



Azienda Ospedaliera  
Istituto Ortopedico Gaetano Pini

**PIANO DI COMUNICAZIONE**

# INDICE

Premessa	pag. 3
La strategia di comunicazione dell'Azienda	pag. 4
Attività di comunicazione e informazione ai cittadini	pag. 5
Attività di comunicazione e informazione ai dipendenti e Collaboratori	pag. 6
Attività di comunicazione e informazione clinico-scientifica	pag. 7
Rapporti con i mezzi di comunicazione di massa	pag. 8

## Premessa

A partire dagli anni '90, una serie di norme ha ridisegnato i rapporti tra Pubblica Amministrazione e cittadini/utenti (L. 142 del 1990; legge 241 del 1990).

Uno degli strumenti funzionali a tale nuova prospettiva è la *comunicazione*, assunta ad ulteriore elemento normativo con la L. 150 del 7 giugno 2000, che disciplina le attività di informazione e comunicazione delle Pubbliche Amministrazioni, in attuazione dei principi che regolano la trasparenza e l'efficacia dell'azione amministrativa.

Già la D.G.R.L. 11 gennaio 1999, n. 40939, stabiliva a livello regionale le regole per la redazione del Piano di comunicazione per il 1999.

La Direttiva del Ministro della Funzione Pubblica del 2002 precisa i macro obiettivi di comunicazione, che devono essere improntati a fornire un'informazione completa, all'efficienza e all'efficacia dei servizi e a semplificare l'accesso agli stessi, promuovendo nuove relazioni con i cittadini.

Questa Azienda Ospedaliera intende il Piano di Comunicazione come l'insieme dei processi di creazione e scambio di messaggi e di informazioni all'interno delle reti di relazioni che costituiscono l'ossatura della sua organizzazione. Esso coinvolge i collaboratori interni e tutti i soggetti esterni in qualche modo interessati o in contatto con l'azienda.

In questo senso la comunicazione deve tenere conto delle competenze e degli obiettivi di tipo organizzativo, per migliorare l'efficienza e l'efficacia dell'Azienda.

## ***LA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE DELL'AZIENDA***

### **Analisi della comunicazione**

Il piano ha una valenza strategica e consente di definire in modo chiaro obiettivi, target, strumenti di informazione e di coordinare con maggiore efficacia le risorse umane, strumentali ed economiche a disposizione, permettendo di coordinare in una sequenza logica le azioni ed i passaggi necessari per elaborare un determinato progetto comunicativo.

La comunicazione deve essere priva di contraddizioni e coerente e deve essere in grado di *dare significato* ai mutamenti che si devono affrontare nell'Azienda

I requisiti della comunicazione si possono riassumere nella immediatezza, nell'ascolto e nella qualità delle informazioni e nel loro *feed back*.

### **Strategia di comunicazione**

Gli obiettivi che l'Azienda si propone concernono lo sviluppo e/o l'avvio della:

1. attività di comunicazione e informazione e ai cittadini;
2. attività di comunicazione e informazione ai dipendenti e collaboratori;
3. attività di comunicazione e informazione clinico/scientifica;
4. gestione dell'informazione con i mezzi di comunicazione di massa.

## ***1) Attività di comunicazione e informazione ai cittadini***

L'informazione di servizio e assistenza all'utente è assolto, in attuazione della L.R. 31/1997, in modo particolare dalla **“Carta dei servizi” (deliberazione n. 24 febbraio 1999** curata dalla Direzione medica di Presidio, dall'Ufficio Qualità e dall'URP (ufficio relazioni pubbliche). Questo documento è presente, oltre che nell'edizione cartacea, anche sul **Sito Internet dell'Istituto:**

<http://www.gpini.it> ed è costantemente aggiornato e implementato.

Sul **Sito internet dell'Azienda** la sezione **“Servizi al Pubblico”** documenta in pagine strutturate per argomento:

- i servizi sanitari che l'Azienda offre nelle sue due sedi (ricoveri, visite e prestazioni ambulatoriali, ecc.);
- i servizi a tutela degli utenti;
- la presenza di una Scuola Elementare per i piccoli degenti.

Alcune delle informazioni predisposte dalle Associazioni e dalla Scuola elementare sono distribuite **anche su supporto cartaceo**, per una opportuna usufruibilità da parte dei destinatari.

In forma sperimentale **sul Sito** dell'Istituto, è stata creata una nuova pagina **“Ad uso del paziente”** nella quale i pazienti troveranno dei prodotti multimediali realizzati dai nostri medici che daranno in forma divulgativa informazioni controllate sulle patologie trattate nelle divisioni dell'Azienda e sui comportamenti corretti che i pazienti dovrebbero adottare (ad esempio : l'”Allungamento degli arti inferiori” sotto l'aspetto chirurgico e riabilitativo post-operatorio).

**L'Ufficio per le relazioni con il pubblico**, istituito in ottemperanza al D.Lgs. n. 29/1003 e successive modifiche, garantisce la veicolazione di tutte le informazioni di primo livello e l'erogazione di servizi caratterizzati da ampi *target* di riferimento, mediante un'apertura al pubblico che renda possibile coniugare la qualità del servizio con la quantità delle ore in cui esso è a disposizione dei cittadini/utenti. Inoltre l'URP svolge una funzione di semplificazione dei linguaggi e della modulistica in funzione per consentire una maggiore comprensione da parte di chi la utilizza. Nell'intento di favorire l'ascolto della voce degli utenti, vengono distribuiti due questionari da compilare da parte degli stessi sulle problematiche o sulla best practice relative alla degenza e all'area ambulatoriale per verificare la cosiddetta “ Customer satisfaction”.

All'interno dell'Istituto è stato attivato, considerata la vasta presenza di stranieri, un “**servizio di mediazione linguistico culturale**” per instaurare con gli stessi rapporti basati anche sull'accoglienza umana e qualificata.

In collaborazione con la Regione Lombardia è stato redatto un “ Progetto di ottimizzazione del processo di accoglienza” per agevolare l'utilizzo dei servizi dell'Azienda Ospedaliera a tutti coloro che vi si rivolgono.

E' stato anche attivato un servizio di trasmissione televisiva di informazioni sui servizi sanitari/assistenziali e di intrattenimento, a circuito chiuso, in appositi luoghi di degenza o di attesa di prestazioni.

## ***2) Attività di comunicazione e informazione ai dipendenti e collaboratori***

All'interno di uno scenario di miglioramento complessivo della qualità e dei tempi di latenza delle informazioni all'interno del sistema è stato creato l'**Intranet** aziendale volto a potenziare la comunicazione verso i dipendenti per un complessivo incremento della conoscenza dell'immagine aziendale. E' in atto, peraltro, un aggiornamento di tale strumento.

Inoltre tutti i dipendenti sono stati dotati di **posta elettronica** individuale per una comunicazione e informazione in tempo reale.

Ogni Dirigente/Responsabile, nell'ambito della propria autonomia organizzativa, deve porre in essere tutte le azioni che possono agevolare processi comunicativi all'interno della propria Struttura, al fine di contribuire al raggiungimento degli obiettivi strategici e strumentali concordati. Infatti già nella negoziazione dei budget di ogni singola struttura tutti i Direttori hanno sottoscritto di aver coinvolto e informato i propri collaboratori degli obiettivi da raggiungere.

L'Azienda ha redatto il Piano di Organizzazione e Funzionamento Aziendale che è stato trasmesso a tutti gli organismi interni preposti a darne informazione a tutti i dipendenti.

### ***3) Attività di comunicazione e informazione clinico-scientifica***

Fino ad oggi, lo strumento per eccellenza di informazione clinico-scientifica è stata la rivista dell'Istituto "**Archivio di Ortopedia e Reumatologia**". Fondata nel 1884, è la più antica al mondo nell'ambito dell'Ortopedia, testimonianza dell'impegno clinico e di studio che si svolge nell'Ospedale e luogo di incontro per un continuo aggiornamento scientifico. La rivista pubblica quattro numeri tematici l'anno, distribuiti nella versione cartacea a 7000 lettori (ortopedici, reumatologi, fisiatristi, terapisti, infermieri e riviste internazionali) e uno/due volumi speciali. La versione elettronica è consultabile dalla *home page* dell'Azienda con un pregresso dal 2001.

Dal 2007 è prevista la disponibilità di un secondo strumento informativo d'eccellenza: **OASIL** (Open Archive per la Sanità in Lombardia), un archivio "*Open ACCESS*" (un Archivio aperto al mondo) che diffonde protocolli, casi clinici, immagini su tecniche chirurgiche, filmati su interventi, ecc., realizzati dai medici dell'Azienda. Il veicolo è sempre Internet ma, grazie agli standard e agli strumenti con cui è costruito (protocollo AOI e software Dspace sviluppato dal MIT e HP Labs), i principali motori di ricerca in Internet, quali Google, mettono a disposizione le informazioni contenute in OASIL con "rilevanza massima". La direzione Scientifica dell'Istituto sorveglia la qualità dell'informazione, Il progetto si svolge in ambito SBBL (Sistema Bibliotecario Biomedico Lombardo, istituito con legge Regionale nel 1994), con la partecipazione della Regione Lombardia-Direzione Generale Sanità, ha superato la fase sperimentale (gennaio-maggio 2007) e, da ottobre 2007, sarà "aperto" sul Sito aziendale.

**Il Sito Internet aziendale** (<http://www.gpini.it/>) è costituito da oltre un centinaio di pagine, illustra la storia dell'Istituto Ortopedico Gaetano Pini, informa sulla sua struttura organizzativa, documentando l'attività clinica e scientifica di ogni Unità Operativa. La Direzione Scientifica ne ha curato la realizzazione e ne cura l'aggiornamento.

**"La Biblioteca Informa"** è un quaderno che raccoglie e distribuisce mensilmente comunicazioni sull'attività di corsi e convegni organizzati dai medici dell'Azienda, o a cui i medici stessi partecipano, sia all'interno dell'Istituto che in incontri nazionali ed internazionali. Esso è distribuito in forma cartacea (all'interno dell'Azienda) e in forma elettronica attraverso il Sito.

#### ***4) Rapporti con i mezzi di comunicazione di massa***

I rapporti con i mezzi di comunicazione di massa (giornali, radio, televisioni ed altri) sono gestiti dalla Direzione Strategica Aziendale in collaborazione con la Direzione Scientifica dell'Istituto Ortopedico Gaetano Pini.

I riferimenti normativi che guidano la comunicazione sono, oltre alla normativa generale vigente e alla L. 150/2000, il Piano di Organizzazione e Funzionamento Aziendale, il D. Lgs. n.196/2003 ( Codice sulla Privacy ) e i Regolamenti aziendali.

L'Ufficio Stampa è una società esterna che risponde direttamente alla Direzione Strategica.

La responsabilità della gestione dei rapporti con i mezzi di comunicazione di massa è di competenza della Direzione Strategica e del Direttore Scientifico che valutano il contenuto sia istituzionale che medico-scientifico e la coerenza di ogni iniziativa con le politiche e gli obiettivi dell'Azienda e della Regione Lombardia.

La diffusione di informazioni riguardanti le attività del Gaetano Pini verso i mezzi di comunicazione di massa ed i cittadini deve rispondere a regole di efficacia (per una informazione completa e significativa sulle attività al servizio dei pazienti e dei loro familiari) ed equilibrio, anche al fine di evitare strumentalizzazioni di sorta.

L'Azienda garantisce, nel rispetto e tutela della privacy dei pazienti e degli stessi operatori, la propria collaborazione con i mezzi di comunicazione (carta stampata,televisione, radio, agenzie di stampa, uffici stampa in genere, ecc.) e definisce una procedura interna, qui di seguito esplicitata, a cui si devono attenere tutti i dipendenti che si rapportino con i mezzi di comunicazione non a titolo personale, ma in quanto rappresentanti e facenti parte dell'Azienda.

#### **PROCEDURA**

I Comunicati ai mezzi di comunicazione per iniziativa dell'Azienda si realizzano attraverso Comunicati Stampa e Conferenze Stampa e riguardano argomenti di particolare valore clinico-sanitario, sociale e di specifico interesse dei cittadini e dei pazienti attuali e potenziali.

La gestione organizzativa di interviste, dichiarazioni audio/video, riprese video, servizi fotografici effettuati da esterni, partecipazione a trasmissioni radiofoniche e televisive, richieste

di dati e rilascio di informazioni relativi all'attività dell'Azienda, è di competenza del Dirigente responsabile per la Comunicazione e l'Informazione e/o dell'Ufficio Stampa su incarico del Direttore Generale ed in stretto rapporto con la Direzione Scientifica. Per quanto di competenza devono essere interpellate la Direzione Sanitaria, la Direzione Amministrativa, i Dipartimenti e le Strutture interessati.

Nel caso di richieste di dichiarazioni in merito a eventi gravi e/o ad alto impatto pubblico che coinvolgano direttamente o indirettamente l'Istituto, qualunque comunicazione alla stampa verrà rilasciata esclusivamente dal Direttore Generale o da persona da lui espressamente delegata, con precise indicazioni circa i comportamenti da tenere da parte di tutti i dipendenti comunque coinvolti, sempre nel più assoluto rispetto della normativa sulla Privacy.

Le richieste di *locations* per films, sceneggiati, spot, ecc., all'interno dell'Azienda vanno inoltrate al Direttore Generale, che le valuta anche in relazione alle opportunità di promozioni dell'immagine dell'Azienda che tali iniziative possono fornire.