

INDICE

1. SCOPO	3
2. CAMPO DI APPLICAZIONE	3
3. RIFERIMENTI	3
4. PREMessa	4
5. IL PIANO DI COMUNICAZIONE PER LA SALUTE	4
6. OBIETTIVI DEL PIANO AZIENDALE	5
7. GRUPPO DI LAVORO	6
8. LA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE	6
9. LA COMUNICAZIONE INTERNA	8
9.1. RETE INFORMATICA AZIENDALE	8
9.2. GLI ORGANI COLLEGIALI.....	9
9.2.1. <i>Il Comitato Qualità e Rischio Clinico</i>	9
9.2.2. <i>Riunione periodica ex art. 35 D. Lgs 81/08 e s.m.i.</i>	10
9.3. BACHECHE AZIENDALI	10
9.4. CASSETTE PER LA RACCOLTA DI SUGGERIMENTI	10
9.5. POSTER E PANNELLI INFORMATIVI	10
10. LA COMUNICAZIONE ESTERNA	11
10.1. LA COMUNICAZIONE ONLINE	11
10.1.1. <i>Il Sito Web Aziendale</i>	12
10.1.2. <i>I Social Network</i>	12
10.2. LA COMUNICAZIONE OFFLINE.....	12
10.3. LA COMUNICAZIONE PSICO SOCIALE.....	13
10.4. COMUNICAZIONE CON LE AUTORITÀ, GLI ORGANI DI VIGILANZA E CONTROLLO E LE PARTI INTERESSATE	13
13	
10.5. LA CARTA DEI SERVIZI	14
10.6. LE BROCHURE INFORMATIVE	14
11. LA FORMAZIONE	15
12. MONITORAGGIO E VALUTAZIONE	15



DOCUMENTO
PIANO DI COMUNICAZIONE PER LA SALUTE 2022/2023

Codice documento:
PC_7.4
Emesso 20.12.2022
Rev01: 02/02/2023

REV.	EMESSA DA RQ		VERIFICATA RQ		APPROVATA DA PR	
	DATA	FIRMA	DATA	FIRMA	DATA	FIRMA
00	20.12.2022		20.12.2022		20.12.2022	
01	28.01.2023		28.01.2023		02/02/2023	

1. SCOPO

Scopo del presente Piano Aziendale è quello di definire le responsabilità e le attività da svolgere per assicurare un processo di comunicazione strutturato ed efficace, in recepimento e declinazione interna del Piano Regionale di Comunicazione per la Salute 2021 allegato al Decreto Assessoriale n. 308/21 del 15/04/2021.

Sisifo - Consorzio di Cooperative Sociali, è membro della Lega delle Cooperative, ed associa cooperative sociali leader nei servizi socio-assistenziali e sanitari in Sicilia.

Sisifo è un autorevole soggetto economico e un interlocutore politico, impegnato dal 1999 nel promuovere autonomamente e per le cooperative associate, lo sviluppo di nuove iniziative di cooperazione sociale e la gestione dei servizi socio-assistenziali e sanitari nel rispetto dei principi di mutualità, solidarietà e sostegno della persona del movimento cooperativo mondiale.

Il **Consorzio Sisifo** attraverso le sue imprese sociali eroga servizi sociali e sanitari alla persona, sia in ambito domiciliare che semi-residenziale e residenziale.

Il **Consorzio Sisifo** si connota per essere una struttura di servizio e di promozione della cooperazione sociale in Sicilia; un soggetto capace di interloquire con le istituzioni regionali, nazionali ed europee e che ben conosce i problemi e le difficoltà della gestione dei servizi socio-assistenziali e sanitari.

Tale caratteristica è la naturale conseguenza della vasta competenza tecnica acquisita negli anni e va di pari passo con la capacità di fornire servizi, assistenza, supporti formativi agli operatori della cooperazione sociale e di fornire supporto normativo in materia di realizzazione e/o di gestione di RSA e Hospice.

Il **Consorzio Sisifo** è iscritto alla Camera di Commercio i.a.a. di Palermo al Repertorio Economico Amministrativo n° 218235 del 27/01/2000, nonché al Registro delle Imprese di Palermo al n° 4482/2000; inoltre è iscritto all'Albo Nazionale delle Cooperative a mutualità prevalente al N.A.150791.

Sisifo risulta, altresì, iscritto all'Albo Regionale Enti Locali (Regione Sicilia) alla sezione Inabili, Anziani e Minori tipologia Assistenza Domiciliare e Casa Protetta.

2. CAMPO DI APPLICAZIONE

Il presente piano si applica a tutte le attività che vengono erogate dalla SISIFO, per quanto riguarda sia la comunicazione interna che la comunicazione esterna rivolta ai cittadini, ed a tutte le parti interessate quali Enti e Autorità di coordinamento e controllo, appaltatori, lavoratori autonomi, fornitori di servizi, i visitatori e, più in generale, l'intera collettività.

Tutto il personale appartenente all'organizzazione o che lavora per conto di essa dovrà fare riferimento ai contenuti del presente piano relativamente ai processi di comunicazione, partecipazione e consultazione.

La gestione delle attività di comunicazione sono uniche per entrambe le società.

3. RIFERIMENTI

- Decreto Assessoriale n. 308/21 del 15/04/2021;
- Decreto Assessoriale del 4 agosto 2020;
- D.A. n. 166 del 3 marzo 2020;
- Decreto assessoriale 319 del 02/03/2016;

- Legge regionale n. 5 del 14/04/2009;
- D. Lgs 81/08 e s.m.i.;
- Decreto Assessoriale 5 ottobre 2005;
- Circolare dell'Assessorato Regionale alla Sanità n. 1034/2000;
- Legge 273/1995;
- DPCM del 19 maggio 1995;
- Direttiva del Consiglio dei ministri del 27 gennaio 1994;
- Norma ISO 9001:2015 - punti 4.2, 5.2.2, 7.3 e 7.4;
- Norma UNI ISO 45001:2018 - punti 4.2, 5.1 e 7.4.

4. PREMESSA

La salute è un diritto fondamentale della persona tutelato dall'art. 32 della Costituzione e può essere pienamente riconosciuto solo perseguendo l'eguaglianza dei cittadini dettata dall'art. 3 della medesima. La ragion d'essere di ogni operatore che assicura l'erogazione di servizi sanitari pubblici consiste nel perseguire questi principi.

Ad essi è necessario correlare i diritti dell'informazione (informare, informarsi ed essere informato) per definire i compiti della comunicazione pubblica nei confronti del cittadino.

La comunicazione nelle Aziende Sanitarie, curato dal Servizio Comunicazione, ha assunto un ruolo strategico che si connota in due diverse opportunità di applicazione:

1. la comunicazione sanitaria, incentrata principalmente sui servizi e sulle prestazioni in tutti i livelli dell'assistenza: prevenzione, diagnosi, cura e riabilitazione. In questo ambito è possibile: sviluppare attività che consentano la partecipazione dei cittadini ai processi decisionali e alla valutazione dei servizi; garantire l'autonomia di scelta; favorire la cultura dell'appropriatezza. La facilitazione dell'accesso, altro elemento necessario a garantire la salute e il benessere dei cittadini, rientra negli impegni di comunicazione di ogni azienda sanitaria verso il suo bacino di utenza;
2. la comunicazione per la salute, elemento costitutivo e leva strategica delle politiche di promozione della salute, secondo le Linee Generali del Piano Sanitario Nazionale. Nella comunicazione per la salute i protagonisti sono i diversi settori della società - Enti, Istituzioni, Associazioni del Terzo Settore e cittadini - interlocutori attivi e consapevoli di un percorso di "costruzione sociale della salute" che trova nella partecipazione e nella condivisione di obiettivi, strategie e attività i suoi punti di forza.

La comunicazione in sanità viene tradizionalmente intesa come quella interpersonale del sanitario con il paziente ma in realtà essa include anche quella pubblica con la popolazione nel suo complesso (es. attraverso i media) o con i suoi rappresentanti, nonché con gli utenti del servizio sanitario (es. gestione dei reclami).

5. IL PIANO DI COMUNICAZIONE PER LA SALUTE

Il piano Regionale di Comunicazione per la Salute, approvato con il decreto assessoriale del 15 aprile 2021, si propone come scopo dichiarato quello di *"realizzare in maniera sistematica attività di informazione, promozione ed educazione alla salute ispirate ai principi di trasparenza, imparzialità, partecipazione ed esigibilità dei diritti da parte dei cittadini, nonché di sostenere i principi di eguaglianza, universalità, globalità e volontarietà della legge di istituzione del Servizio Sanitario Nazionale."*

Per il perseguimento di tale scopo l'Assessorato Regionale alla Salute ha costituito il "Tavolo Tecnico Regionale Permanente per la comunicazione integrata per la salute" al

quale è affidato il compito di supportare l'organo politico della Regione Siciliana nella emanazione di indirizzi operativi alle Aziende Sanitarie e Ospedaliere, a tutte le strutture sanitarie del territorio e socio sanitarie del privato sociale ed imprenditoriale, accreditate e convenzionate, al fine di uniformare ed omogeneizzare le politiche che promuovono “ *la buona comunicazione nell'ambito della salute.*”

Il Piano Regionale costituisce, pertanto, la linea guida alla quale anche le strutture ospedaliere private accreditate e convenzionate devono fare riferimento per definire ed implementare le proprie politiche di comunicazione nei confronti dei cittadini e di tutti gli stakeholders.

In tale prospettiva, il consorzio SISIFO, ha deciso di recepire il Piano Regionale per tutti gli aspetti che riguardano il suo ruolo di attore nel contesto del Sistema Sanitario Regionale e di redigere, in conformità, un proprio Piano di Comunicazione che le consenta di partecipare attivamente al processo di comunicazione disegnato dall'Assessorato alla Salute.

Per essere sviluppata in modo unitario e coerente, la comunicazione del consorzio si avvale delle seguenti articolazioni organizzative:

- l'Ufficio Relazioni con il Pubblico (URP),
- Addetto alla comunicazione e Referente per le relazioni con la stampa e con i social
- il Servizio Qualità e Formazione

In questo contesto, il comunicatore assume un ruolo strategico per garantire il coordinamento e l'integrazione delle diverse articolazioni nonché dei professionisti che vi operano, all'interno di un unico “Sistema di Comunicazione”.

In questo sistema il reclamo è, nella maggior parte dei casi, un'opportunità per migliorare il servizio offerto. La gestione del reclamo verbale o scritto è attività classica e istituzionale dell'URP. La conduzione del procedimento da parte di specialisti della comunicazione garantisce imparzialità, trasparenza e dimostra l'importanza attribuita dall'Ente all'ascolto dell'utente per tutelarne i diritti.

Per SISIFO la comunicazione è considerata una risorsa, e non una spesa, perché riveste un ruolo strategico nel favorire l'accesso e l'utilizzo appropriato dei servizi (sistema di informazione dei servizi erogati dalla struttura), nonché l'adozione di comportamenti volti alla tutela ed al miglioramento della salute individuale e collettiva. (organizzazione di eventi per informare la cittadinanza e gli addetti ai lavori della valenza socio sanitaria dell'assistenza domiciliare integrata)

Per citare alcuni esempi, attività volte a favorire un consumo appropriato di prestazioni sanitarie possono contribuire ad una gestione più efficiente delle risorse (gestione delle liste d'attesa differenziate per patologia); gestire il sito Internet secondo i criteri dell'accessibilità e dell'usabilità, consentendo agli utenti di acquisire autonomamente informazioni o di effettuare prenotazioni direttamente on line, può favorire una migliore allocazione delle risorse. (attivazione del servizio di prenotazione on line)

6. OBIETTIVI DEL PIANO AZIENDALE

Il Piano aziendale di comunicazione intende perseguire i seguenti obiettivi:

- a. Garantire un corretto ed efficace flusso informativo verso le Istituzioni e gli Organismi preposti al controllo delle attività di SISIFO.
- b. Garantire il tempestivo recepimento e la corretta applicazione delle disposizioni e degli indirizzi formulati dalle competenti strutture del Servizio Sanitario Regionale
- c. Informare la Comunità ed i singoli cittadini sulle prestazioni offerte e sulle condizioni stabilite per la loro fruizione, nel rispetto dei loro diritti e delle loro esigenze
- d. Informare i pazienti che accedono alle cure domiciliari, sulle misure adottate per la prevenzione del rischio, sui comportamenti attesi ai fini della sicurezza.
- e. Partecipare agli stakeholders ed a tutti i collaboratori interni ed esterni la vision la mission aziendale
- f. Informare tutti i dipendenti ed i collaboratori a contratto sui ruoli e responsabilità e sulle modalità di svolgimento delle attività di competenza e sugli strumenti di comunicazione disponibili.

7. GRUPPO DI LAVORO

In occasione del recepimento del Piano di Comunicazione per la Salute Regionale é stato istituito il gruppo di lavoro “Comunicazione per la salute”, composto da:

- Direttore Sanitario o persona formalmente delegata
- Direttore Amministrativo
- Responsabile Qualità e Sicurezza
- Responsabile Ufficio Relazioni con il Pubblico
- Responsabile del Sistema Informativo

Il gruppo di lavoro ha i seguenti compiti:

- a) Coordinamento delle iniziative di comunicazione per la salute, interna ed esterna
- b) Aggiornamento del Piano Aziendale di Comunicazione
- c) Gestione dei rapporti con l’Ufficio Speciale “Comunicazione per la salute” dell’Assessorato Regionale alla Salute
- d) Organizzazione di eventi, convegni e congressi
- e) Gestione del portale web e dei social.

8. LA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE

La comunicazione istituzionale nasce dall’esigenza di informare correttamente il cittadino utente rispondendo a criteri di chiarezza e trasparenza per contribuire alla definizione dell’immagine del di SISIFO e dell’intero Servizio Sanitario Regionale in termini di credibilità ed affidabilità. In questo contesto la comunicazione istituzionale deve essere chiara, diretta e accessibile.

La struttura comunicativa istituzionale risponde ai seguenti parametri:

- Identificazione del target (*whom* - a chi comunicare);
- Identificazione degli obiettivi comunicativi (*why* - perché comunicare);
- Definizione dei contenuti della comunicazione (*what* - cosa comunicare);
- Selezione degli strumenti e dei canali di comunicazione (*how* - come comunicare)

Sono stati individuati due target di riferimento, il pubblico interno ed il pubblico esterno, verso cui è, rispettivamente, indirizzata la comunicazione interna e la comunicazione esterna.

Al pubblico interno, costituito da tutto il personale del SISIFO, deve essere assicurato il costante coinvolgimento nelle scelte strategiche e organizzative e la piena condivisione

delle informazioni, secondo una logica che superi l'appartenenza a settori, uffici e ruoli e metta al centro dell'attenzione e dei processi le persone e le loro competenze (*soft skill*).

Il pubblico esterno è costituito dai cittadini utenti e dagli altri *stakeholder*.

Per promuovere una corretta cultura della comunicazione pubblica in sanità, SISIFO ha investito negli anni su una formazione adeguata del personale addetto alla gestione del paziente e sull'integrazione sistemica tra URP, Servizio Comunicazione, il collegio dei sanitari e analoghe strutture all'interno di un unico Sistema.

I principi su cui si costruisce la nostra politica di comunicazione possono essere così sintetizzati:

1. *favorire una corretta informazione con contenuti appropriati tramite un'adeguata organizzazione delle strutture di comunicazione;*
2. *professionalità, risorse umane e materiali adeguate alle funzioni;*
3. *la comunicazione per la salute è uno strumento strategico e innovativo che, utilizzato propriamente, consente alle Aziende Sanitarie di mettersi in rete con gli altri attori sociali per costruire strategie integrate ed efficaci nel migliorare la salute della popolazione, andando ad agire su tutti i suoi determinanti. L'obiettivo è il miglioramento dello stato di salute e della qualità della vita grazie al contributo dei diversi settori della società.*
4. *la comunicazione pubblica promuove la responsabilità sociale* in quanto indirizza le Istituzioni, il Terzo Settore e le Aziende profit verso i valori della coesione sociale e dello sviluppo sostenibile;
5. *la comunicazione pubblica sostiene l'empowerment del cittadino:* adeguate strategie di comunicazione, contribuiscono a sostenere scelte consapevoli e aumentano la fiducia dei cittadini verso i servizi sanitari. Occorre chiarire il rapporto tra le reali potenzialità della medicina e dei servizi sanitari erogati dalla struttura e le attese dei cittadini: la diffusione di informazioni complete e "oneste" su benefici e rischi (di uno screening, di un esame o di una terapia...), secondo i principi dell'evidenza scientifica, mette il paziente in grado di esercitare la propria autonomia di scelta ed è alla base di una relazione trasparente e fondata sulla reciproca fiducia. La percezione di credibilità e affidabilità della fonte è una condizione fondamentale per l'efficacia della comunicazione;
6. *favorire la comunicazione interna per integrare le competenze del personale:* il bisogno di integrare le competenze del personale addetto al front office (sanitario e non) è il presupposto per divulgare informazioni corrette e allo stesso tempo chiare e comprensibili per i cittadini;
7. *effettuare verifiche sulla comunicazione,* attraverso la ricerca di modalità di valutazione appropriate allo specifico contesto. La ricerca e l'utilizzo di indicatori e strumenti adeguati rientra nell'ambito di una pratica seria e responsabile della propria professione.

La finalità della ns politica di comunicazione si possono agevolmente ravvisare nelle iniziative promosse dal servizio comunicazione negli ultimi anni quali:

- Istituzione e coordinamento dell'Ufficio Relazioni con il Pubblico
- Strutturazione dei rapporti con la stampa e Media (esiste una figura dedicata a questa funzione)
- Organizzazione di eventi di informazione sanitaria
- Coordinamento del sito internet aziendale (esiste una figura dedicata a questa funzione)
- Cura dell'immagine coordinata dell'azienda e dell'uso del logo Aziendale

- Promozione di programmi di Educazione, promozione e prevenzione dei rischi alla salute (Direzione Sanitaria)
- Definizione di accordi e partnership con soggetti del Terzo Settore

9. LA COMUNICAZIONE INTERNA

In un'organizzazione come il SISIFO, che ha come obiettivo prioritario quello di assicurare prestazioni sanitarie del più alto livello di qualità a tutti i cittadini, risulta di rilevanza strategica rafforzare la comunicazione interna. Le risorse umane costituiscono parte attiva del processo di comunicazione e, al tempo stesso, sono veicolo di divulgazione della comunicazione verso l'esterno. Per tale ragione è indispensabile affermare, attraverso la realizzazione della Politica per la qualità e la Sicurezza, la cultura della comunicazione all'interno dell'organizzazione in modo diffuso e trasversale per creare all'esterno un'identità coesa e coerente nell'ambito del Sistema Sanitario Regionale, garantendo uniformità alle azioni comunicative.

Il target della comunicazione interna si identifica nel personale che opera all'interno della SISIFO ma distribuito nell'intero territorio regionale e la cui sede operativa non sempre è la sede delle strutture sanitarie afferenti a SISIFO ma il domicilio del paziente.

Con il personale è necessario condividere il maggior numero di informazioni e dati per permettere un'integrazione delle competenze e il miglioramento dei livelli di efficienza ed efficacia raggiungendo così gli obiettivi strategici riducendo la dispersione di energie.

Inoltre essere al corrente delle attività intraprese dalla SISIFO aumenta il senso di appartenenza, con un effetto positivo sul clima interno ed il benessere organizzativo.

Gli strumenti utilizzati da SISIFO per la comunicazione interna sono i seguenti:

- ✓ Rete informatica aziendale;
- ✓ Gli organi collegiali;
- ✓ Le bacheche aziendali;
- ✓ Sessioni formative/informative;
- ✓ Inserimento ed orientamento al ruolo;
- ✓ Cassette per la raccolta di suggerimenti;
- ✓ Poster e pannelli informativi.

Le modalità di comunicazione tra funzioni/posizioni ed all'interno della stessa funzione, relativamente ai processi regolamentati da procedure specifiche del Sistema di Gestione per la Qualità e la Sicurezza, ove pertinente, sono definite all'interno delle procedure stesse.

Inoltre una frequente consuetudine è quella di condividere i documenti aziendali relativi all'organizzazione e le politiche di gestione delle risorse con tutti i lavoratori presenti in ogni servizio attraverso assemblee convocate con cadenza almeno annuale.

9.1. Rete informatica aziendale

SISIFO dispone di una rete di computer e workstations collegati in rete. Tale rete di computer viene quotidianamente utilizzata per la condivisione di documenti e per lo scambio di informazioni. Tutti i documenti del Sistema organizzativo e gestionale del consorzio sono resi accessibili e condivisibili da tutti. A tale rete si appoggia un server dedicato utilizzato per la comunicazione interna.

9.2. Gli organi collegiali

Il sistema di organi collegiali istituiti all'interno della SISIFO è una delle principali modalità di comunicazione interna. Il loro funzionamento, la periodica effettuazione di riunioni sui temi di specifica pertinenza costituisce potente veicolo di circolazione delle informazioni e coinvolgimento.

Di seguito si riportano i principali organi collegiali istituiti e le relative competenze.

9.2.1. Il Comitato Qualità e Rischio Clinico

Il Comitato Qualità è l'organo collegiale preposto al riesame periodico del Sistema di Gestione integrato per la Qualità dell'organizzazione. Vista la sua composizione, l'istituzione del comitato e le sue riunioni periodiche assicurano che tutte le funzioni aziendali, a livello apicale siano aggiornate e consapevoli relativamente agli aspetti di competenza del comitato stesso.

Al comitato sono affidate le seguenti funzioni:

- assicurare il costante impegno di tutto il personale nelle attività di gestione e miglioramento della qualità all'interno dell'organizzazione;
- determinare attività e adempimenti circa il rischio clinico;
- educare e coinvolgere il personale nelle attività dei programmi di misurazione e miglioramento;
- stabilire le priorità di intervento;
- adottare decisioni basate sui dati delle misurazioni;
- progettare e realizzare il miglioramento, anche attraverso opportune azioni di benchmarking
- Definire un piano di formazione per gli operatori sul Clinical Risk Management;
- Mettere a punto ed aggiornare il piano aziendale per la gestione del rischio clinico;
- Nominare eventuali facilitatori-delegati alla sicurezza del paziente;
- Discutere degli eventi avversi;
- Organizzare lo svolgimento degli audit comportamentali per la gestione del rischio clinico;
- Esaminare gli esiti delle autovalutazioni e degli audit GRC e proporre piani di miglioramento.
- Promuovere delle campagne di informazione per la sicurezza del paziente sui temi proposti e condivisi a livello regionale;

Il comitato decide, a margine di ogni riunione, quali decisioni significative rendere note per la partecipazione e la consultazione da parte del personale e le modalità di trasmissione delle stesse. Tali comunicazioni potranno assumere, ad esempio, la forma di:

- Comunicazioni da affiggere in bacheca;
- Ordini di servizio da distribuire in forma controllata.

Il comitato funge quindi da comitato interdisciplinare per :

- **la Qualità Aziendale**
- **il Rischio Clinico**

Alle riunioni del comitato, che si riunisce almeno una volta l'anno, partecipa anche la Direzione che ha il compito di assicurare la coerenza delle valutazioni e degli indirizzi espressi con gli obiettivi strategici aziendali. I lavori del Collegio sono formalizzati in

appositi verbali, redatti e sottoscritti da tutti i partecipanti. I verbali possono contenere indicazioni in ordine alla necessità/opportunità di adottare azioni correttive e/o preventive al fine di prevenire non conformità o migliorare aspetti dei processi di erogazione delle prestazioni sanitarie.

9.2.2. Riunione periodica ex art. 35 D. Lgs 81/08 e s.m.i.

Ai sensi dell'art. 35 del D. Lgs. 81/08 almeno una volta l'anno viene tenuta una riunione periodica in materia di sicurezza. Partecipanti e argomenti trattati in occasione della riunione sono specificati in apposita procedura.

Anche sugli esiti di tale riunione il comitato qualità e sicurezza indica quali decisioni significative rendere note per la partecipazione e la consultazione da parte del personale e le modalità di trasmissione delle stesse come indicato al precedente punto.

9.3. Bacheche aziendali

Le bacheche aziendali sono i luoghi dove vengono affisse le comunicazioni dei vertici aziendali dirette a tutto il personale che lavora per l'organizzazione. Vengono affissi in bacheca:

- L'organigramma generale e della sicurezza con i nominativi di DL, dirigenti, preposti, addetti antincendio e primo soccorso, RLS, Medico competente ed autorizzato, Esperti qualificati.
- La Politica aziendale per la Qualità e la Sicurezza del paziente;
- Eventuali comunicazioni relative a obiettivi, traguardi, e programmi;
- Altre comunicazioni urgenti e d'interesse generale.

L'aggiornamento della bacheca è a cura del RQ d'intesa con RSPP e con le funzioni responsabili dei processi coinvolti dalle pertinenti comunicazioni.

9.4. Casette per la raccolta di suggerimenti

É presente in struttura una cassetta normalmente utilizzate per la raccolta dei questionari compilati dai dipendenti in merito alla loro soddisfazione nonché per le segnalazioni anonime di incidenti, eventi avversi e near misses.

I dipendenti sono invitati ad utilizzare la cassetta anche per sottoporre all'azienda, anche in forma anonima, suggerimenti, osservazioni e quant'altro possa contribuire al miglioramento nel tempo dei livelli di qualità, sicurezza dei pazienti e soprattutto di salute e sicurezza dei lavoratori.

9.5. Poster e pannelli informativi

Sono in uso ulteriori strumenti di comunicazione interna attivati di volta in volta a seconda delle specifiche esigenze. Questi sono rappresentati per lo più da poster e pannelli informativi dalla tematica solitamente mirata e specifica.

Tali poster e pannelli sono caratterizzati da una comunicazione rapida ed efficace su temi specifici inerenti aspetti prettamente comportamentali afferenti la pratica lavorativa quotidiana del personale. Essi possono riguardare;

- Qualità e sicurezza del paziente
- Salute e sicurezza dei lavoratori
- Gestione del rischio clinico
- Altre tematiche afferenti la sfera comportamentale degli operatori.

10. LA COMUNICAZIONE ESTERNA

In merito alla comunicazione esterna diversi sono oggi gli strumenti a disposizione della SISIFO per dare informazione e comunicazione completa. La SISIFO negli anni si è adeguata ai nuovi mezzi di diffusione per raggiungere i destinatari attraverso i social, le campagne di comunicazione (cartellonistica), ma anche i media classici come giornali, radio, video servizi per approfondimenti, diffusione di comunicati.

Ognuno di questi mezzi va utilizzato secondo la peculiarità del messaggio da diffondere e il target da raggiungere, non trascurando ovviamente l'obiettivo del messaggio stesso.

Target della comunicazione esterna sono:

- i cittadini utenti,
- le Istituzioni,
- gli Organi di vigilanza e controllo,
- I fornitori,
- tutti gli altri stakeholders.

A seconda di ciò che si vuole comunicare e dei canali di comunicazione utilizzati, sono individuati sottogruppi più omogenei per caratteristiche.

Nella comunicazione con i cittadini utenti sono considerate le principali necessità:

- Il bisogno di personalizzazione e umanizzazione: facilità di ricevere informazioni sul servizio e di adempimenti amministrativi, continuità dell'assistenza e tutela dei diritti;
- Il diritto all'informazione: informazione sui servizi offerti e indagini di soddisfazione, informazione sanitaria.

Il consorzio SISIFO ritiene che sia fondamentale per una crescita ed un miglioramento continuo sostenibile tenere in grande considerazione ogni comunicazione (tanto riguardante la qualità e la sicurezza del paziente quanto la salute e la sicurezza dei lavoratori) proveniente dalle parti interessate intese come:

- Soggetti o gruppi interessati delle prestazioni dell'organizzazione
- Persona od organizzazione che può influenzare, essere influenzata, o percepire se stessa come influenzata, da una decisione o attività

Dato il loro effetto, o effetto potenziale, sulla capacità di erogare con regolarità servizi che soddisfino i requisiti del paziente e quelli cogenti applicabili, la SISIFO ha determinato le parti interessate rilevanti per il sistema di gestione qualità e sicurezza nonché i requisiti di tali parti interessate che sono rilevanti per il sistema di gestione per la qualità e la sicurezza.

Tra le parti interessate la priorità va certamente assegnata ai cittadini utenti, le cui segnalazioni (a mezzo questionari di customer satisfaction e/o reclami) vanno prese in considerazione da SISIFO ai fini della comunicazione esterna.

10.1. La Comunicazione Online

La diffusione di internet e l'utilizzo sempre più diffuso dei dispositivi mobili (*smartphone, tablet, ecc.*) hanno aperto scenari nuovi e inaspettati.

I canali digitali stanno diventando per molti cittadini strumenti fondamentali per reperire informazioni e comunicazioni sanitarie, e per accedere a servizi online. I siti web sono potentissimi strumenti di comunicazione in grado di raggiungere target differenziati sia

all'esterno che all'interno della SISIFO , allo stesso tempo, sono canali di importanza strategica in grado di favorire l'accesso ai servizi sanitari e promuovere la conoscenza su temi di grande interesse.

A supporto dei siti web, anche i *social network* hanno contribuito a dare una vera e propria svolta alla comunicazione istituzionale, attraverso l'immediatezza della condivisione delle informazioni che ha spinto il cittadino a "pretendere" risposte in tempi sempre più brevi.

Il piano aziendale di comunicazione per la salute deve, pertanto, prevedere che tutti i canali sopra citati siano correttamente ed efficacemente utilizzati; tra i compiti del gruppo di lavoro di cui al par.6 del presente documento c'è anche quello di curare i contenuti del sito web aziendale per la informazione completa dei cittadini e di promuovere l'utilizzo dei social network per campagne di prevenzione dei rischi.

10.1.1. Il Sito Web Aziendale

Il consorzio SISIFO è dotato di un sito web istituzionale www.consorziosisifo.it. Il sito è progettato per rendere immediatamente visibili le news ed i contenuti ad alto impatto che vogliono essere meglio e più efficacemente veicolati.

Menzione specifica merita la sezione amministrazione trasparente volta a garantire la compliance alle norme in materia di trasparenza nella Pubblica Amministrazione ed in particolare il Decreto Legislativo 33/13 e s.m.i. La sezione contiene tutti i documenti pertinenti.

10.1.2. I Social Network

I canali social consentono di veicolare il messaggio istituzionale in modo ampio e immediato. Si cerca di focalizzare gli sforzi su informazioni che hanno un impatto diretto sulla vita delle persone, con contenuti visuali che si ritengono più efficaci per semplificare e rendere più immediata la comprensione dei messaggi. La SISIFO è in fase di definizione delle modalità di utilizzo dei social per soddisfare le finalità di comunicazione istituzionale con il paziente e l'utenza in generale al fine di definire una efficace strategia per contrastare il fenomeno della diffusione di false notizie. La scelta di questi strumenti ha l'obiettivo di alzare la reputazione della SISIFO, creare una identità forte intorno alla vision e mission dello stesso e soprattutto supportarne le strategie comunicative, soprattutto in un momento così delicato dovuto all'emergenza sanitaria da COVID-19.

10.2. La Comunicazione Offline

Se da un lato occorre adeguarsi ai nuovi mezzi di comunicazione digitale, dall'altro non si deve trascurare la comunicazione "tradizionale", offline. Quest'ultima, infatti, permette di raggiungere quella parte di popolazione che non ha mezzi e strumenti, anche culturali oltre che economici per potere accedere alle informazioni e comunicazioni che viaggiano in rete.

Per tale ragione la SISIFO intende mettere in campo azioni e strumenti quali pubblicazione di avvisi sui giornali, folder e brochure, iniziative ed eventi presso i propri locali aperti alla partecipazione del pubblico.

All'interno della struttura sanitaria la comunicazione con i pazienti, ed anche con i familiari e visitatori, può essere efficacemente assicurata tramite l'utilizzazione di poster che debbano in particolare riguardare le modalità di accesso alla struttura ed ai diversi locali, le misure da adottare per la prevenzione delle infezioni, le modalità per un intrattenimento sicuro con i malati.

10.3. La Comunicazione Psico sociale

Il centro d'ascolto è uno spazio di ascolto, di terapia e di orientamento nel territorio rivolto al paziente e alla sua famiglia, che vuole promuovere: la condivisione, la solidarietà, il valore imprescindibile della soggettività umana da cui deriva la necessità di un approccio globale ed interdisciplinare alla salute della persona.

Il fine è quello di aiutare ad affrontare nel migliore dei modi la malattia e/o l'iter diagnostico e terapeutico, sostenendo il "reinvestimento" delle proprie energie nella vita, mettendo in atto diverse strategie di intervento psicologico e fungendo da ponte di mediazione con altre risorse presenti sul territorio.

Una diagnosi di malattia invalidante rappresenta spesso un momento di "crisi" nella vita di una persona e di chi gli sta vicino, dando luogo a reazioni emotive molteplici che possono andare da un generale "senso di smarrimento e di confusione" ad un "vissuto di più o meno profondo sconvolgimento del proprio progetto esistenziale".

Ecco, allora, il senso di rivolgersi al centro ascolto:

- Per valutare la qualità e la quantità dei sintomi percepiti;
- Per chiarire l'influenza e il peso psichico aggiuntivo di situazioni stressanti concomitanti o immediatamente precedenti alla malattia oncologica;
- Per parlare insieme di pensieri e sentimenti relativi alla malattia e alla fase di vita che si sta attraversando;
- Per spiegare ed interpretare meglio eventuali comportamenti ed emozioni disadattive che peggiorano la qualità di vita;
- Per raccontare e riprendere le fila della propria storia esistenziale, in qualche modo "interrotta, spezzata" dall'evento "critico";
- Per affrontare insieme le preoccupazioni relative alla percezione di "trasformazione della propria immagine corporea" l'incertezza del futuro, le paure e i dubbi esistenziali;
- Per favorire la comunicazione tra la persona, la famiglia, lo staff medico/assistenziale, promuovendo il lavoro di rete;

10.4. Comunicazione con le autorità, gli organi di vigilanza e controllo e le parti interessate

La comunicazione bidirezionale con autorità, organi di coordinamento e controllo, parti interessate deve essere assicurata secondo i seguenti principi generali:

- Le comunicazioni relative a tematiche della salute pervenute dall'Assessorato, dall'ASP e da qualsiasi altra struttura appartenente al Sistema Sanitario Regionale devono pervenire alla Direzione Sanitaria, alla quale compete attivare le iniziative necessarie per i conseguenti adempimenti che andranno condivisi con il Vertice Aziendale.
- Le comunicazioni relative a tematiche della sicurezza devono essere registrate sul protocollo della corrispondenza in arrivo presso la Segreteria e trasmesse tempestivamente agli uffici di competenza ed al RSPP.
- Le comunicazioni pervenute attraverso note legali saranno trattate dal Vertice aziendale con il supporto dell'area legale ed affari generali; sui contenuti dovrà essere informato l'Organismo di Vigilanza.
- Tutte le comunicazioni pervenute, sia per iscritto (a mezzo lettera o fax), via e-mail che verbalmente, devono essere chiuse con un riscontro definitivo che potrà avvenire, a seconda della rilevanza della materia, tramite lettera, fax, e-mail o a mezzo telefono.

SISIFO garantisce la comunicazione con organi regolatori aderendo a campagne di valutazione e rendicontazione come le seguenti:

- Rendicontazione sull'implementazione delle Raccomandazioni del Ministero della Salute per la prevenzione degli eventi sentinella;
- Comunicazione relativa all'adozione ed al livello di attuazione di specifici Percorsi Diagnostico Terapeutico Assistenziali;
- Rendicontazione, e pubblicazione delle relazioni sulle attività condotte per la gestione del rischio clinico anche in attuazione dei disposti della Legge 08/03/2017 n. 24;
- Rendicontazione sul recepimento di specifici piani Regionali e sull'attuazione di specifici Decreti assessoriali.

10.5. La Carta dei servizi

La Carta dei servizi, introdotta nel nostro paese con la Direttiva del Consiglio dei ministri del 27 gennaio 1994, è stata resa vincolante per le Aziende sanitarie dalla Legge 273/1995. La Carta dei Servizi è, per definizione, il **patto** tra i cittadini e la SISIFO nella quale l'erogazione dei servizi e delle prestazioni deve avvenire nel rispetto dei principi fondamentali contenuti nel DPCM del 19 maggio 1995:

- Eguaglianza ed Equità;
- Imparzialità;
- Continuità;
- Diritto di scelta;
- Partecipazione;
- Efficienza ed efficacia.

La divulgazione tramite la Carta dei Servizi degli impegni assunti, con relativi standard di qualità, permette al cittadino di verificare il raggiungimento di quanto dichiarato.

È quindi uno strumento a tutela del diritto alla salute del cittadino in quanto gli attribuisce la prerogativa di un controllo effettivo sui servizi erogati e sulla loro qualità. È uno strumento di comunicazione tra la SISIFO e i cittadini, un legame fatto di informazione, impegni, ascolto, che permette alla struttura sanitaria di crescere erogando servizi sempre migliori, offrendo agli utenti le informazioni sulle attività svolte affinché siano meglio conosciute.

La Carta dei Servizi è aggiornata con frequenza almeno annuale, pubblicata sul sito web aziendale, e messa a disposizione anche in formato cartacea.

10.6. Le Brochure Informative

Il consorzio SISIFO ha redatto dei documenti illustrativi su temi trasversali quali:

- Carta dei servizi
- Carta dei diritti del malato
- Prevenzione cadute
- Percorso Clinico Organizzativo Gestione Evento critico (dolore)
- Guida per il caregiver
- Opuscolo per il paziente sul rischio cadute
- Etc.

11. LA FORMAZIONE

Nell'ambito delle attività svolte dalle strutture che si occupano della salute dei cittadini ha assunto un ruolo sempre più rilevante lo sviluppo di adeguate modalità di comunicazione, supportate da strumenti appropriati, non solo per informare i cittadini sulle prestazioni offerte e sulle modalità di fruizione, ma anche per promuovere l'educazione alla salute e ai corretti stili di vita, anche al di fuori degli episodi di erogazione di prestazioni ambulatoriali in una struttura sanitaria.

Nei confronti dei cittadini che accedono alle prestazioni sanitarie della SISIFO e vengono, pertanto, in contatto con gli Operatori Sanitari un'efficace comunicazione deve essere mirata ad ottenere la consapevole partecipazione dei pazienti e, quando necessario, dei familiari alle decisioni che Medici ed Infermieri debbono assumere in ordine ai piani di cura e di assistenza da attuare.

E', quindi, di assoluta importanza che tutti gli Operatori sanitari, senza alcuna distinzione di ruolo o di mansioni, acquisiscano specifiche abilità comunicative, finalizzate alla definizione dei percorsi di diagnosi e cura, tenendo conto del livello di conoscenze, delle capacità di apprendimento e della sfera emozionale della persona alla quale sono dirette le comunicazioni.

La formazione è lo strumento attraverso il quale si può ottenere la crescita delle conoscenze, competenze e capacità degli Operatori sanitari, favorendo l'acquisizione della consapevolezza dei continui e rapidi cambiamenti che interessano il mondo sanitario, anche nel campo del coinvolgimento dei pazienti nei processi di cura.

A tal fine, il Responsabile della Formazione, con il supporto del Direttore Operativo e di tutti i Direttori Tecnici delle centrali operative, ai quali compete la rilevazione dei fabbisogni di formazione, avrà cura di inserire nel piano annuale di formazione specifiche sessioni dedicate alla comunicazione con i cittadini ed i pazienti.

La Direzione aziendale, inoltre, favorirà la partecipazione del personale ad eventi esterni quali masters, corsi di aggiornamento professionale, corsi di perfezionamento, seminari e convegni.

12. MONITORAGGIO E VALUTAZIONE

Il monitoraggio delle attività messe in atto per l'attuazione del presente piano deve essere sistematicamente condotto dal gruppo di lavoro di cui al par. 6 del presente documento.

Il monitoraggio riguarderà:

- L'efficacia della comunicazione verso i cittadini utenti anche attraverso i ritorni di sondaggi di soddisfazione.
 - N. di POST pubblicati sui social
 - Incremento del 20% rispetto all'anno precedente
- La completezza e correttezza delle informazioni contenute nella carta dei servizi.
 - N. di DOWNLOAD della carta dei servizi dal sito web di SISIFO
 - Incremento del 10% rispetto all'anno precedente
- Il livello di diffusione della conoscenza della carta dei servizi tra i pazienti
 - N. di pazienti che hanno ricevuto la carta dei servizi a domicilio
 - Percentuale di pazienti sguarniti: < 10%
- La completezza e chiarezza delle informazioni pubblicate sul web aziendale.
- L'efficacia della comunicazione on line, anche attraverso la rilevazione del livello di consultazione da parte dei cittadini.

- N. di follower dei social aziendali
 - Incremento del 10% rispetto all'anno precedente
- Il grado di risposta dei cittadini alle iniziative di promozione della salute, attuate attraverso i media ed i social.
 - N. di partecipazioni a webinar o eventi di educazione sanitaria
 - Incremento del 10% rispetto all'anno precedente
- Il livello di soddisfazione dei dipendenti sull'efficacia della comunicazione interna.
 - Percentuale di soddisfazione del personale interno nei questionari di rilevazione del clima interno:
 - > 85%
- La partecipazione di professionisti, cittadini e rappresentanti dei media ad iniziative quali convegni e seminari.
 - Tasso di adesione degli operatori domiciliari a convegni e seminari
 - > 50% degli operatori

Sulla base delle rilevazioni effettuate il gruppo procederà alla redazione del “*Rapporto annuale di valutazione del piano di comunicazione*” che sarà inviato all'Ufficio Speciale dell'Assessorato Regionale alla Salute e costituirà il principale riferimento della Direzione aziendale per la progettazione di iniziative di miglioramento dell'efficacia della comunicazione aziendale.