

Decreto n. \_\_\_\_\_ del \_\_\_\_\_

OGGETTO: "Linee Guida siti web Sistema Sanitario Regionale"

## IL COMMISSARIO AD ACTA

**VISTA** la legge costituzionale 18 ottobre 2001, n.3 concernente "Modifiche al titolo V della parte seconda della Costituzione";

**VISTA** la legge statutaria 11 novembre 2004, n. 1, che approva lo Statuto della Regione Lazio;

**DATO ATTO** che, con deliberazione del Consiglio dei Ministri del 21 marzo 2013, il Presidente Nicola Zingaretti è stato nominato Commissario *ad acta* per la realizzazione degli obiettivi di risanamento finanziario previsti nel Piano di Rientro dai disavanzi regionali per la spesa sanitaria;

**DATO ATTO**, altresì, che il Consiglio dei Ministri, con deliberazione del 17 dicembre 2013, ha deliberato la nomina del Dott. Renato Botti, con decorrenza 7 gennaio 2014, quale Sub commissario nell'attuazione del Piano di rientro dai disavanzi del SSR della Regione Lazio, con il compito di affiancare il Commissario *ad acta* nella predisposizione dei provvedimenti da assumere in esecuzione dell'incarico commissariale, ai sensi della deliberazione del Consiglio dei Ministri del 21 marzo 2013, richiamati in particolare le azioni e gli interventi in via prioritaria indicati nella delibera del Consiglio dei Ministri del 20 gennaio 2012, intendendosi aggiornati i termini ivi indicati, intervenendo anche per garantire, in maniera uniforme sul territorio regionale, l'erogazione dei livelli essenziali di assistenza in condizioni di appropriatezza, sicurezza e qualità, attraverso un utilizzo efficiente delle risorse;

**VISTO** l'articolo 1 del decreto legislativo 30 dicembre 1992, n. 502 e successive modificazioni, che garantisce la salute come diritto fondamentale dell'individuo ed interesse della collettività;

**VISTO** il regolamento regionale 6 settembre 2002, n. 1, concernente l'organizzazione degli uffici e dei servizi della Giunta Regionale, e successive modificazioni e integrazioni;

**VISTE** le deliberazioni della Giunta Regionale:

- n. 66 del 12 febbraio 2007 concernente: "Approvazione del "Piano di Rientro" per la sottoscrizione dell'Accordo tra Stato e Regione Lazio ai sensi dell'art.1, comma 180, della Legge 311/2004";
- n.149 del 6 marzo 2007 avente ad oggetto: "Preso d'atto dell'Accordo Stato Regione Lazio ai sensi dell'art. 1, comma 180, della legge n. 311/2004, sottoscritto il 28 febbraio 2007. Approvazione del "Piano di Rientro";

**VISTO** l'articolo 2, commi da 67 a 105, della legge 23 dicembre 2009, n. 191 ed, in particolare, il comma 88, che prevede il mantenimento della gestione commissariale per la prosecuzione del Piano di rientro, secondo programmi operativi, coerenti con gli obiettivi finanziari programmati, predisposti dal Commissario *ad acta*;

**VISTO** il decreto legge c.d. “*Spending Review*” 6 luglio 2012, n. 95 recante “*Disposizioni urgenti per la revisione della spesa pubblica con invarianza dei servizi ai cittadini*”, convertito con modificazioni dalla legge 7 agosto 2012, n. 135;

**VISTO** il decreto legge c.d. “*Balduzzi*” 13 settembre 2012, n. 158 recante “*Disposizioni urgenti per promuovere lo sviluppo del Paese mediante un più alto livello di tutela della salute, convertito con modificazioni dalla legge 8 novembre 2012, n. 189 ed, in particolare, l’articolo 1 sul riordino dell’assistenza territoriale e la mobilità del personale delle aziende sanitarie e l’articolo 4 sulla dirigenza sanitaria ed il governo clinico*;

**VISTO** il decreto legge n. 90 del 24 giugno 2014 recante “*Misure urgenti per la semplificazione e la trasparenza amministrativa e l’efficienza degli uffici giudiziari*”;

**VISTA** l’Intesa tra il Governo, le Regioni e le Province autonome di Trento e di Bolzano del 10 luglio 2014 concernente il nuovo Patto per la Salute per gli anni 2014 – 2016;

**VISTO** il Decreto del Commissario ad Acta 25 luglio 2014, n. U0024 avente come oggetto “*Adozione della nuova edizione dei Programmi Operativi 2013 - 2015 a salvaguardia degli obiettivi strategici di Rientro dai disavanzi sanitari della Regione Lazio*”;

**PRESO ATTO** che i Programmi Operativi 2013-2015 approvati con Decreto del Commissario ad Acta 25 luglio 2014, n. U0024 *al punto 3.5 Intervento 5: Altri Interventi Operativi di Gestione - Azione 5: Formazione e Comunicazione ai Cittadini* prevedono la *Promozione della Carta dei Servizi nelle Aziende Sanitarie*;

**VISTO** quanto previsto dai Programmi Operativi relativamente alla predisposizione delle Linee Guida Regionali per l’aggiornamento della Carta dei Servizi Sanitari avvalendosi del contributo dei Referenti Aziendali per la Carta dei Servizi Sanitari delle Aziende e Strutture Sanitarie della Regione Lazio;

**RITENUTO** in una logica di coordinamento di tutte le diverse forme di comunicazione aziendale di dover procedere contestualmente alla elaborazione di un documento di indirizzo per la progettazione e costruzione dei diversi siti web delle Aziende e Strutture Sanitarie della Regione Lazio;

**RITENUTO** di dover approvare il documento “*Linee Guida Siti Web del Sistema Sanitario Regionale*” realizzato avvalendosi del contributo dei Referenti Aziendali per i Siti Web delle Aziende e Strutture Sanitarie della Regione Lazio, parte integrante e sostanziale del presente atto;

**CONSIDERATO** che il seguente provvedimento non comporta alcun impegno di spesa a carico del bilancio regionale;

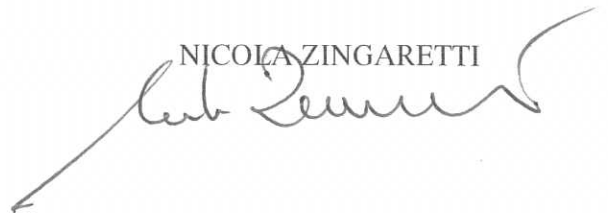
## DECRETA

per i motivi di cui in premessa che formano parte integrante e sostanziale del presente provvedimento:

1. di approvare il documento “Linee Guida Siti Web del Sistema Sanitario Regionale” che costituisce parte integrante e sostanziale del presente decreto

Il presente decreto sarà pubblicato sul Bollettino Ufficiale della Regione Lazio.

NICOLA ZINGARETTI

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Nicola Zingaretti', is written over the printed name. The signature is fluid and cursive, with a long horizontal stroke extending to the left.



SALUTE LAZIO  
SISTEMA SANITARIO  
REGIONALE



REGIONE  
LAZIO

# LINEE GUIDA SITI WEB SISTEMA SANITARIO REGIONALE

### **A cura di:**

Marinella D’Innocenzo – *Dirigente Area Formazione Direzione Salute e Integrazione Sociosanitaria Regione Lazio*

Marco Martino – *Area Formazione Direzione Salute e Integrazione Sociosanitaria Regione Lazio*

### **In collaborazione con:**

Consolato Paolo Latella – *Comunicazione, Relazioni Esterne e Istituzionali Segretariato Generale Regione Lazio*

Paula Carlè – *Area Formazione Direzione Salute e Integrazione Sociosanitaria Regione Lazio*

Massimo De Romanis – *Area Formazione Direzione Salute e Integrazione Sociosanitaria Regione Lazio*

Enzo Gammacorta – *Area Formazione Direzione Salute e Integrazione Sociosanitaria Regione Lazio*

Manuela Astrologo – *Policlinico Umberto I*

Bruna Bucciarelli – *ASL RMD*

Maria Buttinelli – *ASL RMG*

Rita Caputo – *ASL RMF*

Federica Cascone – *ASL RMD*

Camilla Cipolla – *Azienda Ospedaliera Sant’Andrea*

Carla Dell’Unto – *ASL RMC*

Emanuele Liberti – *ASL Latina*

Assunta Lombardi – *ASL Latina*

Maria Rosa Loria – *Fondazione PTV – Policlinico Tor Vergata*

Giovanna Natalucci – *Azienda Ospedaliera San Camillo Forlanini*

Maria Panunzi – *ASL RMH*

Maria Cinzia Pinna – *ASL RMH*

Luca Poleggi – *ASL Viterbo*

Vincenzo Riccio – *ASL RMA*

Lorella Salce – *IRCCS Regina Elena e San Gallicano – Lazzaro Spallanzani*

Giovanni Valeri – *ASL RMD*

Andreino Vallone – *ASL Latina*

## **INDICE**

### **PARTE I**

#### **Inquadramento - Principi generali**

1.1	Premessa	4
	Comunicare la salute	4
	Il processo: dare risposte al maggiore numero di utenti, trovando le domande	5
	Una redazione diffusa	6
1.2	Panorama normativo di riferimento	7
1.3	Analisi Siti Web ASL e AO/Policlinici e I.R.C.C.S.	9

### **PARTE II**

#### **Criteria di indirizzo per la realizzazione dei contenuti dei siti Raccomandazioni e adempimenti**

2.1	Contenuti siti web aziendali	16
	Organizzazione dei contenuti	16
	Elementi base Home Page	22
	Organizzazione Aziendale	23
2.2	Carta dei Servizi online	25
2.3	La classificazione dei servizi	26
2.4	Piattaforme intranet aziendali	29

### **PARTE III**

#### **Criteria di indirizzo e strumenti per garantire la qualità dei siti**

3.1	Trasparenza	31
3.2	Usabilità e Accessibilità dei siti web	35
3.3	Multilinguismo: Sportello virtuale per Assistenza ai cittadini stranieri	37
3.4	Monitoraggio dei siti	39
	Questionario Gradimento sito web	41
3.5	Social network – web 2.0	44

### **PARTE IV**

#### **Criteria di indirizzo per la gestione e l'aggiornamento dei siti**

4.1	Competenze e responsabilità	49
-----	-----------------------------	----

## PARTE I

### Inquadramento - Principi generali

#### I.1 Premessa: Comunicare la salute

Le presenti Linee Guida sono il frutto dell'attività del Gruppo di Lavoro Comunicazione in Sanità, costituito con Determinazione del Direttore della Direzione Regionale Salute e Integrazione Sociosanitaria del 16 maggio 2014, n. G07168, quale riferimento per tutte le attività di comunicazione della Direzione Regionale Salute e Integrazione Sociosanitaria in raccordo con la struttura Comunicazione, Relazioni Esterne e Istituzionali del Segretariato Generale, con la collaborazione, la condivisione e l'importante contributo di un nucleo esteso di referenti per la comunicazione delle strutture sanitarie territoriali, rappresentativi delle diverse ASL, Aziende Ospedaliere, Policlinici Universitari e I.R.C.C.S. della nostra regione.

Lo scopo di queste Linee Guida è di permettere l'accesso e l'utilizzo dei servizi sanitari in maniera più agevole e fornire informazioni, chiare e corrette, sulla salute, ribaltando la logica che ancora pervade la comunicazione attraverso internet della P.A. improntata alla autoreferenzialità delle singole organizzazioni, ponendo al centro il punto di vista del cittadino che ha diritto ad una informazione diretta alle sue esigenze specifiche.

L'obiettivo deve essere quello di offrire una piattaforma telematica, condivisa tra tutti gli attori del SSR, in grado di incontrare in maniera efficace le esigenze informative, le aspettative e le priorità dei cittadini-pazienti e di favorire in loro lo sviluppo dell'apprendimento di comportamenti di promozione della salute e di prevenzione della malattia, contribuendo anche ad un uso più appropriato ed efficace dei servizi sanitari. Costruire, quindi, uno strumento in grado di unire la forza comunicativa dei territori, creando una sinergia per ridurre la distanza tra i cittadini e le strutture sanitarie, fornendo la possibilità di trovare tutte le informazioni, prevalentemente quelle definite "divulgative" e quelle "sui servizi".

L'ottimizzazione e la condivisione delle forme e dei contenuti da parte delle strutture della sanità, enti che erogano direttamente i servizi sanitari, rappresenta una priorità su cui bisogna indirizzare la comunicazione. Definire un percorso che interessi anche l'analisi e la verifica dei dati sui contatti, impostare una customer satisfaction, incoraggiare l'uso dell'intranet come ulteriore mezzo per creare un momento di identificazione con l'azienda, sono tutti elementi presi in considerazione in queste Linee Guida.

Il coordinamento dell'immagine, dei contenuti e dei messaggi, non può che migliorare l'immagine della sanità del Lazio nei confronti dei cittadini. In questa logica si inserisce la nuova identità visiva della quale la Regione si è fatta promotrice.

## Il processo: dare risposte al maggiore numero di utenti, trovando le domande

Il gruppo ha basato il suo lavoro partendo da un confronto sulle esigenze e le carenze percepite dai partecipanti, la fase successiva è stata quella di analisi di tutti i siti del SSR e quindi è stato realizzato un *benchmark* sui portali della salute delle altre regioni e delle migliori realtà presenti nella rete. E' stata compilata una raccolta della letteratura e della normativa sul tema della comunicazione pubblica, con una particolare attenzione al tema salute. La fase successiva ha visto la strutturazione di un indice e dei suoi contenuti, anche sulla base di quello che è emerso dall'analisi dei siti. Il risultato sono queste sintetiche Linee Guida che creano una base comune e condivisa su cui sviluppare la comunicazione nella rete.

La tipologia di informazioni più frequentemente ricercate nella rete è quella relativa a specifiche malattie o trattamenti sanitari, ma è in aumento la quota di utenti interessati alla promozione della salute e alla prevenzione delle malattie, nonché all'accesso ai servizi sanitari.

È necessario quindi costruire un sistema che comprenda materiale informativo/educativo che consenta al cittadino di acquisire quelle informazioni utili a navigare in rete in modo produttivo, razionale e responsabile. Fornire informazioni per gli interventi di prevenzione (primaria e secondaria) e di terapia, con lo scopo di permettere l'accesso a indicazioni attendibili e certificate rispetto ad argomenti controversi, per i quali esistono nella rete notizie spesso non attendibili e di rado basate su evidenze.

Per questo è necessario che tutti i soggetti in possesso delle informazioni siano coinvolti come redazione del sito, una redazione diffusa e direttamente coinvolta nella stesura dei contenuti, che tenda a valorizzare le competenze di tutte le strutture sanitarie.

### Obiettivi generali

- Preparare il cittadino all'incontro con i servizi e alle loro modalità di accesso (ai servizi per categorie di utenti, alle prestazioni pre e post ricovero ecc.);
- Fornire strumenti per semplificare la conoscenza dell'offerta di servizi sanitari (per es. dove poter effettuare determinate prestazioni/interventi/cure ecc.);
- Fornire strumenti di valutazione della qualità dei servizi offerti in ambito sanitario dalle varie strutture;
- Semplificare l'informazione "scientifica" (cioè di natura strettamente tecnica) per alcune specifiche tematiche di maggiore richiamo;
- Offrire servizi on-line per l'accesso al sistema sanitario e per il rapporto azienda/cittadino (ad es. prenotazione e pagamento on-line, fascicolo sanitario elettronico, gestione digitale della modulistica);
- Fornire informazioni chiare e semplici sulle strutture sanitarie, la rete ospedaliera, le reti di specialità, le Case della Salute ecc.



## Una redazione diffusa

La costituzione di una redazione diffusa composta dalle strutture regionali, Direzione Salute e Ufficio comunicazione della Presidenza e dai responsabili della comunicazione delle strutture del SSR, è un elemento centrale per una corretta comunicazione con i cittadini, che implica necessariamente l'adozione di un registro linguistico e di strumenti comunicativi che consentano anche a chi non possiede conoscenze mediche o scientifiche di ricevere un'informazione adeguata.

Una redazione diffusa mantiene sempre aperto un canale di comunicazione con le strutture sanitarie regionali, che sono il primario bacino di informazione, si occupa di tradurre comunicativamente i contenuti di natura tecnico-scientifica, garantisce l'aggiornamento degli stessi e l'implementazione delle varie rubriche informative. In questo modo è possibile rafforzare la funzione di indirizzo e coordinamento della Regione nei confronti degli altri enti del SSR, anche nell'ambito della specifica attività di informazione e comunicazione al cittadino. In questo senso assume particolare rilevanza la costruzione condivisa dei contenuti su temi comuni in modo da fornire informazioni univoche.

## 1.2 Panorama normativo di riferimento

Nel nostro ordinamento, le disposizioni legislative nazionali e regionali emanate nel corso degli ultimi anni, rendono sempre più chiaro il quadro di riferimento per un percorso di migrazione verso una vera “amministrazione digitale”, anche in tema di progettazione e sviluppo di siti web.

Di seguito si forniscono indicazioni relative alle normative, Linee Guida e Vademecum più significative in termini di impatto e complessità, nonché approfondimenti prodotti dal Ministero per la Semplificazione e la Pubblica Amministrazione:

- [Legge n. 4/2004, c.d. legge Stanca](#), “Disposizioni per favorire l’accesso dei soggetti disabili agli strumenti informatici” e successive disposizioni attuative, ivi inclusi “Requisiti tecnici e i diversi livelli per l’accessibilità agli strumenti informatici”, [DM 20 marzo 2013](#) Modifiche dell’allegato A del [DM 8 luglio 2005](#) e [Circolare n. 61/2013](#) di Agenzia per l’Italia Digitale sul tema accessibilità dei siti web e servizi informatici;
- [D.Lgs 7 marzo 2005, n. 82](#) e s. m. i. – Codice dell’amministrazione digitale;
- Linee guida per i siti web della PA art. 4 della Direttiva n. 8/2009 del Ministro per la pubblica amministrazione e l’innovazione - Vademecum: indicazioni operative per la costruzione, lo sviluppo e la gestione dei siti web delle PA;
- Linee guida per i siti della PA – Vademecum: misurazione della qualità dei siti web della PA;
- [Legge n. 15/2009](#) e Legge n. 69/09 finalizzate all’ottimizzazione della produttività del lavoro pubblico e all’efficienza e trasparenza delle pubbliche amministrazioni;
- [D.Lgs n. 150/2009](#): il decreto in questione attua la legge delega n. 15/09 incidendo sensibilmente sull’assetto della governance e del controllo direzionale nelle amministrazioni pubbliche;
- [Linee guida per i siti web delle PA 2010](#), previste [dall’art. 4 della Direttiva n. 26 novembre 2009, n. 8](#), finalizzate a suggerire alle PA criteri e strumenti per la riduzione dei siti web pubblici obsoleti e per il miglioramento di quelli attivi, in termini di principi generali, modalità di gestione e aggiornamento, contenuti minimi. Successivamente sono state emanate le [Linee guida siti web delle PA 2011](#), i cui contenuti sono organizzati in sei capitoli secondo la struttura adottata nell’edizione precedente e integrati con novità tecnico-operative e normative;
- [Nuovo Codice dell’Amministrazione Digitale \(CAD\), D.Lgs 235/2010](#), in vigore dal 25 gennaio 2011. L’introduzione definitiva e aggiornata del nuovo CAD rende effettivi i diritti per cittadini e imprese, cogenti gli obblighi per la PA, dando sicurezza agli operatori circa la validità, anche giuridica, dell’amministrazione digitale;
- [Legge n. 190/2012](#) “Disposizioni per la prevenzione e la repressione della corruzione e dell’illegalità nella Pubblica Amministrazione” incluse le “Specifiche tecniche per la pubblicazione dei dati ai sensi dell’art. 1 comma 32 Legge n. 190/2012” deliberate dall’Autorità per la Vigilanza sui Contratti Pubblici di Lavori, Servizi e Forniture con [Deliberazione n. 26 del 22 maggio 2013](#);

- D.Lgs n. 33/2013 "Riordino della disciplina riguardante gli obblighi di pubblicità, trasparenza e diffusione di informazioni da parte delle pubbliche amministrazioni";
- [Dpcm 8 novembre 2013](#) "Modalità per la pubblicazione dello scadenario contenente l'indicazione delle date di efficacia dei nuovi obblighi amministrativi introdotti, ai sensi del comma 1-bis dell'articolo 12, del [D.Lgs 14 marzo 2013, n. 33](#)";
- ANAC (ex CIVIT) - Delibera n. 105/2010 "Linee guida per la predisposizione del Programma triennale per la trasparenza e l'integrità". Delibera n. 50/2013 "Linee guida per l'aggiornamento del Programma triennale per la trasparenza e l'integrità 2014-2016";
- Garante privacy - "Linee guida in materia di trattamento di dati personali contenuti anche in atti e documenti amministrativi, effettuato da soggetti pubblici per finalità di pubblicazione e diffusione sul web" pubblicate con [deliberazione del 2 marzo 2011, n. 88](#) e "Linee guida in materia di trattamento di dati personali, contenuti anche in atti e documenti amministrativi, effettuato per finalità di pubblicità e trasparenza sul web da soggetti pubblici e da altri enti obbligati" pubblicate con [deliberazione n. 243 del 15 maggio 2014](#);
- Regione Lazio - [Legge Regionale N° 7 del 18/06/2012](#) "Disposizioni in materia di dati aperti e riutilizzo di informazioni e dati pubblici e iniziative connesse" c.d. Legge sull'Open Data riguardante l'apertura al pubblico, attraverso il web, del patrimonio d'informazioni detenuto dalla Regione e dagli enti da essa dipendenti.

### **I.3 Analisi Siti Web ASL e AO/Policlinici e I.R.C.C.S.**

*“il sito non è il fine, il sito è il mezzo ...non deve solo presentare ...ma funzionare essere accessibile e usabile”*

Prima di intraprendere la stesura di una griglia di contenuti comune ai siti di ASL/AO, Policlinici e I.R.C.C.S. si è proceduto a realizzare un’analisi dei siti web aziendali privilegiando tre chiavi di osservazione:

- L’aspetto funzionale;
- L’aspetto qualitativo;
- L’aspetto promozionale o di web marketing.

L’analisi svolta è stata orientata alla ricerca delle informazioni utili per accedere ai servizi sanitari così come un comune cittadino, utente del servizio sanitario, potrebbe realizzare.

#### **Metodologia di analisi**

Il lavoro ha previsto un’analisi comparativa della struttura visiva – contenutistica delle pagine di 12 siti web delle ASL e di 10 siti web delle AO/Policlinici e I.R.C.C.S.. Gli esiti della comparazione sono stati sintetizzati graficamente.

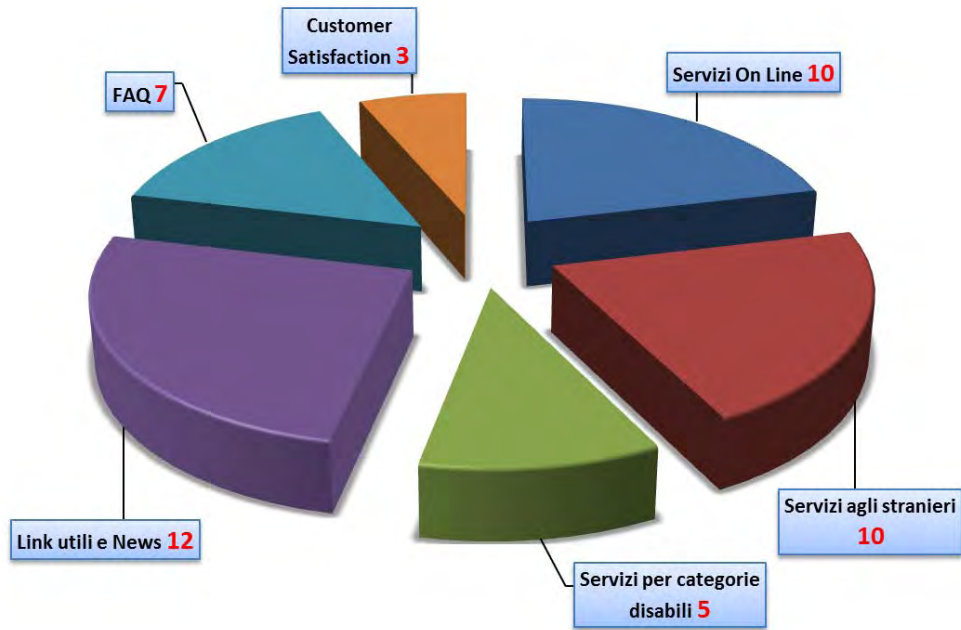
#### **Aspetto funzionale dei siti web**

***Sintetizza l’apertura dei siti web istituzionali verso le nuove forme di presenza attiva dei cittadini e di interazione tra PA e Cittadini***

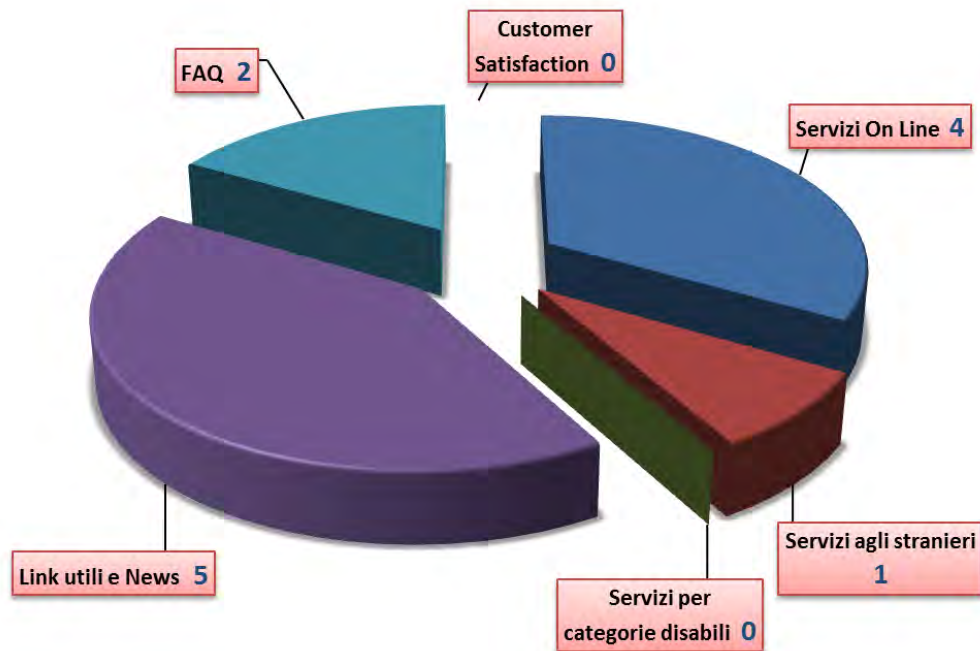
Analisi dei contenuti per i cittadini/utenti fruitori del SSR.

Sono stati individuati come contenuti campione da ricercare all’interno dei siti:

- Servizi agli stranieri;
- Servizi per categorie disabili;
- Link utili e news;
- FAQ;
- Customer satisfaction.



**Figura 1 - Informazioni per i cittadini sul Servizio Sanitario**  
**Analisi sui 12 siti ASL Regione Lazio**



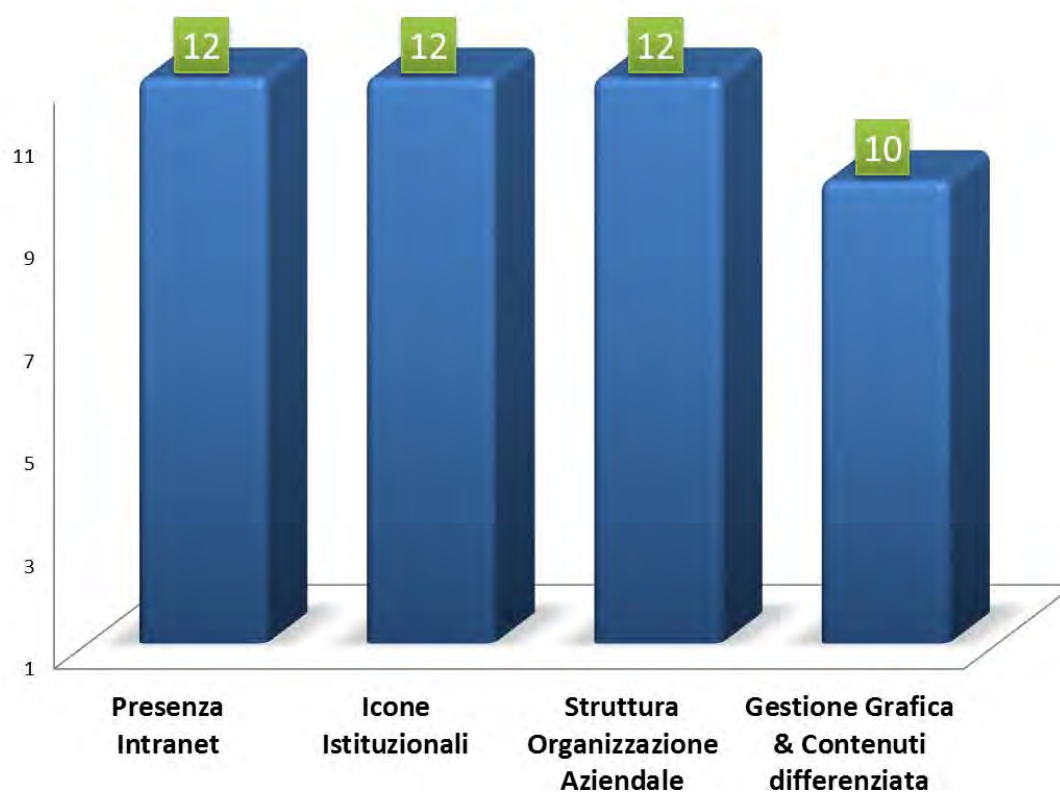
**Figura 2 - Informazioni per i cittadini sul Servizio Sanitario**  
**Analisi sui 10 siti AO/Policlinici e I.R.C.C.S. Regione Lazio**

## Aspetto qualitativo dei siti web

### Organizzazione dei contenuti e interazione tra PA e Cittadini

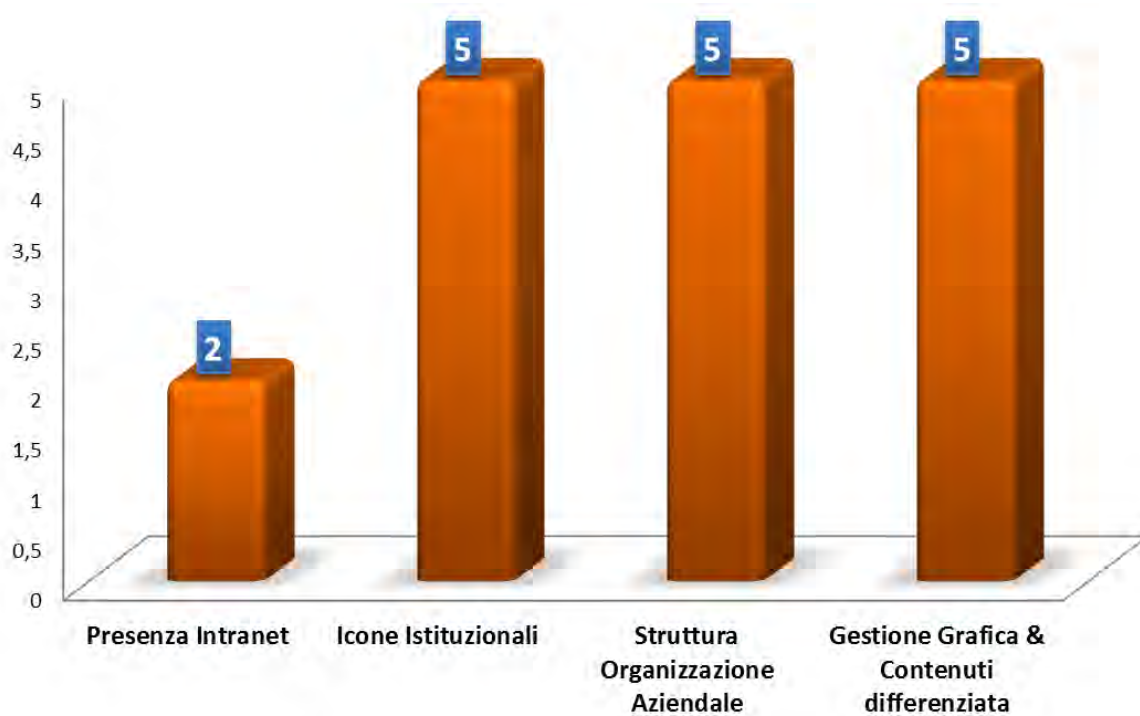
Analisi sulla rilevanza della comunicazione istituzionale, amministrativa e sulla eterogeneità grafica e contenutistica:

- Presenza Intranet;
- Icone Istituzionali;
- Struttura Organizzazione Aziendale;
- Gestione grafica e dei contenuti a livello aziendale.



**Figura 3 - Presenza delle attività amministrative/istituzionali e eterogeneità grafica/contenutistica.**

**Analisi su 12 siti ASL Regione Lazio**



**Figura 4 - Presenza delle attività amministrative/istituzionali e eterogeneità grafica/contenutistica.**

**Analisi su 10 siti web AO Regione Lazio**



## Verifica sugli aspetti caratterizzanti

### Servizi e attività di promozione e web marketing

Progettazioni specifiche “su misura” ritagliate sulle specifiche esigenze dell’utente/stakeholder.

- Particolarità siti web aziendali

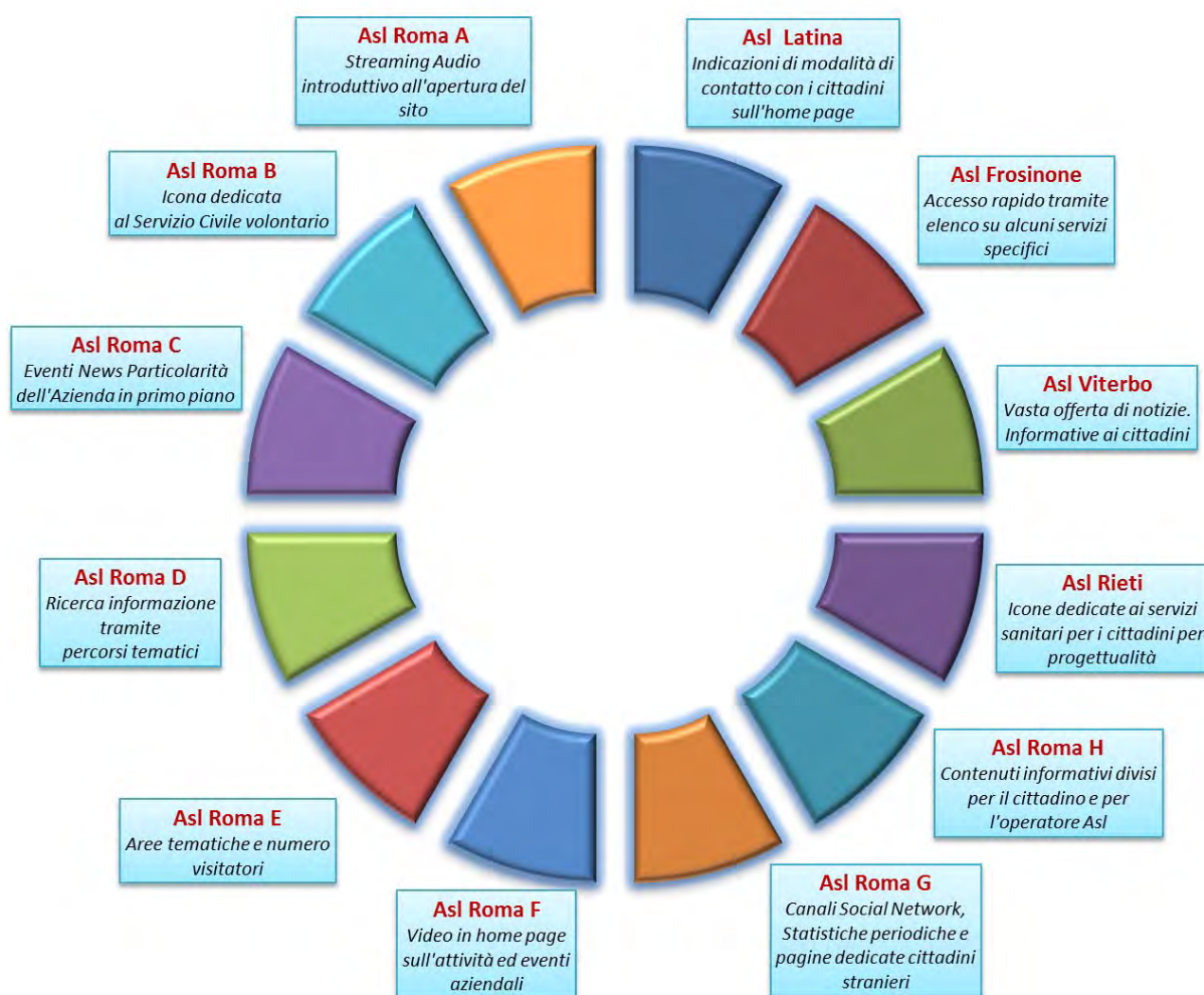


Figura 5 - Specificità siti web aziendali ASL Regione Lazio





**Figura 6 - Specificità siti web aziendali AO/Policlinici e I.R.C.C.S. Regione Lazio**

## Conclusioni

### Siti web ASL

Dall'analisi emerge il tentativo, comune a molti siti, di andare incontro ai cittadini predisponendo contenuti informativi dedicati: ad esempio 10 siti di ASL su 12 hanno una sezione "Servizi online". Complessivamente, però, l'offerta è disomogenea e frammentaria (Figura 1). Così come sono disomogenei i percorsi che l'utente deve percorrere per arrivare ad ottenere informazioni sui servizi sanitari.

Al contrario, le sezioni riguardanti l'attività amministrativa delle ASL (Figura 3) sono presenti in tutti i siti e in maniera esaustiva. Da ciò emerge un alto livello di attenzione alla descrizione dell'organizzazione amministrativa che non trova corrispondenza nelle sezioni dedicate alla descrizione dei servizi offerti ai cittadini.

L'analisi degli aspetti di promozione ha fatto emergere una serie di tentativi differenziati messi in opera dalle ASL, nel tentativo di creare un rapporto più stretto e diretto con l'utenza (dai social network all'uso di streaming audio descrittivi, da canali video a percorsi tematici per accedere ai servizi, ecc.) che, successivamente a verifiche sulla loro efficacia, offriranno un ventaglio di esperienze utili a cui fare riferimento.

### *Siti web AO/Policlinici e I.R.C.C.S.*

Il panorama dei siti delle AO/Policlinici e I.R.C.C.S. è variegato ed i siti rispecchiano le specificità delle singole strutture (dalla ricerca scientifica, all'attività di formazione dei policlinici universitari, ecc.).

La Figura 2 descrive, comunque, una ridotta predisposizione di contenuti per i cittadini. Va altresì evidenziato come i contenuti informativi per i cittadini siano generalmente messi poco in evidenza e difficilmente raggiungibili.

Si registrano alcune esperienze di contatto diretto con l'utenza attraverso social network o servizi dedicati al paziente.

Partendo da questa analisi, le diverse Aziende potranno individuare gli interventi necessari al miglioramento della propria comunicazione online, attraverso una nuova progettazione del proprio portale. Ciò consentirà una omogeneizzazione dei diversi siti web, della loro organizzazione grafica e contenutistica, in un'ottica centrata sulla creazione di contenuti informativi relativi ai servizi sanitari dedicati agli utenti.

## PARTE II

### Criteri di indirizzo per la realizzazione dei contenuti dei siti Raccomandazioni e adempimenti

#### 2.1 Contenuti siti web aziendali

L'obiettivo di un Portale sanitario di una ASL, di una Azienda Ospedaliera/Universitaria o di un I.R.C.C.S. deve essere quello di offrire una piattaforma in grado di mettere a disposizione uno strumento informativo in grado di dare risposta al bisogno di salute del singolo cittadino/paziente.

È necessario quindi costruire un Portale intorno ai bisogni a cui il sistema sanitario deve dare risposte, per ridurre la distanza tra i cittadini e le strutture sanitarie.

In sostanza rispondere alle domande **COSA?** (guida nella formulazione della corretta richiesta di assistenza), **DOVE?** (localizzazione dell'offerta fruibile al cittadino), **COME?** (informazione sull'organizzazione e sull'accessibilità ai servizi), con informazioni organizzate sulla base di categorie di utenti, sulla struttura dell'offerta, sulla localizzazione dei diversi servizi, sulle caratteristiche dell'attività erogata, ma anche con rubriche aggiornate di approfondimento su argomenti emergenti.

Nell'organizzazione dei contenuti presenti all'interno dei siti internet aziendali è, quindi, determinante avere chiaro il destinatario della comunicazione (cittadino, utente, malato ricoverato, malato cronico, associazione, medico di famiglia, farmacista, impresa, altre istituzioni) e modulare il messaggio di conseguenza. L'informazione deve, cioè, essere raggiungibile attraverso percorsi ideati e dedicati, in un'ottica fondata sul bisogno dell'utente e non come rappresentazione esterna dell'organizzazione aziendale.

#### Organizzazione dei contenuti

L'home page del Portale aziendale costituisce la vera porta d'accesso virtuale ai servizi offerti agli utenti. Partendo da questo presupposto, il paradigma che deve rispondere ai bisogni di salute si basa su chiavi di ingresso differenziate per categorie specifiche.

Le differenti porte virtuali guidano il navigatore alle singole informazioni secondo percorsi diversificati:

- Dedicato a**
- Come fare per**
- Guida ai servizi**
- Malattie**
- Prevenzione/stili di vita**
- Dati Aperti**

Le categorie sopra riportate costituiscono un sistema di organizzazione e classificazione dei contenuti che si identifica come **standard minimo** per la costruzione di un Portale sanitario aziendale.

**Le diverse specificità delle singole strutture aziendali - ASL, Aziende Ospedaliere, Policlinici Universitari, I.R.C.C.S. saranno oggetto di focus dedicati per differenziare l'offerta informativa, focalizzandola sulle differenti caratteristiche di offerta di salute per i diversi soggetti.**

**Di seguito si analizzano singolarmente le sezioni elencate.**

- **Dedicato a**

In questa sezione la chiave d'accesso per l'utente è disegnata secondo le diverse categorie di possibili fruitori dei servizi offerti dalle singole strutture. All'interno dei diversi gruppi di popolazione deve essere possibile raggiungere l'informazione ad essi dedicata, con un percorso di navigazione che porti rapidamente ai servizi e alle informazioni tecnico/scientifiche che li riguardano. I gruppi indicati in tabella vogliono rappresentare la diversa utenza possibile per il Sistema Sanitario.

**E' fondamentale l'interscambio informativo tra le diverse ASL, Aziende Ospedaliere, Policlinici Universitari, I.R.C.C.S. per poter costruire una rete correlata di informazioni tra le diverse realtà regionali in collegamento con il Portale Sanitario regionale. Questo per rendere completa in ogni sito aziendale la comunicazione per categorie di utenti, andando oltre l'offerta di servizio della singola Azienda o struttura ospedaliera.**

## Dedicato a

Donne

Uomini

Bambini (0-14)

Adolescenti (> 14)

Anziani

Disabili

Stranieri

Imprese

Animali

- **Come fare per**

Le principali necessità e urgenze che il cittadino/utente può avere nel rapporto con il sistema sanitario regionale devono costituire un ulteriore canale di ingresso alle informazioni offerte dal portale aziendale. Il primo approccio da parte del singolo utente riguarda esigenze di base ed emergenziali, oltre che attività di contatto amministrativo tra il cittadino e l'organizzazione aziendale. Per le procedure riguardanti quest'ultimo aspetto vedremo più avanti in queste Linee Guida il ruolo centrale che i "Servizi on-line" dovranno assumere per semplificare il rapporto cittadino-amministrazione.

## Come fare per

- [Prenotare una visita](#)
- [Ticket/Esenzioni](#)
- [Scegliere il medico/pediatra](#)
- [Ritirare i referti](#)
- [Donazione e trapianti](#)
- [Emergenze](#)
- [Richiesta L. 104](#)
- [Procreazione assistita](#)
- [Salute all'estero](#)
- [Trovare le strutture](#)

**La specificità dell'offerta di salute di Aziende Ospedaliere, Policlinici Universitari, I.R.C.C.S. anche in questo caso può determinare la costruzione di questa sezione con voci di menù adattate all'offerta delle singole Aziende ed avvalendosi anche, per le informazioni di contesto del SSR, al Portale Sanitario regionale o ai diversi siti internet delle ASL territoriali.**

- **Guida ai servizi**

L'accesso al sistema sanitario del cittadino è dipendente dal singolo bisogno che si manifesta come necessità personale. È quindi necessario prevedere un sistema di navigazione che descriva l'offerta di assistenza che la singola struttura offre alla propria utenza.

**Questo menù di consultazione sarà diversificato secondo le diverse tipologie di servizi erogati dalle singole Aziende, ASL, Aziende Ospedaliere, Policlinici Universitari, I.R.C.C.S. ma deve costituire, in correlazione con la Carta dei Servizi aziendale, la miglior descrizione dell'articolazione dei servizi assistenziali offerti.**

## Guida ai servizi

Emergenza  
Ricovero  
Day Hospital  
Riabilitazione  
Visite ed esami  
Protesi ed ausili  
Farmaci  
Case della salute  
Assistenza domiciliare  
Servizi socio-sanitari  
Servizi sul territorio

Centri di Riferimento Regionali  
Centri di Riferimento Aziendali  
Scuola in Ospedale  
Formazione  
Ricerca

Voci di menù che indicano specificità dei servizi offerti da AO/Policlinici e I.R.C.C.S.

**In linea con il processo di trasformazione della rete socio sanitaria regionale, la nuova offerta di assistenza territoriale (Case della Salute, UCP ecc.) troverà ampia pubblicizzazione all'interno del Portale regionale dedicato ([www.retesalutelazio.it](http://www.retesalutelazio.it)) a cui dovranno fare riferimento le singole Aziende, ASL, Aziende Ospedaliere, Policlinici Universitari, I.R.C.C.S.. In questo ambito è prevista la georeferenziazione all'interno del sito regionale delle UCP (Unità di Cure Primarie).**

- **Malattie**

Il bisogno di salute del cittadino si configura come esigenza di risposta alla malattia. È opportuno quindi prevedere un'offerta di informazioni presenti all'interno del Portale aziendale strutturata secondo le patologie più frequenti nella nostra popolazione.

All'interno delle singole sezioni, oltre alla descrizione dei servizi che ogni singola azienda eroga per la patologia, è utile prevedere una sezione informativa sul contesto di riferimento per il malato, che sia anche in questo caso chiara e semplice, comprendendo anche notizie scientifiche di base.

**Per una comunicazione corretta e coordinata è utile costruire le diverse sezioni in collegamento con il Portale Sanitario Regionale, in un'ottica di interscambio informativo e di redazione diffusa sul territorio, per evitare diversità di standard tra i diversi siti aziendali.**

## Malattie

- Cardiocircolatorie
- Oncologiche
- Neurologiche: Alzheimer e demenze
- Respiratorie
- Disturbi psichici
- Reumatiche e osteoarticolari
- Diabete
- Dermatologiche
- Malattie rare
- Malattie infettive
- Osteoporosi
- Terapia del dolore
- Cure palliative

- **Prevenzione/Stili di vita**

Contestualmente all'accesso ad un portale aziendale che faccia da guida nella fruizione dei servizi erogati da ogni singola amministrazione, il Servizio Sanitario deve garantire al cittadino/utente informazioni relative alle azioni previste per la Prevenzione delle principali patologie, in stretta connessione con indicazioni scientifiche relative a corretti Stili di Vita. Sempre di più l'approccio verso il cittadino è quello di creare un percorso di accompagnamento nel corso della sua vita, per garantire livelli di benessere più a lungo possibile. Di fronte ad un allungamento progressivo dell'età dell'uomo è fondamentale intervenire per educare il cittadino ad un corretto utilizzo del Sistema Sanitario.

## Prevenzione/Stili di vita

- Alimentazione
- Attività sportiva
- Dipendenze
- Screening oncologici
- Vaccinazioni
- Malattie infettive/influenza
- Prevenzione negli ambienti di vita
- Prevenzione nei luoghi di lavoro

**Per una comunicazione corretta e coordinata è utile costruire le diverse sezioni in collegamento con il Portale Sanitario Regionale, in un'ottica di interscambio informativo e di redazione diffusa sul territorio, per evitare diversità di standard tra i diversi siti aziendali e colmare eventuali carenze informative derivanti dalla differente offerta di servizi erogati da Aziende, ASL, Aziende Ospedaliere, Policlinici Universitari, I.R.C.C.S.**

- **Dati Aperti**

In linea con il processo di "apertura" dei dati che coinvolge la Pubblica Amministrazione, un portale aziendale deve accogliere al suo interno tutti i dati e le informazioni accolte o gestite da un Ente Pubblico che possono essere liberamente utilizzati, riutilizzati e redistribuiti. Questo è il concetto di "Open government" che, grazie ad una normativa sempre più stringente, si sta affermando sulla base di tre elementi fondamentali:



Trasparenza: la trasparenza favorisce e promuove la responsabilità fornendo ai cittadini le informazioni sulle attività dell'amministrazione. Un'amministrazione trasparente, per questo, è un'amministrazione più controllata e nel contempo più aperta e affidabile.

Partecipazione: la partecipazione dei cittadini alle scelte della pubblica amministrazione aumenta l'efficacia dell'azione amministrativa e migliora la qualità delle decisioni dell'amministrazione. I cittadini devono perciò essere coinvolti nei processi decisionali e potervi contribuire attivamente, anche grazie al ricorso alle tecnologie di comunicazione attualmente disponibili e diffuse.

Collaborazione: la collaborazione vede un coinvolgimento diretto dei cittadini nelle attività dell'amministrazione. Tale coinvolgimento non sottende certo a una delega di responsabilità dell'amministrazione nei riguardi del cittadino, contempla, però, la possibilità per quest'ultimo di monitorare la qualità del servizio pubblico in tutte le sue fasi di esecuzione.

Per questi motivi è importante prevedere una possibilità di accesso ai dati che garantisca un vero processo di apertura e condivisione verso l'utenza del Servizio Sanitario. Di seguito una prima classificazione delle informazioni che è possibile mettere a disposizione, in stretto collegamento con i Sistemi Informativi Sanitari Regionali e con il Portale Sanitario della Regione Lazio, l'attività di definizione di Standard di Qualità aziendali e l'attività di Customer Satisfaction.

## Dati Aperti

- [Attività Ospedaliera](#)
- [Attività Specialistica](#)
- [Pronto Soccorso](#)
- [Attività Territoriale](#)
- [Standard di qualità](#)
- [Customer Satisfaction](#)
- [Attività di Ricerca](#)

## Elementi base Home Page

L'evoluzione normativa costante in questo settore e la crescita dell'esigenza informativa sulle attività aziendali, determinano la presenza all'interno dell'home page aziendale di alcuni standard necessari per completezza e correttezza comunicativa.

Ritenendo ampiamente consolidate le indicazioni operative relative alla presenza di queste informazioni all'interno dei siti internet della PA, derivanti dalle diverse Linee Guida e Vademecum emanati dalla Funzione Pubblica, si fornisce di seguito un elenco dei diversi "Pulsanti" informativi di stabile utilizzo nella costruzione delle home page istituzionali:

[URP](#)

[Carta dei Servizi](#)

[Ufficio Stampa](#)

[Volontariato/Partecipazione e Audit Civico](#)

**News/Comunicati**

**Amministrazione trasparente**

**Liste di attesa**

**PEC-Posta Elettronica Certificata**

**ALPI – Attività Libero Professionale**

**Linea Amica**

**Mettiamoci la faccia**

**Cerca nel sito**

**Mappa del sito**

**Indice degli argomenti A-Z**

**Contatti**

**Servizi on-line:**

- **Prenotazione/Pagamento prestazioni**
- **Fascicolo Sanitario Elettronico**
- **Modulistica**

L'implementazione e la diffusione a livello regionale dei diversi "Servizi online", in una logica di massima diffusione degli stessi, necessitano di ampia pubblicizzazione all'interno dei singoli portali aziendali, in collegamento con le piattaforme regionali sviluppate con questa finalità, attraverso l'utilizzo di Banner e Pulsanti dedicati. In questo ambito una comunicazione coordinata e non multidirezionale è fondamentale per una corretta diffusione dei servizi.

**Organizzazione Aziendale**

La definizione di "Organizzazione aziendale" assume, nelle diverse accezioni, da quelle di uso comune a quelle accademiche, una pluralità di significati.

In via preliminare, in particolar modo per le organizzazioni sanitarie, è necessario definirne i contenuti, al fine di comunicare in modo efficace, utilizzando le tecnologie web, i processi attraverso i quali l'insieme di persone che formano attivamente l'Azienda partecipano all'erogazione dei servizi.

Le strutture sanitarie presentano caratteristiche che non hanno riscontro in altri settori, per la loro complessità strutturale/organizzativa, la specificità delle professionalità che vi operano, la peculiarità dei prodotti/servizi offerti, che impattano con la salute dei cittadini.

Gli elementi costitutivi del processo produttivo possono essere identificati come:

- l'insieme delle attività che l'azienda mette in campo per raggiungere i suoi scopi (servizi offerti);
- l'insieme delle persone che, all'interno della struttura aziendale, svolgono le predette attività (raggruppamento degli organi aziendali in unità omogenee, gerarchia, coordinamento).

Una comunicazione attraverso il proprio Portale aziendale dell'Organizzazione Aziendale deve rappresentare il modo nel quale ogni Azienda si struttura nel rispetto della normativa, ma anche, soprattutto, deve veicolare le informazioni relative ai servizi offerti in modo puntuale, rapido ed efficace, e al contempo attuare una politica informativa che si ponga come garanzia di Trasparenza e di partecipazione all'operato dell'Ente Pubblico.

## Come comunicare attraverso il WEB l'Organizzazione Aziendale

Le nuove tecnologie consentono di veicolare le informazioni in modo rapido, secondo nuove logiche (velocità e interattività) e nuove modalità espressive, utilizzando nuovi linguaggi e attribuendo al fruitore delle informazioni, il cittadino, un ruolo non più passivo. Da assistito ad attore del processo in grado di scegliere come e dove fruire dei servizi e orientare, come stakeholder, i processi aziendali.

L'analisi dei siti web evidenzia che sovente la comunicazione tende a focalizzarsi sulla puntuale descrizione analitica della denominazione degli uffici, delle Unità Organizzative, della gerarchia aziendale, dei riferimenti telefonici o delle casella di posta elettronica dei vari servizi. La navigazione e la ricerca delle informazioni all'interno dei siti web istituzionali delle aziende sanitarie è spesso poco fruttuosa, in quanto i contenuti di interesse per la cittadinanza sono nascosti all'interno della struttura del sito stesso o addirittura assenti.

Ripensare e ricostruire le architetture dei siti web, che rappresentano il punto di riferimento istituzionale per il cittadino, ponendo in primo piano le necessità informative del destinatario dei servizi, consente di rappresentare l'organizzazione aziendale in modo fruibile e efficace.

Riproponendo la scomposizione operativa della definizione sopra riportata, l'Organizzazione Aziendale può essere rappresentata come:

- attività (servizi offerti);
- persone (divisione del lavoro, raggruppamento degli organi aziendali in unità omogenee, gerarchia, coordinamento).

In stretta correlazione con gli obblighi normativi relativi alla Trasparenza (di cui si parlerà all'interno di queste Linee Guida in altri capitoli), i Contenuti Minimi in materia di Organizzazione Aziendale, che dovranno essere presenti nei siti web, dovranno quindi garantire un costante aggiornamento segnalato nelle singole pagine del sito e riguardare:

- organigramma delle diverse strutture e articolazioni aziendali, attribuzioni e organizzazione di ciascuna struttura anche di livello dirigenziale non generale, nomi dei dirigenti (appartenenti alle professioni sanitarie e/o tecnico-amministrative) responsabili dei singoli uffici, nonché settore dell'ordinamento giuridico riferibile all'attività da essi svolta;
- indirizzi di posta elettronica certificata raggiungibili dalla home page aziendale a cui il cittadino possa rivolgersi per qualsiasi richiesta, riferimenti telefonici e di posta elettronica istituzionale, orari di apertura al pubblico delle singole strutture.

In conclusione, rappresentare l'Organizzazione Aziendale in modo accurato, ma al tempo stesso semplificato, consente alle Aziende di uscire dalla autoreferenzialità burocratica e di offrire uno strumento agevole, chiaro, veloce ed autorevole di accesso ai siti web istituzionali che risponda alle esigenze informative dei cittadini per orientarli nelle scelte relative alla promozione della salute, alla prevenzione e cura della malattie.

## 2.2 Carta dei Servizi online

Contestualmente all’emanazione delle presenti Linee Guida sui Siti Web dell’SSR, sono state emanate analoghe Linee Guida sulla costruzione della Carta dei Servizi per le diverse ASL/AO, Policlinici Universitari e I.R.C.C.S. del nostro Sistema Sanitario.

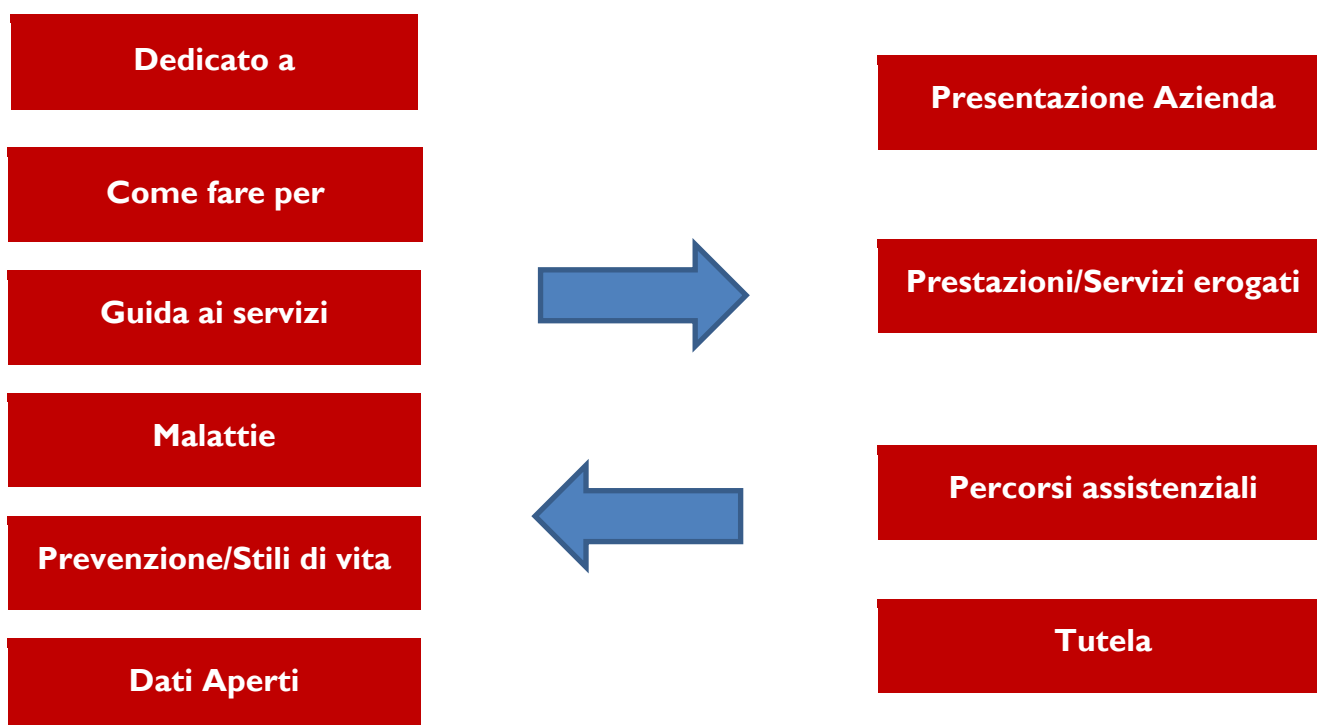
In un contesto, quindi, di revisione e nuova progettazione di entrambi gli strumenti informativi aziendali è fondamentale uno stretto coordinamento nella strutturazione degli stessi e una costante penetrazione delle informazioni presenti nei due diversi canali.

Le Linee Guida delle Carte dei Servizi suddividono il documento in quattro sezioni informative:

1. **Presentazione dell’Azienda** e strutture organizzative/operative, missione, valori, principi, (vedi contenuti degli **Atti Aziendali**).
2. **Prestazioni/Servizi erogati**: informazioni cosiddette di “servizio”, tra cui l’elenco delle prestazioni, le modalità di accesso alle prestazioni, i recapiti e i riferimenti delle strutture eroganti.
3. **Percorsi assistenziali** presenti in Azienda.
4. **Tutela** dei cittadini: meccanismi/forme/strumenti.

Le informazioni che saranno disposte in maniera seriale nella forma cartacea della Carta dei Servizi, dovranno trovare corrispondenza all’interno della sezione ad essa dedicata del Portale aziendale, che per la sua stessa natura può garantire maggiore spazio di approfondimento per le singole sezioni, garantendo l’aggiornamento costante che non può essere garantito dalla versione cartacea.

È inoltre necessaria una stretta interconnessione tra le Sezioni in cui è organizzata la Carta dei Servizi e le diverse chiavi di accesso al Portale aziendale sopra riportate.



## 2.3 La classificazione dei servizi

Per consentire la navigazione del cittadino/utente all'interno dei portali delle singole ASL/AO, Policlinici e I.R.C.C.S. che erogano i servizi, è necessario che le modalità di offerta dei contenuti dei singoli siti, siano classificate secondo standard comuni. I sistemi di classificazione utilizzati devono essere progettati per consentire l'interoperabilità semantica, in assenza della quale, non è possibile mettere a disposizione e condividere dati, documentazione e servizi.

Inoltre, è necessario, prioritariamente, classificare i servizi sulla base della tipologia di utenza cui essi sono destinati:

- **cittadini utenti** - fanno parte di questa tipologia i servizi sanitari che rientrano nella sfera privata degli utenti come, a titolo esemplificativo, l'iscrizione al SSN, esenzione dal pagamento ticket, richiesta ausilio protesico ecc.;
- **imprese** - rientrano in questa tipologia i servizi sanitari erogati per lo svolgimento di un'attività economica professionalmente organizzata al fine della produzione o dello scambio di beni o di servizi, come, a titolo esemplificativo la richiesta di autorizzazioni, la vigilanza in ambienti di lavoro ecc.;
- **operatori della sanità** – rientrano in questa tipologia i Medici di Medicina Generale, i Pediatri di Libera Scelta e tutti gli operatori della sanità che collaborano con le singole Aziende che hanno l'esigenza di scambiare informazioni con l'Ente di riferimento.

Già nelle “Linee guida per la Comunicazione online in tema di Tutela e Promozione della Salute – Ministero della Salute 2010”, tra gli strumenti ad hoc indicati che l'utente deve avere a disposizione sulla homepage per la consultazione dell'informazione, viene evidenziato “*un indice degli argomenti A-Z*”. L'indice degli argomenti A-Z, è un elenco formato da termini di uso comune inerenti la salute, privi di tecnicismi, acronimi, abbreviazioni ecc.

Ogni termine deve guidare l'utente, anche attraverso più pagine o altri elenchi, a raggiungere l'informazione finale: *cosa, come, dove e quando*.

Come ad esempio: Esenzioni →

- Esenzioni per patologia/invalidità → Documenti richiesti → Uffici
- Esenzioni per reddito

**Di seguito si fornisce un elenco suddiviso per tipologia di utenza delle possibili informazioni/servizi che ogni singola Azienda fornisce. Gli elenchi potranno essere ovviamente differenziati secondo le diverse offerte di servizi attivi nelle varie tipologie aziendali: ASL, Aziende Ospedaliere, Policlinici Universitari, I.R.C.C.S. ecc.**

**Servizi ai cittadini** – elenco delle prestazioni erogate

Adozioni	Medicina Preventiva
Alimenti speciali	Mobbing
Ambulatori infermieristici	Minori - Salute Mentale e Riabilitazione in Età evolutiva
Analisi di Laboratorio	Ossigeno
Animali	Patenti di guida (visite per)
Assistenza all'estero	Poliambulatori
Assistenza domiciliare - CAD	Prenotazioni
Ausili e protesi	PUA - Punto Unico di Accesso
Centri prelievi	Rimborsi e contributi
Consultori familiari	Residenze Sanitarie Assistenziali - inserimento
Dipendenze (droghe, alcol, gioco d'azzardo)	Screening oncologici
Donazioni organi e tessuti	Scuola
Esenzioni	Scelta medico o pediatra
Farmaci	Servizi online
Gravidanza a rischio (astensione dal lavoro)	Stranieri
Guardia Medica – Continuità Assistenziale	Terapia del dolore acuto e cronico
Invalità - handicap - disabilità	URP - Ufficio Relazioni con il Pubblico
Malattie infettive	Vaccinazioni
Malattie rare	Visite fiscali
Medicina dello Sport	Veterinaria
Medicina legale	

### **Servizi alle imprese – servizi dedicati a imprese, aziende e attività**

Acque	Industria
Agricoltura	Infortuni (registro per gli)
Alimenti e Bevande	Inquinamento
Allevamenti	Istruzione
Ambiente	Malattie infettive
Amianto	Prevenzione
Animali	Protezione
Artigianato	Ristorazione
Attività temporanee	Screening
Commercio	Scuole
Edilizia e urbanistica	Sicurezza
Esposti	Smaltimento
Fitosanitari	Strutture sanitarie
Idoneità (lavorativa)	Trasporto
Igiene	Vaccinazioni
Impianti sportivi	Veterinaria
Imprese alimentari	Visite fiscali
Imprese non alimentari	

### **Servizi agli operatori della sanità – area riservata**

L'Area Riservata per Medici di Medicina Generale (MMG), Pediatri di Libera Scelta (PLS) e altri operatori sanitari, è uno spazio riservato all'interno del sito aziendale, accessibile tramite autenticazione sicura da parte di ciascun medico e direttamente collegata col Portale sanitario regionale.

Nell'area si rendono disponibili una serie di dati generali di contesto regionale visibili a tutti i medici, o modulistica riservata ad ogni singolo professionista.

Lo scopo dell'area riservata è di creare uno spazio virtuale di comunicazione bidirezionale:

dall'Azienda al medico → dal medico all'Azienda

**L'accesso ai servizi nei singoli siti aziendali tramite l'elenco A/Z, costituisce un'ulteriore specificazione dei percorsi tematici e per categorie disegnati nella precedente sezione "Organizzazione dei Contenuti".**

**Entrambi gli strumenti di classificazione sono ideati con una logica di interconnessione della comunicazione e completezza delle informazioni che deve dialogare in senso biunivoco con il Portale sanitario regionale.**

## 2.4 Piattaforme intranet aziendali

La piattaforma intranet di un Portale sanitario di una ASL/AO, Policlinico o I.R.C.C.S. costituisce un importante strumento di comunicazione interna, utile per veicolare online le informazioni tra categorie di operatori, individuati o individuabili, al fine di farli interagire in tempo reale attraverso uno scambio di dati, senza l'utilizzo di carta o di altri strumenti di trasmissione delle informazioni.

L'implementazione di una efficace piattaforma intranet – preferibilmente accessibile anche al di fuori della rete aziendale tramite password -, oltre che a diffondere la consapevolezza sulla mission aziendale, consente di differenziare le informazioni destinate ai cittadini da quelle riservate ai dipendenti, superando quella forma di comunicazione ibrida ed indistinta che caratterizza al momento numerosi portali sanitari e che determina spesso confusione negli utenti esterni nella ricerca di informazioni relative ai singoli bisogni di salute e ai servizi a loro dedicati.

### Obiettivo generale

Comunicare al dipendente attraverso la piattaforma intranet, in maniera costante e puntuale, è un elemento centrale per la stessa struttura direzionale dell'azienda, legato al raggiungimento di numerosi obiettivi strategici:

- Miglioramento della qualità e quantità delle informazioni;
- Miglioramento della circolazione delle informazioni;
- Miglioramento dei flussi di comunicazione interna tra singole UO;
- Coerenza ed omogeneità della qualità dei contenuti nei diversi strumenti informativi;
- Maggiore efficienza nei processi di lavoro interno;
- Riduzione dei tempi di lavoro;
- Aggiornamento in tempo reale delle informazioni.

### Organizzazione dei contenuti

Come l'home page del portale aziendale costituisce la vera porta d'accesso virtuale dei servizi offerti agli utenti, la stessa funzione deve essere garantita dalla piattaforma intranet per il personale dipendente, mantenendo coerenza grafica e di organizzazione dei contenuti rispetto all'impianto complessivo del portale sanitario, al fine di facilitarne la consultazione da parte dell'operatore.

Pur accordando ad ogni singola Azienda la possibilità di introdurre applicativi specifici per l'adempimento e la gestione di particolari attività svolte dalle singole UO, aree destinate alle comunicazioni di servizio al personale e ai Cral, strumenti di gestione della performance organizzativa e individuale del dipendente ecc., è consigliabile che ogni piattaforma intranet sia organizzata secondo un set di contenuti minimi comuni per tutte le strutture.



## Servizi ai dipendenti

### Portale del dipendente

Al fine di semplificare l'interazione tra azienda e dipendenti, quest'area privata consente un accesso ai documenti personali (cedolini, cartellini e CUD) che, storicizzati all'interno di un apposito archivio documentale, restano disponibili e fruibili per le consultazioni. È possibile prevedere delle funzionalità applicative per la richiesta di ferie, di permessi e di attività di missioni, con un conseguente risparmio di costi legati al superamento dell'utilizzo eccessivo e inappropriato di materiale cartaceo.

### Modulistica interna

Sezione dedicata a tutta la modulistica destinata ai dipendenti.

### Codici e regolamenti

In questa sezione sono compresi codici disciplinari, regolamenti relativi all'orario di lavoro e alle assenze, procedure di valutazione delle risorse umane, codice di comportamento aziendale, ecc.

### Come fare per

Tramite un apposito Form o attraverso l'utilizzo di FAQ, quest'area raccoglie tutte le informazioni pratiche per i dipendenti e permette di rispondere, in tempo reale, alle domande più frequenti del personale, in merito a specifiche esigenze o particolari richieste di informazioni.

### Formazione ECM

Sezione dedicata alla formazione del dipendente con apposita area dedicata alla consultazione di corsi e relativa iscrizione.

### Biblioteche scientifiche e documentazione clinico gestionale

Il miglioramento della programmazione e della gestione dei servizi sanitari e l'incremento della qualità della pratica clinica passano anche attraverso un flusso costante di informazioni e di conoscenze medico scientifiche tra l'azienda e i professionisti che operano al suo interno. Per questa ragione la sezione dedicata alle biblioteche scientifiche e alla documentazione clinico gestionale riveste un'importanza strategica all'interno della piattaforma intranet del portale aziendale.

### Altri Servizi

- Rassegna Stampa
- Posta Elettronica
- Mailing List
- Newsletter
- Rubrica Aziendale

## PARTE III

### Criteria di indirizzo e strumenti per garantire la qualità dei siti

#### 3.1 Trasparenza

##### Il principio di trasparenza e le modalità di attuazione

L'Art. 1 del D.Lgs. n. 33/2013 definisce la trasparenza come “accessibilità totale delle informazioni concernenti l'organizzazione e l'attività delle pubbliche amministrazioni, allo scopo di favorire forme diffuse di controllo sul perseguimento delle funzioni istituzionali e sull'utilizzo delle risorse pubbliche.” Obiettivo della norma è quello di favorire un controllo diffuso da parte del cittadino sull'operato delle istituzioni e sull'utilizzo delle risorse pubbliche, mettendolo nelle condizioni di avere a disposizione dati e informazioni per verificare l'effettivo rispetto dei principi di buon andamento ed imparzialità dell'agire amministrativo.

L'istituto dell'Accesso civico introdotto dal Decreto citato, in particolare, costituisce un ampliamento del potere di controllo da parte dei cittadini sull'operato delle pubbliche amministrazioni, stabilendo il diritto di chiunque di chiedere ed ottenere la pubblicazione di atti, documenti e informazioni da queste detenute e che, per qualsiasi motivo, non abbiano provveduto a rendere pubbliche sui propri siti istituzionali<sup>1</sup>.

##### I contenuti e le modalità di pubblicazione

Le informazioni che le PA sono tenute a rendere disponibili sui propri siti istituzionali, e nel nostro caso ASL/AO, Policlinici e I.R.C.C.S. appartenenti al SSR, sono stabiliti dal D.Lgs. n. 33/2013, che riordina la materia e uniforma per tutte le amministrazioni i fondamentali obblighi di pubblicazione derivanti dalle diverse disposizioni normative precedenti<sup>2</sup>.

L'allegato A al D.Lgs. n. 33/2013 schematizza i contenuti da pubblicare, fornendo indicazioni circa l'ordine gerarchico e il lessico specifico cui le PA devono attenersi per la strutturazione dei siti al fine di facilitare la navigazione e la lettura da parte del cittadino.

Ai sensi dello stesso Decreto i siti web devono contenere una sezione denominata *Amministrazione trasparente*<sup>3</sup> accessibile dalla home page del sito. Tale sezione è organizzata in sotto-sezioni di primo e secondo livello denominate esattamente come indicato dal citato allegato A. Cliccando sulle sotto-sezioni si deve poter accedere ai singoli contenuti.

I collegamenti ipertestuali associati alle singole sotto-sezioni devono rimanere invariati nel tempo onde evitare “collegamenti non raggiungibili” da parte di accessi esterni. Non devono, inoltre, essere applicati filtri o altre soluzioni tecniche che impediscano ai motori di ricerca web di indicizzare ed effettuare ricerche all'interno della sezione.

L'allegato I della Delibera ANAC n. 50/2013, a cui si rinvia,<sup>4</sup> approfondisce tale tabella, aggiungendo al puntuale elenco una descrizione dei contenuti, gli ambiti soggetto di applicazione e la tempistica per l'aggiornamento.

Per accompagnare le pubbliche amministrazioni nel percorso di attuazione degli obblighi, il Ministero per la Pubblica Amministrazione e Semplificazione ha realizzato il sistema della “Bussola della Trasparenza”.

<sup>1</sup> l'istituto dell'Accesso civico, contenuto nell'art. 5 del D.lgs n. 332013, comporta un'estensione soggettiva del generale diritto di accesso ai documenti amministrativi di cui all'art. 22, comma 1, L. 241/1990. Infatti il comma 2 dell'articolo 5 riconosce a tutti il diritto di accesso civico anche a coloro che non sono portatori di alcun interesse giuridico qualificato (diretto, concreto e attuale).

<sup>2</sup> Si vedano in particolare la L. 241/1990, il D.Lgs. 165/2001, la L. 69/2009, il D.Lgs. 82/2005, il D.Lgs. 150/2009, la L. 190/2012.

<sup>3</sup> La sezione *Amministrazione trasparente* sostituisce la sezione *Trasparenza, valutazione e merito*, già prevista dall'art. 11, c. 8, del D.Lgs. 150/2009.

<sup>4</sup> La delibera ANAC n. 50/2013 contenente le “Linee guida per l'aggiornamento del Programma triennale per la trasparenza e l'integrità 2014-2016” e i relativi allegati sono disponibili sul sito dell'Autorità Nazionale Anticorruzione all'indirizzo <http://www.anticorruzione.it/?p=8953>.

Accedendo al sito [www.magellanopa.it/bussola](http://www.magellanopa.it/bussola) è possibile testare i propri siti aziendali, verificando la corretta strutturazione ed organizzazione dei contenuti.<sup>5</sup>

## Caratteristiche qualitative e tecniche dei contenuti con obbligo di pubblicazione

L'attuazione del principio della trasparenza non comporta solo l'obbligo per le amministrazioni alla pubblicità dei contenuti indicati dalla norma, ma anche l'onere di fornire una informazione qualificata "assicurandone l'integrità, il costante aggiornamento, la completezza, la tempestività, la semplicità di consultazione, la comprensibilità, l'omogeneità, la facile accessibilità, nonché la conformità ai documenti originali in possesso dell'amministrazione, l'indicazione della loro provenienza e la riutilizzabilità".<sup>6</sup> Inoltre i contenuti devono essere pubblicati "in formato di tipo aperto" e "senza ulteriori restrizioni diverse dall'obbligo di citare la fonte e di rispettarne l'integrità".<sup>7</sup>

Le informazioni che le Amministrazioni sono tenute a pubblicare nei loro siti web devono contenere almeno i seguenti requisiti tecnici e qualitativi:

**Completezza:** completo e accurato è il dato riferito a tutte le strutture (centrali, territoriali, ecc.), cioè corretto e in grado di rappresentare in maniera precisa il fenomeno che intende descrivere;<sup>8</sup>

**Aggiornamento:** il dato pubblicato deve essere attuale, e quindi modificato o integrato quando, a seguito di controllo periodico, ovvero su eventuale richiesta del soggetto interessato, risulti non più corretto;<sup>9</sup>

**Contestualizzazione:** sono dati di contesto l'autore, la data, il periodo di aggiornamento e l'oggetto, che devono essere inseriti all'interno del file da pubblicare. Ciò garantisce, altresì, l'opportunità di citare correttamente la fonte nel caso in cui il dato venga riutilizzato<sup>10</sup>;

**Formato aperto:** a titolo esemplificativo, sono considerati file in formato aperto quelli che nei sistemi personal computer sono usualmente registrati con estensione .txt, .xml, .pdf. Per quest'ultimo formato l'ANAC raccomanda l'utilizzo nella versione PDF/A<sup>11</sup>, o come alternativa il formato aperto ODF che consente la lettura e l'elaborazione di documenti di testo, di dati in formato tabellare, di presentazione.

Inoltre le informazioni oggetto di pubblicazione devono essere **chiare, comprensibili e facilmente accessibili** dal cittadino utente<sup>12</sup>.

L'attenzione riservata al formato di presentazione dei dati è legata alla volontà di rendere fruibili e riutilizzabili i dati, anche allo scopo di facilitare l'attività di controllo da parte del cittadino. Ciò nonostante, il diritto alla trasparenza deve essere temperato con il diritto alla protezione dei dati personali<sup>13</sup>.

Il Garante per la protezione dei dati personali raccomanda di inserire nella sezione "Amministrazione trasparente" un *alert* generale con cui si informi il pubblico che i dati personali pubblicati sono "riutilizzabili solo alle condizioni previste dalla normativa vigente sul riutilizzo dei dati pubblici (direttiva comunitaria 2003/98/CE e d.lgs. 36/2006 di recepimento della stessa), in termini compatibili con gli scopi per i quali sono stati raccolti e registrati, e nel rispetto della normativa in materia di protezione dei dati personali"<sup>14</sup>.

Si ricorda, inoltre, che i dati personali sensibili e giudiziari sono espressamente esclusi dal riutilizzo<sup>15</sup>.

<sup>5</sup> La verifica è effettuata esclusivamente in relazione all'organizzazione dei contenuti e della loro gerarchia.

<sup>6</sup> Così l'art. 6 del D.Lgs. n. 33/2013.

<sup>7</sup> Si veda l'art. 7 D.Lgs. n. 33/2013.

<sup>8</sup> Si veda in particolare l'Allegato 2 alla delibera ANAC n. 50/2013 "Documento tecnico sui criteri di qualità della pubblicazione dei dati" in cui si specifica cosa intendere per completezza.

<sup>9</sup> La norma individua quattro frequenze di aggiornamento (annuale, semestrale, trimestrale e tempestivo), dettagliate nell'Allegato I della Delibera ANAC n.50/2013 per ciascun obbligo di pubblicazione. La data di aggiornamento deve essere comunque presente in ogni pagina web della sezione "Amministrazione trasparente".

<sup>10</sup> Si veda la delibera CIVIT n. 105/2010.

<sup>11</sup> Si veda l'art. 68, comma 3 lett. a) del decreto legislativo 7 marzo 2005, n. 82 - Codice dell'amministrazione digitale.

<sup>12</sup> Si veda la delibera ANAC n. 50/2013.

<sup>13</sup> Si veda il D.Lgs. n. 196/2003, in particolare gli artt. 4 comma 1 lettera b) e 19 comma 3.

<sup>14</sup> Si vedano, da ultimo, le *Linee guida in materia di trattamento dei dati personali, contenuti anche in atti e documenti amministrativi, effettuato per finalità di pubblicità e trasparenza sul web da soggetti pubblici e da altri enti obbligati*, pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale n. 134 del 12 giugno 2014.

<sup>15</sup> Si veda l'art. 4, comma 1 e art. 7 del D.Lgs. 33/2013.

## Durata degli obblighi di pubblicazione

La durata di pubblicazione è generalmente pari a cinque anni, salvo le eccezioni espressamente previste dalla normativa vigente in materia.<sup>16</sup> L'art. 9 del D.Lgs. n. 33/2013 dispone che, al termine di durata dell'obbligo di pubblicazione, si trasferiscano i contenuti oggetto di pubblicità in una sezione "Archivio", affinché possano continuare ad essere consultati (ad eccezione delle informazioni patrimoniali dei titolari di incarichi di indirizzo politico). Il Garante per la protezione dei dati personali precisa, tuttavia, che quanto previsto dall'art. 9 non possa essere indiscriminatamente applicato a dati/documenti/informazioni contenenti dati personali e suggerisce delle regole di accesso alle informazioni, quali l'attribuzione di chiavi personali di identificazione informatica, ovvero l'anonimità dei dati personali. Lo stesso articolo dispone, inoltre, che ad eccezione dei dati sensibili e giudiziari, le pubbliche amministrazioni non possono limitare l'indicizzazione o la ricerca da parte dei motori di ricerca all'interno della sezione "Amministrazione trasparente", per i dati pubblicati per finalità di trasparenza.

## Specifiche relative al SSN

Le amministrazioni e gli enti del servizio sanitario nazionale, dei servizi sanitari regionali, ivi comprese le aziende sanitarie territoriali ed ospedaliere, le agenzie e gli altri enti ed organismi pubblici che svolgono attività di programmazione e fornitura dei servizi sanitari, sono tenute all'adempimento di tutti gli obblighi di pubblicazione previsti dalla normativa vigente in materia di trasparenza<sup>17</sup>.

Al comma 2 dell'art. 41 del D.Lgs n. 33/2013 si precisa che le aziende sanitarie e ospedaliere sono tenute a pubblicare le informazioni e i dati concernenti le procedure di conferimento degli incarichi di direttore generale, direttore sanitario e direttore amministrativo, di responsabile di dipartimento e responsabile di strutture semplici e complesse, compresi i bandi e gli avvisi di selezione, lo svolgimento delle relative procedure e gli atti di conferimento.

Al comma 3 del medesimo articolo si puntualizza come gli obblighi di pubblicazione previsti dall'art. 15 (estremi dell'atto di conferimento, curriculum vitae, dati relativi allo svolgimento di altri incarichi o la titolarità di cariche presso enti di diritto privato regolati o finanziati dalla PA, i compensi) si applichino a tutta la dirigenza sanitaria (eccezion fatta per i responsabili di struttura semplice) e ricomprendano anche l'attività intramoenia. L'ANAC - nelle FAQ pubblicate sul proprio sito – scende ulteriormente nel dettaglio precisando che "Alla dirigenza sanitaria vanno ricondotti sia i dirigenti medici, odontoiatri e veterinari, che nell'ambito della contrattazione costituiscono l'area dirigenziale IV (Sanità medica e veterinaria), sia i dirigenti non medici che esercitano professioni sanitarie infermieristiche, tecniche della riabilitazione, della prevenzione e della professione di ostetricia, afferenti all'area dirigenziale III (Sanitaria, professionale tecnica ed amministrativa)" cui, quindi si applica quanto prescritto dall'art. 15, così come avviene per i dirigenti dei ruoli professionale, tecnico ed amministrativo. È inoltre ricompreso nella dirigenza sanitaria anche il direttore generale, per il quale certamente devono essere attuati gli obblighi di pubblicazione appena descritti, ma per il quale – secondo l'ANAC - l'amministrazione potrebbe valutare l'opportunità di rendere conoscibili - quale misura ulteriore – anche i dati di cui all'art. 14 del d.lgs. n. 33/2013 (es. i dati relativi al patrimonio, la dichiarazione dei redditi, anche per quanto attiene i coniuge e i parenti entro il secondo grado). Le aziende sanitarie, invece, non devono applicare gli obblighi di pubblicità dell'art. 15 ai Pediatri di Libera Scelta e ai Medici di Medicina Generale.

Proseguendo nelle prescrizioni dell'art. 41, al comma 4 si prevede la pubblicazione dell'elenco aggiornato delle strutture sanitarie private accreditate e gli accordi con esse intercorsi. Si prevede inoltre che il rispetto della medesima normativa sulla trasparenza sia un requisito per l'accreditamento di tali strutture.

<sup>16</sup> Si veda l'art. 8, comma 3 del D.Lgs. n. 33/2013.

<sup>17</sup> Si veda l'art. 41 commi 1-6 del D.Lgs n. 33/2013.

Al comma 6, infine, l'art. 41 del Decreto dispone che "Gli enti, le aziende e le strutture pubbliche e private che erogano prestazioni per conto del servizio sanitario sono tenuti ad indicare nel proprio sito, in una apposita sezione denominata «Liste di attesa», i tempi di attesa previsti e i tempi medi effettivi di attesa per ciascuna tipologia di prestazione erogata. A riguardo, l'ANAC, sempre nelle FAQ pubblicate sul proprio sito web, precisa che "l'intesa sancita dalla Conferenza Unificata nella seduta del 24 luglio 2013 per l'attuazione dell'art. 1, cc. 60 e 61, della legge n. 190/2012, ha stabilito, in via transitoria, che gli enti del servizio sanitario nazionale pubblichino i "tempi massimi di attesa previsti per tutte le prestazioni considerate traccianti", suddivisi per classe di priorità e con indicazione della percentuale di loro effettivo rispetto, anziché i tempi medi di attesa."

**Per quanto riguarda le specifiche in tema di Trasparenza relative alle aziende e strutture del SSR, la Regione Lazio ha intrapreso una forte azione di pubblicizzazione delle informazioni previste dalle norme regolamentari, in una logica di massima apertura rispetto alle prescrizioni normative.**

**In questo quadro, sarà fondamentale l'omogeneizzazione nelle forme e nei contenuti delle sezioni dedicate alla Trasparenza dei singoli siti con il portale regionale.**

**In particolare, quindi, per le Aziende è richiesta la pubblicazione dei criteri di nomina, sussistenza dei requisiti, curricula, dichiarazioni di inconfiribilità e incompatibilità, indennità relativi a Direttori Generali, Direttori Amministrativi e Direttori Sanitari.**

**Inoltre, per quanto riguarda le Liste d'attesa, un "focus" dovrà essere dedicato alla pubblicizzazione di queste informazioni, in stretto raccordo con le pagine dedicate del Portale sanitario regionale.**

## 3.2 Usabilità e Accessibilità dei siti web

La progettazione e costruzione di siti web da parte di amministrazioni pubbliche, e nel nostro caso da parte di ASL/AO, Policlinici e I.R.C.C.S., non possono prescindere dalla ricerca di un costante miglioramento dell'**usabilità** e dal garantirne l'**accessibilità** delle singole pagine web.

Per **usabilità** si intende la facilità con cui il visitatore navigando all'interno del sito, è in grado di comprendere come esso sia strutturato e riesce a reperire le informazioni che cerca.

Una carente progettazione del sito può determinare errori molto comuni che lo rendono di difficile consultazione: pagine cariche di link, immagini in movimento, sfondi che rendono difficile la lettura del testo, pulsanti e aree attive difficilmente riconoscibili, disorganizzazione delle informazioni presentate ecc. sono tutti elementi che caratterizzano un portale con un livello di usabilità carente.

I riferimenti regolatori e gli standard da seguire in materia di usabilità sono rintracciabili all'interno del portale <http://www.funzionepubblica.gov.it> - Dipartimento della funzione pubblica:

- Politiche per l'usabilità;
- Gruppo di Lavoro per l'Usabilità (GLU);
- Protocollo eGLU 1.0 2014;
- Protocollo eGLU 2.0, 2014 Vademecum per la realizzazione di test di usabilità semplificati;
- Manifesto per l'Usabilità dei siti web delle PA-2014.

Per **accessibilità** si intende la fruibilità delle pagine web da parte del maggior numero di persone possibile, indipendentemente dal tipo di disabilità o dalla dotazione software e hardware degli utenti.

Dal punto di vista normativo, in materia di accessibilità le prescrizioni che devono essere rispettate discendono dalla cosiddetta "Legge Stanca" (Legge 9 gennaio 2004, n. 4), ed è quindi necessario che le singole Aziende garantiscano l'accesso alle informazioni ai diversamente abili secondo le indicazioni in essa riportate. In prima istanza è necessario sottolineare che le diverse sezioni del sito dovranno presentare una chiara suddivisione dei contenuti, permettendo una navigazione ben mirata, fornendo sempre indicazione della posizione in cui ci si trova.

- **Come ottenere un sito web accessibile**

Il rispetto delle prescrizioni per una corretta accessibilità devono essere tenute in considerazione fin dal momento della sua strutturazione. Ciò consente di creare un sito correttamente progettato, di separare nettamente gli elementi strutturali dal contenuto, rendendo più semplice la gestione del sito da parte del webmaster.

In fase di adeguamento di portali già esistenti, può risultare meno costoso riprogettare il sito da zero. È altresì possibile, per siti già ben strutturati, con presentazione grafica ottenuta tramite CSS (*Cascading Style Sheets*, in italiano fogli di stile), intervenire con poche modifiche che lo rendano "accessibile":

- aggiungere le descrizioni alternative per le immagini significative;
- aggiungere elementi di contestualizzazione, creare una mappa del sito;



- rendere accessibile il motore di ricerca e gli altri moduli presenti nel sito mediante la corretta marcatura delle etichette dei campi.

In alcuni casi, per rendere accessibile un sito particolarmente complesso, può essere opportuno elaborare una o più skin alternative. Si tratta semplicemente di creare uno o più layout differenti da quello standard, che però presentino gli stessi contenuti, disposti in modo differente o con caratteri di dimensioni maggiori e con un contrasto cromatico più elevato. L'utente potrà scegliere la skin che meglio si adatta alle proprie esigenze.

La creazione di skin alternative apre la possibilità di rendere navigabile il sito anche con strumenti diversi dal computer, quali tablet e smartphone, nei quali, date le dimensioni ristrette del display, è necessario presentare i contenuti in modo diverso.

I riferimenti normativi e gli standard da seguire in materia di accessibilità sono:

- “Legge Stanca” (Legge 9 gennaio 2004, n. 4) e smi;
- Linee guida per i siti web delle P.A.<sup>18</sup>;
- Linee guida per l'accessibilità del W3C <http://www.w3c.it/wai/>;
- Linee guida per l'organizzazione, l'usabilità e l'accessibilità dei siti web delle P.A.<sup>19</sup>;
- Regole tecniche previste dallo standard internazionale W3C WCAG 2.0<sup>20</sup> ([ISO/IEC 40500:2012](http://www.iso.org/iso/40500));
- “Requisiti tecnici e i diversi livelli per l'accessibilità agli strumenti informatici” - Allegato A del Decreto Ministeriale 8 luglio 2005 e smi.<sup>21</sup>;
- Vademecum per la misurazione della qualità dei siti web delle PA<sup>22</sup>.

Per garantire l'accessibilità dei propri siti web, le Aziende devono inoltre:

- formare adeguatamente il personale che si occupa dell'aggiornamento dei siti web per garantirne l'accessibilità nel tempo;
- garantire ai dipendenti disabili la possibilità di lavorare senza forme di discriminazioni;
- coinvolgere i cittadini disabili nella verifica dell'accessibilità ai propri siti web.

Si raccomanda di individuare un Responsabile dell'accessibilità informatica dell'amministrazione, che coincida con uno dei Responsabili del procedimento di pubblicazione dei contenuti sui siti web, o che si coordini costantemente con essi.

<sup>18</sup> art. 4 della Direttiva n. 8/2009 del Ministro per la pubblica amministrazione e l'innovazione

<http://www.funzionepubblica.gov.it/lazione-del-ministro/linee-guida-siti-web-pa/presentazione.aspx>

<sup>19</sup> Circolare 13 marzo 2001 n. 3/2001 [http://www.pubbliaccesso.gov.it/normative/circolare\\_funzione\\_pubblica\\_20010313.htm](http://www.pubbliaccesso.gov.it/normative/circolare_funzione_pubblica_20010313.htm)

<sup>20</sup> Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) Overview <http://www.w3.org/WAI/intro/wcag#iso>

<sup>21</sup> [DECRETO 20 marzo 2013](http://www.funzionepubblica.gov.it/lazione-del-ministro/linee-guida-siti-web-pa/presentazione.aspx) - Modifiche all'allegato A del decreto 8 luglio 2005 del Ministro per l'innovazione e le tecnologie, recante: «Requisiti tecnici e i diversi livelli per l'accessibilità agli strumenti informatici»

<sup>22</sup> Realizzato dal Foromez nell'ambito delle Linee guida per i siti web delle P.A <http://www.funzionepubblica.gov.it/lazione-del-ministro/linee-guida-siti-web-pa/presentazione.aspx>.

### 3.3 Multilinguismo: Sportello virtuale per Assistenza ai cittadini stranieri

Il sito web aziendale di ASL/AO, Policlinici e I.R.C.C.S., rivolgendosi sempre più spesso anche ad un'utenza straniera presente sul territorio, deve necessariamente prevedere una sezione multilingue, che fornisca indicazioni sulle modalità di accesso al Servizio Sanitario. La sezione dovrà fornire le medesime informazioni nelle principali lingue straniere.

La costruzione di un vero e proprio **sportello virtuale per gli stranieri** all'interno dei singoli siti dovrà prevedere informazioni redatte in forma semplice e comprensibile per coloro che hanno una conoscenza di base dell'italiano e dovrà contenere pagine nelle lingue riferite ai gruppi etnici maggiormente presenti nel territorio dell'Azienda. Tali pagine forniranno informazione, assistenza e orientamento ai cittadini stranieri su ogni aspetto legato alla loro permanenza nel nostro Paese e saranno differenziate in base alle diverse tipologie:

- Cittadini dell'Unione Europea, SEE, Svizzera  
Stranieri provenienti dagli Stati dell'Unione Europea, dello Spazio Economico Europeo e dalla Svizzera
- Cittadini Extracomunitari  
Stranieri regolarmente soggiornanti non appartenenti ai paesi convenzionati  
Stranieri regolarmente soggiornanti appartenenti ai paesi convenzionati  
Stranieri irregolarmente soggiornanti  
Stranieri che non possono iscriversi al Servizio Sanitario

Obiettivi prioritari sono:

- offrire uno spazio virtuale che offra informazioni aggiornate sulla legislazione italiana sull'immigrazione e sul diritto all'accesso ai servizi sociali e socio-sanitari nel territorio;
- assistere i cittadini stranieri negli adempimenti amministrativi, in particolare per quanto riguarda la corretta applicazione della normativa sull'assistenza sanitaria.

I contenuti minimi della sezione dovranno prevedere le seguenti informazioni:

- Come è organizzato il SSN
- Modalità di iscrizione al SSN
- Ticket – Esenzioni e pagamento
- Assistenza sanitaria:
  - scelta del Medico
  - consultori familiari
  - emergenze ed urgenze
  - guardia medica
  - ricoveri
  - visite specialistiche
  - assistenza sanitaria in gravidanza



- vaccinazioni
- offerta dei servizi specifici erogati dall'Azienda
- accesso ai servizi sociali e socio-sanitari nel territorio dell'Azienda

- **Rete dei servizi**

E' necessario realizzare uno spazio virtuale che determini una rete di servizi per gli stranieri oltre la cultura dell'accoglienza e della solidarietà, per stabilire con chi si rivolge all'azienda un rapporto stabile che prosegua anche per lo svolgimento di una "pratica", attraverso gli URP e PUA aziendali, collaborazioni con le Associazioni attraverso percorsi di orientamento, soprattutto per chi è appena arrivato in Italia.

**In un'ottica di condivisione delle informazioni e di omogeneità delle stesse è utile lo stretto collegamento di questa sezione dei singoli siti aziendali con l'analoga sezione del Portale sanitario regionale.**

- **Normativa**

Deve contenere documenti e link utili dedicati, garantendo un costante aggiornamento in materia.

### 3.4 Monitoraggio dei siti

Una corretta progettazione, gestione e aggiornamento del Portale delle diverse ASL/AO, Policlinici Universitari, I.R.C.C.S. appartenenti al SSR non può prescindere dall'organizzazione di una rilevazione dei dati statistici utili a comprendere il livello di utilizzo del proprio sito web, dei contenuti che riscontrano un maggior gradimento da parte dell'utenza, di quelli più ricercati all'interno del sito, di quelli maggiormente intercettati dai motori di ricerca esterni.

Un monitoraggio costante di tale tipologia di dati è alla base del processo di continuo miglioramento che deve essere attivo su ogni sito istituzionale per fidelizzare l'utenza e accrescerla nel tempo.

Per poter effettuare un'analisi approfondita di tali dati è necessario l'utilizzo della Web Analytics, che consiste nella misurazione, collezione, analisi e reporting di dati internet allo scopo di capire e ottimizzare l'utilizzo dei siti internet. Ogni visita lascia una traccia informatica e permette di ottenere una serie di dati e quindi di informazioni fondamentali per prendere decisioni riguardo all'organizzazione editoriale e dei contenuti del portale stesso.

Gli strumenti di misurazione più utilizzati sono *Google Analytics*, *Woopra*, *Yahoo Web Analytics*, *Omniture*, oppure plug-in compresi nella maggior parte dei CMS (Content Management System) in circolazione.

I principali indicatori che è possibile analizzare per misurare le performance di un sito web possono essere così suddivisi:

- sito web di provenienza;
- motivo di visita della pagina;
- pagine di navigazione;
- tempo di permanenza su ogni pagina/sito;
- numero di visite e periodicità;
- località di provenienza dell'utente;
- pagine di abbandono del sito.

Un'altra tipologia di rilevazione che deve essere effettuata per adeguare il servizio ai bisogni del cittadino è la somministrazione di un'indagine volta a individuare e anticipare i bisogni inespressi dell'utenza, la cosiddetta customer satisfaction. Eventuali suggerimenti e segnalazioni possono infatti costituire lo spunto per l'innovazione dei servizi, trasformando la customer satisfaction in canale di ascolto e comunicazione fra cittadino e pubblica amministrazione.

Le indagini di customer satisfaction consentono infatti di circoscrivere il monitoraggio e la valutazione alle criticità segnalate dagli utenti, e di individuare le azioni in grado di migliorare l'efficacia dei servizi più rilevanti per il cittadino.

Di seguito si riporta un estratto e sintesi, contestualizzato rispetto alle specificità aziendali delle ASL/AO, Policlinici e I.R.C.C.S., delle indicazioni presenti all'interno delle Linee Guida per l'applicazione del modello

di valutazione della customer satisfaction del sito internet, elaborate dal Dipartimento di Scienze Aziendali ed Economico Giuridiche dell'Università Studi Roma Tre in collaborazione con il Dipartimento della Funzione Pubblica e il Formez.

I risultati derivanti dallo svolgimento di un'indagine di customer satisfaction devono essere letti e utilizzati a fini di miglioramento della qualità dei servizi. Il modello di rilevazione CS online è in grado di misurare da un lato la qualità complessiva dei servizi erogati attraverso un portale internet e dall'altro la qualità di uno specifico servizio online.

Nell'ambito del progetto MiglioraPA del Dipartimento della Funzione Pubblica è stato realizzato un kit di strumenti che consente alle amministrazioni di realizzare un percorso di customer satisfaction in pochi passi, senza la necessità di impostare da zero la fase di progettazione e di impostazione, reperibile all'indirizzo <http://qualitapa.gov.it/iniziative-in-corso/migliorapa/cassetta-degli-attrezzi/> e che riporta un modello di questionario standard basato sulla metodologia delle Linee guida, già impostato per alcune tipologie generali di servizi (vedi paragrafo seguente).

Altri documenti di approfondimento utili da consultare e scaricare sono reperibili sulla piattaforma del Progetto MiglioraPA [www.migliorapa.it](http://www.migliorapa.it), il sistema integrato di assistenza a distanza che offre supporto alle Amministrazioni che intendono iniziare un percorso di customer satisfaction.

La piattaforma mette a disposizione 3 tipologie di strumenti:

- approfondimenti e indicazioni metodologiche;
- uno spazio dedicato agli utenti di contatto e reciproca assistenza;
- un applicativo organico e di facile utilizzo per la realizzazione di questionari on line.

A chiusura di questa azione di monitoraggio sulle performance dei singoli portali aziendali, ogni amministrazione dovrà rendere disponibili i dati citati, pubblicandoli almeno semestralmente in un'apposita sezione web direttamente accessibile dalla home page, per garantirne la consultazione da parte del cittadino/utente.

## Questionario Gradimento sito web (da proporre anche in lingue straniere)

<http://www.qualitapa.gov.it/it/customer-satisfaction/migliorapa/>

Gentile Visitatore,

per migliorare il nostro sito web vorremo raccogliere le sue opinioni e suggerimenti attraverso un questionario anonimo che le chiediamo di compilare on-line ed inviarci.

La ringraziamo per il contributo.

Indichi quanto è d'accordo con le seguenti affermazioni dando un voto da 1 (per niente d'accordo) a 6 (completamente d'accordo)							
I. Ritengo che il sito internet dell'ente, per contenuti, organizzazione e grafica, sia complessivamente soddisfacente	<table border="1"><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td></tr></table>	1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6		
A1. Il sito è facilmente raggiungibile	<table border="1"><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td></tr></table>	1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6		
A2. È facile accedere ai servizi presenti sul sito	<table border="1"><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td></tr></table>	1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6		
A3. È facile effettuare la registrazione per poter usufruire dei servizi presenti sul sito	<table border="1"><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td></tr></table>	1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6		
A4. Sul sito trovo tutte le informazioni di cui ho bisogno per utilizzare i servizi senza necessità di rivolgermi altrove	<table border="1"><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td></tr></table>	1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6		
A5. Il sito contiene informazioni aggiornate	<table border="1"><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td></tr></table>	1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6		
A6. Il sito contiene informazioni complete	<table border="1"><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td></tr></table>	1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6		
A7. Trovo che utilizzare i servizi di questo sito sia più vantaggioso rispetto ai canali tradizionali (telefono, sportello, fax, etc.)	<table border="1"><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td></tr></table>	1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6		
A8. L'offerta dei servizi presenti sul sito soddisfa le mie esigenze	<table border="1"><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td></tr></table>	1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6		
A9. Eventuali errori nell'inserimento dei dati sono segnalati tempestivamente	<table border="1"><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td></tr></table>	1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6		
A10. È facile ottenere i documenti e/o le ricevute di cui ho bisogno	<table border="1"><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td></tr></table>	1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6		
A11. Il servizio che ho utilizzato mi è stato erogato in tempi che reputo soddisfacenti	<table border="1"><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td></tr></table>	1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6		
A12. Il sito è semplice da navigare	<table border="1"><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td></tr></table>	1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6		
A13. L'aspetto grafico del sito è gradevole	<table border="1"><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td></tr></table>	1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6		
A14. Riesco a localizzare le informazioni di cui ho bisogno con pochi click	<table border="1"><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td></tr></table>	1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6		
A15. I contenuti del sito ben organizzati	<table border="1"><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td></tr></table>	1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6		
A16. Questo sito offre la possibilità di contattare facilmente l'ente	<table border="1"><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td></tr></table>	1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6		

A17. Ha formulato quesiti attraverso il sito?	<input type="checkbox"/> si	<input type="checkbox"/> no				
A18. Ho ottenuto in tempi rapidi le soluzioni ai quesiti formulati	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6
A19. Il sito offre strumenti adeguati per effettuare un reclamo	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6
A20. Ha effettuato reclami?	<input type="checkbox"/> si	<input type="checkbox"/> no				
A21. Il reclamo effettuato si è risolto in tempi rapidi	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6
A22. I servizi offerti da questo sito semplificano le mie attività	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6
A23. Trovo che questo sito migliori l'immagine che ho dell'ente	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6
A24. Mi sento sicuro nell'inserire in questo sito dati riservati	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6
A25. Tenendo conto degli aspetti sopra indicati, ritengo che l'utilizzo del sito e dei servizi on line sia complessivamente soddisfacente	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6
Indichi l'importanza dei seguenti aspetti dando un voto da 1 (per niente importante) a 6 (molto importante)						
A26. Facilità di accesso ai servizi on line	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6
A27. Completezza delle informazioni on line	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6
A28. Idoneità del servizio on line a soddisfare le esigenze degli utenti	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6
A29. Adeguatezza dell'impostazione grafica e organizzazione dei contenuti del sito	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6
A30. Idoneità del sito a raccogliere quesiti, fornire soluzioni, risolvere disservizi	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6
A31. Livello di privacy nell'utilizzo del sito	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6
<b>L) PROFILO UTENTE</b>						
Sesso	<input type="checkbox"/> M	<input type="checkbox"/> F				
Anno di nascita						

Professione	Operaio	<input type="radio"/>
	Impiegato	<input type="radio"/>
	Dirigente	<input type="radio"/>
	Commerciante	<input type="radio"/>
	Libero prof.	<input type="radio"/>
	Pensionato	<input type="radio"/>
	Studente	<input type="radio"/>
	Disoccupato	<input type="radio"/>
	Altro	<input type="radio"/>
Nazionalità (Italiana, Comunitaria, Extracomunitaria)		

Grazie per aver compilato il questionario, per inviarlo, digiti il tasto “*inoltre*” situato in fondo alla pagina.

### **Informativa sulla Privacy**

Ai sensi del D.Lgs 196/2003, si informa che i dati saranno utilizzati a fini statistici e che l'indirizzo di posta indicato, potrà essere utilizzato solo nel caso si rendesse opportuno contattarla in merito ai suggerimenti forniti.

I dati personali saranno accessibili solo ai dipendenti/operatori incaricati al trattamento.

### **Avvertenze**

Se non ha trovato sul sito le informazioni o i servizi che cercava, può telefonare o contattare l'Ufficio Relazioni con il Pubblico dell'Azienda ai riferimenti messi a disposizione nell'apposita sezione presente in homepage.

### 3.5 Social network - web 2.0

I social media rappresentano una opportunità e possono migliorare il rapporto istituzione/cittadino e realizzare l'ideale di **informazione, partecipazione, collaborazione e trasparenza** che gli utenti attendono.

Per le strutture sanitarie la comunicazione sui social network e tramite gli strumenti 2.0 significa interagire attraverso la rete con la comunità, potenziare la partecipazione pubblica, condividere informazioni per accelerare i tempi, risparmiare risorse e ampliare i risultati. Il settore sanitario e le sue strutture, attraverso il web 2.0, possono davvero essere più **trasparenti, interattive e collaborative**.

L'eterogeneità dei pubblici di riferimento a cui rivolgersi, è direttamente proporzionale alla tipologia di utenti che ha accesso alla Rete. Per questo occorre pensare ad una comunicazione in grado di rivolgersi a cittadini/pazienti, associazioni, medici, ricercatori, giornalisti, dipendenti e istituzioni che hanno accesso alla rete da qualunque parte del mondo e per esigenze diverse. Dagli sportelli fisici, occorre passare agli sportelli informatizzati, dove informazione, comunicazione ed erogazione di servizi vengono potenziati al massimo, poiché la rete offre nuove opportunità di **interagire** direttamente con un vasto pubblico, **raggiungere** comunità di utenti segmentate, **diffondere** messaggi sfruttando l'effetto moltiplicatore della rete (processo spontaneo di passaparola).

Il **sito aziendale** rimane sempre il punto di riferimento istituzionale ed il collettore di tutte le informazioni distribuite in rete, ma si avvale dell'amplificazione data dai social network, anche quali strumenti di relazione e di contatto con l'utenza.

In sostanza attraverso i social network è possibile "lanciare" informazioni ed entrare in contatto/relazione con i cittadini/utenti, che per approfondire l'informazione o la notizia, fanno riferimento al sito. Questo è il paradigma da tener ben presente nella definizione di una precisa strategia di azione in rete.

Si riportano, in sintesi, come informazioni specifiche possono essere utilizzate attraverso i principali strumenti a disposizione.

Tipologia di Informazione	Sito	Facebook	Twitter	YouTube
<b>Orari di Apertura Uffici/ambulatori</b>	Diffusione delle informazioni di base	Comunicazione eccezioni o variazioni.	Comunicazione eccezioni o variazioni.	Tutorial
<b>Promozione Iniziative</b>	Presentazione dell'iniziativa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diffusione sul target d'utenza</li> <li>• Lancio materiali multimediali (foto, video, ecc)</li> <li>• creazione "evento"</li> <li>• massima sinergia per la diffusione di iniziative promosse dalla Regione</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cronaca delle attività</li> <li>• Veicolazione esperienze e commenti degli utenti</li> <li>• Working progress</li> <li>• LiveTwitting delle iniziative promosse dalla Regione</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interviste</li> <li>• Servizi tv</li> </ul>
<b>Convegno</b>	Informazioni di base	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promozione</li> <li>• Gestione iscrizioni</li> <li>• Presentazione relatori</li> <li>• Diffusione news</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• LiveTwitting dell'evento</li> <li>• Diffusione</li> <li>• Informazioni per i giornalisti</li> </ul>	Rassegna video
...				



Se il sito web aziendale è lo strumento per il quale esiste la più ampia e dettagliata normativa circa gli obblighi di legge da rispettare, le informazioni che deve contenere (contenuti minimi), le modalità con le quali presentarle (in particolare accessibilità ed usabilità), non è così per i social network.

Il Codice dell'Amministrazione Digitale, sotto il profilo dei contenuti, si ispira al modello statunitense "dissemination" della diffusione e messa a disposizione delle informazioni ed indica i contenuti minimi che nel tempo vengono sempre più dettagliati (si pensi al D. Lgs. n. 33/2013 c.d. "Decreto Trasparenza").

Viceversa l'attivazione di un canale di comunicazione "social" quale Facebook o Twitter è discrezionale, ma oggi non meno necessaria perché **l'informazione al cittadino va data utilizzando tutti i canali di contatto disponibili**, al fine anche di raggiungere con maggiore efficacia un determinato target.

Se i Social Network offrono nuove opportunità per chi si occupa di comunicazione pubblica ed istituzionale, nello stesso tempo impongono il rispetto di una serie di regole di comportamento nuove e di dinamiche inedite che mutano radicalmente il modo di concepire la comunicazione per l'istituzione.

Da un punto di vista giuridico, ricordiamo che non esistono precisi obblighi normativi relativi alla presenza delle Pubbliche amministrazioni sui Social Network. Tuttavia proprio per il pieno rispetto di alcune norme già vigenti, è necessario il ricorso a tutti gli strumenti che consentono di stimolare e di valorizzare un nuovo rapporto con i propri cittadini-utenti. Una **policy interna ed esterna** inoltre regolerà i comportamenti dei propri dipendenti e dell'utenza.

## Quali Social Network utilizzare

Cambia ed evolve la presenza degli utenti in rete e con essa le dinamiche d'uso dei social network.

In pratica gli utenti:

- arrivano ai contenuti non visitando un sito, ma visitando i presidi online disponibili sui diversi social network esistenti (Pagina Ufficiale su Facebook o Google Plus, Profilo su Twitter, ecc.);
- entrano sempre più in contatto con l'informazione per mezzo del "passaparola" della propria rete di contatti;
- attivano nuove forme di contatto con le Istituzioni, più bidirezionali e dialogiche. Il senso del Web 2.0 è proprio nella possibilità di "conversare" con i propri interlocutori attraverso gli strumenti di relazione che la rete mette a disposizione.

### • Facebook

Facebook è in questo momento il Social Network più diffuso ed utilizzato, prevede per le Organizzazioni pubbliche e private la possibilità di creare una "Pagina Ufficiale" alla quale gli utenti si registrano cliccando su "Mi Piace". Consente di gestire le statistiche, di promuovere i contenuti attraverso azioni pubblicitarie a costi bassissimi, di sviluppare "applicazioni".

#### Le caratteristiche peculiari di FB:

Tipologia di relazione prevalente tra gli utenti	Amicizia (persone con le quali si entra in un rapporto di condivisione biunivoca e simmetrica)
Tipologia di presenza "Istituzionale"	Pagina Ufficiale – (eventuali profili "personali/servizio" legati però alla pagina)

	ufficiale)
Condivisione verso gruppi specifici	<ul style="list-style-type: none"> <li>Liste (consentono di condividere elementi di contenuto con gruppi di amici)</li> <li>Gruppi (consentono di creare comunità tra utenti es. donne operate al seno)</li> </ul>
Principio prevalente di condivisione	Ciò che gli utenti inseriscono viene visualizzato nel flusso degli aggiornamenti dei propri amici
Visibilità degli elementi condivisi	Ogni elemento si può condividere con tutti, tutti gli amici ed i loro amici, tutti i gli amici, liste di amici, singoli amici
Grafo Sociale	Consente di analizzare le Relazioni e le connessioni

## • Twitter

Twitter è il social network che sta crescendo più rapidamente, con un pubblico costituito principalmente da giovani, *influencer*<sup>23</sup> ed organi di informazione che usano questo strumento per comunicare con i propri interlocutori. Caratteristica peculiare è la limitazione a soli 140 caratteri dei messaggi che possono aumentare se si utilizzano piattaforme di programmazione dei post. Twitter, a differenza di Facebook, non prevede una reciprocità nella relazione tra gli utenti, che possono limitarsi a seguire qualcuno (following) o esserne seguiti (follower).

Nella sua semplicità, Twitter è particolarmente efficace per promuovere i contenuti del sito istituzionale.

### Le caratteristiche peculiari di Twitter:

Tipologia di relazione prevalente tra gli utenti	Follower / Following (persone che si seguono e/o dalle quali si è seguiti)
Tipologia di presenza "Istituzionale"	Account (non vengono fatte distinzioni tra profili personali o istituzionali)
Condivisione verso gruppi specifici	Nessuna
Principio prevalente di condivisione	Ciò che l'utente inserisce viene visualizzato nel flusso degli aggiornamenti delle persone che lo seguono

<sup>23</sup> Per influencer si intendono persone particolarmente note, in rete o meno (giornalisti, politici, docenti universitari, attori, ecc.)

Visibilità degli elementi condivisi	il profilo può essere aperto o chiuso. In questo secondo caso vedranno gli aggiornamenti soltanto gli utenti autorizzati.
Grafo Sociale	

- **Google Plus**

Secondo social network per dimensioni (con una penetrazione in Italia più o meno analoga a quella di Twitter) Google Plus si fa forza dell'integrazione con le altre applicazioni dell'azienda (in particolare la posta elettronica di Gmail, YouTube per la condivisione dei video, il sistema di videoconferenza multi-a-molti hangout, la piattaforma Drive per la condivisione dei file e la suite di applicazioni per ufficio), grazie alla quale sta conquistando rapidamente l'interesse di fasce sempre più vaste d'utenza. Google Plus sta così tentando di rappresentare per i suoi utenti qualcosa di più di un social network, un componente di una piattaforma di servizi multifunzionale più vasta.

**Le caratteristiche peculiari di Google+:**

Tipologia di relazione prevalente tra gli utenti	Follower / Following (persone che si seguono e/o dalle quali si è seguiti)
Tipologia di presenza "Istituzionale"	Pagina Ufficiale
Condivisione verso gruppi specifici	Cerchie differenziate
Principio prevalente di condivisione	Ciò che l'utente inserisce in una cerchia viene visualizzato nel flusso degli aggiornamenti delle persone sono presenti in quella cerchia e che lo hanno inserito a loro volta in una cerchia che seguono.
Visibilità degli elementi condivisi	Ogni elemento si può rendere visibile a tutti, tutte le cerchie ed i loro contatti, tutte le cerchie, liste di contatti, singoli contatti
Grafo Sociale	

- **Altri Social**

Esistono diversi Social Network che richiedono comunque la valutazione di una strategia di presenza in caso di iniziative o progetti particolari, o semplicemente per cogliere le opportunità specifiche che essi mettono a disposizione.

Ecco i più noti:

- **Condivisione di video: YouTube**, sicuramente il Social Network di videosharing più diffuso al mondo con il quale è possibile sviluppare una propria presenza online.
- **Condivisione di immagini: Flickr, Instagram e Pinterest**. Hanno un forte potenziale “virale” e la loro diffusione è soprattutto tra le fasce più giovani. Tali strumenti possono essere utilizzati con grande efficacia nelle iniziative di prevenzione e sensibilizzazione su particolari tematiche che si prestano alla comunicazione per immagini.
- **Condivisione di documenti e presentazioni**: Si fa riferimento in questo caso a piattaforme come **Slideshare, Issuu, Scribd** e molte altre. Con diversi livelli di complessità e performance, tutte consentono di inserire i documenti condivisi – attraverso la funzione di embed analoga a quella di youtube – all’interno del proprio sito. In alcuni casi è possibile aggiungere delle tracce audio alle presentazioni così da poterle commentare. Tutti questi servizi prevedono l’accesso diretto da Facebook.

L’utilizzo di ogni canale di social network deve sempre prevedere un preciso piano di comunicazione, una accurata policy di utilizzo e soprattutto affidare la gestione a persone specificamente formate e in grado di presidiare gli stessi h24. È importante esserci sui social network, ma con le dovute competenze e garanzie di presidio.

## PARTE IV

### Criteria di indirizzo per la gestione e l'aggiornamento dei siti

#### 4.1 Competenze e responsabilità

Partendo dall'analisi di contesto che ha riguardato i siti web aziendali delle ASL/AO, Policlinici e I.R.C.C.S. del Sistema Sanitario della Regione Lazio, si è rilevata una sostanziale disomogeneità nella gestione e aggiornamento dei diversi portali, con una mancanza di schematizzazione e standardizzazione del processo di progettazione, costruzione, implementazione e aggiornamento dei contenuti all'interno delle singole aziende. È necessario, quindi, fare riferimento alle fonti normative e regolamentari che disciplinano l'organizzazione aziendale per ciò che concerne la gestione di un Portale di una pubblica amministrazione.

Di seguito si riportano in estratto e sintesi, contestualizzate rispetto alle specificità aziendali delle ASL/AO, Policlinici e I.R.C.C.S., le indicazioni presenti all'interno delle Linee guida per i siti web della PA (art. 4 della Direttiva 8/09 del Ministro per la pubblica amministrazione e l'innovazione) – VADEMECUM Indicazioni operative per la costruzione, lo sviluppo e la gestione dei siti web delle PA.

Gli attori, interni all'amministrazione, previsti espressamente dalle normative regolamentari, che partecipano, a vario titolo e con diverse responsabilità, al processo di creazione e manutenzione dei siti aziendali, istituzionali o tematici, sono di seguito descritti sinteticamente.

Gli ambiti professionali e le competenze coinvolti nella realizzazione e gestione di siti web sono:

- competenze tecnologiche nell'ICT;
- competenze editoriali;
- competenze nell'organizzazione, gestione e conservazione dell'informazione.

Ogni singolo dipendente può ricoprire più di un ruolo contemporaneamente in funzione delle dimensioni e della complessità sia del sito sia dell'amministrazione.

#### **Responsabile del procedimento di pubblicazione dei contenuti sul sito**

Ogni Amministrazione deve costantemente assicurare la qualità dei contenuti presenti nei siti di cui è responsabile, in termini di appropriatezza, correttezza e aggiornamento. Il Responsabile del procedimento di pubblicazione, previsto all'interno di ogni amministrazione, deve garantire una gestione coordinata sia dei contenuti e delle informazioni online, sia dei processi redazionali del sito.

Il Responsabile è chiamato a raccogliere le segnalazioni inerenti la presenza di un contenuto obsoleto o la non corrispondenza delle informazioni presenti sul sito a quelle contenute nei provvedimenti originali.

Il Responsabile è individuato tra i dipendenti dell'amministrazione e, nel caso non sia espressamente nominato, è il vertice della struttura organizzativa dell'Amministrazione che ne assume automaticamente la funzione. Per le finalità del ruolo che è chiamato a ricoprire è opportuno che il Responsabile sia individuato tra i dipendenti coinvolti nel processo di produzione dei contenuti e che sia in grado di risalire agevolmente alla fonte per ogni necessità di intervento. Deve inoltre interagire con facilità con chi ricopre il ruolo di gestore operativo della pubblicazione. Il nominativo del Responsabile, completo di indirizzo e-mail, deve

essere - ove possibile - raggiungibile da un'area informativa a piè di pagina (footer), presente in tutte le pagine web o, alternativamente, in un'apposita sezione del sito web, accessibile dalla homepage e da tutte le pagine. È opportuno far precedere il nominativo del Responsabile del procedimento di pubblicazione da un breve testo che ne spieghi il ruolo e che chiarisca che non saranno trattate segnalazioni diverse da quelle inerenti i contenuti del sito.

### **Responsabile dell'accessibilità informatica**

Il DPR 1 marzo 2005 n.75 (art. 9) individua la figura del Responsabile dell'accessibilità informatica tra il personale appartenente alla qualifica dirigenziale già in servizio presso l'amministrazione stessa, la cui funzione, in assenza di specifica designazione, è svolta dal Responsabile dei sistemi informativi. Il Responsabile dell'accessibilità informatica costituisce il punto di riferimento dell'amministrazione per tutte le iniziative connesse al rispetto della Legge 9 gennaio 2004, n. 4 e dei successivi decreti attuativi. È la figura coinvolta nella procedura di valutazione diretta ad assicurare il costante livello di accessibilità e di fruibilità del sito. Per il ruolo che deve svolgere è opportuno che si tratti di persona coinvolta nel processo di sviluppo del sito e deve altresì poter interagire con facilità con chi operativamente e quotidianamente gestisce la redazione delle pagine.

### **Responsabile dei sistemi informativi**

Il Decreto legislativo 12 febbraio 1993, n. 39 istituisce, per le Amministrazioni centrali dello Stato, la figura del Responsabile dei sistemi informativi da individuarsi tra il personale appartenente alla qualifica dirigenziale di livello generale o equiparato, ovvero, se tale qualifica non sia prevista, di livello immediatamente inferiore, quale responsabile per i sistemi informativi automatizzati. Il responsabile dei sistemi informativi cura i rapporti dell'amministrazione di appartenenza con il DigitPA e assume la responsabilità per i risultati conseguiti nella medesima amministrazione con l'impiego delle tecnologie informatiche.

### **Capo Ufficio stampa**

Istituito dalla Legge 7 giugno 2000, n. 150, il Capo Ufficio stampa cura i collegamenti con gli organi di informazione, assicurando il massimo grado di trasparenza, chiarezza e tempestività delle comunicazioni da fornire nelle materie di interesse dell'amministrazione e può assumere anche il ruolo di Responsabile della redazione del sito web istituzionale.

### **Responsabile Ufficio relazioni con il pubblico**

L'Ufficio relazioni con il pubblico (URP) viene istituito con l'art. 12 del Decreto legislativo 3 febbraio 1993, n. 29 (ora art. 11, del Decreto legislativo 30 marzo 2001, n. 165). In seguito, la Legge n. 150/2000 individua in tale Ufficio la struttura preposta alla comunicazione verso i cittadini e le associazioni. Il responsabile dell'URP, oltre a garantire le funzioni proprie della struttura, deve, ai sensi della Direttiva del Ministro della funzione pubblica del 7 febbraio 2002, concorrere alla individuazione di soluzioni atte a garantire il raccordo operativo con l'Ufficio stampa e con il Portavoce, se presente all'interno dell'Ente, per massimizzare l'efficienza e l'efficacia delle risorse impiegate. A tale scopo partecipa alla struttura di coordinamento trasversale, composta anche dal Capo Ufficio stampa e dal Portavoce, le cui funzioni sono quelle di programmazione, indirizzo e coordinamento delle iniziative di comunicazione.

Nello svolgimento delle proprie funzioni può assumere anche il ruolo di Responsabile della redazione del sito web istituzionale.