

PIANO DI COMUNICAZIONE AZIENDALE 2024 – ATS BRIANZA

INTRODUZIONE

Questo Piano di Comunicazione annuale nasce dalla volontà dell'ATS della Brianza di programmare attività di comunicazione interna ed esterna per promuovere e far conoscere le azioni svolte dall'Agenzia, seguendo in primo luogo le linee di indirizzo regionali.

La realizzazione e l'efficacia dell'azione programmatica dell'Agenzia sul territorio non può prescindere da un supporto comunicativo costante e puntuale.

La SC Comunicazione e Innovazione, che ha elaborato questo piano di comunicazione, è titolare dell'attività di comunicazione di ATS Brianza e progetta, coordina e mette in atto le azioni comunicative.

DEFINIZIONE DEGLI OBIETTIVI

Gli obiettivi di questo piano di comunicazione sono:

- Comunicazione interna

1. Stabilire canali efficaci di comunicazione che permettano una trasmissione fluida e chiara dei messaggi all'interno dell'Agenzia.
2. Facilitare la comprensione, la collaborazione, la presa di decisioni e il raggiungimento degli obiettivi dell'organizzazione.
3. Raggiungere livelli di efficienza ed efficacia molto alti, con l'effetto positivo di raggiungere gli obiettivi prefissati in modo meno dispendioso.
4. Aumentare il senso di appartenenza all'azienda, con un effetto positivo sul clima interno ed il benessere organizzativo.

- Comunicazione esterna

1. Migliorare la conoscenza dei servizi e i progetti sul territorio e delle relative modalità d'accesso per i cittadini e le imprese;
2. Rafforzare la comunicazione ATS utilizzando diversi strumenti destinati a diversi target;

3. Aumentare la brand awareness dell'Agenda di Tutela della Salute;
4. Costruire relazioni bidirezionali tra l'organizzazione e il pubblico di riferimento affinché i messaggi possano essere veicolati in modo massivo;
5. Rendere ATS un punto di riferimento per cittadini ed imprese del territorio in termini di prevenzione e promozione della salute.

LA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE E SUOI STRUMENTI – COMUNICAZIONE INTERNA

La comunicazione interna è un aspetto essenziale della gestione dell'organizzazione. Comunicare con i propri dipendenti permette ai vertici di un'azienda di creare un rapporto di lavoro migliore con aumento della qualità lavorativa e raggiungimento degli obiettivi. Ogni azione svolta dall'Agenda viene supportata dalla SC Innovazione e Comunicazione che valuta come e con quali strumenti promuoverla in stretto collegamento con la Direzione Strategica.

PROGETTI SPECIFICI

- Utilizzo del portale del dipendente per comunicazioni ai dipendenti.
- Organizzazione di incontri con i dipendenti con cadenza almeno annuale in cui esporre i principali cambiamenti, obiettivi da perseguire ed azioni svolte o da svolgere.
- Creazione di un referente della comunicazione in ogni Dipartimento così da veicolare informazioni in modo puntuale (anche riguardo alla comunicazione verso l'esterno).
- Rafforzamento della comunicazione dei diversi eventi formativi attraverso la creazione di apposita sezione sulla intranet aziendale e-mail specifiche.
- Sviluppo di eventi formativi dedicati ai dirigenti per migliorare la comunicazione interna (come rapportarsi con i propri collaboratori, riunioni interne, strumenti...).
- Sviluppo di iniziative di promozione della salute aziendale per i dipendenti.



LA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE E SUOI STRUMENTI – COMUNICAZIONE ESTERNA

ATS Brianza intende utilizzare diversi strumenti di comunicazioni, così da intercettare la maggior parte di destinatari presenti sul territorio di competenza. Ogni azione svolta dall’Agenzia viene supportata dalla SC Innovazione e Comunicazione che valuta come e con quali strumenti promuoverla.

A – Mezzi di comunicazione di massa

Una parte importante dell’attività comunicativa dell’Agenzia di Tutela della Salute viene svolta con l’utilizzo dei mezzi di comunicazione di massa, così da raggiungere un vasto pubblico. L’intenzione è quella di essere costantemente presenti e posizionati nei diversi “luoghi”, da quelli virtuali, alla carta stampata, alle tv locali.

1. Predisposizione di comunicati stampa

L’obiettivo è redigere puntualmente comunicati stampa, per promuovere progetti o relazionare su attività di rilievo.

Grazie al proficuo rapporto instaurato con la stampa locale, ATS Brianza riesce ad ottenere spazio sulle diverse testate cartacee e online.

Per progetti ad ampio respiro viene coinvolta anche la stampa di settore e testate di carattere regionale o nazionale.

2. Realizzazione di servizi televisivi

La comunicazione all’esterno viene promossa anche tramite il coinvolgimento delle televisioni locali per la realizzazione di servizi. In particolare si cerca di sviluppare la presenza nei telegiornali di TeleUnica, emittente locale trasmessa nelle province di Lecco e Monza che garantisce un’informazione puntuale e capillare e del TGR Rai Lombardia, che trasmette a livello regionale.

3. Utilizzo dei social network aziendali (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, LinkedIn)

I social network sono sicuramente lo strumento più semplice, veloce e che permette di raggiungere il più vasto pubblico. Questa azione è stata sviluppata negli ultimi anni in modo importante e si intende implementarla nel 2024 anche grazie alla creazione di un profilo Instagram.

L'intenzione è di veicolare informazioni attraverso post contenenti video-interviste e materiale informativo come locandine e pillole, link e immagini. È prevista la pubblicazione di contenuti pressochè quotidiana.

La pagina Facebook conta quasi 15.000 follower e, tramite la condivisione di post si è riusciti a raggiungere decine di migliaia di utenti.

La pagina LinkedIn ha 1.650 follower.

La pagina Twitter ha 470 follower.

Il canale Youtube ha 177 utenti iscritti.

Da metà gennaio 2024 è attivo anche un profilo Instagram che dopo un mese ha già 160 follower.

Nel corso del 2024 si lavorerà per aumentare il numero di follower.

B – Sito aziendale

ATS dispone di un sito internet aziendale implementato dalla SC Innovazione e Comunicazione, con il supporto della SC Servizi Informativi per la parte tecnica.

Le informazioni contenute nel portale nelle diverse sezioni del sito vengono aggiornate in modo puntuale, dando evidenza ad alcune attività e progetti attraverso la sezione “news” e i banner presenti in homepage, oltre che alla sezione “progetti strategici” appena implementata.

C – Locandine-materiale cartaceo

Per raggiungere target specifici, difficilmente avvicinabili tramite strumenti di comunicazione innovativi, vengono prodotti e diffusi locandine o materiale cartaceo.

D – Incontri informativi presso stakeholder del territorio

È molto importante avere stakeholder che facciano da cassa di risonanza rispetto ad iniziative e progetti che si intende promuovere.

Per questo vengono promossi/facilitati incontri informativi con i diversi stakeholder/grandi comunicatori del territorio per far conoscere le attività dell'Agenda e ottenere supporto nella diffusione.

E – Eventi pubblici

Presenza di stand informativi durante eventi nel territorio, in qualche modo collegati al tema salute (es. Raduno Gruppi di Cammino, Festival del Parco di Monza, Gran premio di Monza o altre manifestazioni locali).

F – Newsletter

Diffusione della newsletter “ATS Informa”, registrata presso il Tribunale di Monza nel 2022 e che attualmente conta oltre 3000 iscritti, per veicolare le diverse informazioni verso i cittadini, gli enti e le imprese.

PROGETTI SPECIFICI

Nel corso del 2024 verranno realizzate azioni specifiche su alcuni temi e campi rilevanti nell’azione di questa Agenzia. Alcune delle azioni riportate sono state indicate come strategiche dalla DGR n. XII/1827 del 31/01/2024: "Determinazioni in ordine agli indirizzi di programmazione del SSR per l'anno 2024":

- **Newsletter “ATS Informa”**

Lo strumento è stato registrato e attivato nel 2022. Vengono raccolte all’interno dell’Agenzia le principali azioni di rilievo e inserite in questa newsletter a cadenza trimestrale.

- **Progetto “Caregiver”**

ATS Brianza intende porre attenzione sempre maggiore al tema “Caregiver”. Tra i diversi progetti ci sono le “scuole di assistenza per caregiver” organizzate sul territorio e l’implementazione di un portale di riferimento per i caregiver <https://assistereinfamiglia.org/>

La SC Innovazione e Comunicazione gestisce questi progetti, implementa i contenuti del sito e sostiene le iniziative promuovendole on tutti gli strumenti sopra indicati.

- **Prevenzione e promozione della salute**

Creazione di brevi video informativi da pubblicare sui social, principalmente legati alla prevenzione all’interno di un progetto chiamato “Appuntamento con la prevenzione”. È prevista una cadenza almeno mensile, collegata anche alle principali “giornate mondiali” o “giornate nazionali” (es. giornata contro il cancro, giornata del malato, giornata del risparmio energetico, etc), come previsto anche dalla DGR n. XII/1827 del 31/01/2024.

- **Piano Integrato Locale di Promozione della Salute**

I diversi progetti contenuti nel Piano Integrato Locale degli interventi di Promozione della Salute (PIL), pubblicato sul sito internet aziendale, saranno oggetto di comunicati stampa durante l'anno e di post sui social dell'Agenzia in modo puntuale.

In particolare, dal 2022 è attiva una collaborazione con LILT Milano per la promozione del piano GAP attraverso il progetto "In buona sostanza - Uniti per la promozione della salute in azienda", un programma digitale di educazione alla salute in azienda attraverso webinar di sensibilizzazione, sportelli digitali di sostegno agli stili di vita salutari e contrasto alle dipendenze e contenuti web.

- **Nutrire la Salute**

Promozione di temi fondamentali come la lotta allo spreco alimentare, la corretta alimentazione, il consumo di sale e le intolleranze alimentari attraverso principalmente brevi video o post con immagini pubblicati sui social network aziendali. I video sono contenuti all'interno del nostro progetto "Appuntamento con la prevenzione", collegati principalmente alle principali giornate mondiali. Sul tema dell'alimentazione è intenzione dell'Agenzia pubblicare contenuti quali ricette e consigli alimentari.

- **Malattie Infettive**

L'azione di ATS Brianza si declina principalmente nella sensibilizzazione rispetto alle malattie infettive e alla prevenzione. Tramite il sito internet e i social verranno diffusi contenuti riguardanti i servizi attivi e informazioni sulle malattie infettive. In particolare si supportano le campagne vaccinali come la vaccinazione antinfluenzale tramite i diversi strumenti a disposizione per aumentare la consapevolezza e l'adesione.

- **Screening oncologici**

Sviluppo della campagna comunicativa per i programmi di screening, con lancio dell'attività per lo screening coloretale e cervicale e contestuale allargamento delle modalità di prenotazione su iniziativa del cittadino (Prenota Salute).

- **Medicina di genere**

Promozione di campagne di informazione sulle differenze di genere in sanità, indirizzate alla popolazione generale e ai pazienti avvalendosi di diversi canali comunicativi, sia tradizionali sia innovativi.

- **Prevenzione sicurezza ambienti di lavoro**

Progettazione di attività di promozione nell'ambito della 43° settimana, secondo indirizzi della Direzione Generale Welfare. Promozione della campagna "Impariamo dagli errori" tramite sito e social.

- **Veterinaria**

Promuovere progetti e azioni del Dipartimento attraverso comunicati stampa e post pubblicati sui social network contenenti locandine e materiale video. Nel 2024 verrà lanciato l'innovativo progetto "quattro zampa cercafamiglia", sezione del sito e social dedicata all'affidamento di cani accalappiati.

- **Piano di comunicazione concorsi**

L'Agenzia indice concorsi per ampliare il proprio organico e attualmente procede alla pubblicazione nell'apposita sezione del sito internet aziendale. Si ritiene necessario ampliare la visibilità delle diverse possibilità di assunzione utilizzando tutti gli strumenti in dotazione all'Agenzia (sito, social, mail). L'obiettivo principale che si vuole raggiungere è ampliare la visibilità dei diversi concorsi così da far conoscere queste possibilità ai diversi professionisti e poter aumentare il numero di candidati iscritti.

MONITORAGGIO E VALUTAZIONE DEI RISULTATI

Sono previste verifiche periodiche sullo stato di avanzamento delle attività programmate e pianificate con la rilevazione di eventuali criticità e il controllo puntuale della realizzazione dei singoli progetti a cura della SC Innovazione e Comunicazione.

Verrà redatta una relazione a fine anno di resoconto delle azioni realizzate.

TEMPI

L'attuazione del piano di comunicazione è prevista nel corso del 2024, con conclusione il 31/12/2024.

RESPONSABILI

Verranno identificati nel corso dell'anno referenti per la comunicazione nei dipartimenti aziendali, così da attuare in modo puntuale il piano di comunicazione.

La SC Innovazione e Comunicazione è responsabile della realizzazione del Piano.