

Titolo progetto

Area Comunicazione:

il web magazine dell'Azienda Ospedaliera Universitaria Federico II **Uno spazio in cui incontrarsi per conoscere, approfondire, condividere per una nuova** **prospettiva di comunicazione tra medici e pazienti**

Responsabile del progetto: dott.ssa Alessandra Dionisio. Responsabile Area Comunicazione AOU Federico II

Ente di appartenenza: Azienda Ospedaliera Universitaria Federico II di Napoli

Indirizzo/i web del progetto: <http://areacomunicazione.policlinico.unina.it/>

Data inizio del progetto: Gennaio 2013

Data fine: In corso

Parole chiave/tag che descrivono l'iniziativa: prevenzione e promozione della salute, empowerment del cittadino, health literacy, comunicazione esterna, comunicazione interna, content management system, open source, social media, web 2.0, user friendly

Descrizione del progetto (massimo 3000 battute):

Breve descrizione

Area Comunicazione (<http://areacomunicazione.policlinico.unina.it>) è il Web Magazine (WM) dell'Azienda Ospedaliera Universitaria "Federico II" (AOU). È un periodico on line- nato a gennaio 2013, raccogliendo in parte l'eredità di un blog aziendale inaugurato nel giugno 2009- con articoli che riguardano prevalentemente la prevenzione e la promozione della salute, la scienza e la medicina. Tutti gli articoli possono essere commentati e condivisi sui principali social network.

Analisi del contesto interno ed esterno

L'AOU è la maggiore e più articolata azienda ospedaliera del mezzogiorno con 936 posti letto (dato a gennaio 2012) e 440.000 mq di estensione e si integra con la Scuola di Medicina e Chirurgia dell'Università degli Studi di Napoli Federico II, le cui attività di didattica e ricerca sono connesse all'attività assistenziale. Alla varietà dell'offerta assistenziale corrisponde un'utenza eterogenea e composita. I cittadini sempre più spesso cercano il dialogo diretto anche con gli interlocutori istituzionali e sono consapevoli navigatori del web. Lo confermano anche i recenti dati di Nielsen sugli accessi ad internet in Italia (29mln navigatori italiani attivi nel mese di dicembre 2012; 25mln di utenti per i social network). Per rispondere alle emergenti tendenze e coerentemente con la missione dell'Azienda, è stato ideato e realizzato il periodico on line Area Comunicazione (AC). Coniugando lo strumento informativo "tradizionale" del quotidiano con un'accessibile ed user friendly interfaccia tecnologica, supportata da un content management system open source (wordpress), AC è un'innovazione sostenibile e fruibile. Gli articoli sono, di norma, corredati da supporti audio- video e da documentazione integrativa, collegamenti ad altri siti. AC è presente, da fine gennaio, sui principali social network, facebook e twitter, e raccoglie tra i suoi followers, cittadini, ma anche professionisti della salute e testate giornalistiche.

Comunicare la comunicazione innovativa

Per garantire la qualità dei contenuti e la correttezza delle informazioni il primo obiettivo che è stato perseguito è il coinvolgimento delle professionalità dell'AOU, affinché diventassero fornitori di informazioni e/o autori delle news. Sono state sperimentate formule diverse di "racconto": dalle news breve all'intervista. Per ampliare il livello di coinvolgimento degli operatori sono tuttora in corso di realizzazione incontri di formazione- informazione. Per diffondere la conoscenza e l'utilizzo del web magazine è stata avviata una campagna di comunicazione- interamente sostenuta dalla Santec, partner tecnico dell'iniziativa- che, iniziata a marzo 2013 e tuttora in corso, prevede la realizzazione di locandine e flyers distribuiti all'interno dell'AOU (sono previsti tre messaggi coordinati che si susseguiranno nel tempo), la pubblicazione sulla stampa locale e sui principali siti web di informazione e di informazione sanitaria di articoli dedicati al WM.

Gli obiettivi del progetto in sintesi:

Comunicare con la cittadinanza sui temi della prevenzione e promozione della salute, favorendo il processo di empowerment del cittadino e lo sviluppo dell'health literacy per ridurre le disuguaglianze di salute e per una maggiore appropriatezza dell'offerta assistenziale; dare visibilità alle eccellenze dell'AOU Federico II e valorizzare il ruolo di fonte accreditata che l'Azienda, con la sua triplice missione di assistenza, didattica e ricerca, riveste.

Destinatari del progetto: Il web magazine è uno strumento di comunicazione esterno. I destinatari di Area Comunicazione sono i cittadini interessati a ricevere informazioni sulla salute. Nel contempo, il web magazine è strumento di comunicazione interna perché consente ai professionisti dell'AOU di condividere, innanzitutto tra loro, le numerose attività cliniche e di ricerca e di essere partecipi, come creatori- e creativi- nella produzione di contenuti.

Partner eventualmente coinvolti: Santec- <http://www.santec.it/>

Risultati raggiunti (o previsti): Dall'11 marzo (data di attivazione di google analytics) al 7 maggio sono state effettuate 5512 visite, 4.449 visitatori unici, con 11.391 visualizzazione di pagina, il tempo medio per visita è di circa 02:50', compatibile con la lettura di uno o più news.

Nel computo non si tiene conto degli accessi di amministratori, editori, collaboratori, moderatori. Su facebook si contano 152 "seguaci" e circa 100 followers su twitter. L'utenza si sta progressivamente qualificando; seguono le attività di Area Comunicazione sui social network professionisti dell'Azienda, agenzie di stampa e di comunicazione (es. Ansa campania) professionisti di marketing sociale della salute. L'articolo più visto attraverso i social network è l'intervista al gastroenterologo Gerardo Nardone, "Breath test: la diagnosi in un soffio" con 617 visualizzazioni e circa 20 condivisioni, seguito da "Esperienze di buona sanità nella nostra Azienda. Il grazie di un padre", con 581 visualizzazioni e circa 90 condivisioni.