

DELIBERAZIONE DEL DIRETTORE GENERALE

N. 230 DEL 22.03.2019

Struttura proponente: U.O.C. Gestione Affari Generali

Oggetto: Approvazione del “*Piano di comunicazione aziendale 2019*” e del “*Regolamento Social Media Policy*” dell’Azienda Ospedaliera Universitaria Federico II.

Proponente il Direttore dell’U.O.C. Gestione Affari Generali, che, con la sottoscrizione del presente atto, a seguito dell’istruttoria effettuata, attesta che l’atto è legittimo nella forma e nella sostanza ed è utile per il servizio pubblico.

F.to Il Direttore dell’U.O.C. Gestione Affari Generali
Dott. ssa Patrizia SPERANZA

Il Direttore dell’U.O.C. Gestione Risorse Economico-Finanziarie attesta che la spesa autorizzata viene imputata ai seguenti conti del bilancio economico anno 2019 conto preso nota costi

F.to Il Direttore dell’U.O.C. Gestione Risorse Economico-Finanziarie
Dott. Rosario MAGRO

Pareri ex art. 3 D.L.vo n. 502/92 e succ. mod.

F.to Il Direttore Amministrativo
Dott. Natale LO CASTRO

F.to Il Direttore Sanitario
Dott. Gaetano D’ONOFRIO

Premesso che con l'entrata in vigore della legge del 7 giugno 2000, n. 150, e l'emanazione del regolamento di attuazione del 21 settembre 2001, n. 422, la comunicazione pubblica cessa di essere un segmento aggiuntivo e residuale dell'azione delle pubbliche amministrazioni e ne diviene parte integrante;

Vista la Direttiva del Ministro della Funzione Pubblica del 7/2/2002 che fornisce alle amministrazioni pubbliche gli indirizzi di coordinamento, organizzazione e monitoraggio delle strutture, degli strumenti e delle attività previste dalla normativa in materia di informazione e comunicazione pubblica;

Tenuto conto che la reputazione aziendale è il risultato dell'insieme di percezioni, valutazioni e aspettative che i diversi stakeholder hanno nei confronti dell'azienda, rappresentando un giudizio di valore nei confronti dell'azienda e delle relative condotte assunte nel corso del tempo e che lo sviluppo delle attività legate alla comunicazione di impresa ed alla pubblicità influisce positivamente sulla visibilità e sull'immagine aziendale;

Ritenuto necessario, quindi, in linea con le azioni fino ad oggi poste in essere in termini di comunicazione aziendale e di rapporti con i media, perseguire l'obiettivo del governo della comunicazione interna ed esterna, nel cui ambito la funzione della comunicazione aziendale assume il ruolo cabina di regia in grado di gestire, coordinare e monitorare i messaggi di comunicazione, con grande attenzione alle reti relazionali e agli strumenti di comunicazione;

Considerato che la comunicazione organizzativa evidenzia come i processi di comunicazione riescano ad incidere nelle organizzazioni se sono pensati ed organizzati in modo coerente e se sono in grado di incidere sulla cultura organizzativa, diventando comunicazione integrata, nella misura in cui concorre a dare compattezza e coerenza alle differenti modalità di comunicazione, integrando i canali di comunicazione ed amplificando l'effetto delle notizie;

Preso atto che è interesse aziendale innovare l'identità e l'immagine dell'Azienda rispetto al suo ruolo (assistenza, didattica e ricerca) sul territorio regionale e nazionale, attraverso una strategia di comunicazione organizzativa integrata;

Visto il *"Piano di comunicazione aziendale 2019"*, all'uopo predisposto dal Responsabile della Comunicazione, URP e Ufficio Stampa, afferente allo Staff della Direzione Strategica dell'A.O.U.;

Tenuto conto che il citato documento è coerente con gli obiettivi organizzativi aziendali e necessario al fine di proseguire nell'implementazione di attività di comunicazione integrata e multicanale;

Considerato, altresì, che questa Azienda, in linea con l'evoluzione che caratterizza l'attuale scenario dell'informazione e dell'interazione via web, utilizza i social media per informare, comunicare, ascoltare e favorire l'accesso ai servizi assistenziali offerti, valorizzando l'immagine, l'identità e la capacità relazionale dell'Azienda;

Tenuto conto che gli spazi di "social networking" rappresentano una grande opportunità per l'Azienda non solo per informare e comunicare, ma anche per costruire una relazione di fiducia e per ascoltare e monitorare il livello di soddisfazione dei cittadini, stimolando la partecipazione e la cittadinanza attiva;

Preso atto che questa Azienda intende essere presente con un proprio presidio istituzionale su uno o più siti sociali, passando da un modello di comunicazione "verso" il cittadino ad uno "con" il cittadino;

Considerato che nella pianificazione della presenza sui social media non si può prescindere dall'integrazione di tale attività con il piano di comunicazione aziendale, in quanto la necessità di rendere omogenei messaggi e contenuti e, soprattutto l'esigenza di integrare i processi della comunicazione tradizionale con quelli dei canali social rendono le due attività fortemente complementari e sinergiche;

Ritenuto, altresì opportuno regolamentare la gestione delle “Social Media Policy” dell’A.O.U. Federico II, con specifico riferimento alla “social media policy esterna”, al fine di rivolgere agli utenti informazioni circa le finalità, le tipologie di contenuti ed i comportamenti consentiti sulle pagine/profili istituzionali creati, nonché alla “social media policy interna” per individuare le principali norme di comportamento che tutto il personale dell’Azienda è tenuto ad osservare nel momento in cui accede ai social network con i propri account personali;

Visto il “*Regolamento Social Media Policy*”, all’uopo predisposto dal succitato Responsabile;

Preso atto che lo stesso è in linea con quanto indicato nell’ambito delle Linee guida per i siti web delle Pubbliche Amministrazioni (previste dalla Direttiva n. 8 del 26 novembre 2009 del Ministro per la Pubblica Amministrazione e l’Innovazione);

Ritenuto, per quanto sopra evidenziato, di dover approvare i succitati documenti e, nello specifico:

- ✓ il “*Piano di comunicazione aziendale 2019*”,
- ✓ il “*Regolamento Social Media Policy*”,

allegati alla presente per formarne parte integrante;

Preso atto che la sopra menzionata Direttiva del Ministro della Funzione Pubblica del 7/2/2002 prevede, tra l’altro, che le amministrazioni individuino nei propri bilanci una percentuale di risorse economiche per la comunicazione e l’informazione pubblica;

Ritenuto necessario imputare, per l’anno 2019, un budget per le attività finalizzate alla comunicazione e all’informazione pubblica, che consenta una coerente e continuativa attività di comunicazione per valorizzare le eccellenze assistenziali e di ricerca che caratterizzano l’A.O.U., per un importo non inferiore ad € 100.000,00, da individuare nell’ambito delle linee progettuali attive presso questa A.O.U. che prevedono fondi dedicati ad attività di comunicazione e divulgazione;

Attestato che il presente provvedimento, a seguito dell’istruttoria effettuata, nella forma e nella sostanza, è legittimo ai sensi della normativa vigente e utile per il servizio pubblico, ai sensi e per gli effetti di quanto disposto dall’art. 1 della L. 20/94 e succ. mod. ed int. e che lo stesso trova rispondenza nel documento di budget,

PROPONE

Per quanto indicato in premessa, l’adozione del deliberato che segue:

Approvare il “*Piano di comunicazione aziendale 2019*”, allegato alla presente per formarne parte integrante;

Approvare il “*Regolamento Social Media Policy*” dell’A.O.U. Federico II, allegato alla presente per formarne parte integrante;

Imputare, per l’anno 2019, sul bilancio aziendale un budget per le attività finalizzate alla comunicazione e all’informazione pubblica, per un importo non inferiore ad € 100.000,00, da individuare nell’ambito delle linee progettuali attive presso questa A.O.U. che prevedono fondi dedicati ad attività di comunicazione e divulgazione;

I citati documenti entrano in vigore il giorno successivo a quello della sua pubblicazione sul sito web aziendale.

Il Responsabile del Procedimento
Dott.ssa Giulia Rossana RICCIO

F.to Il Direttore dell’U.O.C. Gestione Affari Generali
Dott. ssa Patrizia SPERANZA

IL DIRETTORE GENERALE

Letta la proposta di delibera sopra riportata, presentata dal Direttore dell'U.O.C. Gestione Affari Generali;

Preso atto che il Direttore dell'U.O.C. proponente il presente provvedimento, sottoscrivendolo, attesta che lo stesso, a seguito dell'istruttoria effettuata, nella forma e nella sostanza, è legittimo e utile per il servizio pubblico, ai sensi e per gli effetti di quanto disposto dall'art. 1 della L. 20/94 e succ. mod. ed int.;

Acquisito il parere favorevole del Direttore Amministrativo;

Acquisito il parere favorevole del Direttore Sanitario;

D E L I B E R A

per i motivi su esposti, che qui abbiansi per riportati e confermati:

- di adottare la proposta di deliberazione sopra riportata, nei termini indicati;
- di conferire immediata esecutività al presente atto, ricorrendone i presupposti;
- di inviare la presente deliberazione, ai sensi della normativa vigente al Collegio Sindacale.

F.to IL DIRETTORE GENERALE
Dott. Vincenzo VIGGIANI

Data consegna 13.03.2019

P.O. Segreteria generale, Protocollo, Coordinamento relazioni con Enti e Organi istituzionali
Si dichiara che la presente delibera:

E' stata pubblicata all'Albo Pretorio dell'Azienda, ai sensi dell'art. 32 della Legge 69/09
Il

F.to Il Funzionario
Dott.ssa Maria COLAMARINO

E' divenuta esecutiva il 22.03.2019

F.to Il Funzionario
Dott.ssa Maria COLAMARINO

E' stata trasmessa al Collegio Sindacale

F.to Il Funzionario
Dott.ssa Maria COLAMARINO

PER COPIA CONFORME ALL'ORIGINALE ESISTENTE AGLI ATTI D'UFFICIO

F.to Il Funzionario
Dott.ssa Maria COLAMARINO