

Organizzato da:



**POLITECNICO
MILANO 1863**

Cluster Design of health facilities

Con il patrocinio di:



EXPOSANITA'

Mostra internazionale al servizio della sanità e dell'assistenza
International Health Care Exhibition

Giovedì 19 Maggio 2016
Quartiere Fieristico di Bologna

LIBRO BIANCO SUI SITI WEB DEGLI OSPEDALI ITALIANI

MARGHERITA CARABILLO'

Direttore "Progettare per la Sanità"

PROGETTARE
PER LA SALUTE
ESPERIENZE, RACCOMANDAZIONI E
CASI STUDIO A CONFRONTO



BACKGROUND

Il “biglietto da visita” con cui “si fa conoscenza” in prima istanza con la struttura sanitaria, è oggi il sito istituzionale.

Da una prima analisi: “contenitori istituzionali” disomogenei e spesso parziali, confusi, di non immediata e facile consultazione..

OBIETTIVO DELLA RICERCA

Dare un contributo per facilitare il raggiungimento di uno standard condiviso di comunicazione “online” da parte delle strutture sanitarie e socio-assistenziali

OUTPUT

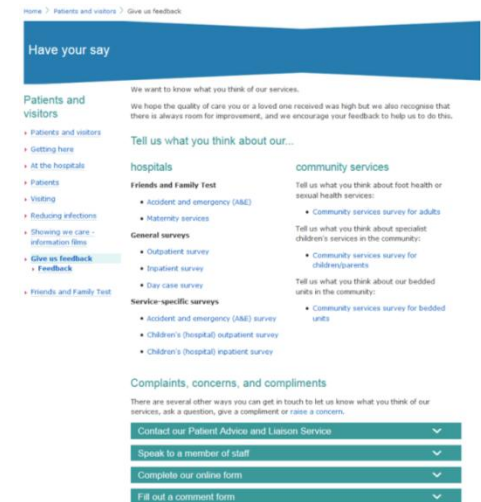
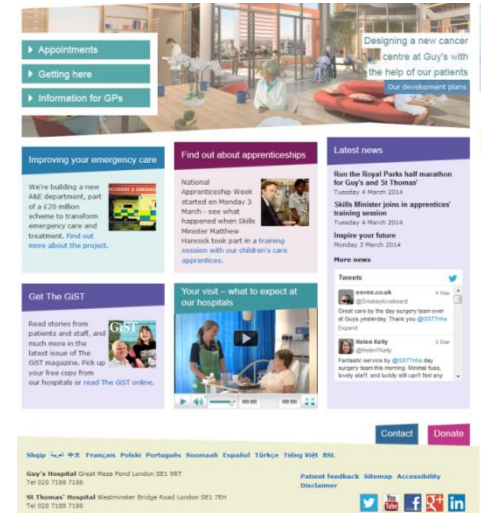
Proposta della **Check list** delle *“50 + cose da tenere in considerazione quando si realizza un sito web per una struttura ospedaliera”*

PRINCIPI

1. trasparenza delle informazioni
2. chiarezza delle informazioni che devono essere **principalmente rivolte al cittadino**
3. usabilità del sito
4. la lingua non deve costituire un problema
5. comunicare con i cittadini = miglioramento continuo dei servizi

Già da tempo si sta sperimentando l'uso dei **“Social Media”** nei siti pubblici con l'obiettivo di:

- far sentire la struttura sanitaria più vicina al cittadino;
- aprire il dialogo con essa;
- informare;
- comunicare alcuni specifici servizi;
- far discutere i cittadini su temi ritenuti rilevanti.



METODO

Sono state individuati due “momenti di riflessione” fondamentali:

1. Indagine “esterna”:

Fase di analisi di alcuni siti nazionali di riferimento

2. Indagine “interna”:



La Premessa: il sito internet è generalmente lo specchio di un’Istituzione... un’istituzione in cui vige una sorta di anarchia gestionale, normalmente genera un metodo comunicativo confuso, che non è in grado di presentare all'utente, in maniera efficiente ed efficace, i contenuti e le informazioni.



L’approccio: Per valorizzare le caratteristiche della singola azienda è necessario rovesciare la modalità di approccio:

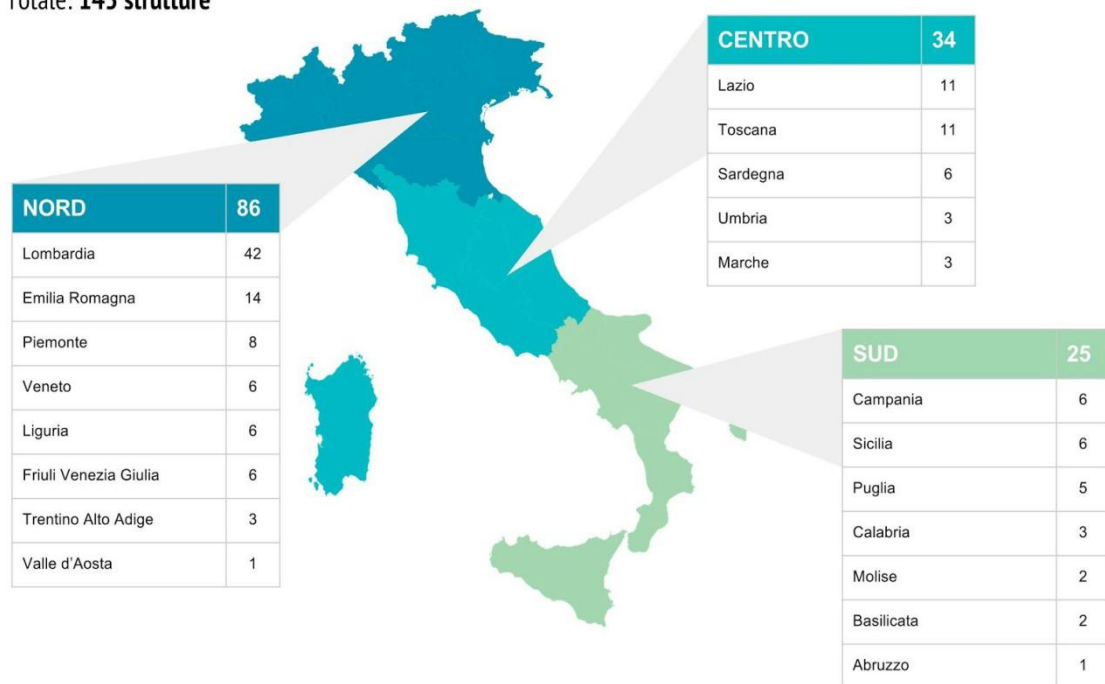
Non si parte da “**COSA**” mettere nel sito (in termini di contenuti e informazioni) ma si deve pensare a “**CHI**” ci si rivolge e “**COSA CERCA L’UTILIZZATORE**” del sito.

INDAGINE

L'anagrafica delle strutture prese in esame

Distribuzione territoriale delle strutture ospedaliere prese in esame

Totale: **145 strutture**

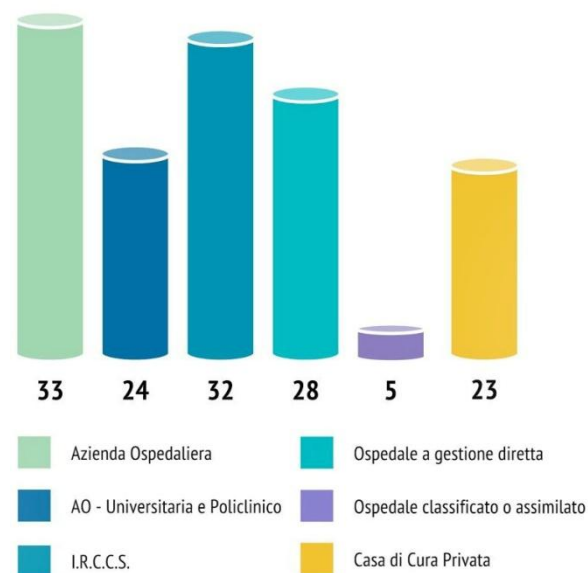


Caratteristiche:

- rappresentatività territoriale
- mix di pubblico e privato
- comunque di eccellenza (ricerca di Good Practices)

Suddivisione delle strutture per tipologia

Dati aggregati - Numero di strutture



INDAGINE

Raccolta e analisi dei dati

- Esiste un sito web ufficiale?
- Il sito web è multilingua?
- Il sito web offre una versione mobile?
- Esiste una suddivisione dei contenuti per aree tematiche?
- Esiste una suddivisione per destinatari?
- Il motore di ricerca
- Il motore di ricerca per patologia
- Il motore di ricerca per medico
- Le prenotazioni on-line
- La presenza di un'area news
- I nomi e i profili dei medici, un indice di trasparenza
- La carta dei servizi e l'area feedback: le informazioni da e per gli utenti
- Comunicare attraverso i social network: Facebook e Twitter
- Sistemi automatici di valutazione della qualità del sito web

INDAGINE

Esiste un sito web ufficiale?

Il 100% delle strutture prese in esame è dotato di uno spazio web ufficiale a disposizione del pubblico.

Di queste:

80% possiede un sito web ufficiale il cui link è un **dominio di primo livello** (www.ospedalecardarelli.it) o di **secondo livello** (www.policlinico.unina.it).

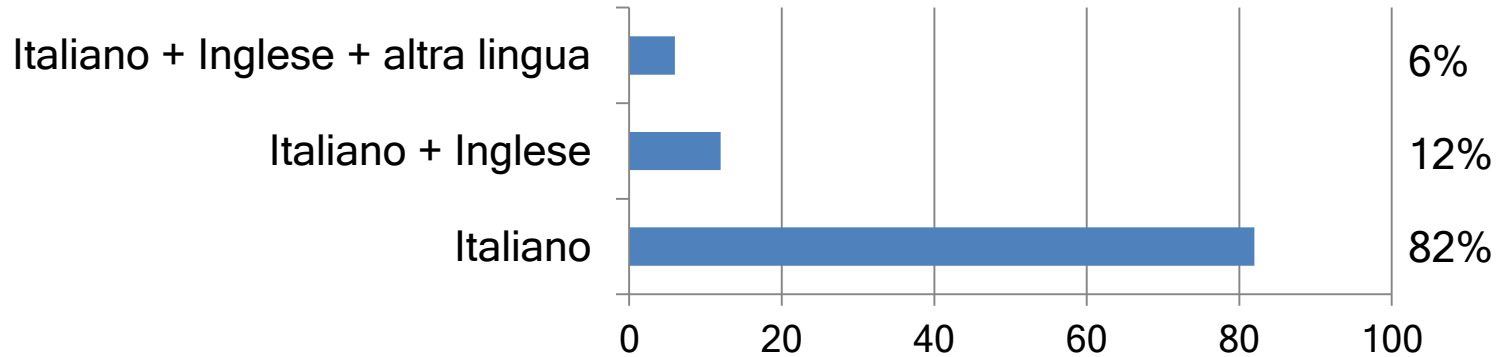
20% è presente su internet come **sezione di un sito web** più ampio (www.aslromab.it/cittadini/ospedali/pertini/).

Alcuni **suggerimenti** per la scelta del dominio:

- Utilizzare un nome corto;
- Evitare l'inserimento di acronimi come “AO” o “IRCCS”;
- Utilizzare parole chiave e di senso comune come “ospedale” o “policlinico”;
- Evitare parole tronche, trattini “-”;
- Evitare l'uso di numeri sia in formato di cifra che per esteso;
- Assicurarsi che il nome di dominio sia facilmente trasmissibile anche al telefono e che non sia necessario ricorrere a una compitazione (o *spelling*).

INDAGINE

Il sito web è multilingua?

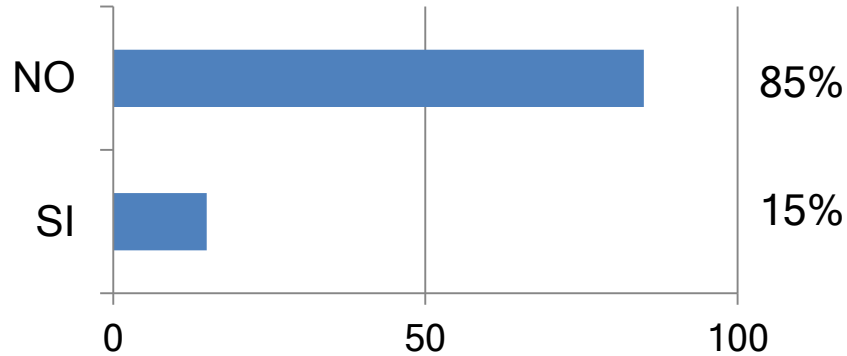


In genere i siti web multilingua **non offrono una traduzione completa** della versione in italiano > **l'aspetto grafico del sito web** di una struttura ospedaliera **può differire a seconda della lingua in cui si visualizza**

In alternativa, si appoggiano a un **servizio di traduzione automatica** offerto da Google > la qualità delle traduzioni generate è per ora inaccettabile per un sito istituzionale (gravi **inesattezze linguistiche, errori grammaticali**, ecc.)

INDAGINE

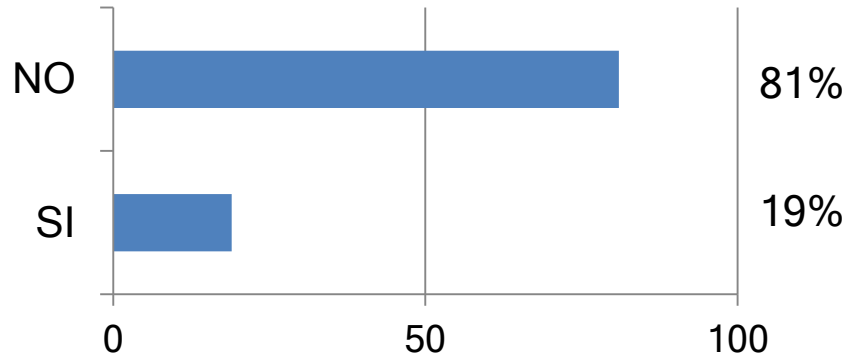
Il sito web offre una versione mobile?



Versioni grafiche differenziate e ottimizzate a seconda del dispositivo attraverso cui ci si connette.

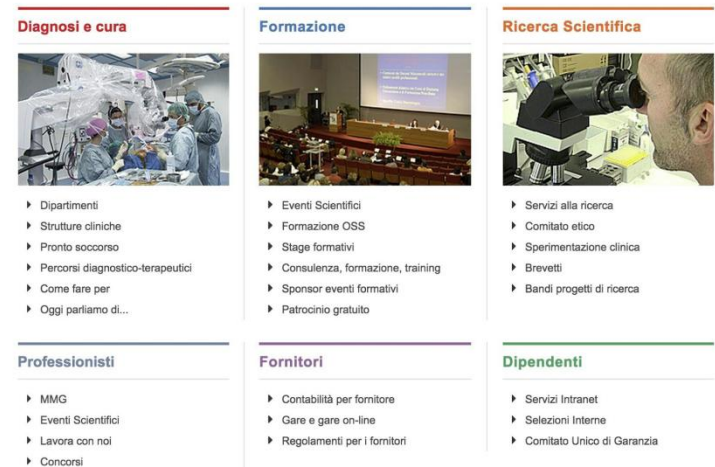
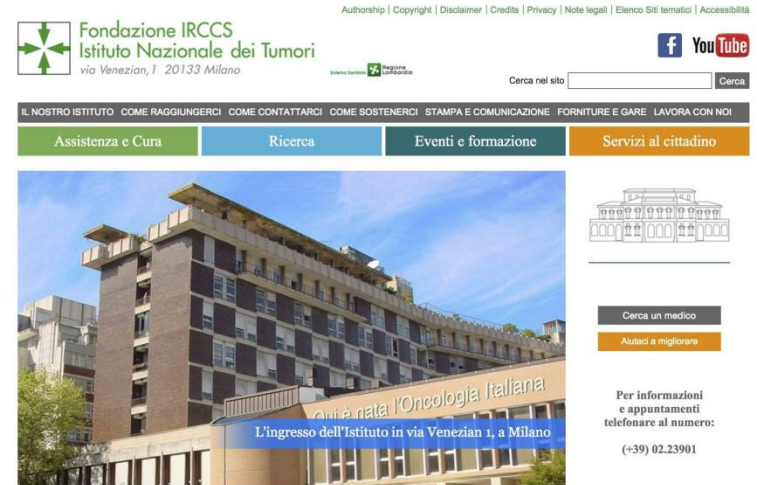
INDAGINE

Esiste una suddivisione dei contenuti per aree tematiche?



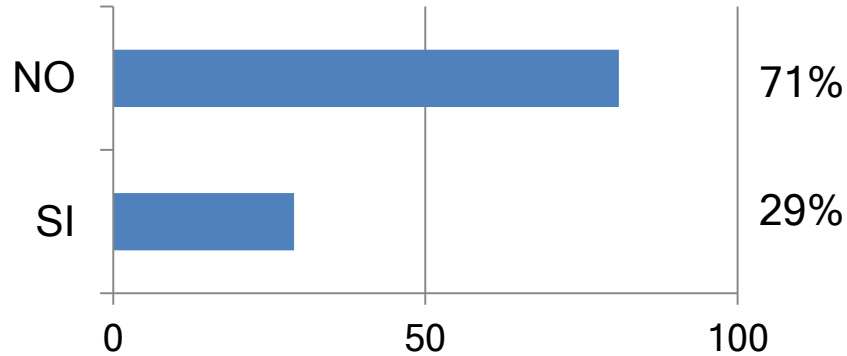
Una chiara suddivisione dei contenuti garantisce:

- maggiore fruibilità e navigabilità del sito;
- permette di indirizzare l'utente verso la tipologia di informazioni di suo interesse;
- aiuta ad elaborare un impianto grafico più sintetico e chiaro, in grado di guidare con maggiore fluidità ed efficacia l'attenzione dell'utente.



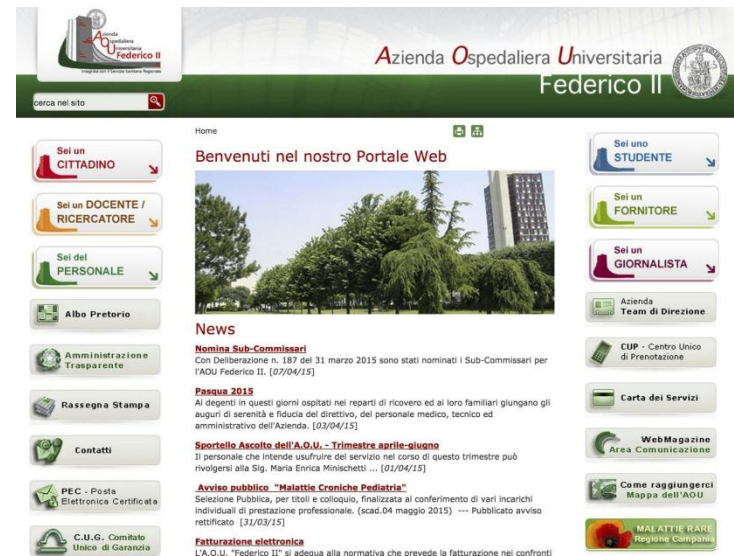
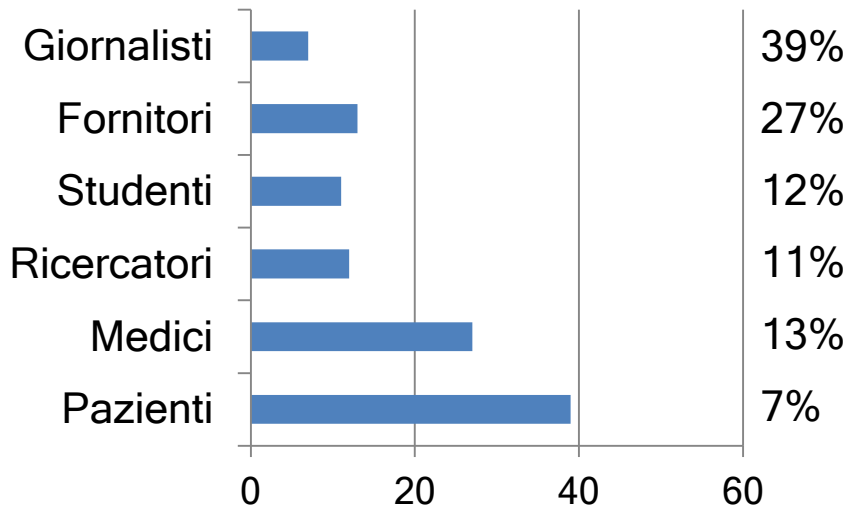
INDAGINE

Esiste una suddivisione per destinatari?



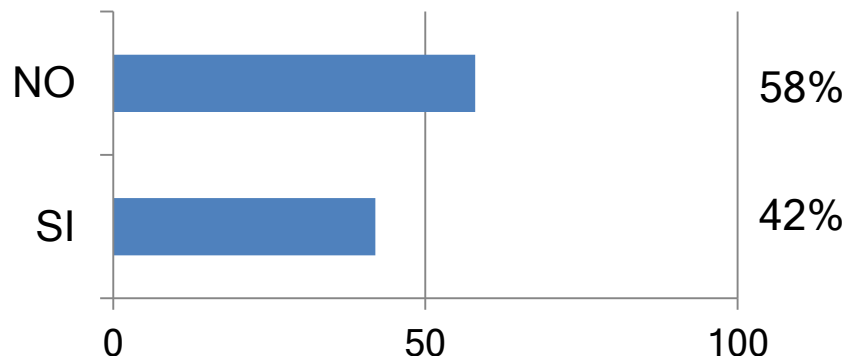
Dedicare delle aree specifiche a ciascuna categoria di utenti è la soluzione scelta da alcuni siti web per instradare il flusso dei visitatori fin dalla home page

Target utenti



INDAGINE

Prenotazioni on-line



Tre tipologie di servizi differenti.

- Procedura completamente on-line.
- Procedura mista (on-line, telefonica, email). Il servizio si limita a fare compilare un modulo informativo al paziente. Un operatore del centro prenotazioni si occupa di ricontattarlo telefonicamente o per email.
- Reindirizzamento a servizio esterno.

Collegato come: [marianmario](#) Home Mappa Sito Cerca Mio Profilo Esci

Prenotazioni +39 06 66464094

Centralino +39 06 66461

Select Language

CERCA

Home Info e Prenotazioni Ambulatori Area diagnostica Ricoveri Ricerca Scientifica Area Stampa Area formazione

Prenotazioni con Internet

Hai selezionato...

Paziente: [Paziente](#)

Prestazione: VISITA DERMATOLOGICA

Struttura: C.FIGLI IMMACOLATA CONCEZIONE

Tipologia: CONVENZIONATO SSR

Questa è la prima data disponibile. Se desideri sceglierne un'altra clicca sull'icona "Calendario".

Prestazione in convenzione SSR (con pagamento del ticket sanitario regionale per pazienti non esenti)

	CONVENZIONATO SSR	
	TARIFFA	PRIMA DATA
AMBULATORIO DERMATOLOGICO ISTITUZIONALE	C20,66	Gio 23/04/2015 08:15
AMBULATORIO DERMATOLOGICO ISTITUZIONALE	C20,66	Gio 23/04/2015 08:15
AMBULATORIO DERMATOLOGICO ISTITUZIONALE	C20,66	Gio 23/04/2015 08:15
AMBULATORIO DERMATOLOGICO ISTITUZIONALE	C20,66	Gio 23/04/2015 08:15
AMBULATORIO DERMATOLOGICO ISTITUZIONALE	C20,66	Gio 23/04/2015 08:15
AMBULATORIO DERMATOLOGICO ISTITUZIONALE	C20,66	Gio 23/04/2015 08:15
AMBULATORIO DERMATOLOGICO ISTITUZIONALE	C20,66	Gio 23/04/2015 08:15
AMBULATORIO DERMATOLOGICO ISTITUZIONALE	C20,66	Gio 23/04/2015 08:15

Bambino Gesù OSPEDALE PEDIATRICO

IRCCS ISTITUTO DI RICOVERO E CURA A CARATTERE SCIENTIFICO

A A A+ Area Riservata

CENTRALINO 06.6859.1

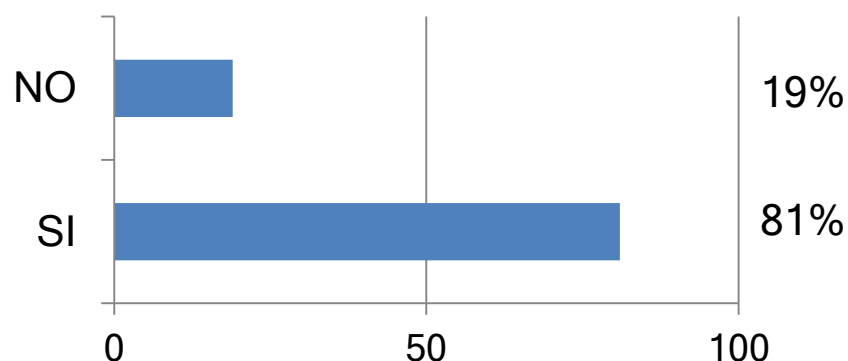
PRENOTAZIONI TELEFONICHE 06.6818.1

L'OSPEDALE RICERCA & INNOVAZIONE PROFESSIONISTI E FORMAZIONE SALUTE DEL BAMBINO MALATTIE RARE AREA STAMPA

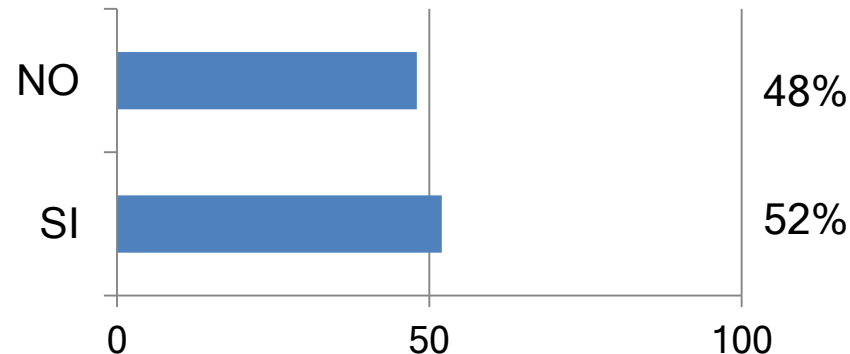


INDAGINE

Trasparenza



Nomi responsabili di reparto



Nomi staff di reparto

Dal 20/04/2013 è in vigore il DL n.33/2013 "Riordino della disciplina riguardante gli obblighi di pubblicità, **trasparenza e diffusione di informazioni da parte delle pubbliche amministrazioni**"

7%	CV, con breve descrizione
8%	CV, completo senza pubblicazioni
19%	CV, completo con pubblicazioni
66%	nessun CV

INDAGINE

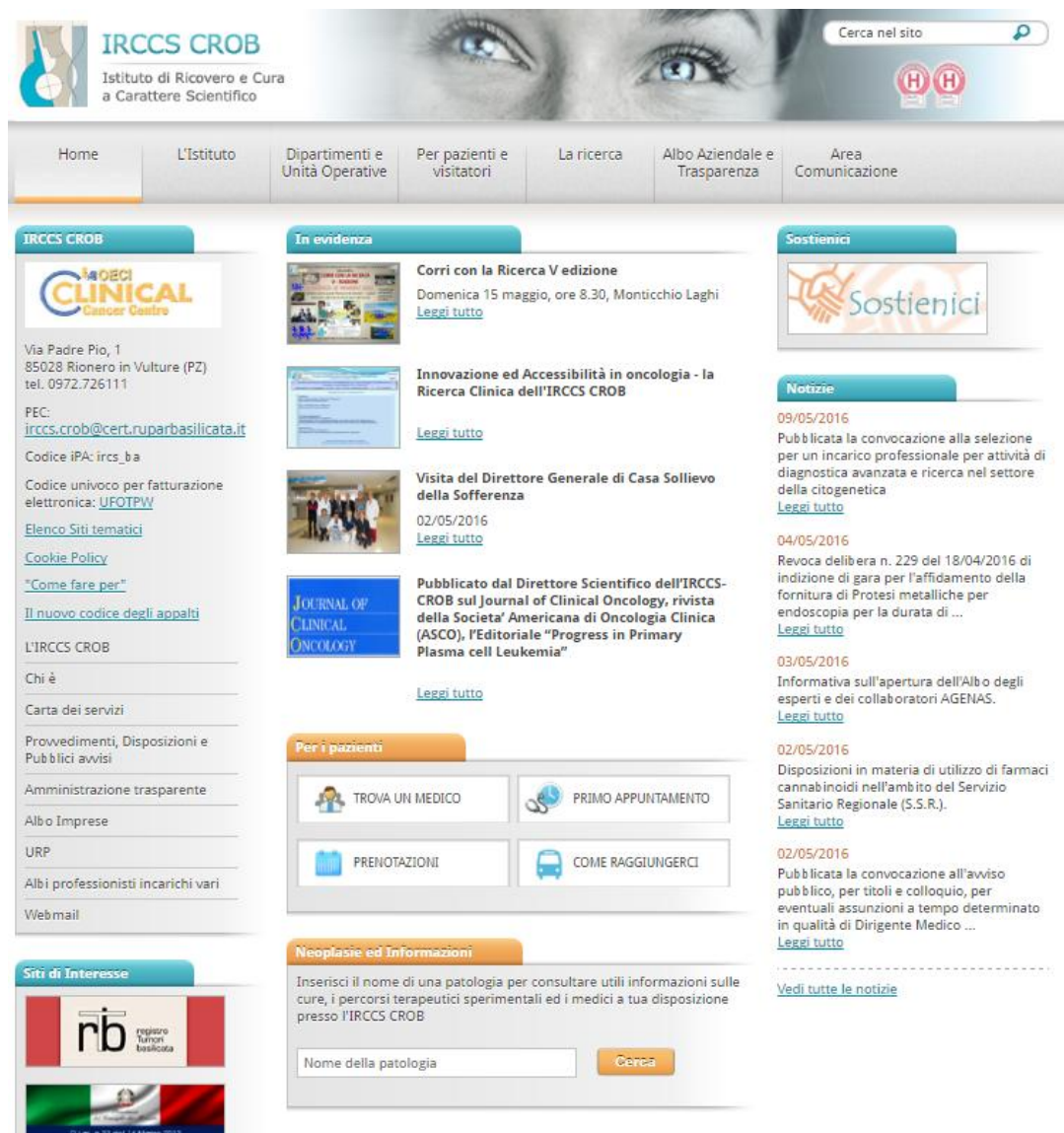
Approccio comunicativo

- sito come biglietto da visita di istituzione, di cui riflette **complessità**
 - amministrativa (Presidio di più Ospedali, Azienda integrata Osp-Univ di TS, sito all'interno di portale ASL, Gruppi privati)
 - di attività: assistenza, ricerca, comunicazione, formazione, Bandi e gare
 - di utenza: medici e ricercatori (accesso riservato), pazienti, fornitori, media, studenti
- utilizzato **tutto lo spazio dell'hp**, (menu orizzontale, colonne verticali sin e dx + banner). Esempio sito ordinato: <http://www.crob.it>
- a volte rimando a **siti tematici** (Humanitas per studenti: <http://www.humanitas.it/>)
- il più delle volte è **istituzione che parla** e si presenta, vedi centralità di News
- **utente** raramente **al centro**; Soprattutto se **cliente**; al massimo è **informato** su accesso ai servizi; FAQ: <http://www.aobrotzu.it/> o preparazione a esami diagnostici.

INDAGINE

Approccio comunicativo

utilizzato tutto lo spazio dell'hp



IRCCS CROB
Istituto di Ricovero e Cura
a Carattere Scientifico

Cerca nel sito

Home | L'Istituto | Dipartimenti e Unità Operative | Per pazienti e visitatori | La ricerca | Albo Aziendale e Trasparenza | Area Comunicazione

IRCCS CROB

AOECI CLINICAL Cancer Centre

Via Padre Pio, 1
85028 Rionero in Vulture (PZ)
tel. 0972.726111

PEC:
irccs.crob@cert.ruparbasilicata.it

Codice IPA: ircs_ba

Codice univoco per fatturazione elettronica: UFOTPV

[Elenco Siti tematici](#)

[Cookie Policy](#)

["Come fare per"](#)

[Il nuovo codice degli appalti](#)

L'IRCCS CROB

Chi è

Carta dei servizi

Provvedimenti, Disposizioni e Pubblici avvisi

Amministrazione trasparente

Albo Imprese

URP

Albi professionisti incarichi vari

Webmail

In evidenza

Corri con la Ricerca V edizione
Domenica 15 maggio, ore 8.30, Monticchio Laghi
[Leggi tutto](#)

Innovazione ed Accessibilità in oncologia - la Ricerca Clinica dell'IRCCS CROB
[Leggi tutto](#)

Visita del Direttore Generale di Casa Sollievo della Sofferenza
02/05/2016
[Leggi tutto](#)

Publicato dal Direttore Scientifico dell'IRCCS-CROB sul Journal of Clinical Oncology, rivista della Società Americana di Oncologia Clinica (ASCO), l'Editoriale "Progress in Primary Plasma cell Leukemia"
[Leggi tutto](#)

Per i pazienti

TROVA UN MEDICO

PRIMO APPUNTAMENTO

PRENOTAZIONI

COME RAGGIUNGERCI

Neoplasie ed Informazioni

Inserisci il nome di una patologia per consultare utili informazioni sulle cure, i percorsi terapeutici sperimentali ed i medici a tua disposizione presso l'IRCCS CROB

Nome della patologia

Cerca

Sostienici

Notizie

09/05/2016
Pubblicata la convocazione alla selezione per un incarico professionale per attività di diagnostica avanzata e ricerca nel settore della citogenetica
[Leggi tutto](#)

04/05/2016
Revoca delibera n. 229 del 18/04/2016 di indizione di gara per l'affidamento della fornitura di Protesi metalliche per endoscopia per la durata di ...
[Leggi tutto](#)

03/05/2016
Informativa sull'apertura dell'Albo degli esperti e dei collaboratori AGENAS.
[Leggi tutto](#)

02/05/2016
Disposizioni in materia di utilizzo di farmaci cannabinoidi nell'ambito del Servizio Sanitario Regionale (S.S.R.).
[Leggi tutto](#)

02/05/2016
Pubblicata la convocazione all'avviso pubblico, per titoli e colloquio, per eventuali assunzioni a tempo determinato in qualità di Dirigente Medico ...
[Leggi tutto](#)

[Vedi tutte le notizie](#)

Siti di Interesse

rb registro Tumori Basilicata

CHECKLIST

50+ cose da tenere in considerazione quando si realizza un sito web per una struttura ospedaliera

Strumento progettuale rivolto a chi si sta accingendo a realizzare un nuovo sito web, strumento di auto-verifica per coloro che vogliono sottoporre ad analisi un sito web esistente.

- **Il piano editoriale**

- Organizzazione del lavoro e scelta dei referenti editoriali e tecnici

- Target e anagrafica

- Organizzazione dei contenuti

- **La realizzazione del sito: elementi iconografici, testuali e funzionalità**

- Layout grafico

- Contenuti testuali

- Elementi iconografici

- Funzionalità e contenuti specifici per il sito di una struttura ospedaliera

- **Accessibilità, usabilità e obblighi di legge**

- **La strategia di comunicazione sui social media**

- **Ottimizzazione per i motori di ricerca**

- **Performance, scalabilità e sicurezza**

CHECKLIST

50+ cose da tenere in considerazione quando si realizza un sito web per una struttura ospedaliera (Schede tipo).

Organizzazione dei contenuti

È stata realizzata una lista dei principali contenuti che dovranno essere pubblicati.	✓	?	✗
La lista dei contenuti è stata organizzata secondo un'alberatura. Sono cioè state individuate le aree principali, le sotto-aree, le singole pagine che andranno a creare l'organizzazione logica dei contenuti.	✓	?	✗
Sono state scelte le voci del menù principale che comparirà in tutte le pagine del sito.	✓	?	✗
Sono stati scelti i servizi on-line che dovranno essere implementati sul sito. Per esempio prenotazioni on-line, moduli di contatto e feedback, motore di ricerca interno, iscrizione alla newsletter, ecc.	✓	?	✗
È stato scelto se implementare un'area news. In caso affermativo sono state delineate le modalità di pubblicazione delle notizie, la loro frequenza settimanale/mensile, i responsabili per la stesura dei testi e il controllo degli stessi.	✓	?	✗
Esiste una chiara suddivisione per aree tematiche, oppure una chiara suddivisione per tipologie di utenti.	✓	?	✗
Il piano editoriale è pronto ed è stato condiviso e discusso con tutti i referenti di area della struttura ospedaliera, coordinati dal responsabile del sito web.	✓	?	✗

La realizzazione del sito: elementi iconografici, testuali e funzionalità

Layout grafico

A partire dal piano editoriale sono state elaborate più proposte grafiche. Ogni proposta consiste nella realizzazione grafica di più pagine del sito, in particolare della home page, di una o più sotto-aree del sito e di alcune pagine interne. Le proposte grafiche contemplano anche degli esempi considerando la fruizione del sito tramite diversi dispositivi anche mobile, in particolare tablet e smartphone (responsive design). Questi passaggi hanno permesso di valutare al meglio le scelte grafiche una volta declinate nelle varie sezioni del sito e a seconda del dispositivo con cui ci si connette.	✓	?	✗
È stata posta particolare attenzione alla testata del sito (header) e al piede del sito (footer). Questi due elementi accomunano tutte le pagine del sito e contengono, oltre al menù per la navigazione, le informazioni e gli strumenti più utili per gli utenti del sito.	✓	?	✗
Il logo e il nome dell'ospedale sono stati messi correttamente in evidenza.			
È stato redatto un manuale di stile sull'uso dei caratteri tipografici del sito. In particolare sull'uso del font, dei titoli, dei colori dei caratteri ecc... queste indicazioni sono state applicate a tutte le pagine del sito per garantire un'unità tipografica d'insieme.	✓	?	✗

Contenuti testuali

Sono stati scritti e verificati i testi delle pagine previste dal piano editoriale.	✓	?	✗
Sono state scelte delle regole editoriali a cui tutti i testi devono uniformarsi, esse: uso delle maiuscole, dei corsivi, degli acronimi ecc. Possibilmente è stato redatto un manuale di stile ortografico condiviso con tutti coloro che si occupano della stesura di testi per il sito web.	✓	?	✗
I testi sono stati controllati ed eventualmente adattati dalla redazione del sito perché siano chiari, sintetici e descrittivi, abbiano lo stesso "tono", siano esenti da errori grammaticali e ortografici.	✓	?	✗

Elementi iconografici

Ove necessarie sono state selezionate delle immagini fotografiche o degli elementi grafici idonei a illustrare i testi del sito.	✓	?	✗
Si dispone dei diritti di utilizzo di tutte le immagini e delle grafiche pubblicate sul sito.	✓	?	✗

Funzionalità e contenuti specifici per il sito di una struttura ospedaliera

Motore di ricerca interno.	✓	?	✗
Motore di ricerca per patologia.	✓	?	✗
Motore di ricerca per medico.	✓	?	✗
Prenotazioni on-line.	✓	?	✗
Area feedback, reclami e suggerimenti.	✓	?	✗
Area stampa dedicata ai giornalisti e ai professionisti della comunicazione.			
Pagina "Come raggiungere l'ospedale".	✓	?	✗
Mappa interattiva dell'ospedale.	✓	?	✗
È stata realizzata un'area news. Se necessario le news sono chiaramente divise per tipologia o destinatario.	✓	?	✗
È stata pubblicata la "Carta dei servizi".	✓	?	✗
Ogni reparto o unità operativa ha una pagina dedicata, con informazioni sull'erogazione dei servizi e i contatti.	✓	?	✗
Sono stati pubblicati i nomi dei responsabili dei reparti e delle unità operative e quelli dello staff medico, infermieristico e amministrativo.	✓	?	✗
Per ogni medico è stata realizzata una pagina dedicata: essa contiene ruolo, aree di competenza clinica e/o di ricerca, curriculum, lista delle principali pubblicazioni scientifiche, ritratto fotografico.	✓	?	✗

Altre caratteristiche

Il sito web è multilingua.	✓	?	✗
Il sito web è di tipo responsive, ovvero la grafica si adatta a seconda del dispositivo da cui ci si connette. Il sito web ha superato il Mobile-Friendly Test di Google, raggiungibile all'indirizzo: www.google.com/webmasters/tools/mobile-friendly/	✓	?	✗
È stato implementato un sistema di controllo delle statistiche di accesso al sito. Sono stati previsti dei report periodici, possibilmente mensili, sui dati di accesso, le abitudini di fruizione da parte degli utenti, le pagine e i contenuti più richiesti ecc...	✓	?	✗

Accessibilità, usabilità e obblighi di legge

Il sito web risponde agli obblighi previsti dalla Legge Stanca. Il sito è stato sottoposto alla allo strumento di verifica Vahola ottenendo un punteggio pieno.	✓	?	✗
Il sito web risponde agli obblighi previsti dal decreto legislativo n.33/2013. È stato sottoposto alla verifica sul sito la bussola della trasparenza ottenendo un punteggio pieno.	✓	?	✗
È stato letto e sottoscritto il Manifesto per l'usabilità dei siti web della PA promosso dal GIU (Gruppo di lavoro per l'Usabilità). Il manifesto è scaricabile al link: www.funzionepubblica.gov.it/media/1177821/manifesto_accessibile.pdf	✓	?	✗

CHECKLIST

50+ cose da tenere in considerazione quando si realizza un sito web per una struttura ospedaliera *(Schede tipo)*.

Sono stati letti e sottoscritti i Principi di usabilità per i siti web della PA proposti dal Ministro per la pubblica amministrazione e l'innovazione.	✓	?	✗
--	---	---	---

La strategia di comunicazione sui social media

È stato elaborato un piano strategico per la gestione e lo sviluppo della comunicazione attraverso i social media. In particolare sono stati individuati gli obiettivi, il target e le risorse messe a disposizione dalla struttura ospedaliera.	✓	?	✗
Sono stati scelti i social network attraverso cui si svilupperà il piano strategico.	✓	?	✗
Sono stati individuati i responsabili editoriali che si occuperanno di gestire i canali di social media, pubblicare nuovi contenuti periodicamente (possibilmente giornalmente), interagire con gli utenti.	✓	?	✗
Sono stati creati gli account ufficiali e sono stati implementati tutti gli elementi grafici necessari per personalizzare i profili della struttura ospedaliera sui social network.	✓	?	✗
Ogni pagina del sito web offre la possibilità di essere condivisa o segnalata sui social network più diffusi con un semplice "click".	✓	?	✗

Ottimizzazione per i motori di ricerca

Ogni pagina del sito web è raggiungibile attraverso un URL (indirizzo Internet) univoco, comprensibile e descrittivo. Esempi: www.ospedaleXXX.it/come-raggiungere-ospedale.php www.ospedaleXXX.it/risparcio-maternita/orari-di-visita-parenti.php www.ospedaleXXX.it/prenotazioni-on-line.htm	✓	?	✗
In ogni pagina del sito web sono stati correttamente implementati tutti i metatag utili alla descrizione e alla classificazione dei contenuti della pagina: title, description, keywords, ecc.	✓	?	✗
Il sito web mette a disposizione dei motori di ricerca il file <code>sitemap.xml</code> .	✓	?	✗
Sono stati attivati gli account su Google Webmaster Tools e Bing Webmaster Tools .	✓	?	✗
È stato attivato un account su Google Analytics per il controllo delle statistiche di accesso al sito.	✓	?	✗
Tutte le immagini sul sito possiedono un testo alternativo, metatag alt.	✓	?	✗
La struttura appare correttamente su Google Maps e Bing Maps , i più popolari sistemi di mappe on-line.	✓	?	✗

Performance, scalabilità e sicurezza

Il sito web è stato realizzato con i software e i codici di programmazione più recenti.	✓	?	✗
Il sito web è ospitato su un server costantemente aggiornato con i software più recenti.	✓	?	✗
La potenza del server e la banda dati a disposizione è stata correttamente calibrata sulle reali necessità dell'utenza. Capacità del server e connettività sono facilmente scalabili in caso di necessità.	✓	?	✗

LIBRO BIANCO
SUI SITI WEB
DEGLI OSPEDALI
ITALIANI



Ricerche 1 LIBRO BIANCO SUI SITI WEB DEGLI OSPEDALI ITALIANI

A cura di:
Margherita Carabillò
Stefano Capolongo
Ugo De Berti
Chiara Tognolo

Coordinamento:
Maurizio Mauri
Giulia Candiani