaforma Intranet al servizio degli operatori, che offra sia servizi di ampia utilità, come rubrica telefonica, rassegna stampa, modulistica ad uso interno, sia pagine dedicate ad ambiti ristretti e specifici (ad esempio la singola unità operativa o dipartimento) in cui gli operatori possono condividere informazioni e dati funzionali alla loro attività in maniera semplice e veloce.</p> <p>La nuova Intranet dovrà inoltre favorire la circolazione della comunicazione interna e promuovere così la condivisione sui progetti aziendali.</p>
Target	Dipendenti
Strumenti previsti	Lo studio di fattibilità in corso individuerà lo strumento più adatto allo scopo prefisso tra due diverse opzioni già a disposizione dell'Azienda.
Soggetti coinvolti	CED, Ufficio Relazioni con il Pubblico e Comunicazione, totalità dell'Azienda.
Budget	Costo giornate formative per implementare Intranet a partire dalle strutture già disponibili in Azienda
Periodo	Entro la fine del 2013 sarà realizzata una Intranet start up da cui partire per implementare i servizi a disposizione degli operatori e promuoverne l'utilizzo.
Indicatori di risultato	Realizzazione piattaforma base entro fine anno.
Rispondenza a indirizzi regionali	Si
Multilingue	



Progetto I 0a / I 1a

Eventi dedicati all'Azienda ospedaliera

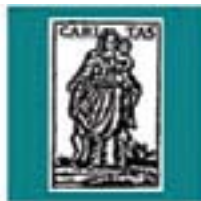
<i>Tematica</i>	Riconoscimento, radicamento al territorio
<i>Obiettivo</i>	Organizzare un evento annuale dedicato all'Azienda, alla sua storia, alla sua tradizione, ai progetti futuri, coinvolgendo tutti i dipendenti e aprendo l'evento anche alla cittadinanza permette di rinsaldare il senso di appartenenza, rafforza l'orgoglio e l'immagine aziendale, promuove il radicamento al territorio. In particolare, l'evento deve prevedere un momento di premiazione dei dipendenti andati in pensione come riconoscimento per il contributo dato all'Azienda.
<i>Target</i>	Dipendenti, associazioni, cittadini
<i>Strumenti previsti</i>	Evento stile convention con proiezione di video e premiazione dipendenti in pensione.
<i>Soggetti coinvolti</i>	Direzione, Ufficio Relazioni con il Pubblico e Comunicazione, totalità Azienda.
<i>Budget</i>	Eventuali costi possono essere coperti tramite sponsorizzazioni.
<i>Periodo</i>	
<i>Indicatori di risultato</i>	
<i>Rispondenza a indirizzi regionali</i>	
<i>Multilingue</i>	



Progetto I 2a

Applicazione indicazioni regionali nuovo logo

<i>Tematica</i>	Valorizzazione mission
<i>Obiettivo</i>	La mission aziendale viene comunicata anche attraverso il logo, che ne sintetizza in maniera immediata i contenuti. L'affiancamento del logo Sistema sanitario Regione Lombardia a quello proprio dell'Azienda permette l'immediata identificazione dell'ente come parte del Sistema regionale.
<i>Target</i>	Cittadini
<i>Strumenti previsti</i>	Prosecuzione applicazione doppio logo
<i>Soggetti coinvolti</i>	Ufficio Relazioni con il Pubblico e Comunicazione, totalità Azienda.
<i>Budget</i>	Nessun costo
<i>Periodo</i>	
<i>Indicatori di risultato</i>	L'applicazione del doppio logo è già completa. Continua il monitoraggio sulla corretta applicazione con riferimento a tutte le nuove pubblicazioni.
<i>Rispondenza a indirizzi regionali</i>	
<i>Multilingue</i>	



Progetto I3a

Supporto attività Dipartimento innovazione

<i>Tematica</i>	Promozione crescita e innovazione
<i>Obiettivo</i>	Il nuovo Piano di organizzazione aziendale ha previsto l'istituzione di un Dipartimento dedicato all'innovazione. E' importante che la comunicazione supporti e promuova le iniziative che saranno promosse da questo dipartimento al fine di favorirne la conoscenza e stimolare sempre nuovi progetti di crescita e sviluppo.
<i>Target</i>	Dipendenti, associazioni, cittadini
<i>Strumenti previsti</i>	Comunicati stampa, comunicazioni interne, news su sito Internet e house organ
<i>Soggetti coinvolti</i>	Direzione, Ufficio Relazioni con il Pubblico e Comunicazione.
<i>Budget</i>	Nessun costo previsto
<i>Periodo</i>	
<i>Indicatori di risultato</i>	
<i>Rispondenza a indirizzi regionali</i>	
<i>Multilingue</i>	