

PIANO DI COMUNICAZIONE AZIENDALE 2025 – ATS BRIANZA

INTRODUZIONE

Il Piano di Comunicazione annuale di ATS Brianza ha lo scopo di programmare l'attività di comunicazione interna ed esterna per promuovere e far conoscere le azioni svolte dall'Agenzia, partendo in primis dalle linee di indirizzo regionali.

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

Questo piano di comunicazione è stato elaborato dalla SC Comunicazione e Innovazione, titolare dell'attività di comunicazione di ATS Brianza che progetta, coordina e mette in atto le azioni comunicative. Il piano è stato condiviso con la "Rete dei Referenti Comunicazione Aziendali" e con la Direzione Strategica.

DEFINIZIONE DEGLI OBIETTIVI

Gli obiettivi di questo piano di comunicazione sono:

- Comunicazione interna

1. Predisporre canali di comunicazione efficaci così da permettere una trasmissione efficace e chiara dei messaggi all'interno dell'Agenzia;
2. Facilitare la collaborazione, la presa di decisioni e la comprensione degli obiettivi dell'organizzazione finalizzata al loro raggiungimento;
3. Raggiungere livelli di efficienza ed efficacia importanti, con l'effetto positivo di arrivare agli obiettivi prefissati in modo meno dispendioso;
4. Aumentare il senso di appartenenza all'Agenzia, con un effetto positivo sul clima interno ed il benessere organizzativo.

- Comunicazione esterna

1. Migliorare la conoscenza dei servizi sul territorio, dei progetti in corso e delle relative modalità d'accesso per i cittadini, per gli enti e per le imprese;

2. Rafforzare la comunicazione dell'Agenzia, utilizzando strumenti specifici destinati a target diversi;
3. Aumentare la brand awareness di ATS Brianza;
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 ambito sanitario e sociosanitario.

LA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE E SUOI STRUMENTI – COMUNICAZIONE INTERNA

La comunicazione interna è un aspetto essenziale nella gestione dell'organizzazione. Comunicare con i propri dipendenti in modo efficace permette ai vertici di un ente di creare un rapporto di lavoro migliore, con aumento della qualità lavorativa e raggiungimento degli obiettivi.

La strategia di comunicazione interna inserita in questo piano, ha considerato e preso spunto dai risultati dell' "Indagine sul benessere organizzativo di ATS Brianza" svolta dal CUG aziendale tra il 2023 e 2024.

Ogni azione svolta dall'Agenzia viene supportata dalla SC Innovazione e Comunicazione che valuta come e con quali strumenti promuoverla in stretto collegamento con la Direzione Strategica.

PROGETTI SPECIFICI

- Organizzazione di incontri tenuti dalla Direzione Strategica con i dipendenti, a cadenza almeno annuale, in cui esporre i principali temi sul tavolo, eventuali cambiamenti, obiettivi da perseguire ed azioni svolte o da svolgere;
- Ampliamento delle competenze dei referenti della comunicazione individuati nei diversi dipartimenti, così che veicolino informazioni ai colleghi (anche riguardo alla comunicazione verso l'esterno);
- Sviluppo di eventi formativi dedicati al miglioramento della comunicazione interna;
- Sviluppo di iniziative di promozione della salute per i dipendenti, all'interno del nuovo programma WHP che vede la SC Innovazione e Comunicazione parte integrante, partendo dalla redazione di un piano annuale;

SC INNOVAZIONE E COMUNICAZIONE

- Promozione di incontri con i dipendenti all'infuori dell'orario di lavoro (serate, eventi sportivi) per fare team building e fornire momenti di svago;
- Utilizzo del portale del dipendente per comunicazioni ai dipendenti;
- Implementazione di una nuova intranet con un format più chiaro, moderno e accattivante;
- Creazione nella intranet di una nuova sezione dove è possibile trovare notizie utili legate al mondo di ATS Brianza;
- Creazione di apposita sezione sulla intranet aziendale dove pubblicare i diversi eventi che coinvolgono l'Agenzia, in particolare gli eventi formativi;
- Sviluppo della sezione "welfare aziendale" nella intranet dove inserire le convenzioni destinate ai dipendenti (non inserire delibere ma solo proposte);
- Inserimento nella intranet di una sezione whp con materiale legato alla lotta contro il fumo, il gioco d'azzardo, alimentazione, etc;
- Sviluppo nella intranet della sezione "Una finestra sui social", dove ritrovare i post pubblicati sui social media aziendali, così da renderli accessibili a chi non li possiede;

LA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE E SUOI STRUMENTI – COMUNICAZIONE ESTERNA

La SC Innovazione e Comunicazione sostiene l'Agenzia di Tutela della Salute nel cercare e comprendere quali siano gli strumenti e le modalità più efficaci per promuovere le proprie iniziative. Gli strumenti utilizzati sono molti, con il fine di diffondere le informazioni a più persone possibili, sia cittadini che enti ed aziende.

A – Mezzi di comunicazione di massa

È fondamentale, all'interno dell'attività comunicativa dell'Agenzia di Tutela della Salute, l'utilizzo dei mezzi di comunicazione di massa per far sì che le informazioni arrivino a più persone possibili; 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

Grazie alla puntuale produzione di comunicati stampa e alla collaborazione con la stampa locale si riesce a promuovere iniziative e progetti, ottenendo spazio per articoli sia in testate cartacee che online. Viene coinvolta anche la stampa di carattere regionale o nazionale, qualora i progetti siano di interesse più ampio.

2. Realizzazione di servizi televisivi

Risulta fondamentale la collaborazione con le emittenti televisive per promuovere e far conoscere i progetti sviluppati da ATS Brianza. In particolar modo si segnala la collaborazione con TeleUnica, che favorisce una diffusione dei contenuti su reti locali e sulle province di Lecco e Monza e, per una fruizione dei servizi di importanza regionale, TGR Rai Lombardia.

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

Si cerca di sfruttare a pieno la forte e immediata carica comunicativa dei social media, proprio per la loro particolarità di essere pervasivi ed arrivare ad un pubblico molto vasto. L'obiettivo nel 2025 è quello di utilizzare al massimo le potenzialità di questi strumenti, per poter essere sempre più un punto di riferimento online per tutti gli utenti. L'intenzione principale è quella di creare contenuti semplici ed efficaci che trasmettano la nostra mission, attraverso materiali informativi come locandine, video, immagini e link. La pubblicazione avviene quotidianamente. La pagina Facebook conta quasi 15.000 follower, e, tramite la condivisione di post si è riusciti a raggiungere più di 400.000 visualizzazioni da parte di utenti.

La pagina LinkedIn ha 2.800 follower.

La pagina Twitter ha 500 follower.

Il canale Youtube ha 310 utenti iscritti.

Dopo un solo anno dall'apertura del profilo Instagram conta già più di 800 follower.

Nel corso del 2025 si lavorerà per aumentare il numero di utenti per diffondere i nostri progetti.

B – Sito aziendale

ATS Brianza dispone di un sito internet aziendale, la parte dei contenuti è gestita dalla SC Innovazione e Comunicazione, mentre la parte tecnica della SC Servizi Informativi.

Nei primi mesi del 2025 verrà presentato il nuovo sito internet aziendale, con un nuovo layout, moderno e studiato per una fruizione migliore dell'utente. Il nuovo sito è completamente accessibile, in aderenza alle normative europee e nazionali e alle indicazioni di AgID.

Le comunicazioni contenute nel portale sono aggiornate regolarmente, mettendo in evidenza alcune iniziative nella sezione "news".

C – Locandine-materiale cartaceo

A fronte del fatto che non tutti possiedono i mezzi di comunicazione digitali, per iniziative specifiche che lo permettono, viene prodotto di materiale cartaceo, come locandine.

D – Incontri informativi presso stakeholder del territorio

È molto rilevante il ruolo ricoperto dagli stakeholder nella promozione e relativa diffusione dei progetti e dei servizi.

A tal proposito sono organizzati incontri formativi con gli stakeholder/grandi comunicatori del territorio per illustrare le diverse iniziative sostenute dall’Agenzia di Tutela della Salute.

E – Eventi pubblici

Durante lo svolgimento di eventi pubblici sul territorio, vengono adibiti appositi stand per promuovere tematiche collegate alla salute (es. Raduno Gruppi di Cammino, Festival del Parco di Monza, Gran premio di Monza o altre manifestazioni locali).

F – Newsletter

Prosegue il percorso della newsletter “ATS Informa”, registrata al Tribunale di Monza nel 2022, che conta più di 3300 iscritti, con lo scopo di trasmettere le informazioni ai cittadini, enti e imprese.

PROGETTI SPECIFICI

L’Agenzia nel corso dell’anno 2025 si impegna a realizzare progetti su alcune tematiche specifiche di rilievo e di interesse attuale. Alcune delle azioni riportate sono state indicate come strategiche dalla DGR n. XII/3720 del 30/12/2024: "Determinazioni in ordine agli indirizzi di programmazione del SSR per l'anno 2025" e dalla successiva nota “Proposte di comunicazione per ATS, ASST e IRCCS Pubblici - anno 2025” del 10/03/2025:

- **Campagna screening e vaccinazioni**

Affiancamento alla campagna comunicativa regionale per i programmi di screening e di vaccinazione, in raccordo con le ASST/IRCCS, con la creazione di eventi, campagne social e coinvolgimento della stampa per aumentare l’adesione agli screening offerti e alle campagne di vaccinazione.

- **Tempi d'attesa**

Creazione di un'apposita sezione dedicata ai tempi di attesa sul portale aziendale in coordinamento con le ASST/IRCCS del territorio e organizzazione di una formazione specifica per gli enti del sistema sanitario e sociosanitario locale.

- **Prevenzione e promozione della salute**

Per sensibilizzare sui temi della prevenzione e promozione della salute, ATS Brianza si impegna a sviluppare iniziative promosse sia dai canali online, come i social media, sia attraverso creazione di locandine cartacee per incontri ed eventi. Per quel che riguarda i canali online l'obiettivo dell'agenzia è quello di pubblicare video, immagini o locandine, dove gli utenti potranno accedere a consigli utili sulle tematiche precedentemente citate.

Parte predominante di queste attività sarà lo sviluppo della comunicazione relativa alle giornate dedicate ai temi della prevenzione, come da nota regionale "Proposte di comunicazione per ATS, ASST e IRCCS Pubblici - anno 2025" del 10/03/2025.

Si prevede anche la definizione entro il 30.06.25 di un piano di comunicazione integrato ATS-ASST relativo a ciascuna tipologia di offerta presente a livello territoriale (pubblicazione delle "mappe" di offerta sui siti web di ciascuna ATS e ASST).

- **Igiene Alimenti e Nutrizione**

Su questo tema è in programma la creazione di video pillole di salute, legati ad alcune giornate mondiali specifiche, da diffondere sui social per sensibilizzare ed informare. Si prevede di partecipare ad eventi in tema di alimentazione, come il Casargo National Nutrition Summit 2025 e sviluppare progetti quali "Nutriamo il futuro", progetto rivolto al setting nidi (bambini da 0 a 3 anni), per supportare gli educatori e i genitori nel delicato compito di nutrire i loro bambini in modo sano, sicuro e consapevole, "Anziano attivo", progetto dedicato alla popolazione di ultra 65enni con l'obiettivo di indirizzare, tramite semplici consigli, stili di vita sani e coerenti con una vita attiva per mantenere un buon stato di salute e rallentare l'eventuale progressione di malattie cardiovascolari e neurodegenerative, "Schiscetta perfetta", sotto progetto del "Pastosano"idiano" nel setting azienda, rivolto ai lavoratori che non usufruiscono della mensa aziendale con l'intento di fornire informazioni utili alla composizione di un pasto sano e nutrizionalmente bilanciato sia sul luogo di lavoro che in famiglia. Infine, verrà implementata l'azione di recupero delle eccedenze alimentari ai fini di solidarietà sociale durante eventi come il Gran Premio F1 di Monza.

- **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

Agenzia di Tutela della Salute della Brianza (ATS)

Sede legale: Viale Elvezia 2 – 20900 Monza - C.F. e Partita IVA 09314190969

Sede territoriale di Lecco: C.so C. Alberto 120 - 23900 Lecco

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.

- **Conosci l'ATS**

Diffusione di contenuti video/immagini attraverso i social, con la valutazione di acquisire spazi su una televisione commerciale di valenza locale e regionale, all'interno di un progetto che ha l'obiettivo di far conoscere le diverse attività svolte all'interno dell'Agenzia.

- **Benessere animale e attività del Dipartimento Veterinario**

Si intende sviluppare iniziative di formazione rivolte alla cittadinanza per la promozione della cultura della corretta gestione degli animali d'affezione e della comprensione dei loro comportamenti.

Sempre sul tema rapporto con gli animali d'affezione, è in programma di procedere con progetti di comunicazione differenziati con riferimento a diverse tipologie di utenza (bambini, adulti, anziani) utilizzando anche contenuti e strumenti di comunicazione video e digitale attraverso principalmente i social.

Quest'anno è intenzione fare un affondo anche sulla conduzione corretta dei cani in montagna: come far coesistere correttamente la popolazione turistica (e i suoi animali d'affezione) con gli animali presenti in campagna ed in montagna nella stagione dell'alpeggio.

- **Prevenzione sicurezza ambienti di lavoro**

Si intende promuovere la sicurezza sul lavoro attraverso iniziative di diverso tipo: organizzazione di eventi di sensibilizzazione sulla sicurezza per le scuole del territorio, diffusione della campagna “Impariamo dagli errori” tramite sito e social e partecipazione ad eventi sul tema lavoro anche a livello regionale.

Si sottolinea la promozione di inSAFE LAB, il laboratorio interattivo sulla sicurezza sul lavoro, che ospita classi delle scuole superiori del territorio. Si prevede di utilizzare anche “singole parti” del laboratorio, quali la rappresentazione teatrale o i visori, per massimizzare la diffusione del messaggio di salute. Si prevede di organizzare un evento teatrale e altre iniziative durante la settimana europea della sicurezza sul lavoro. In previsione anche la realizzazione di seminari, convegni e webinar mirati, destinati a promuovere la salute e la sicurezza sul lavoro.

- **Progetto “Caregiver”**

Per quel che riguarda il sostegno di ATS Brianza ai “caregiver” familiari, si prevede un potenziamento del portale dedicato, fornendo consigli, tutorial e informazioni utili all'assistenza di una persona nel proprio domicilio. Il portale è il seguente: <https://assistereinfamiglia.org/>

La SC Innovazione e Comunicazione prevede una futura collaborazione con specialisti del settore,

garantendo un contatto diretto con i caregiver familiari e la valutazione di incontri formativi per approfondire specifiche tematiche e attività.

- **Newsletter “ATS Informa”**

Nel corso del 2025 si prevede l’invio di 4 numeri della newsletter e l’obiettivo di aumentare le persone iscritte alla ricezione della stessa.

- **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.

- **Piano di comunicazione concorsi**

Ampliare la visibilità delle diverse possibilità di assunzione utilizzando tutti gli strumenti in dotazione all’Agenzia (sito, social, mail) è un’obiettivo importante per poter ampliare l’organico e facendo conoscere le occasioni di assunzioni ai diversi professionisti e poter aumentare il numero di candidati iscritti. Si prevede anche l’organizzazione di incontri direttamente nelle scuole superiori e università per promuovere l’attività di ATS.

RETE DEI REFERENTI COMUNICAZIONE AZIENDALI

Il piano di comunicazione è stato condiviso e verrà sviluppato con la “Rete dei Referenti Comunicazione Aziendali” selezionati nei diversi dipartimenti aziendali. Queste figure, che in questo documento vengono formalmente definite, si occupano di fare da raccordo tra il proprio dipartimento e la SC Innovazione e Comunicazione per mettere in atto questo piano e per un coordinamento su tutte le attività di comunicazione di competenza.

I referenti per la comunicazione dei dipartimenti di ATS Brianza sono:

- Dipartimento Amministrativo: Francesca Inviti
- Dipartimento Igiene e Prevenzione Sanitaria: Erika Pietrocola, Fabiana Minetti, Sabrina Scelfo, Andrea Natale Rossi, Claudia Meroni e Milko Troisi
- Dipartimento Veterinario e Sicurezza degli Alimenti di Origine Animale: Fabio Panzeri e Gioia Vella
- Dipartimento Programmazione, Accreditamento, Acquisto delle Prestazioni Sanitarie e Sociosanitarie (PAAPSS): Alessia Marcandalli

SC INNOVAZIONE E COMUNICAZIONE

- Dipartimento Programmazione per l'Integrazione delle Prestazioni Sociosanitarie con quelle Sociali (PIPSS): Chiara Melesi e Silvia Riboldi
- Epidemiologia: Roberto Rossi
- Comitato Unico di Garanzia (CUG): Eleonora Masala

Il referente e coordinatore della “Rete dei Referenti Comunicazione Aziendali” è Thomas Denti, SC Innovazione e Comunicazione.

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 2025, con conclusione il 31/12/2025.

RESPONSABILI

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