

ATS Sardegna

Piano di Comunicazione 2019

A cura della SC Assetto Organizzativo, Relazioni istituzionali e Comunicazione Pubblica

Dipartimento Affari Generali e Committenza

in collaborazione con Addetto Stampa Sassari - Ufficio Stampa

Indice

1. Premessa
2. Contesto di riferimento
3. Il Piano di comunicazione
4. La Comunicazione aziendale
 - La Struttura di comunicazione
 - L'Ufficio Relazioni con il Pubblico (URP)
 - L'Ufficio Stampa
5. Informazione sui canali *social*
6. Aspetti metodologici
7. Linee strategiche di sviluppo della comunicazione aziendale
 - La Comunicazione interna
 - La Rete dei Referenti della comunicazione
 - La Comunicazione esterna
8. Obiettivi generali annualità 2019
9. Azioni e Attività di comunicazione

1. Premessa

Il Piano di comunicazione è lo strumento che consente di programmare le azioni di comunicazione per la loro gestione e per il raggiungimento di specifici obiettivi strategici e di comunicazione aziendali.

Il documento ha una finalità strategica, in quanto aiuta l'organizzazione nell'implementazione delle proprie politiche e contribuisce a facilitare la convergenza tra le logiche della comunicazione interna e quelle della comunicazione esterna dell'ente, favorendo quella che si può definire come comunicazione integrata. Contribuisce all'incentivazione di relazioni bidirezionali tra l'organizzazione e i suoi "pubblici" di riferimento, favorendo relazioni consapevoli e costanti nel tempo (dunque non casuali o episodiche), finalizzate alla co-produzione di senso e significati nello scambio comunicativo tra l'ente ed i suoi interlocutori.

Il Piano di Comunicazione è, in generale, uno strumento di coordinamento di tutti i soggetti, le strategie e le azioni che l'amministrazione mette in campo per favorire il raggiungimento dei propri obiettivi di comunicazione istituzionale, ai sensi della Legge n. 150 del 7 giugno 2000 "Attività di comunicazione delle pubbliche amministrazioni", delle direttive regionali e degli atti organizzativi e programmatici aziendali al riguardo. Declina, altresì, le aree e le attività della comunicazione e dell'informazione istituzionale, le forme, gli strumenti, i prodotti, ma anche la tipologia di messaggi e le finalità, distinguendo la tipologia dei destinatari e gli obiettivi da perseguire.

Con la Direttiva del Ministro della Funzione Pubblica del 2002 "Attività di comunicazione delle pubbliche amministrazioni", vengono precisati i macro-obiettivi di comunicazione degli Enti pubblici:

- informazione trasparente ed esauriente;
- efficienza ed efficacia dei servizi anche attraverso il sistema di comunicazione interna;
- pubblicizzazione e semplificazione dell'accesso ai servizi, promuovendo nuove relazioni con i cittadini.

A tali assunti si conforma il primo Piano di Comunicazione dell'ATS, che, nello sviluppo delle proprie azioni in tale ambito, curerà il perseguimento continuo di questi macro-obiettivi.

2. Il contesto di riferimento

L'Azienda per la tutela della salute (ATS Sardegna) nasce dalla fusione per incorporazione nella ex ASL n. 1, delle sette altre ex ASL sarde, sulla base della normativa regionale vigente e degli atti di indirizzo regionali.

Nell'ATS sono istituite le Aree Socio-Sanitarie Locali che costituiscono sue articolazioni organizzative, ed i cui ambiti territoriali coincidono, dunque, con quelli delle otto ex aziende sanitarie locali oggetto del processo di incorporazione.

L'ATS ha come bacino di utenza la popolazione residente nella Regione Sardegna che, al 1.1.2018, è pari a 1.648.176 abitanti, distribuiti su un territorio di oltre 24.100 Km quadrati.

La distribuzione demografica nel territorio regionale si caratterizza per la presenza di due poli urbani (uno in area nord ed uno in area sud), cinque medie comunità locali aggregate in aree omogenee, una più piccola comunità dislocata in un'area geograficamente abbastanza isolata. Le aree urbane sono quelle di Cagliari, con circa 560.000 abitanti, e quella di Sassari, con circa 320.000 abitanti. Le medie comunità locali possono essere così indicate: Gallura, Nuorese, Oristanese, Sardegna centro-meridionale (Medio-Campidano, Marmilla e Trexenta), e Sulcis Iglesiente, con rispettive popolazioni comprese circa tra i 130.000 e i 160.000 abitanti; infine la più piccola comunità dell'Ogliastra con 58.000 abitanti.

La comparazione dei dati demografici evidenzia una significativa diminuzione della popolazione residente negli ultimi anni. Ciò conferma una recente tendenza: infatti la Sardegna nell'arco degli ultimi nove anni ha visto diminuire la popolazione residente di 7.749 persone.

Analizzando i dati relativi ai territori delle aree di Cagliari e Olbia - Tempio, solamente in esse si registra, nel periodo 2008-2016, un incremento della popolazione: rispettivamente di 3.610 abitanti nell'area di Cagliari e di 9.022 nell'area di Olbia -Tempio.

Non si registrano particolari differenze nella distribuzione della popolazione maschile e femminile.

3. Il Piano di comunicazione

L'ATS Sardegna, attraverso il suo primo Piano di Comunicazione aziendale intende definire gli obiettivi, le attività e le azioni di comunicazione che si declineranno con strumenti e canali specifici, sui *target* identificati, al fine di coordinare, con maggiore efficacia, le risorse umane, strumentali ed economiche a disposizione.

Attraverso il Piano di Comunicazione l'ATS Sardegna intende contribuire alle crescenti esigenze di:

- Trasparenza dei processi decisionali, al fine di rendere effettivo il diritto di accesso degli utenti agli atti pubblici;
- Partecipazione democratica, perseguendo la costante informazione degli utenti sulle decisioni adottate; agevolazione, mediante informazioni puntuali e adeguate all'esperienza degli interlocutori, della scelta consapevole, da parte degli utenti, delle prestazioni e dei servizi, delle sedi e delle modalità di erogazione degli stessi e della piena comprensione dei procedimenti e dei trattamenti sanitari e socio-sanitari;
- Efficacia organizzativa, nel perseguire consapevolmente gli obiettivi prefissati;
- Miglioramento delle relazioni: l'organizzazione aziendale si basa su una rete di relazioni "interne" (tra e con i dipendenti), e con il mondo esterno (con enti, associazioni, imprese, professionisti e utenti).

L'Azienda definisce inoltre gli interventi di comunicazione, educazione e promozione della salute in collaborazione con il sistema scolastico, gli ordini professionali, l'Università e le formazioni sociali, gli altri enti del sistema, garantendo la partecipazione degli utenti alla verifica della qualità di servizi e prestazioni erogati e al monitoraggio dei risultati.

4. La Comunicazione aziendale

La Struttura di comunicazione

In attuazione della Direttiva del Presidente del Consiglio dei Ministri 27/01/1994, dell'art. 14 del D.L.vo 502/92 e della Legge 150/2000, e del proprio Atto aziendale, l'ATS Sardegna orienta la programmazione e le strategie organizzative e gestionali alla valorizzazione della centralità della persona, intesa non solo come destinataria dei servizi aziendali, ma anche come interlocutore privilegiato.

Il coordinamento e la promozione delle azioni di comunicazione a supporto della strategia e di una sempre maggiore integrazione aziendale, sono affidati alla SC Assetto Organizzativo, Relazioni istituzionali e Comunicazione Pubblica, in stretto collegamento l'Ufficio stampa, per la condivisione di informazioni, opportunità e obiettivi, che si identificano nei seguenti punti:

- coordinare il flusso di informazioni destinate alla popolazione;
- programmare, progettare e realizzare attività di divulgazione - educazione / prevenzione - informazione, rivolte al pubblico esterno e al pubblico interno, con utilizzo dei relativi strumenti (collaborare alle attività di redazione e produzione di documenti aziendali divulgativi, informativi, educativi, formativi destinati alla corretta informazione e comunicazione sulle attività aziendali e sui servizi aziendali, su normative e disposizioni di

legge che rivestono interesse per gli utenti o per associazioni di essi, di categoria, ecc.; informazioni di pubblica utilità; etc.;

- promuovere la partecipazione ad eventi finalizzati al miglioramento dell'attività e alla promozione dell'immagine istituzionale dell'Azienda;
- formulare il Piano annuale di comunicazione ai sensi dell'art. 12 comma 2 della Legge n. 150 del 2000, e fornire indicazioni per la definizione degli obiettivi generali della comunicazione istituzionale;
- gestire il sito *web* istituzionale, ed il portale INTRANET, in collaborazione con il Dipartimento ICT per quanto di competenza;
- promuovere la diffusione, nell'ambito aziendale, di una cultura della comunicazione e della tutela dei cittadini attraverso interventi informativi, comunicativi, formativi e organizzativi;
- favorire iniziative formative e *stages* di studenti presso la Struttura di comunicazione aziendale;
- garantire, tramite la Rete URP aziendale, le funzioni della comunicazione di cui alla Legge n. 150/2000.

L'Ufficio Relazioni con il Pubblico (URP)

All'URP è attribuito, ai sensi della Legge 150/2000, in particolare, il compito di fornire al pubblico adeguate informazioni relative ai servizi, alle strutture, ai compiti, ai procedimenti e al funzionamento dell'Azienda e di partecipare alla progettazione e realizzazione delle attività di comunicazione interna ed esterna.

Tali attività si sostanziano nel garantire

- il diritto di informazione, di accesso e partecipazione (di cui alla L. 7 agosto 1990, n. 241, all'art. 5 del d. lgs. n. 33/2013 modificato dall'art. 6 del d. lgs. n. 97 del 25.5.2016 - alla relativa Circolare n. 2/2017), fornendo al pubblico informazioni relative all'attività dell'Azienda, ai servizi da essa resi, al funzionamento delle strutture e all'organizzazione dell'amministrazione, promuovendone la loro conoscenza anche tramite il sito *web*;
- processi interni di semplificazione delle procedure e di modernizzazione degli apparati;
- conoscenza delle disposizioni normative e amministrative;
- ascolto dei cittadini e comunicazione interna, processi di verifica della qualità dei servizi e di gradimento degli stessi, in collaborazione con gli altri settori aziendali competenti;

- la reciproca informazione fra l'Ufficio per le relazioni con il pubblico e le altre strutture aziendali, nonché con Uffici per le relazioni con il pubblico di altre amministrazioni.

L'ATS Sardegna adotta il modello organizzativo di URP in rete (a tal fine, con l'apposita regolamentazione aziendale in materia, è definito lo specifico modello organizzativo, attuativo di quanto previsto al riguardo nell'Atto aziendale), sia per garantire la maggior capillarità della funzione nei territori e facilitare il contatto con gli utenti, sia per integrare le risorse impiegate presso URP centrale e URP locali nelle ASSSL, sia per valorizzare la conoscenza più approfondita dei servizi nelle ASSSL e della fisionomia delle rispettive organizzazioni locali, consentendo il consolidamento progressivo di un forte sistema di Relazioni con il Pubblico che operi in una logica di rete.

L'integrazione consente di lavorare su obiettivi di medio e lungo periodo e di sviluppare così ambiti della funzione della comunicazione anche con il *back office*, di migliorare la comunicazione interna, di accrescere l'adeguatezza e la puntualità della gestione del sito *web* istituzionale.

Migliori standard di efficienza ed efficacia

L'integrazione di professionalità e competenze, insieme alla condivisione di obiettivi, consente di raggiungere migliori standard di efficienza ed efficacia dei servizi di relazione, nonché un accesso facilitato ai servizi di informazione e supporto delle singole ASSSL, sviluppando ulteriormente le potenzialità della rete URP.

Migliore accessibilità alle informazioni

L'integrazione degli URP in ambito ATS e la condivisione di fonti e strumenti informativi coordinati, assicurano una maggiore accessibilità alle informazioni. L'integrazione ed il coordinamento consentono anche di massimizzare l'efficacia delle azioni di comunicazione istituzionale e la stessa comunicazione interna.

L'Ufficio Stampa

L'attività dell'Ufficio Stampa, prioritariamente indirizzata ai mezzi di informazione di massa, assolve alla funzione dell'informazione, disciplinata in particolare nella Legge 150/2000. Dislocati nel territorio, presso le sedi delle Direzioni ASSL cui fanno riferimento, costituiscono parte dell'Ufficio Stampa gli addetti stampa dell'ATS che curano le relative attività nei rispettivi ambiti territoriali di pertinenza, in rete ed in collegamento tra loro e con la direzione centrale.

L'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, ed in particolare provvede:

- alla redazione della rassegna stampa attraverso l'esame e l'analisi comparata dei quotidiani nazionali e regionali;
- alla rassegna dei servizi televisivi o radiofonici e degli articoli presenti sui siti e sulle piattaforme *on-line* che abbiano ad oggetto le attività erogate dall'ATS Sardegna (sia in ambito centrale, sia in quello delle Aree Socio Sanitarie Locali);
- curare i rapporti con i *media* per la comunicazione di quanto necessario ed opportuno per l'Azienda.

La rassegna stampa ha cadenza giornaliera ed è consultabile sulla piattaforma INTRANET aziendale. Anche sulla base della rassegna stampa quotidiana, gli addetti stampa dell'ATS propongono e predispongono eventuali interventi sui media, repliche e/o precisazioni.

Gestione delle notizie attraverso il sito INTERNET aziendale e la piattaforma INTRANET

L'attività di informazione svolta dagli addetti stampa è rivolta tanto agli utenti che fanno capo al sistema sanitario regionale, quanto ai dipendenti dell'Azienda per la tutela della salute.

Per soddisfare i principi della trasparenza e della tempestività delle notizie, sulla base della legge n. 150/2000, tutti i comunicati stampa vengono pubblicati nelle apposite sezioni del sito INTERNET aziendale: contestualmente all'invio delle comunicazioni ufficiali verso i media regionali e nazionali, gli addetti stampa inseriscono il contenuto della nota all'interno della sezione "Notizie" del sito INTERNET ATS Sardegna e della sezione "Comunicati Stampa" della/e sezione/i del sito dedicata alla/e Area/e Socio Sanitaria/e Locale/i di riferimento ovvero interessata/e.

Per tenere sempre informati dipendenti e collaboratori dell'ATS, gli addetti stampa aggiornano sia la *Home Page*, sia le sezioni dedicate alle singole Aree Socio Sanitarie Locali presenti all'interno della piattaforma INTRANET aziendale.

Inoltre gli addetti stampa garantiscono, in collaborazione con le Strutture aziendali competenti, la gestione e l'aggiornamento della sezione "Comunicazioni/Avvisi/Manifestazioni di interesse" del sito ATS.

Tutte le comunicazioni possono essere arricchite dalla pubblicazione di *brochure*, locandina, manifesto, *dépliant* ed altro materiale relativi all'oggetto della comunicazione.

Redazione e pubblicazione della rivista *ATSSinforma*

Nel mese di aprile 2018 l'ATS ha pubblicato sui propri canali digitali il primo numero del periodico aziendale *ATSSinforma*.

La rivista è nata con l'intento di creare un ponte di informazione permanente tra l'Azienda e gli utenti, che oggi hanno a disposizione un ulteriore strumento per acquisire informazioni su servizi, prestazioni sanitarie e socio-sanitarie, iniziative relativamente a tutto il territorio regionale.

All'interno della rivista *ATSSinforma* sono presenti sia notizie di carattere locali sia specifici focus dedicati alle Aree Socio Sanitarie Locali. I contenuti sono curati dagli addetti stampa aziendali.

Nel corso del 2018 sono state pubblicate tre edizioni della rivista [Aprile, Giugno e Ottobre] nelle quali sono stati ospitati alcuni approfondimenti sulle altre Aziende Sanitarie che operano nel territorio regionale. La rivista continuerà a rappresentare l'informazione aziendale su canali digitali.

5. Informazione sui canali *Social*

Dall'aprile 2018 l'ATS Sardegna ha fatto il suo esordio su *Twitter* con l'account ufficiale *@ATS_Sardegna*. L'iniziativa è nata con l'intento di:

- veicolare al meglio le informazioni rivolte agli utenti e ai pazienti per aumentare il livello di trasparenza e dialogo;
- pubblicizzare le numerose iniziative che si svolgono nelle otto Aree Socio Sanitarie Locali e in tutte le Strutture aziendali;
- informare maggiormente la popolazione sui servizi resi dall'Azienda e far conoscere ulteriormente e promuovere le professionalità aziendali;

Uno degli obiettivi principali della comunicazione Aziendale attraverso i *Social Network* è quello di amplificare la funzione di prevenzione, promozione della salute ed educazione sanitaria propria dell'ATS, informando gli utenti sulle peculiarità e sui vantaggi in termini di salute di uno stile di vita sano.

Social Media Policy

Per una corretta gestione degli *account* ufficiali (in prospettiva ulteriori rispetto a quello *Twitter*), l'ATS ha adottato la propria *Social Media Policy*: l'apposita regolamentazione che disciplina comportamenti e contenuti all'interno dei canali *social* aziendali.

La *Social Media Policy* persegue tre obiettivi:

- Informare tutti gli operatori sulla creazione del *Social Team* aziendale ed illustrare regole e obiettivi che guidano il lavoro degli addetti all'utilizzo delle piattaforme multimediali aziendali;
- Diffondere le migliori pratiche di utilizzo dei *social network* e dei *social media*, in un'ottica di collaborazione con gli operatori che quotidianamente adoperano questi strumenti;
- Proteggere la *privacy* di utenti e pazienti.

L'ATS Sardegna utilizza i *social network* e i *social media* con finalità istituzionali e di interesse generale per informare, comunicare, ascoltare e per favorire la partecipazione, il confronto e il dialogo con gli utenti, nell'ottica della trasparenza e della condivisione.

6. Aspetti metodologici

Obiettivi e attività previsti nel Piano di Comunicazione sono singolarmente oggetto di una pianificazione specifica, che si realizzerà nel corso di tutto il prossimo anno 2019 (con proiezione di attività anche oltre, per alcuni), e che prevede, di volta in volta:

- l'analisi del contesto
- la descrizione degli obiettivi specifici
- l'individuazione del pubblico di riferimento
- la scelta delle strategie e dei contenuti
- l'individuazione delle attività e degli strumenti
- la misurazione dei risultati.

La segmentazione e l'individuazione dei *target* e la scelta ed integrazione degli strumenti di comunicazione viene sviluppata specificamente su ciascuna iniziativa di comunicazione. La programmazione delle attività terrà conto dell'ordine di priorità delle iniziative e campagne di comunicazione con cadenza stagionale o definita da celebrazioni di eventi e/o giornate internazionali / nazionali / regionali dedicate alla diffusione di temi di interesse sanitario, nonché dalla calendarizzazione di eventi aziendali di rilevanza scientifica e istituzionale.

Il monitoraggio delle attività del Piano è svolto periodicamente, anche in relazione al controllo degli obiettivi aziendali e di *budget* assegnati alle diverse Strutture coinvolte, nei casi in cui questi coincidano con obiettivi del Piano stesso. La valutazione finale, prevalentemente "di risultato", è effettuata invece sulla base della realizzazione delle attività previste per ciascun progetto e tiene conto della complessità del processo stesso di valutazione della comunicazione, degli strumenti semplici o complessi che vengono utilizzati per organizzarla, considerando la serie di problematiche e variabili che ne rendono l'analisi particolarmente articolata. Tali difficoltà sono legate, come noto, alla natura stessa della comunicazione,

“volatile”, variabile e multiforme, alla caratteristica delle politiche di comunicazione, delle risorse a disposizione, ecc.. Peraltro, non mancano i vantaggi: una obiettiva e sincera attività di valutazione permette di avere utili informazioni sull’operato aziendale in materia, in modo da trasformare in preziosi correttivi e stimoli i dati emersi, sia nell’attività di lavoro quotidiana, sia nel momento più impegnativo della pianificazione e programmazione tanto delle attività aziendali in generali, quanto in quelle relative ai piani di comunicazione.

7. Linee strategiche di sviluppo della comunicazione aziendale

L’istituzione dell’ATS e il complesso processo di riorganizzazione in atto, rendono ancor più cruciale per l’Azienda e per il sistema il ruolo della comunicazione interna ed esterna.

Comunicazione Interna

La nuova articolazione aziendale e gli importantissimi cambiamenti organizzativi, insieme all’esigenza di facilitare gli scambi comunicativi interni, rendono necessario garantire canali comunicativi univoci e una fonte informativa interna di partecipazione ed *empowerment* (come la nuova piattaforma INTRANET), capaci di realizzare la condivisione delle informazioni sulle attività aziendali e degli strumenti a supporto delle relazioni dei dipendenti con l’amministrazione e tra loro.

Rete interna dei Referenti della Comunicazione

La gestione delle attività di interesse per la comunicazione (interna / esterna), costituisce una leva strategica strettamente legata all’organizzazione.

La “Rete interna dei Referenti della Comunicazione”, che sarà attivata nel 2019, è previsto che sia composta da operatori aziendali, ciascuno con incarichi preesistenti presso la Struttura di rispettiva appartenenza, i quali, proprio per particolari attitudini e motivazione, sono coinvolti anche nella funzione di *referente della comunicazione*.

La Rete interna dei referenti della comunicazione ha dunque il compito di raccogliere le informazioni dai rispettivi settori e di garantirne il tempestivo trasferimento alla Struttura di Comunicazione pubblica aziendale / Ufficio Stampa che, previe le valutazioni ed operazioni di competenza, le trasforma in comunicazione interna ed esterna.

La Rete dei referenti garantisce inoltre il ritorno dei flussi di comunicazione dal centro (direzione aziendale/staff/dipartimenti) alla “periferia” (strutture - servizi - presidii - uffici). Questo al fine di assicurare una più capillare diffusione delle informative su temi di interesse, aggiornamento dati, procedure, percorsi, etc..

L’attivazione della Rete interna dei referenti della comunicazione costituisce anche gruppo di lavoro che, oltre alla circolazione delle informazioni, consente di conoscere meglio le aspettative e i punti di vista dei servizi / settori dell’Azienda in tema di comunicazione, con i quali è indispensabile un continuo coordinamento perché l’Azienda possa garantire informazioni più efficaci ed aggiornate.

Comunicazione esterna

La complessità organizzativa accentua l'asimmetria informativa tra struttura sanitaria ed utenti, e diventa dunque più che mai importante assicurare l'aggiornamento dell'informazione e l'equità informativa nei diversi settori e territori aziendali, con particolare attenzione per le fasce "deboli" della popolazione.

Per mezzo della rete degli URP, l'ATS intende assicurare il presidio nel territorio a garanzia delle funzioni di comunicazione secondo le previsioni di legge in materia di relazioni con il pubblico ed in coerenza con quanto stabilito dall'Atto aziendale al riguardo.

Attraverso il sito *web* istituzionale l'ATS garantisce l'informazione e la trasparenza dell'informazione su servizi e attività aziendali, l'accesso alla modulistica e ai documenti istituzionali, assicurandone il continuo aggiornamento: per il 2019 si prevede una prima fase di strutturazione della modulistica aziendale di base e di aggiornamento delle informazioni di cui al sito *web*.

Il presidio dei *media* tradizionali e digitali e l'informazione quotidiana sui servizi aziendali e sulle attività istituzionali è assicurata dagli addetti stampa dislocati sul territorio regionale.

8. Obiettivi generali annualità 2019

1. Promozione dell'immagine aziendale
2. Promozione della comunicazione interna fra le strutture aziendali e tra i dipendenti, in particolare, promozione, all'interno dell'ATS Sardegna, della cultura della relazione e del servizio all'utente
3. Garanzia e tutela dei diritti della persona utente: diritto di informazione, trasparenza, accesso agli atti e partecipazione, opportunità di accesso ai servizi, rispetto della *privacy*
4. Supporto ai programmi di promozione e prevenzione della salute previsti dal Piano Regionale di Prevenzione (PRP) 2014/2018, relativamente all'estensione al 2019, che fornisce il quadro strategico, a valenza pluriennale, delle attività di prevenzione e di promozione della salute, integrate nell'attività ordinaria in materia del Sistema Sanitario Regionale;
supporto all'implementazione di iniziative di *empowerment* negli ambiti relativi alla salute, promuovendo opportunità di informazione e conoscenza a supporto delle strategie socio-sanitarie tese alla promozione del più elevato livello di salute raggiungibile;
promozione di attività aziendali di rilievo ed innovazione e di temi aziendali di rilevanza scientifica.
5. Contributo alla politica di sviluppo e valorizzazione delle risorse umane intesa come processo sistematico di crescita ed aggiornamento delle competenze professionali
6. Sviluppo della Trasparenza e cultura della legalità
L'ATS Sardegna, al fine di programmare ed ottimizzare le scelte di comunicazione in termini di trasparenza dell'azione amministrativa, garantisce la divulgazione del Piano Triennale di Prevenzione della Corruzione e di Trasparenza 2018/2020 in ottemperanza al disposto del d. lgs. n. 33/2013, con l'obiettivo di favorire l'accesso totale alle informazioni concernenti l'organizzazione e l'attività

aziendale e concorrendo alla realizzazione di un'amministrazione aperta, al servizio dell'utente, in una posizione di ascolto e interazione con l'utenza sia interna che esterna

7. Promozione e realizzazione di accordi e convenzioni con enti e istituzioni, con associazioni di volontariato, per la realizzazione di sinergie a supporto delle attività di comunicazione e di informazione verso i cittadini; per sponsorizzazioni e raccolta fondi a fini di utilità sociale e socio-sanitaria; per il sostegno promozionale delle attività aziendali in contesti educativi, sportivi e culturali pubblici
8. Collaborazione stretta e continua tra Ufficio Stampa (addetti stampa) e Uffici Relazioni con il Pubblico.

9. Azioni e Attività di comunicazione

Promozione dell'immagine aziendale

- Studio e realizzazione del progetto di immagine coordinata dell'ATS Sardegna
- Partecipazione a eventi di interesse per la promozione della conoscenza della *mission* aziendale e del processo di adeguamento istituzionale e organizzativo
- Concessione di patrocinio gratuito a iniziative che si integrino con le attività e gli obiettivi aziendali ed a eventi di rilevanza scientifica
- Promozione di partenariati con aziende ed enti del sistema sanitario regionale (nonché del SSN) per attività di comunicazione sanitaria

Comunicazione Interna

- Implementazione della nuova piattaforma INTRANET aziendale
- Diffusione conoscenza interna della detta piattaforma e del Regolamento
- Promozione della pubblicazione su INTRANET di dati ed articoli su temi di interesse tecnico, operativo, scientifico, prodotti da Strutture / operatori aziendali
- Istituzione della Rete interna dei Referenti della comunicazione
- Iniziative interne di condivisione dei temi relativi alla umanizzazione delle relazioni e delle cure
- Iniziative di comunicazione interna dedicate alla conoscenza della nuova organizzazione, di nuovi servizi, iniziative, progetti aziendali
- Creazione di una *newsletter* per rinforzare la comunicazione interna
- Diffusione conoscenza della Social Media Policy aziendale

Comunicazione, tutela e informazione dell'utenza

- Realizzazione della Rete URP aziendale
- Diffusione e conoscenza delle funzioni di garanzia e tutela tra gli operatori aziendali
- Sviluppo e gestione del sito *web* istituzionale
- Programma di attività per la strutturazione e per la successiva redazione della Carta dei servizi aziendale

- Gestione canale *Twitter* ATS Sardegna
- Gestione delle notizie attraverso il sito *web* aziendale e la piattaforma INTRANET
- Redazione e pubblicazione della Rivista *Ats Informa*
- Interviste e video, in collaborazione con operatori aziendali, su temi di interesse, per la pubblicazione *online* (INTERNET, INTRANET, *ATS Informa*, uscite stampa, *social*, ecc.)
- Redazione del Piano di Comunicazione *Social* per il programma di creazione di ulteriori *account* ufficiali ATS Sardegna
- Supporto alle iniziative di comunicazione definite dalle strategie regionali in materia sanitaria e socio-sanitaria, in collaborazione con la Struttura di comunicazione istituzionale regionale, con Assessorati competenti e con le Strutture aziendali coinvolte
- Gestione di eventi ad iniziative di comunicazione proposti da Strutture aziendali, di interesse tecnico, operativo, scientifico ed istituzionale.

Contributo alla politica di sviluppo e valorizzazione delle risorse umane

Supporto alla programmazione di azioni formative mirate alla formazione di competenze ed aggiornamento nelle materie oggetto delle iniziative di comunicazione (innovazione dei servizi e delle procedure).

Supporto ai programmi di promozione e prevenzione della salute - *Empowerment*

- Sviluppo di iniziative di comunicazione a supporto dei programmi di attività di promozione e prevenzione previsti dal PRP 2014/18 (estensione 2019), gestito dai Dipartimenti di Prevenzione
- Campagne di informazione su temi di rilevanza sanitaria e socio-sanitaria e di promozione di attività aziendali di rilievo; Campagna straordinaria di comunicazione regionale sulle vaccinazioni; Campagna stagionale per la vaccinazione antinfluenzale; Campagna annuale per la promozione dell'allattamento al seno.

Sviluppo della Trasparenza e cultura della Legalità

- Supporto al programma di comunicazione di cui alla sezione *web* "Amministrazione Trasparente"
- Supporto alla redazione del piano di comunicazione del Piano Triennale Prevenzione della Corruzione e per la Trasparenza 2018/2020.

Promozione e realizzazione di accordi e convenzioni con enti e istituzioni

Convenzione con Accademia delle Belle Arti di Sassari

L'ATS Sardegna ha siglato una convenzione di collaborazione con l'Accademia di Belle Arti "Mario Sironi" di Sassari. Il protocollo, di durata biennale, ha tra i suoi obiettivi l'implementazione dei canali di comunicazione adottati dall'Azienda per la Tutela della Salute, la formazione degli studenti attraverso specifici progetti formativi nell'informazione e nell'educazione sanitaria, nonché la valorizzazione estetica delle strutture sanitarie.

Tra le attività indicate nella convenzione spicca *L'Arte che cura*, un'iniziativa pensata per consentire agli studenti di decorare alcuni plessi o reparti delle strutture sanitarie dell'ATS Sardegna secondo un percorso

condiviso. Questa iniziativa offre la possibilità ai ragazzi di esprimere la propria creatività artistica su un tema specifico e all'Azienda per la Tutela della Salute di intervenire sul valore estetico, tenendo conto delle esigenze dell'utenza, specialmente di quella infantile e più fragile. Per il 2019 si prevede l'attivazione delle prime azioni al riguardo nel territorio regionale.

Le altre iniziative prevedono una forte collaborazione sulle attività di comunicazione adottate dall'ATS Sardegna nel corso del 2019: supporto grafico per la rivista *ATSInforma*; grafica, animazioni, video e fotografie per le campagne di comunicazione; organizzazione di laboratori artistici all'interno di diversi Dipartimenti; collaborazioni nelle attività inerenti alla gestione dei profili *social* dell'ATS Sardegna.

Convenzione con la Società Polisportiva Dinamo Basket - 2018/2020

L'ATS Sardegna, nell'ottica di massimizzare il risultato e la diffusione delle proprie azioni di comunicazione, ha siglato una convenzione triennale di supporto partecipativo con la Società Polisportiva Dinamo. L'accordo prevede una collaborazione reciproca per la realizzazione di eventi e campagne di comunicazione con finalità istituzionali e sanitarie.

Le azioni di comunicazioni condivise saranno divulgate attraverso quattro differenti modalità: banchetti informativi predisposti all'ingresso del PalaSerradimigni; spot pubblicitari su Dinamo Tv; partecipazione di uno o più giocatori della Polisportiva Dinamo in qualità di testimonial; divulgazione dei contenuti delle azioni di comunicazione di ATS attraverso il *magazine* ufficiale della Dinamo o gli *account social*.

Grazie a questa convenzione l'ATS Sardegna mira ad incrementare il proprio *target* di riferimento coinvolgendo una platea di pubblico più vasta. Oltre ai tifosi che partecipano alle partite della Polisportiva Dinamo presso la struttura sportiva PalaSerradimigni, gli *account* ufficiali della società sono in costante crescita e vantano una *fan base* composta attualmente da circa 150mila utenti.

La DINAMO è impegnata a collaborare con la ATS e con l'AREUS per la realizzazione di eventi e campagne informativi e comunicativi per finalità istituzionali, che saranno organizzate dalle suddette Aziende Sanitarie, nel periodo di validità dell'accordo, e nel 2019 si prevede l'attivazione di diverse collaborazioni tra quelle sotto specificate nella pianificazione di cui all'accordo stesso.

n	oggetto collaborazione	n. minimo eventi per ogni anno	n. massimo eventi per ogni anno (*)	note
1	banchetti informativi punti di accesso "Palaserradimigni"	1 evento / anno	2 eventi / anno	il numero minimo eventi previsti per ciascun anno di validità dell'accordo è legato sia a programmi attività informativa / comunicativa istituzionale, sia a coordinamento con disponibilità Dinamo
2	spot pubblicitario (10, 15, 30") su Dinamo TV	2 spot / anno	4 spot / anno	
3	singolo giocatore testimonial, presenza, fotografie e video per singola campagna	2 campagne / anno	6 campagne / anno	
4	rappresentanza atleti (4/5) testimonial fotografie e video per	2 campagne /	5 campagne /	

	singola campagna	anno	anno	in base calendario eventi sportivi
5	squadra completa testimonial, presenza, fotografie e video per singola campagna	2 campagne / anno	4 campagne / anno	

Collaborazione e coordinamento tra Ufficio stampa e Uffici Relazioni con il Pubblico

Per accrescere l'efficacia della comunicazione ed il livello della trasparenza è fondamentale la forte collaborazione continua tra l'Ufficio Stampa e gli Uffici Relazioni con il Pubblico (URP) che operano sia a livello centrale, sia nelle otto Aree Socio Sanitarie Locali.

Questa sinergia è essenziale per poter offrire agli utenti

- risposte puntuali e tempestive sull'accesso ai servizi sanitari e socio-sanitari, che possano essere rese sia sui *Social Network*, qualora la richiesta di informazioni non coinvolga lo stato di salute del paziente e non violi alcuna norma in materia di *privacy* e di tutela dei dati personali;
- (in forma privata) la presa in carico della segnalazione/istanza ed il corretto e puntuale riscontro.

Nel corso del 2019, con l'approvazione della riorganizzazione della rete degli URP in ambito aziendale, saranno implementate tali collaborazione e coordinamento in piena sinergia.