

Centro di Riferimento Oncologico di Aviano

Piano di comunicazione istituzionale 2025

Ufficio Relazioni con il Pubblico e Comunicazione

Sommario

Premessa	3
L'Istituto.....	3
Obiettivi.....	4
Ufficio Comunicazione	4
Ufficio Relazioni con il Pubblico (URP)	5
Comunicazione interna	6
Comunicazione integrata	6
Donazioni e raccolte fondi a sostegno dell'Istituto.....	7
Logo e Patrocinio.....	8
Volontariato.....	8
Contatti.....	8

Premessa

La Legge regionale 17 dicembre 2018 ridefinisce l'assetto istituzionale e organizzativo del Servizio sanitario regionale con lo scopo di porre al centro il cittadino e di favorire la partecipazione e l'accesso ai servizi. In quest'ottica, il **Piano di Comunicazione dell'IRCCS Centro di Riferimento Oncologico di Aviano**, previsto dalla L.150/2000, ha una rilevanza strategica nella definizione degli obiettivi e delle attività di comunicazione interna ed esterna.

L'attività di comunicazione dell'Istituto – in base alle Linee annuali per la gestione del Servizio sanitario regionale per l'anno 2025 (LR 22/2019) con D.G.R. n. 2052 del 30.12.2024 – va integrata con quanto predisposto dall'Azienda regionale di Coordinamento per la Salute (ARCS), incaricata di progettare e gestire le strategie di comunicazione per le necessità del Sistema salute regionale con l'obiettivo di creare una sua immagine positiva, unitaria e coerente e per illustrare alla cittadinanza, in modo trasparente e propositivo, le progettualità e le scelte in materia di salute a livello regionale, intervenendo tempestivamente per sostenere la realtà dei fatti ed evitare la circolazione di informazioni inesatte e di notizie false.

La programmazione del Centro di Riferimento Oncologico deve avere la capacità e flessibilità di adeguarsi a eventuali nuove esigenze dettate dalle indicazioni della Direzione Strategica dell'Istituto, ma anche da ARCS e dalla Centrale della Comunicazione del Sistema salute regionale.

L'Istituto

Il Centro di Riferimento Oncologico di Aviano, **Istituto di Ricovero e Cura a Carattere Scientifico (IRCCS) in ambito oncologico**, si dedica alla cura e alla ricerca sui tumori in tutte le fasi: prevenzione, diagnosi, trattamento, cure riabilitative e sostegno di malati e loro familiari in un'ottica di ospedale centrato sul paziente, con standard di eccellenza e un'attenzione particolare all'umanizzazione e alla personalizzazione delle terapie.

L'Istituto, fin dalla sua nascita, ha instaurato una proficua collaborazione con le **Associazioni di volontariato nazionali e locali**, riconoscendo l'importante ruolo che esse svolgono, in parallelo con le attività di cura, nei confronti dei pazienti e dei loro cari. Molte altre organizzazioni - quali AIRC, AIL e LILT - supportano il CRO.

La comunicazione, quindi, dovrà tenere conto delle peculiarità del CRO in quanto IRCCS, valorizzando i risultati della ricerca scientifica e rendendoli accessibili e comprensibili anche a un pubblico generalista, senza dimenticare le attività svolte da Enti e Associazioni che collaborano con il Centro.

L'Istituto – per conto della Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia – cura e gestisce da molti anni il **Registro tumori** e dispone di una **biblioteca scientifica e per i pazienti** che assiste lo staff, ma anche i malati e i loro parenti attraverso molte iniziative informative ed educazionali.

Obiettivi

Il Piano di Comunicazione è lo strumento fondamentale per l'analisi, la programmazione, la progettazione e la realizzazione degli obiettivi e delle attività di comunicazione interna ed esterna del Centro di Riferimento Oncologico.

La redazione del Piano deve avvenire in modo partecipato all'interno del sistema, tenendo in considerazione le attività di **comunicazione interne ed esterne e il linguaggio più adeguato in base al canale e al target di riferimento** (es. URP, sito web, canali social, comunicati stampa ecc.), oltre alle specificità dell'Istituto che, in quanto IRCCS, sviluppa un'intensa attività di **ricerca scientifica**, uno degli aspetti imprescindibili da veicolare nell'ambito della comunicazione.

Un ruolo rilevante nella pianificazione viene svolto dalla Direzione Strategica del CRO e, in particolare, dalla Direzione Generale, d'intesa con le Direzioni delle varie Strutture dell'Istituto.

Gli **obiettivi** devono tenere in considerazione:

- politiche di trasparenza e imparzialità;
- garanzia dei diritti d'informazione, accesso agli atti, partecipazione e accesso ai servizi;
- identità e immagine dell'Istituto.

L'**Ufficio Comunicazione**, in capo alla Direzione Generale, cura le relazioni esterne e interne all'Azienda attraverso la gestione della comunicazione istituzionale (ufficio stampa, rassegna stampa, sito web, area intranet e canali social aziendali).

L'**Ufficio Relazioni con il Pubblico (URP)** garantisce l'esercizio dei diritti del cittadino all'informazione e alla partecipazione, agevolando l'utilizzo dei servizi offerti dall'Istituto, predisponendo e aggiornando la Carta dei servizi, fornendo informazioni precise, semplici e chiare, raccogliendo e analizzando segnalazioni, suggerimenti e reclami, assicurando la valutazione della qualità percepita (esterna e interna), contribuendo, mediante l'ascolto dei cittadini, alla costante verifica della qualità dei servizi erogati.

Ufficio Comunicazione

L'Ufficio Comunicazione e l'URP garantiscono, per quanto di competenza, la chiara e corretta circolazione delle informazioni.

L'Ufficio Comunicazione (all'interno del quale s'inserisce anche l'Ufficio stampa), nel dettaglio, si occupa di:

- valorizzazione, attraverso tutti i mezzi a propria disposizione, delle attività e dei servizi erogati dall'istituto, attraverso la produzione, pubblicazione e condivisione di contenuti nel rispetto dei principi deontologici della comunicazione, della *policy* aziendale e secondo il piano editoriale concordato con la Direzione Strategica;

- redazione e diffusione di notizie e comunicati, organizzazione di conferenze stampa e rapporti con i media e gli organi d'informazione;
- rassegna stampa e segnalazione degli articoli/servizi d'interesse per l'istituto;
- gestione del sito internet aziendale;
- gestione dell'area intranet aziendale;
- gestione dei social network aziendali (Facebook, X, LinkedIn, YouTube);
- supporto all'organizzazione di eventi e di specifiche campagne d'informazione, prevenzione e promozione della salute;
- rapporti con le Associazioni di volontariato;
- concessione del Patrocinio e dell'utilizzo del logo aziendale;
- accettazione di donazioni in denaro, raccolte fondi e rapporti con i donatori.

Ufficio Relazioni con il Pubblico (URP)

L'Ufficio Relazioni con il Pubblico (URP) è il servizio d'informazione, risposta, partecipazione e assistenza dei cittadini per favorire il loro rapporto con l'istituto. Nel dettaglio:

- si trova nell'atrio dell'ingresso principale del CRO ed è attivo dal lunedì al venerdì;
- i servizi forniti dall'URP sono fruibili in presenza (orario d'ufficio con pausa pranzo), telefonicamente (0434 659469) e via e-mail all'indirizzo urp@cro.it;
- l'URP fornisce informazioni sulle attività, sui servizi offerti e sulle modalità di accesso alle prestazioni sanitarie dell'Istituto;
- raccoglie le segnalazioni degli utenti/pazienti (reclami, rilievi ed elogi) anche attraverso l'ascolto diretto e, ove possibile, provvede alla risoluzione immediata del disservizio;
- opera per la prevenzione di eventuali conflitti legati all'insoddisfazione dei cittadini, avvalendosi di sistemi di comunicazione attiva (reclami/segnalazioni);
- esegue rilevazioni periodiche del livello di soddisfazione dei cittadini che si avvalgono delle prestazioni dell'Istituto. I questionari sono distribuiti all'interno delle strutture operative per raccogliere opinioni e suggerimenti. Mediante le analisi dei dati raccolti, l'Istituto adotta le necessarie misure migliorative;
- gestisce le procedure per la raccolta di donazioni in denaro e fornisce supporto alle associazioni per iniziative di raccolta fondi a favore del CRO;
- l'URP non effettua prenotazioni di prestazioni sanitarie, ma si rende disponibile a fornire informazioni e a indirizzare gli utenti a servizi/uffici di competenza.

Gli utenti (siano essi pazienti o loro parenti, organismi di volontariato o di tutela accreditati presso la Regione) possono presentare **segnalazioni o reclami**; l'istituto, per quanto possibile, mette in atto tutte le misure opportune per la rimozione delle irregolarità o disservizi riscontrati, fornendo adeguata risposta all'utente.

I dati raccolti dall'URP sono trattati nel rispetto del Codice in materia di protezione dei dati personali D.L. 196 del 30/06/2023 e del Regolamento Europeo n. 679/2016. A tal fine il trattamento dei dati personali è improntato ai principi di correttezza, liceità e trasparenza e di tutela della riservatezza e dei diritti, unicamente da personale addestrato, autorizzato e vincolato al segreto professionale e d'ufficio. I dati vengono utilizzati nell'ambito delle finalità richieste, al solo fine di approfondire gli eventi segnalati.

Comunicazione interna

La comunicazione interna deve veicolare quotidianamente informazioni utili per i dipendenti e tutti i portatori d'interesse, comprese le associazioni di volontariato che operano all'interno del Centro. Questa programmazione coinvolge direttamente la Direzione Strategica e i vari direttori di Dipartimento, Strutture complesse e dirigenti delle professioni sanitarie.

La comunicazione è volta, fra l'altro, a favorire un maggior senso di appartenenza all'organizzazione e un positivo allineamento dei comportamenti individuali ai valori, alle strategie e agli obiettivi aziendali. Accanto alle comunicazioni via mail, le informazioni aggiornate sono sempre disponibili nell'**area intranet aziendale**.

Comunicazione integrata

Il Centro di Riferimento Oncologico attua una strategia di comunicazione integrata, veicolando le informazioni attraverso i canali di comunicazione istituzionali e i media e adattando il registro utilizzato in base al target e al tipo di strumento utilizzato.

L'URP, rapportandosi quotidianamente con il cittadino, riesce a intercettare le carenze d'informazione, risolvendo in maniera proattiva piccoli disagi che potrebbero altrimenti dare luogo a reclami e segnalazioni.

Il confronto quotidiano tra gli operatori a diretto contatto con il pubblico e quelli impegnati in attività di comunicazione permette di fornire le informazioni nel momento in cui sono necessarie e ottenere un riscontro immediato, attuando le azioni correttive.

Il **sito internet istituzionale** rappresenta il principale strumento di comunicazione, svolgendo un ruolo chiave nell'adempiere agli obblighi di trasparenza. In particolare, la *homepage* è dedicata alla messa in evidenza di avvisi, variazioni sui servizi e notizie. Questo approccio consente di fornire in modo tempestivo informazioni rilevanti ai visitatori, garantendo una comunicazione chiara e immediata sugli sviluppi, le modifiche e le novità relative ai servizi offerti.

Il Centro di Riferimento Oncologico sfrutta in modo attivo e strategico i **social network** come canale fondamentale per raggiungere, informare, ascoltare e coinvolgere la propria utenza, perseguendo obiettivi istituzionali e d'interesse generale. La presenza su piattaforme come Facebook, X, LinkedIn e YouTube permette all'Istituto d'interagire direttamente con una vasta gamma di utenti. Questo coinvolgimento include la risposta a domande e commenti, nonché la gestione di eventuali notizie false, contribuendo a mantenere un dialogo aperto e trasparente con la cittadinanza.

Nel 2025 l'Istituto, insieme alle altre Aziende ed Enti del SSR sotto la gestione diretta di ARCS, farà parte del **canale WhatsApp** dedicato alla diffusione d'informazioni e notizie rivolte al cittadino. L'obiettivo del canale WhatsApp è di dare voce al sistema salute e di raggiungere il più alto numero possibile di cittadini con un'informazione diretta, chiara, trasparente, autorevole e accessibile.

I temi principali della comunicazione vertono su:

- accessibilità dei servizi e delle prestazioni;
- appropriatezza e liste di attesa;
- eccellenze e progetti di ricerca, innovazione e sviluppo;
- acquisizione di nuove tecnologie;
- collaborazioni con altri Enti di ricerca;
- certificazioni e riconoscimenti per l'attività istituzionale (come quelle rilasciate da OECl, EUSOMA, JACIE, AIFA ecc.);
- campagne di promozione dei corretti stili di vita e degli screening regionali;
- integrazione dei servizi sul territorio;
- attività delle associazioni di volontariato convenzionate;
- donazioni significative a favore dell'Istituto.

Donazioni e raccolte fondi a sostegno dell'Istituto

Il Centro di Riferimento Oncologico, attraverso l'Ufficio Comunicazione, accoglie e gestisce le donazioni in denaro, i gesti di solidarietà e le iniziative di beneficenza organizzate da terzi a sostegno della propria attività. L'indirizzo e-mail dedicato a quest'attività è donazioni@cro.it.

Le raccolte fondi destinate all'Istituto sono una decisione presa autonomamente dall'organizzatore ed effettuata sotto la sua totale responsabilità morale e giuridica. Ogni evento deve essere autorizzato per iscritto dall'Istituto, previa richiesta formale al Direttore Generale attraverso l'Ufficio Comunicazione (news@cro.it), inviando una breve descrizione dell'iniziativa e delle modalità di raccolta fondi (es. offerta libera, percentuale su biglietto, percentuale sul ricavato ecc.).

Non saranno autorizzati eventi che promuovono prodotti e/o servizi in reale o potenziale conflitto d'interessi con l'attività e gli scopi istituzionali del Centro di Riferimento Oncologico o dove si ravvisino potenziali danni all'immagine dell'Istituto. Sono in ogni caso esclusi eventi e/o iniziative che pubblicizzino: prodotti farmaceutici, prodotti dannosi per la salute o lesivi della dignità umana.

Sarà cura dell'Ufficio Comunicazione, in caso di esito favorevole della valutazione, inoltrare la relativa autorizzazione, con la concessione del Patrocinio o dell'utilizzo del logo.

Logo e Patrocinio

Il Patrocinio del Centro di Riferimento Oncologico può essere concesso a iniziative promosse da associazioni, enti pubblici o privati di particolare rilievo istituzionale, scientifico, culturale o sportivo con valenza altamente sociale. Non viene concesso: a iniziative con finalità di lucro; che promuovono comportamenti contrari alla promozione della salute (es. fumo, consumo di alcol ecc.); sostenute da partiti, movimenti politici o da organizzazioni che rappresentano categorie o forze sociali, a esclusivo fine di propaganda o proselitismo.

Per richiedere il Patrocinio, i promotori o gli organizzatori dell'iniziativa devono far pervenire la domanda all'Ufficio Comunicazione (news@cro.it) almeno 30 giorni prima della data d'inizio dell'iniziativa, compilando l'apposito modulo (disponibile all'indirizzo <https://www.cro.sanita.fvg.it/it/info/patrocinio.html>) e allegando una relazione descrittiva dell'evento che metta in evidenza natura, contenuti, finalità e tempi per lo svolgimento.

Dopo l'esame della richiesta, l'Istituto concede il Patrocinio alla singola iniziativa tramite comunicazione scritta. La concessione è vincolata ai fini per i quali è stato concesso il Patrocinio e senza oneri a carico dell'Istituto. Il Patrocinio non si estende a iniziative analoghe o affini e non può essere accordato in via permanente. I promotori e gli organizzatori dell'iniziativa che ottiene il Patrocinio sono autorizzati a utilizzare il logo aziendale dell'Istituto solo in seguito a una comunicazione ufficiale da parte dell'Istituto.

Volontariato

Le attività delle organizzazioni di volontariato all'interno del nostro Istituto sono disciplinate da un'apposita convenzione. Tutte le informazioni si trovano all'indirizzo <https://www.cro.sanita.fvg.it/it/volontari/rapporti-con-Istituto.html>.

Contatti

Ufficio Relazioni con il Pubblico: telefono 0434 659469, e-mail urp@cro.it

Ufficio Comunicazione: telefono 0434 659108 -659564, e-mail: news@cro.it

Elenco firmatari

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

Questo documento è stato firmato da:

NOME: GIUSEPPE TONUTTI

CODICE FISCALE: TNTGPP64A05H5010

DATA FIRMA: 20/03/2025 13:28:49

IMPRONTA: 5A19A9DA35C86B8543A1B265586B52DE26E24B012C21554911603BBDD0D7C73BE
26E24B012C21554911603BBDD0D7C73BE06ABA9FCD7112C0F9306EE87D216D1D7
06ABA9FCD7112C0F9306EE87D216D1D76F09620A62B92631FDB98DFA00EB9054
6F09620A62B92631FDB98DFA00EB9054828162AAB53F5CCEB38329EF3BFA5805