Piano di COMUNICAZIONE dell'A.S.P. Golgi-Redaelli

Revisione	data	Redatto	Approvato
REV 0	Giugno 2024	Dott.ssa Rosaria Tufariello UOC Comunicazione, URP eMarketing	Determinazione del D.G. n° 159 del 19.06.2024

Sommario

1. Premessa 2

2. Analisi dello scenario 3

2.1. Il territorio dell'ASP Golgi-Redaelli 3

2.2 L'UOC Comunicazione, URP e Marketing 3

2.3 Gli Stakeholders 4

3. Piano di Comunicazione 5

3.1. Obiettivi e finalità 5

3.2. Comunicazione interna 6

3.2.1 Gli strumenti

- *Rete Intranet* 6
- *Posta elettronica* 6
- *'ComuniCARE' - Periodico di informazione aziendale* 7
- *Rassegna stampa* 7
- *Bacheche aziendali* 7
- *Cassette per la raccolta di suggerimenti* 7
- *Poster e pannelli informativi* 7

3.3. Comunicazione esterna 8

3.3.1 Gli strumenti

Comunicazione online

- *Sito web aziendale* 8
- *Social Media* 9

Comunicazione offline

- *Carta dei Servizi – Brochure informative* 10
- *Pannelli pubblicitari* 10
- *Newsletter 'Da Noi a Voi l'ASP Golgi-Redaelli informa"'* 11
- *Rapporti con i media* 11
- *Eventi aziendali e giornate a tema* 11

4. Disposizioni finali 11

1. PREMESSA

La comunicazione interna, esterna, organizzativa e istituzionale riveste un ruolo strategico nell'ambito della gestione aziendale soprattutto in un'era, come l'attuale, caratterizzata da rapidi cambiamenti, in cui la tecnologia e l'informazione svolgono un ruolo centrale.

Le attività di informazione e comunicazione svolte dall'Azienda di Servizi alla Persona Golgi-Redaelli sono ricomprese in modo coordinato ed integrato nel "*Piano di Comunicazione",* uno strumento che consente all'Azienda di coniugare i propri obiettivi, le strategie, le azioni e gli strumenti di comunicazione secondo un disegno organico e razionale.

La principale finalità del Piano di Comunicazione è pertanto quella di attivare una rete integrata, partecipata e unitaria di canali di comunicazione per agevolare la circolazione di informazioni indirizzate al pubblico esterno e interno dell'ASP Golgi-Redaelli.

Questi gli obiettivi che si intendono realizzare:

- assicurare la corretta circolazione delle informazioni sul territorio di riferimento dell'azienda, affinché gli utenti, i familiari e i caregivers degli Ospiti/Pazienti e gli stakeholders istituzionali possano sempre più esercitare il diritto della libera scelta ed interagire con il fine del miglioramento continuo della capacità aziendale di riconoscere e rispondere ai bisogni;

- assicurare la corretta circolazione delle informazioni all'interno dell'Azienda, affinché il personale partecipi e cooperi con la consapevolezza di essere attore principale dell'azione aziendale;

- garantire il controllo dell'organicità delle attività comunicative verso l'esterno attraverso una comunicazione interna puntuale, aggiornata ai disposti regionali ed aziendali, al fine di rispondere con appropriatezza ed esaustività alle esigenze/richieste dei cittadini utenti e dei familiari.

L'attività di comunicazione istituzionale sarà pertanto orientata a:

- ampliare l'offerta informativa, implementando la presenza aziendale sui social media;
- aumentare la qualità delle informazioni, aggiornando e migliorando i contenuti del sito istituzionale;
- potenziare l'attività di ascolto, attraverso il monitoraggio costante di tutte le forme di informazione e comunicazione, adeguando la propria azione ai risultati ottenuti, mediante specifiche azioni correttive.

Negli articoli che seguono, vengono descritti, con grado via via più dettagliato il contesto, le strategie, gli obiettivi, i destinatari e gli strumenti della comunicazione in azienda.

2. ANALISI DELLO SCENARIO

L'ASP Golgi-Redaelli orienta la programmazione e le strategie organizzative e gestionali alla valorizzazione della centralità del cittadino utente, inteso non solo come destinatario naturale delle prestazioni, ma come interlocutore privilegiato, garantendone l'ascolto e la proposta.
L'Azienda si propone altresì come interlocutore delle istituzioni che operano al servizio della collettività e si impegna ad attuare le funzioni attribuite alla sua competenza con il coinvolgimento delle varie articolazioni del sistema aziendale.

2.1 IL TERRITORIO DELL'ASP GOLGI-REDAELLI

L'ASP Golgi-Redaelli – con sedi operative a Milano, Vimodrone ed Abbiategrasso – mira a soddisfare i bisogni di salute riferibili prevalentemente alla popolazione anziana residente nel territorio del Comune di Milano e della relativa Provincia e in via residuale di tutta la Regione Lombardia.

Negli ambiti di intervento sanitario e di protezione sociale gestisce servizi di tipo residenziale, semiresidenziale, ambulatoriale e territoriale; in ambito riabilitativo eroga, invece, prestazioni diversificate, sia residenziali che diurne, anche attraverso percorsi assistenziali ad elevata integrazione assistenziale; nei medesimi ambiti svolge, altresì, attività di prevenzione, studio e ricerca, anche di carattere epidemiologico, clinico e sociale.

2.2 L'UOC COMUNICAZIONE, URP E MARKETING

L'UOC *"Comunicazione, Urp e Marketing"*, in staff alla Direzione Generale, come disposto dal Piano Organizzativo Aziendale e dal Funzionigramma acquisiti in atti, assicura le attività connesse ai processi di comunicazione interna ed esterna e le iniziative correlate alla promozione e allo sviluppo dell'immagine aziendale, partecipa alla messa a punto delle strategie innovative per lo sviluppo della comunicazione istituzionale, e costituisce punto di raccolta dei dati provenienti da ogni Struttura aziendale nonché di altro materiale, anche esterno, meritevole di diffusione.

Sono attribuite alla struttura le seguenti principali competenze:

- Cura dei rapporti con i principali organi di stampa e di comunicazione, compresi i social media.
- Elaborazione e coordinamento del piano d'azione per la promozione dell'immagine aziendale interna ed esterna.
- Predisposizione e aggiornamento della Carta dei Servizi Aziendali.
- Aggiornamento del sito internet aziendale.
- Promozione e pubblicizzazione di iniziative di educazione sanitaria.
- Promozione di iniziative di pubblicizzazione dei servizi erogati dall'Ente quali 'Giornate di ASP aperta'.
- Promozione e organizzazione di eventi aziendali a carattere scientifico, curandone la comunicazione e la gestione.

- Progettazione e attuazione di campagne di marketing per la promozione e pubblicizzazione di servizi sanitari e sociosanitari erogati presso gli Istituti, rivolti sia all'utenza potenziale che agli enti locali di riferimento territoriale, nonché ai soggetti pubblici e privati interessati.
- Promozione e realizzazione di campagne di raccolta fondi.
- Promozione e gestione delle relazioni con cittadini, associazioni enti e istituzioni locali, associazioni di consumatori, di volontariato e del terzo settore.

L'Ufficio Relazioni con il Pubblico (U.R.P.)

All'interno della UOC Comunicazione Urp e Marketing sono collocati gli Uffici Relazioni con il Pubblico degli Istituti, di cui il Dirigente si avvale con dipendenza funzionale.

In particolare gli Uffici Relazioni con il Pubblico di ogni Istituto amministrato rappresentano un punto di riferimento per i cittadini del territorio al fine di migliorare l'accessibilità e favorire la tutela e la partecipazione.

In conformità al vigente Regolamento aziendale di Organizzazione e Contabilità (redatto ai sensi della L.R. 1/2003 e smi e del Regolamento Regionale n.11 del 04.06.2003), è assegnato all'URP, in quanto struttura strategica nei processi di comunicazione interna ed esterna, un ruolo:

- informativo mediante un'attività di informazione, consulenza, orientamento e assistenza agli utenti;
- conoscitivo mediante la rilevazione dei bisogni e delle attese da parte degli utenti;
- di mediazione tra i cittadini e l'Azienda;
- di monitoraggio, anche attraverso la rilevazione della qualità percepita dei servizi erogati;
- di archiviazione delle segnalazioni e/o dei reclami pervenuti in apposita banca dati, ai fini della redazione di reports periodici utili all'analisi dell'andamento dei servizi offerti.

2.3 GLI STAKEHOLDERS

L'individuazione di gruppi omogenei e significativi verso cui indirizzare una precisa attività di comunicazione è un passaggio necessario per tradurre gli obiettivi strategici in obiettivi operativi.

Anche se non esiste un pubblico generalista di riferimento, la comunicazione va indirizzata a diversi segmenti di pubblico e stakeholders intesi come soggetti che hanno un interesse particolare nei confronti dell'Azienda distinguendo tra area della comunicazione esterna e area della comunicazione interna.

La COMUNICAZIONE ESTERNA si indirizza prevalentemente agli ambiti istituzionali (Regione, Ats, Comuni), ai pazienti/utenti (reali e potenziali) e i loro familiari, alle varie organizzazioni di portatori di interessi (quali ad esempio gli organismi di tutela e le Associazioni di Volontariato), alle Organizzazioni Sindacali territoriali, ai media, ai fornitori aziendali.

La COMUNICAZIONE INTERNA si indirizza invece verso l'organizzazione aziendale nel suo complesso. Si rivolge a tutti i dipendenti e collaboratori senza distinzione di ruolo o livello di responsabilità organizzativa, includendo anche la RSU aziendale.

L'ASP dovrà quindi tenere conto delle esigenze di tutte queste categorie di soggetti, ricorrendo nella comunicazione all'uso di strumenti e linguaggi diversi al fine di raggiungere i molteplici pubblici di riferimento, tenendo conto delle predisposizioni e dei codici interpretativi propri di ciascun interlocutore.

3. IL PIANO DI COMUNICAZIONE

Il Piano di Comunicazione rappresenta uno strumento di governance tramite il quale l'ASP Golgi-Redaelli intende coniugare obiettivi, strategie, azioni e strumenti di comunicazione secondo un disegno organico e razionale.
Costituisce inoltre uno strumento strategico per permettere di realizzare in maniera sistematica attività di informazione, promozione ed educazione alla salute ispirate ai principi di trasparenza, imparzialità, partecipazione ed esigibilità dei diritti da parte dei cittadini.

3.1 OBIETTIVI E FINALITA'

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, esterna ed inter-istituzionale:

1. COMUNICAZIONE INTERNA: è intesa come l'insieme dei processi strategici e operativi, di creazione, ottimizzazione, scambio e condivisione di messaggi informativi e valoriali, nonché delle procedure di comunicazione utilizzate all'interno dell'Azienda. Ha la funzione di interpretare e promuovere l'identità dell'Azienda, nonché di costruire relazioni a sostegno della *mission* e degli obiettivi dell'organizzazione.

2. COMUNICAZIONE ESTERNA: è la comunicazione rivolta ai cittadini, alla collettività e ai media. Ha la funzione di promuovere la conoscenza, la consapevolezza e il corretto uso dei servizi sanitari da parte dei cittadini, nonché di informare sull'offerta sanitaria e sulle relative modalità di accesso; al contempo ha la funzione di garantire, tramite azioni di educazione, promozione e sensibilizzazione, la corretta informazione su stili di vita salutari e fattori di rischio.

3. COMUNICAZIONE INTER-ISTITUZIONALE: è riferita alle relazioni che intercorrono tra Regione Lombardia, ATS, e altri Attori Istituzionali (Enti Locali, Enti Previdenziali, etc.) o Sociali (Terzo Settore, Cooperazione sociale, Organizzazioni Sindacali territoriali, etc).

3.2 COMUNICAZIONE INTERNA

Le risorse umane costituiscono parte attiva del processo di comunicazione e, al tempo stesso, sono veicolo di divulgazione della comunicazione verso l'esterno. Per tale ragione è indispensabile affermare internamente all'Azienda la cultura della comunicazione in modo diffuso e trasversale per creare all'esterno un'identità coesa e coerente, garantendo uniformità alle azioni comunicative.

Il target della comunicazione interna si identifica nel personale che opera all'interno dell'ASP Golgi-Redaelli: il raccordo comunicativo tra i diversi servizi, strutture, unità operative centrali e periferiche, è di rilevanza strategica, nella consapevolezza che solo la conoscenza di ciò che avviene e di come avviene porta in sé il valore del miglioramento continuo della qualità della prestazione.

Tra i principali obiettivi della comunicazione interna:

- favorire la circolazione delle informazioni sulle scelte aziendali, sull'organizzazione, sugli obiettivi della Direzione;
- rispondere in modo coordinato ai bisogni informativi interni;
- assicurare le informazioni aziendali necessarie per il migliore svolgimento dei servizi;
- diffondere la cultura dell'appartenenza e della condivisione degli obiettivi aziendali.

3.2.1 Principali strumenti di comunicazione interna:

➢ RETE INTRANET

Rappresenta uno dei principali strumenti della comunicazione interna e viene gestita dal Servizio Sistemi Informativi Aziendali.
La rete intranet, alla quale tutti i dipendenti possono accedere con le proprie credenziali, contiene informazioni di interesse aziendale, e si pone come uno sportello virtuale on line per il personale dell'ASP Golgi-Redaelli, attraverso il quale vengono forniti una serie di servizi e documentazione, contribuendo a ridurre l'uso della carta stampata. E' possibile ad esempio visualizzare, scaricare e stampare, in tempo reale, le principali informazioni relative alla vita lavorativa di ogni dipendente (cedolino paga, il modello CUD, il cartellino presenza, ecc.).

Dalla home page è possibile altresì accedere al collegamento al sito esterno nonché a documentazione relativa ad aree di interesse trasversale:

- Comunicati, Avvisi, Circolari UOC Risorse Umane
- Codici di Comportamento, Regolamenti di Disciplina
- Sicurezza dei lavoratori (D.Lgs. 81/08)
- Procedure aziendali, Formazione, Certificazione di qualità

➢ POSTA ELETTRONICA

La posta elettronica (e-mail) aziendale costituisce il principale strumento aziendale per le comunicazioni interne. Attraverso di essa vengono inviate a tutti i dipendenti o a singoli gruppi selezionati le comunicazioni dei diversi servizi aziendali.

➢ 'ComuniCARE': PERIODICO DI INFORMAZIONE AZIENDALE

Perseguendo il duplice obiettivo di diffondere, da un lato la cultura dell'appartenenza aziendale e dall'altro di favorire la circolazione delle informazioni fra il personale dipendente, l'UOC Comunicazione ha messo in campo a far tempo dal 2021 un nuovo servizio informativo aziendale: la ***NewsLetter 'ComuniCARE'*** che periodicamente (di norma con periodicità trimestrale) viene inviata a una mailing list di oltre mille indirizzi, con l'obiettivo di promuovere e migliorare la conoscenza degli obiettivi, dei processi organizzativi nonché delle iniziative aziendali.
La newsletter interna è uno strumento fondamentale nella comunicazione aziendale perché è in grado di creare un filo diretto con ogni lavoratore, migliora il clima nell'organizzazione, rafforza il senso di appartenenza dei dipendenti favorendo lo scambio di esperienze e di informazioni tra i diversi settori lavorativi aziendali, dal socio-sanitario all'amministrativo, al documentalista, dall'assistenziale all'animazione, al tecnico, abbattendo le barriere e le distanze tra i comparti e gli Istituti.

➢ RASSEGNA STAMPA

La Rassegna Stampa è uno degli strumenti utili che potrebbe essere implementata al fine di porre in evidenza il clima e la percezione che gli utenti hanno nei confronti dell'Azienda. Dall'analisi sarebbe possibile valutare gli eventuali gap di comunicazione e i disservizi rilevati dagli stakeholder e dall'utenza ai quali dare sollecita risposta.

➢ BACHECHE AZIENDALI

Le bacheche aziendali sono i luoghi dove vengono affisse le comunicazioni dei vertici aziendali dirette a tutto il personale che lavora per l'ASP Golgi-Redaelli, in particolare afferenti all'UOC Gestione Risorse Umane o alla Direzione Generale.

➢ CASSETTE PER LA RACCOLTA DI SUGGERIMENTI

É presente in ogni Istituto dell'ASP Golgi-Redaelli una cassetta normalmente utilizzate per la raccolta dei questionari compilati dai dipendenti in merito alla loro soddisfazione nonché per le segnalazioni anonime di eventi avversi. I dipendenti sono invitati ad utilizzare la cassetta anche per sottoporre all'azienda, anche in forma anonima, suggerimenti, osservazioni e quant'altro possa contribuire al miglioramento nel tempo dei livelli di qualità, sicurezza dei pazienti e soprattutto di salute e sicurezza dei lavoratori.

➢ POSTER E PANNELLI INFORMATIVI

Sono in uso ulteriori strumenti di comunicazione interna attivati di volta in volta a seconda delle specifiche esigenze. Questi sono rappresentati per lo più da poster e pannelli informativi dalla tematica solitamente mirata e specifica. Tali poster e pannelli sono caratterizzati da una comunicazione rapida ed efficace su temi specifici inerenti aspetti prettamente comportamentali afferenti la pratica lavorativa quotidiana del personale. Essi riguardano in particolare: • Salute e sicurezza dei lavoratori • Progetti di welfare aziendale

3.3 COMUNICAZIONE ESTERNA

La comunicazione esterna 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.
L'ambito della comunicazione esterna è altresì rivolto all'organizzazione di convegni, seminari ed eventi destinati all'utenza su tematiche specifiche come *'open day'* dedicati a specifiche patologie o celebrazioni di giornate con offerta di eventuali prestazioni.
La tendenza degli ultimi anni, da parte delle Pubbliche Amministrazioni, è quella di favorire in maniera crescente la trasparenza e l'efficacia della comunicazione con i cittadini, migliorando l'erogazione dei propri servizi anche e soprattutto grazie all'impiego delle nuove tecnologie.

Tra i principali obiettivi della comunicazione esterna:

- diffondere la conoscenza dei cittadini sulla rete dei servizi socio sanitari offerti;
- promuovere una corretta e diffusa informazione circa le modalità di utilizzo dei servizi aziendali;
- promuovere la cultura della prevenzione delle patologie attraverso attività di educazione sanitaria;
- diffondere l'adozione dei corretti stili di vita;
- promuovere la cultura dell'appropriatezza per un efficace uso dei servizi;
- implementare l'ammodernamento dei servizi e l'uso della tecnologia.

3.3.1 Principali strumenti di comunicazione esterna:

COMUNICAZIONE ONLINE

La diffusione di internet e l'utilizzo sempre più diffuso dei dispositivi mobili (smartphone, tablet, ecc.) hanno aperto nuovi scenari nel campo della comunicazione. I siti web stanno diventando per molti cittadini strumenti fondamentali per reperire informazioni e per accedere a servizi online.
A supporto dei siti web, anche i social network hanno contribuito a dare una vera e propria svolta alla comunicazione istituzionale, attraverso l'immediatezza della condivisione delle informazioni.
L'A.S.P. Golgi-Redaelli, oltre agli usuali canali di comunicazione, si è pertanto adeguata alle tecnologie attuali, sviluppando nuovi canali di informazione digitale.

- **SITO WEB AZIENDALE**

Il portale dell'ASP Golgi-Redaelli www.golgiredaelli.it è uno strumento attraverso il quale l'Azienda mette a disposizione dei cittadini una grande quantità di informazioni e assicura possibilità di interazione, secondo quanto raccomandato dalle Linee Guida per i siti WEB della Pubblica Amministrazione e dal Codice dell'Amministrazione Digitale (CAD).

Il portale è stato completamente revisionato nell'anno 2023 mediante l'implementazione di tutte le informazioni obbligatorie per legge, opportunamente classificate secondo i dettami contenuti nel Piano Triennale per l'Informatica nelle PA 2021-2023.

Il nuovo sito - progettato per rendere immediatamente visibili le news ed i contenuti ad alto impatto che vogliono essere meglio e più efficacemente veicolati – risulta pertanto strutturato mediante:

- la realizzazione di una nuova alberatura dei servizi che assicuri la centralità del cittadino/paziente, tanto nell'individuazione e strutturazione dei contenuti informativi, quanto nella redazione grafica del sito;
- l'implementazione di nuove funzionalità, quali a titolo esemplificativo, i Moduli Donazioni, Albo online;
- l'utilizzo di immagini, gallerie fotografiche relative ai servizi aziendali e video testimonianze finalizzate a stimolare l'interesse all'istituzionalizzazione di nuovi potenziali clienti.

Menzione specifica merita la Sezione Amministrazione Trasparente del sito, volta a garantire la compliance alle norme in materia di trasparenza nella Pubblica Amministrazione ed in particolare il Decreto Legislativo 33/13 e s.m.i..

➢ SOCIAL MEDIA

Per la pubblica amministrazione essere presente sui principali Social Network (Facebook, YouTube) 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.

L'ASP Golgi-Redaelli dispone di una pagina Facebook seguita al momento da circa 1000 utenti.

Si cerca di focalizzare gli sforzi su informazioni che hanno un impatto diretto sulla vita delle persone, con contenuti visuali che si ritengono più efficaci per semplificare e rendere più immediata la comprensione dei messaggi.

Con l'obiettivo di promuovere l'immagine aziendale e pubblicizzare all'esterno i servizi di eccellenza dell'ASP Golgi-Redaelli, vengono realizzati *video tutorial* di breve durata che sappiano – attraverso le immagini – rendere visiva, e quindi più immediata, la conoscenza dei servizi offerti dall'Ente.

I video sono di norma realizzati con la supervisione dell'UOC Comunicazione e pubblicati sui principali social (Facebook, YouTube) con i link sul sito istituzionale.

COMUNICAZIONE OFFLINE

Se da un lato occorre adeguarsi ai nuovi mezzi di comunicazione digitale, dall'altro non si deve trascurare la comunicazione "tradizionale", offline. Quest'ultima, infatti, permette di raggiungere quella parte di popolazione che non ha mezzi e strumenti, anche culturali oltre che economici per potere accedere alle informazioni e comunicazioni che viaggiano in rete. Per tale ragione l'ASP Golgi-Redaelli mette in campo una serie di azioni e strumenti per raggiungere anche questa parte di popolazione, attraverso Carte dei Servizi, brochure, diffusione di Newsletters, realizzazione di iniziative ed eventi presso i propri Istituti aperti alla partecipazione del pubblico in ordine ad interventi di prevenzione e promozione della salute.

➢ CARTA DEI SERVIZI - BROCHURE INFORMATIVE

La Carta dei servizi è uno strumento di comunicazione e di qualità finalizzato a garantire agli utenti il diritto a ricevere le prestazioni rese dall'Azienda con le modalità ed i tempi previsti per ciascun servizio e contiene tutte le informazioni utili relative ai servizi stessi.
Rappresenta quindi anche un impegno che le strutture e il personale assegnato assumono nei confronti dei propri utenti.
Con la Carta dei servizi, l'ASP Golgi-Redaelli e tutto il personale dipendente, assumono quali fattori di qualità dei servizi resi la rapidità nell'erogazione, il rispetto dei termini fissati, la chiarezza e completezza delle informazioni date, la facilità di accesso alle stesse, la partecipazione al miglioramento dei servizi da parte degli utenti.
Il rispetto di questi fattori, unitamente a quello di verificarne l'attuazione attraverso opportune azioni di monitoraggio e controllo, anche sulla base dell'individuazione di indicatori di qualità e dei relativi standard, diviene, con la Carta dei servizi, l'impegno assunto dall'Azienda.
Ogni anno l'Ufficio Relazioni con il Pubblico provvede all'aggiornamento della Carta dei servizi.

Sul versante della produzione degli strumenti di comunicazione l'Azienda ha cercato di privilegiare quelli utili a favorire l'accesso ai servizi. In questa direzione oltre alle Carte dei Servizi sono state realizzate anche brochure e locandine informative, come ad esempio la brochure atta a pubblicizzare le prestazioni del Laboratorio Analisi, oltre che i 'pacchetti prevenzione' relativi ad esami di screening da eseguire con regolarità.

➢ PANNELLI PUBBLICITARI DEI SERVIZI AZIENDALI

Al fine di implementare e promuovere la conoscenza, da parte dei cittadini, dei servizi sanitari erogati dall'ASP Golgi-Redaelli sono stati progettati e realizzati n. 2 pannelli pubblicitari dei servizi aziendali posizionati esternamente all'Istituto, sulla cancellata lato Via D'Alviano e di n. 1 totem posizionato all'ingresso dell'Istituto Redaelli di Milano.

➢ NEWSLETTER "Da Noi a Voi: l'ASP Golgi-Redaelli Informa"

Dall'analisi complessiva dei risultati della *"Customer Satisfaction"* che ogni anno viene somministrata ai Familiari e agli Ospiti ricoverati in RSA, emerge costantemente la necessità di incentivare i canali di comunicazione con i Parenti degli anziani degenti, creando un ponte, un collegamento, uno spazio di incontro che possa da voce a tutti coloro che quotidianamente vivono l'ASP Golgi-Redaelli.

Da qui nasce l'idea della *NewsLetter*, una rubrica informativa per promuovere i servizi e le attività che vengono realizzate all'interno della struttura, con riflessioni e approfondimenti di alcune tematiche in ambito geriatrico e della demenza affrontate con grande professionalità dal personale dei tre Istituti.

➢ RAPPORTI CON I MEDIA

La comunicazione aziendale con i media si articola in diversi ambiti:

- redazione di Comunicati Stampa su iniziative e/o eventi aziendali, redatti in modo accurato, chiaro e completo dalla UOC Comunicazione, Urp e Marketing, in sinergia con la Direzione Generale;
- collaborazione per rubriche radiofoniche, acquisizione o collaborazione per spazi tematici, interviste su argomenti scientifici, realizzate in particolare dalla Direzione Sanitaria;
- partecipazione a trasmissioni televisive, interviste, collaborazione per spazi dedicati e rubriche sulle TV private, spot pubblicitari per avvenimenti e eventi di interesse pubblico, realizzate in particolare dalla Direzione Sanitaria.

➢ EVENTI AZIENDALI E GIORNATE A TEMA

All'interno della costante crescita dei canali comunicativi, la ricerca di relazioni più efficaci e bidirezionali genera una forte attenzione sul fronte degli eventi, dove si combinano razionale ed emozionale, con un'efficacia comunicativa, in qualità e quantità, funzionale al marketing relazionale.
Comunicare attraverso la creazione di eventi può essere una scelta particolarmente interessante in un mercato in continua evoluzione, in cui la multimedialità sta cambiando le dinamiche di relazione con i diversi target. Come da prassi consolidata, le inaugurazioni e gli eventi aziendali, concordati con la Direzione Generale, vengono gestiti dalla UOC Comunicazione, Urp e Marketing per gli aspetti di comunicazione in collaborazione con diverse strutture aziendali coinvolte.

4. DISPOSIZIONI FINALI

L'Azienda dà la più ampia diffusione al presente Piano di Comunicazione, mediante pubblicazione sul proprio sito internet istituzionale.
Il presente Piano potrà essere oggetto di revisione a seguito dell'emanazione di specifiche indicazioni da parte delle Autorità competenti o secondo necessità.