

## **ATTI DEL DIRETTORE GENERALE**

### **DELIBERAZIONE N. 592 del 06/07/2022**

#### **OGGETTO:**

ADOZIONE DEL PIANO DI COMUNICAZIONE ANNO 2022-2024 E ISTITUZIONE DEL NUCLEO PERMANENTE PER LA CARTA DEI SERVIZI

PROPONENTE: UOS COMUNICAZIONE E URP

Il Dirigente Responsabile: MANNELLI IDA

Il Funzionario istruttore: IDA MANNELLI

Fascicolo n. 1 - 0 Anno 2022

Titolario 01 - 07 - 02

Immediatamente esecutiva: SI

Soggetta a privacy: NO

Pubblicazione differita: NO

Con introiti: NO

Con oneri: NO

**RICHIAMATE** le seguenti fonti normative:

- Legge n.150 del 07/06/2000 e s.m.i., che disciplina le attività di informazione e comunicazione delle pubbliche amministrazioni, in attuazione dei principi che regolano la trasparenza e l'efficacia dell'azione amministrativa;
- Direttiva del Ministro della Funzione Pubblica del 7 febbraio 2002: "Attività di Comunicazione delle pubbliche amministrazioni";
- Legge Regionale 11 agosto 2015 n. 23: "Evoluzione del Sistema socio sanitario lombardo: modifiche al Titolo I e al Titolo II della legge regionale 30 dicembre 2009, n. 33";

**VISTA** la necessità di predisporre un documento di programmazione per il triennio 2022-2024 che indichi gli obiettivi strategici aziendali di comunicazione, gli eventi e le campagne;

**RAVVISATA** la necessità inoltre di istituire il Nucleo Permanente per la Carta dei Servizi come indicato nelle normative nazionali, regionali e nelle "Linee Guida per l'attuazione e l'aggiornamento della Carta dei Servizi Sanitari";

**ATTESO** che il Piano di Comunicazione si configura come strumento ideale attraverso il quale declinare le iniziative di comunicazione rispondenti alle priorità definite dalle indicazioni delle regole regionali ed in coerenza con le strategie, gli obiettivi aziendali;

**RITENUTO** opportuno di adottare per il triennio 2022-2024 il Piano di Comunicazione aziendale che descriva le attività ed i progetti di comunicazione interna ed esterna allegato alla presente deliberazione quale parte integrante, nel testo predisposto dall'Ufficio Comunicazione;

**RITENUTO**, pertanto, di costituire il Nucleo Permanente per la Carta dei Servizi individuando i seguenti componenti:

- Responsabile URP e Comunicazione;
- Staff Direzione Socio Sanitaria;
- Referente DAPSS;
- Direzioni Mediche di Presidio;
- Referente Sistemi Informativi;

**VISTO** che l'attuazione del Piano di Comunicazione è redatto in un contesto in continua evoluzione e che pertanto il documento deve intendersi quale strumento soggetto ad aggiornamenti e modifiche in coerenza con le eventuali variazioni ed integrazioni individuate dalla programmazione regionale ed aziendale che si potranno delineare nel corso del triennio;

**SU PROPOSTA** del Responsabile della U.O.S. proponente il quale attesta la legittimità e regolarità tecnico/amministrativa del presente provvedimento, come riportato nel parere tecnico, conservato agli atti;

**ATTESO** che la Struttura proponente ha acquisito dalla U.O.C. Bilancio e Risorse Finanziarie l'attestazione che il presente provvedimento non comporta né oneri né introiti, come riportato nel parere contabile, allegato al presente provvedimento;

## IL DIRETTORE GENERALE

**PRESO ATTO** del parere favorevole espresso, per quanto di rispettiva competenza, dal Direttore Amministrativo, dal Direttore Sanitario e dal Direttore Sociosanitario, conservati agli atti;

**- d e l i b e r a -**

per le motivazioni esposte in premessa:

- di approvare ed adottare il Piano di Comunicazione anno 2022-2024, allegato alla presente quale parte in-

tegrante;

- di costituire il Nucleo Permanente per la Carta dei Servizi individuando i seguenti componenti:
  - Responsabile URP e Comunicazione;
  - Staff Direzione Socio Sanitaria;
  - Referente DAPSS;
  - Direzioni Mediche di Presidio;
  - Referente Sistemi Informativi;
- di dare atto che il presente provvedimento non comporta né oneri né introiti come riportato nel parere contabile, allegato al presente provvedimento;
- di conferire mandato ai Responsabili del Procedimento per tutti i necessari, successivi, incumbenti all'esecuzione del presente provvedimento;
- di dare atto che il provvedimento è immediatamente esecutivo ai sensi dell'art. 17, comma 6, della legge regionale 30 dicembre 2009, n. 33 e ss. mm. e ii.;
- di disporre la pubblicazione del presente provvedimento all'Albo Pretorio on-line aziendale, ai sensi dell'art. 17, comma 6, della legge regionale 30 dicembre 2009, n. 33 e ss. mm. e ii.;
- di trasmettere il provvedimento al Collegio Sindacale.

IL DIRETTORE GENERALE  
dott.ssa Elisabetta Fabbrini

**Proposta n° 608 del 30/06/2022**

**OGGETTO: ADOZIONE DEL PIANO DI COMUNICAZIONE ANNO 2022-2024 E ISTITUZIONE DEL NUCLEO PERMANENTE PER LA CARTA DEI SERVIZI**

**Parere Contabile**

**Parere:** Favorevole

**Data:** 04/07/2022

**Note:**

**Direttore U.O.C. Bilancio e Risorse Finanziarie**  
Dott.ssa Domenica Luppino

---

| Mastro | Conto | Descrizione | Sez. | Importo | Anno | Da | A |
|--------|-------|-------------|------|---------|------|----|---|
|        |       |             |      |         |      |    |   |
|        |       |             |      |         |      |    |   |

## **RELATA DI PUBBLICAZIONE**

DELIBERAZIONE N. 592 / 2022 DEL 06/07/2022

OGGETTO: ADOZIONE DEL PIANO DI COMUNICAZIONE ANNO 2022-2024 E ISTITUZIONE DEL NUCLEO PERMANENTE PER LA CARTA DEI SERVIZI

La presente deliberazione è pubblicata all'Albo Pretorio sul sito aziendale, come previsto dalle norme vigenti, dal giorno 06/07/2022 al giorno 24/07/2022.

# PIANO DI COMUNICAZIONE 2022-2024

*A cura di*

*Comunicazione, Relazioni Esterne e URP*

Sistema Socio Sanitario



Regione  
Lombardia

ASST Nord Milano

## INDICE

### 1. PREMESSA

### 2. CONTESTO

### 3. OBIETTIVI E SFIDE

3.1 Comunicazione esterna

3.2 Comunicazione interna

### 4. AZIONI E STRUMENTI

#### *Comunicazione Web*

4.1 Sito web [www.asst-nordmilano.it](http://www.asst-nordmilano.it) e Intranet aziendale

4.2 Social network

#### *News e Media*

4.3 Rapporti con i media

4.4 Rassegna Stampa

#### *Pubblicazioni e Modulistica*

4.5 Carta dei servizi e Guide ai Servizi

### 5. EVENTI

### 6. URP – UFFICIO RELAZIONI CON IL PUBBLICO

## **1. PREMESSA**

Il piano contiene le principali iniziative e proposte in tema di comunicazione ed eventi a supporto delle politiche e delle strategie della Direzione Strategica di ASST Nord Milano e fa costante riferimento alle indicazioni in materia della Direzione Generale Welfare – Comunicazione.

## **2. CONTESTO**

Il bacino di utenza dell'ASST Nord Milano è riconducibile alla popolazione residente nei 6 Comuni a Nord di Milano (Cinisello Balsamo, Cologno, Cormano, Bresso, Cusano, Sesto San Giovanni) densamente popolati per un totale di circa 270.000 abitanti.

In questo territorio l'incidenza degli over65 è del 25,2% ponendosi ad un livello superiore rispetto alla media regionale (23%).

L'indice di vecchiaia è più elevato rispetto a quello medio di ATS Città metropolitana Milano (188 anziani residenti per 100 bambini nel territorio di ASST Nord Milano rispetto a 169 a livello regionale) e l'incidenza di pazienti cronici si attesta al 36% di cui il 50% con due o più patologie croniche.

L'ASST Nord Milano è attualmente costituita da due presidi ospedalieri (Presidio Ospedaliero Edoardo Bassini di Cinisello Balsamo e Presidio Ospedaliero della Città di Sesto San Giovanni) e dalle sedi dei servizi socio-sanitari territoriali nel territorio a Nord di Milano; oltre alla rete dei Poliambulatori territoriali dislocati in tutta l'area metropolitana di Milano e alla Casa di Comunità Rugabella.

Nel prossimo triennio, alcune delle sedi saranno oggetto di trasformazione in Case di Comunità/Ospedali di Comunità come da indicazioni della DGR n.6080 del 7 marzo 2022. Per l'ASST Nord Milano sono coinvolte le strutture/terreni ubicati nei 6 Comuni a Nord di Milano e 11 dei poliambulatori ubicati nella città di Milano che contestualmente saranno trasferiti alle ASST territorialmente competenti come da indicazioni della DGR n. 6080 del 7 marzo 2022.

### **3. OBIETTIVI E SFIDE**

Il piano di comunicazione è concretamente correlato agli obiettivi strategici della programmazione e dell'organizzazione aziendale.

I principali obiettivi della comunicazione riguardano:

- lo sviluppo e implementazione di una strategia di comunicazione coerente, costante, coordinata e integrata;
- la gestione chiara, trasparente e tempestiva della comunicazione esterna, in particolare con gli organi di informazione e gli interlocutori istituzionali;
- il mantenimento e l'implementazione di un sistema continuo di flussi/processi di comunicazione interna ed esterna sia per migliorare la qualità dei servizi e l'efficienza organizzativa, sia per un pieno coinvolgimento degli operatori nel cambiamento.

Si riportano di seguito gli obiettivi della comunicazione aziendale in riferimento all'articolazione fra comunicazione interna ed esterna.

#### **3.1 Comunicazione esterna**

Viene usata per dialogare direttamente con gli interlocutori esterni all'organizzazione, istituzionali e non. Contribuisce a costruire l'immagine e la reputazione dell'azienda, la conoscenza dei servizi erogati e costituisce un canale permanente di ascolto e verifica del livello di soddisfazione dei cittadini. Oltre agli usuali canali di comunicazione, come quotidiani, radio e televisione, sito internet, diventa ora imprescindibile essere presenti sui principali social network, frequentati assiduamente da molta parte dei cittadini.

Tra i principali obiettivi della comunicazione esterna:

- contribuire al superamento delle barriere di informazione e accesso dei cittadini al servizio sanitario, promuovendo la garanzia del diritto alla salute e veicolando messaggi che, pur con contenuti tecnici, siano accessibili e comprensibili;
- promuovere una corretta e diffusa informazione circa le modalità di utilizzo dei servizi aziendali;
- assicurare un'informazione immediata, costante e aggiornata circa le novità organizzative,

normative e logistiche inerenti i servizi erogati;

- accompagnare il cambiamento nell'offerta dei servizi;
- potenziare l'ascolto e la partecipazione degli utenti, singoli o associati;
- promuovere l'immagine aziendale.

### **3.2 Comunicazione interna**

Gli obiettivi di comunicazione interna puntano a formare, informare, favorire la flessibilità e la disponibilità al cambiamento dei dipendenti, per accelerare lo sviluppo dei processi, permettere di gestire percorsi legati ai cambiamenti organizzativi e sviluppare una cultura aziendale comune. In particolare:

- Sviluppare la cultura del servizio orientato all'utenza;
- Aumentare la motivazione e il coinvolgimento del personale, facilitare la comunicazione orizzontale per favorire il clima di gruppo e creare senso di appartenenza all'Azienda;
- diffondere la cultura dell'appartenenza e della condivisione degli obiettivi aziendali;
- Promuovere iniziative che favoriscano la conoscenza dell'organizzazione, i suoi servizi e le strategie al pubblico interno.

## **4. AZIONI E STRUMENTI**

### ***Comunicazione Web***

#### **4.1 Sito web [www.asst-nordmilano.it](http://www.asst-nordmilano.it) e Intranet aziendale**

Sul sito internet vengono invece pubblicate notizie di rilevanza generale rivolte prevalentemente all'esterno; le proposte di pubblicazione vanno inoltrate allo Staff che ne valuta l'appropriatezza.

Per quanto riguarda la comunicazione web l'obiettivo è creare un portale, un punto di accesso all'ASST NORD MILANO e al mondo della salute che sia dinamico e in continua evoluzione per valorizzare l'immagine aziendale in coerenza con le parole chiave della sua mission: trattamenti clinico assistenziali appropriati, accoglienza e presa in carico, specialistica ambulatoriale, integrazione, innovazione, formazione, valorizzazione dei professionisti, condivisione obiettivi.

A tal fine non è sufficiente un sito vetrina o una intranet pensata come mero contenitore di documenti, ma è necessario curare:

1. **I contenuti** > massima facilità d'uso e pubblicazione in tempo reale di qualsiasi tipo di informazione e documento tramite un CMS intuitivo, veloce, completo, pensato per il web e usabile da mobile.
2. **Il posizionamento** > il portale deve essere basato su un CMS che consenta l'ottimizzazione in una logica SEO Search Engine Optimization e la pianificazione di una campagna di posizionamento strategico sui principali motori di ricerca al fine di valorizzare e promuovere il portale e quindi l'azienda e i professionisti.
3. **L'identità aziendale** > deve emergere già dall'home page un'Azienda presente a Milano e Nord Milano, competente/appassionata/accolgente/dinamica-tecnologica/in evoluzione.
4. **Mobile** > l'immagine di un'azienda aperta, accessibile e capillare sul territorio non può prescindere da una agevole navigazione mobile soprattutto per quanto riguarda le informazioni relative alle attività ambulatoriali, ai professionisti, ai contatti.

Il nuovo portale deve:

1. avere un nuovo punto di osservazione: quello del navigatore (paziente-professionista-studente-media-dipendente). presentare i contenuti cercati dal navigatore e per i quali si vuole essere trovati;
2. essere uno strumento di web marketing per aumentare la produttività soprattutto su precisi target obiettivo che possono mutare nel tempo;
3. essere metafora della marca ASST NORD MILANO, non delle singole identità.

## 4.2 Social Network

Per una PA essere presente sui principali Social Network significa affrontare un grande cambiamento culturale, che coinvolge non soltanto le modalità di erogazione dei servizi e delle informazioni, ma anche e principalmente le modalità di relazione con il cittadino. Ciò implica apertura, capacità di ascolto e di dialogo, orientamento all'interazione, disponibilità al cambiamento.

La pianificazione degli argomenti è fondamentale per garantire un flusso informativo costante e coerente con le iniziative aziendali.

Da fine 2021 l'ASST ha una pagina Facebook e nel corso del 2022 verrà attivata una pagina Instagram.

Come è noto, Facebook è il più popolare ed utilizzato, tra i social network, ed è quello dedicato a un pubblico generalista, un target qualitativamente e quantitativamente di massa. Offre l'opportunità di conversazioni utili per comprendere bisogni e criticità, ed è deputato alla diffusione di awareness, attraverso la condivisione di temi importanti, potenzialmente da parte degli

utenti stessi e di costruire community e network di contatti (personale interno, associazioni di volontariato, terzo settore, media, stakeholders) con cui stabilire degli impegni sul piano civile e culturale nonché instaurare se è il caso relazioni dirette e personalizzate.

Nel divulgare informazioni attraverso questo canale si pone l'attenzione a:

- rendere il linguaggio più empatico e diretto;
- ricordare che ci si riferisce a persone tendenzialmente non competenti, in senso stretto, su temi sanitari e scientifici e che molto probabilmente stanno vivendo un momento di fragilità ed incertezza;
- privilegiare il contenuto visuale nella presentazione iniziale del post ed utilizzare, prevalentemente grafiche, immagini ad hoc e video;
- incentivare costantemente e in forma esplicita il feedback con il like, il commento e la condivisione, attraverso le CTA (Call to Action) o chiamata all'azione, allo scopo di rendere il più diffusivo possibile il contenuto e alzare l'indice di affinità tra L'Azienda e i suoi utenti.

## ***News e media***

### **4.3 Rapporti Con I Media**

L'Ufficio Stampa segue per conto della Direzione generale la gestione dei rapporti con i giornalisti con invio di inviti stampa, comunicati o eventuali precisazioni o repliche, anche in collaborazione con gli addetti stampa di Regione o dei Comuni del Nord Milano.

### **4.4 Rassegna Stampa**

La rassegna stampa è lo strumento che consente il costante monitoraggio della stampa, del web e dei social. Viene inviata tramite alert email alla Direzione Strategica e messa a disposizione di tutti i professionisti sulla intranet.

## ***Pubblicazioni e Modulistica***

### **4.5 Carta dei Servizi e Guide ai Servizi**

La Carta dei Servizi si propone quale obiettivo primario quello di facilitare e rendere chiaro il percorso di salute di ogni paziente all'interno della ASST e di migliorare il rapporto tra l'Azienda e la cittadinanza. Essa rappresenta un concreto ausilio di accoglienza e di relazione diretta coi pazienti/cittadini. E' disponibile presso l'Ufficio Relazioni con il Pubblico e consultabile on line.

La Carta dei Servizi è oggetto di periodico aggiornamento ad opera del Nucleo Permanente multidisciplinare composto da:

- Responsabile URP e Comunicazione;
- Staff Direzione SocioSanitaria;
- Referente DAPSS;
- Direzioni Mediche;
- Referente Sistemi Informativi Aziendali.

Oltre alla Carta dei Servizi vengono redatte e distribuite Guide ai Servizi relative a specifici ambiti di attività.

## **5. EVENTI**

Come da prassi consolidata, le inaugurazioni e gli eventi aziendali, concordati con la Direzione Generale, vengono gestiti dallo Staff Comunicazione, che ne cura gli aspetti organizzativi e di comunicazione.

L'organizzazione di appuntamenti di carattere istituzionale o celebrativo è in capo allo Staff Comunicazione che cura gli aspetti logistico-organizzativi, di coinvolgimento di altri enti, di ospitalità, di informazione alla cittadinanza con scelte che interessano i contenuti e la grafica.

Vengono, inoltre, organizzati eventi a contenuto sanitario di promozione e prevenzione a carattere locale, regionale e nazionale (Bollini Rosa, giornate nazionali per la prevenzione ecc.).

## **6. URP – UFFICIO RELAZIONI CON IL PUBBLICO**

L'Ufficio Relazioni con il pubblico (URP) risponde alla duplice esigenza di garantire la trasparenza amministrativa e la qualità dei servizi e di fornire uno strumento organizzativo adeguato alle esigenze di attuazione delle funzioni di comunicazione istituzionale e contatto con i cittadini.

La legge n. 150 del 07 giugno 2000, nel riaffermare i principi generali espressi con il d.lgs. n. 29/93, assegna all'URP le seguenti funzioni:

- garantire l'esercizio dei diritti di informazione, di accesso agli atti e di partecipazione;
- agevolare l'utilizzazione dei servizi offerti ai cittadini, anche attraverso l'informazione sulle disposizioni normative e amministrative, e sulle strutture e sui compiti dell'amministrazione;
- promuovere l'adozione di sistemi di interconnessione telematica, coordinare le reti civiche, promuovere e gestire quindi la Comunicazione istituzionale on line;
- promuovere l'ascolto dei cittadini e i processi di verifica della qualità dei servizi e di gradimento degli utenti;

- garantire lo scambio di informazioni fra l'ufficio e le altre strutture operanti nell'amministrazione, promuovendo e organizzando la comunicazione interna;
- promuovere la comunicazione inter-istituzionale, attraverso lo scambio e la collaborazione tra gli uffici per le relazioni con il pubblico delle altre amministrazioni.

L'URP è il riferimento anche per la presentazione dei reclami di segnalazioni (reclami e encomi) da parte dei cittadini rispetto a servizi offerti e alle modalità di accesso e di relazione. Ogni segnalazione viene gestita con apposita istruttoria con l'obiettivo di fornire una risposta al cittadino ma anche e soprattutto proporre e attuare azioni di miglioramento di processi e percorsi aziendali.