



PIANO COMUNICAZIONE 2021

A cura dell'area Ufficio Stampa, Comunicazione e URP

Sistema Socio Sanitario
Carlo Poma Regione Lombardia ASST Mantova

Sommario



1. Una comunicazione che cresce, una comunicazione elastica	2
1. STRUMENTI DI COMUNICAZIONE ATTIVI.....	4
2. PROGETTI REALIZZATI NEL 2020	5
2.1 L'ATTIVITÀ 2020 IN NUMERI.....	8
2.2 REPORT 2020 SITO INTERNET E SOCIAL.....	10
3. L'ATTIVITÀ COVID (report 23 febbraio-31 dicembre 2020)	14
PROGRAMMAZIONE 2021	21
4.1 New media.....	21
4.2 Ufficio Stampa	23
4.3 Relazioni con il pubblico	25
4.4 Comunicazione operatore-paziente e umanizzazione delle cure	27
4.5 Altri progetti.....	29
4.6 Campagne di comunicazione	31
4.7 Iniziative di comunicazione extra piano	35
4.8 Previsione spesa 2020	36

In copertina alcune delle campagne realizzate dall' Area Ufficio stampa, Comunicazione e Urp

1. Una comunicazione che cresce, una comunicazione elastica

Nel 2020 l'attività di informazione e comunicazione istituzionale di ASST è **cresciuta in modo molto significativo**, complice l'emergenza Covid che ha impegnato i professionisti dedicati su vari fronti e ha permesso di rinsaldare il legame con la comunità mantovana. Nel 2021 proseguirà questo impegno per accompagnare da una parte il perdurare dello stato pandemico e dall'altra l'auspicabile ripresa dell'attività sanitaria ordinaria. Con la necessità di tenere desta l'attenzione della cittadinanza e supportare i professionisti di ASST, valorizzandoli e offrendo loro visibilità.

Il confronto fra il 2019 e il 2020 parla dello sviluppo degli strumenti messi in campo dall'area, sempre coordinati in un'ottica di sistema e di comunicazione circolare, con numeri che hanno registrato un **incremento**: la diffusione di notizie tramite l'**ufficio stampa** (+63 per cento) con conseguente ampia copertura sui media locali e nazionali; il traffico sul **sito internet** (+600mila visitatori, +2,7 per cento di visualizzazioni); gli iscritti alla **newsletter** del magazine online Mantova Salute completamente rinnovato dal punto di vista grafico e passato da cadenza quadrimestrale a mensile (+662); i **followers** (+223 per cento) e i post della pagina Facebook (+159%).

Il social network, tra l'altro, si è rivelato un canale privilegiato di risposta alle domande della popolazione (+49.000% di contatti nei messaggi privati). Un **Urp virtuale** di cui tenere conto e da includere a pieno titolo nel sistema di ascolto del cittadino, che ha visto parallelamente gli operatori addetti intensificare le relazioni con il pubblico attraverso le modalità tradizionali.

L'azienda, dal mese di marzo, si è inoltre affacciata a **Instagram**, con un immediato successo in termini di seguito (2.054 followers), raggiungendo una fascia d'età diversa da quella che utilizza Facebook e migliorando quindi la sua capacità di intercettare le esigenze dell'utenza.

Sono solo alcuni dei dati che testimoniano sia la necessità di fornire costanti aggiornamenti al pubblico esterno e interno, favorendone l'interazione, sia il maggiore bisogno degli stakeholder di reperire informazioni, soprattutto in un momento delicato, di disorientamento generale, come quello che ancora stiamo vivendo.

Il protrarsi del clima di incertezza impone di limitarsi a una programmazione di massima per il 2021, lasciando aperto questo documento a possibili rimodulazioni, in base ad accadimenti che non sono prevedibili. Come l'emergenza pandemica ha drammaticamente insegnato a ciascun professionista della sanità e a tutti i livelli organizzativi. Del resto, una comunicazione efficace deve sempre puntare sull'**elasticità**, al di là delle situazioni di crisi. Occorre, a ogni passo, avere un atteggiamento flessibile, essere pronti a cambiare punti di vista, toni, approcci, progettualità. Adattando di volta in volta le strategie agli interlocutori, alle situazioni e ai momenti storici.

Elena Miglioli

Dirigente Area Ufficio Stampa, Comunicazione e Urp

1. STRUMENTI DI COMUNICAZIONE ATTIVI

TIPOLOGIA STRUMENTO	DESCRIZIONE	DATI
Sito internet aziendale	www.asst-mantova.it Il sito descrive l'ASST di Mantova e le sue articolazioni, nonché le prestazioni offerte. Riporta news, eventi, video, progetti aziendali e area trasparenza.	Numero visualizzazioni di pagina nel 2020: 3.093.09 Numero nuovi visitatori: 600.000
Portale intranet	intra.poma.net Rete intranet riservata al personale. Riporta modulistica, procedure, modalità di valutazione, eventi formativi e altre informazioni destinate ai dipendenti.	Portale online dall'8 ottobre 2020
Social network	Pagina facebook aziendale e pagina facebook dedicata al progetto CHEF in ospedale; pagina Instagram (di nuova attivazione); account Vimeo.	Pagina Facebook aziendale: 18.321 followers Pagina Chef: 305 followers Pagina Instagram: 2.047 followers Dati aggiornati al 24 febbraio 2021
Riviste, pubblicazioni, periodici	Mantova Salute versione online Periodico di informazione on line aggiornato con cadenza mensile. Mantova Salute newsletter Newsletter abbinata a ogni numero del periodico online, spedita a professionisti ASST, medici di medicina generale, associazioni di volontariato e cittadini che si iscrivono. AgendASST Newsletter mensile inviata ai professionisti dell'ASST.	Periodicità magazine: mensile la versione on line. Foliazione: 32 pagine. La newsletter Mantova Salute versione online è inviata a 4.803 contatti.
Desk informativi e punti di ascolto dedicati (oltre all'URP)	Portineria Nella hall degli ospedali di Mantova, Asola, Bozzolo, Pieve di Coriano, Rems Castiglione. Spazio di accoglienza sociale Desk informativi all'ospedale di Mantova (hall, ingresso blocco C, ingresso Malattie Infettive) per accoglienza, orientamento e accompagnamento degli utenti. Servizio gestito dalle associazioni di volontariato.	24h/24h Spazio Accoglienza è una associazione di volontariato di secondo livello costituita da 12 associazioni di volontariato. Attiva dalle 8.30-12; lunedì-sabato.* *Il servizio è stato momentaneamente sospeso nel corso dell'emergenza Covid.
Rassegna stampa	Pubblicazione della rassegna stampa su portale intranet e invio via mail a figure apicali.	Monitoraggio quotidiano media locali e nazionali realizzato da agenzia esterna.
Centro stampa aziendale	Il centro stampa aziendale stampa materiale tipografico di varie tipologie (modulistica, buste, cartelle, cartoline, locandine, poster, brochure).	
Lime Survey	Strumento per la realizzazione di sondaggi interni ed esterni all'azienda.	Attivazione indagini interne ed esterne su tematiche specifiche: 9 indagini con LimeSurvey,

		4 form per prenotare prestazioni/esami/visite e 6 form per iscrizioni ad eventi.
Mediazione culturale e interpretariato telefonico	Servizio di mediazione culturale (mediazione tramite intervento diretto operatore) e interpretariato telefonico da telefoni aziendali.	L'interpretariato telefonico è disponibile 24h/24h, in oltre 100 lingue e 40 dialetti. La mediazione culturale è disponibile anche in urgenza, seppur non garantita per lingue particolari senza un preavviso di 48 ore.

2. PROGETTI REALIZZATI NEL 2020

Titolo dell'iniziativa	N. scheda progetto (da Piano 2020)	Risultati raggiunti
Revisione portale intranet	1	Rifacimento portale intranet istituzionale tramite gara Arca. Il nuovo sito è stato messo online l'8 ottobre 2020.
ASST social	2	Attivazione pagina Instagram 9 marzo 2020. Attivazione survey sui social fra i professionisti ASST: 29 giugno 2020.
Notiziario Gazzetta di Mantova online	3	Notiziario ASST sul sito web di <i>Gazzetta di Mantova</i> : marzo-dicembre 2020.
Consultorio giovani online	4	Dismissione del blog di ATS 12 maggio 2020 – Pianificazione campagna di comunicazione tramite social, video e periodico Mantova Salute.
Revisione sito internet	5	Creazione sezione percorsi di cura, aggiornamento contatti strutture, revisione modalità di organizzazione dei contenuti (scelta modalità più responsive; implementazione fotografie sito internet)
Periodico Mantova Salute	6	<i>Mantova Salute versione online</i> Nove numeri del periodico di informazione online (aprile-dicembre 2020). <i>Mantova Salute newsletter</i> Nove numeri della newsletter abbinata al periodico online (aprile-dicembre 2020). Restyling della newsletter a gennaio 2021. Numero contatti a cui è inviata la newsletter (4.000 dipendenti ASST,

		70 giornalisti, 733 cittadini per un totale di 4.803). <i>Mantova salute</i> inserto mensile Mantova che spettacolo Produzione 12 numeri, inserto di 8 pagine.
AgendASST	7	Newsletter mensile per i professionisti, inviati 12 numeri.
Rassegna stampa digitale	8	Pubblicazione quotidiana sul portale intranet della rassegna stampa locale e nazionale; invio della rassegna per mail alle figure apicali dell'azienda. Procedura aggregata con ASST Cremona e ATS della Val Padana per affidamento quinquennale servizio.
Carta dei servizi	9	Realizzazione carta dei servizi aziendale. La pubblicazione e diffusione è stata rimandata in attesa della fine dell'emergenza Covid.
Sistema di ascolto del cittadino	10	Revisione procedura reclami.
Progetto Babele: mediazione culturale	11	Nuovo contratto per gestione attività di mediazione, gara biennale. Authentic Enterprise Solutions S.r.l è la Società incaricata dal 1° settembre 2020 al 31 agosto 2022, in sostituzione della Cooperativa San Giorgio.
Volontariato	12	Coordinamento associazioni per finanziamenti fondazioni. L'attività di rinnovo dei Piani di Lavoro sulla scorta delle nuove convenzioni è stata sospesa causa COVID, ad eccezione di ANLAIDS che opera nella struttura di Malattie Infettive e IOM che opera in Cure Palliative, come espressamente richiesto dai dirigenti di queste due strutture. La presenza di volontari a supporto del Pronto soccorso di Mantova e della SPDC è stata avviata e poi sospesa per emergenza Covid. In conseguenza della pandemia, si è proceduto con: regole di accesso dei volontari alle strutture ospedaliere, in collaborazione con la Direzione Medica di presidio e il Servizio Prevenzione e Protezione; raccolta delle relazioni sulla attività 2020; accordo per la somministrazione di tamponi e vaccinazione dei volontari attivi nelle strutture aziendali.
La relazione di cui avere cura. La relazione che cura	13	Il progetto è stato sospeso causa emergenza Covid.
Concorso comunicatori dell'anno	14	Il concorso promosso all'interno dell'azienda con l'obiettivo di sensibilizzare i professionisti dell'ASST sul tema della comunicazione e premiare le strutture che si sono particolarmente distinte per la loro attenzione a questo ambito. Nel mese di febbraio alle strutture vincitrici è stata consegnata una pergamena. Vista la natura dei premi, la premiazione è stata sospesa a causa dell'emergenza Covid.
Wallart	15	Il progetto è stato sospeso a causa dell'emergenza Covid.
Donne manager: una marcia in più	16	Iniziativa di valorizzazione della donna nel contesto lavorativo in occasione dell'8 marzo. Realizzazione di un poster fotografico cartaceo (da affiggere nei luoghi di maggior affluenza) e tramite una campagna social. Immagini e parole: febbraio-marzo 2020.



H-Open day e Open week Bollini rosa	17	Consulenze specialistiche telefoniche e incontri da remoto per le donne da parte delle strutture aziendali: 12-18 luglio 2020.
Anno infermiere e ostetriche	18	Campagne social per valorizzare le due professioni tramite ritratti fotografici e video: dicembre 2020.
Lavori blocco C	19	Il progetto è stato sospeso causa emergenza Covid.
Vaccinazioni	20	Realizzazione di brochure digitali (per donne gravide, in età fertile e papilloma) per campagna di sensibilizzazione.
Orientamento universitario	21	Campagna di comunicazione digitale per promuovere i corsi di studio delle professioni sanitarie. Pagina dedicata sul sito. Comunicato stampa, quattro video di presentazione dei corsi di laurea e slide con grafica coordinata per presentazione nelle scuole.
Wifi aziendale	Extrapiano	Realizzazione in collaborazione con il Sia dei punti wifi in ASST. Promozione attraverso l'apposizione di targhe, attività di ufficio stampa e articolo sul periodico aziendale.
Area ricerca sito internet	Extrapiano	Realizzazione di un'area dedicata all'attività di ricerca dei professionisti sul sito web aziendale: da ottobre 2020.
Report attività Covid	Extrapiano	Realizzazione report sulle iniziative di comunicazione realizzate in ambito Covid.
Report sito web e social	Extrapiano	Analisi dei dati relativi all'utilizzo del sito internet e delle pagine Facebook di ASST.

2.1 L'ATTIVITÀ 2020 IN NUMERI



223	comunicati e note stampa¹
325	news pubblicate sul sito internet istituzionale²
13	conferenze stampa
20.000	copie mensili inserto <i>Mantova Salute</i> versione cartacea (periodico <i>Mantova che spettacolo</i>)
9	numeri magazine <i>Mantova Salute</i> online e relativa newsletter ³
12	numeri newsletter interna AgendASST
3.093.09	visualizzazioni di pagina sito web⁴
1.200	post pagina facebook⁵
25	dirette fb
15	video
60	post pagina Instagram
16	concerti in diretta fb
4	campagne di comunicazione/sensibilizzazione
55	reclami trattati
493	quasi reclami⁶
75	encomi trattati
428	interventi di mediazione culturale⁷

¹ +63% rispetto al 2019. Su 223, 149 (66%) erano relativi all'emergenza Covid.

² +105% rispetto al 2019

³ +6 rispetto al 2019

⁴ +2,7% rispetto al 2019

⁵ +159% rispetto al 2019

⁶ +12% rispetto al 2019

⁷ +16% rispetto al 2019

81 **interventi di interpretariato lingua dei segni**
350 **chiamate interpretariato telefonico⁸**
43 **associazioni di volontariato coordinate⁹**



⁸ +49 rispetto al 2019

⁹ +3 rispetto al 2019

2.2 REPORT 2020 SITO INTERNET E SOCIAL

Un'attenzione particolare merita l'analisi dell'attività web e social di ASST, cresciuta in modo significativo nel 2020, sicuramente effetto in gran parte della pandemia. L'incremento è dovuto da una parte a una maggior diffusione di informazioni da parte di ASST tramite i canali istituzionali e dall'altra a una maggiore necessità della popolazione di reperirle, in un momento di emergenza senza precedenti.

► SITO INTERNET

- VALUTAZIONE DEI VISITATORI

Dai questionari di valutazione compilati tramite il form disponibile online, emerge che i visitatori del sito mediamente **trovano le informazioni** che cercano, anche se talvolta non tutte.

La **semplicità di navigazione**, l'**aspetto grafico** e la **chiarezza dei contenuti** ottengono in media un **punteggio superiore a 3/5**.

Le **informazioni ritenute più interessanti** risultano essere quelle riguardanti l'**offerta sanitaria**, seguite da quelle dell'area Amministrazione Trasparente e, a pari merito, da news, eventi e progetti.

Il **livello generale** di soddisfazione dei visitatori del sito è di 2,88/5 che corrisponde ad "**abbastanza soddisfatto**".

- STATISTICHE GOOGLE ANALYTICS

Nell'ultimo anno le **visualizzazioni** del sito sono **umentate del 2,7%** per un totale di **3.093.096** e sono stati registrati più di **600.000 nuovi visitatori**.

Le **aree di maggior interesse**, oltre alla homepage, sono state, nell'ordine: bandi di concorso, prenotazione di visite ed esami, albo pretorio, sperimentazione con il plasma iperimmune e punti prelievo.

La maggior parte delle sessioni di navigazione ha avuto origine da una **ricerca su Google** (72%). Anche Facebook e Bing sono stati utilizzati come punto di partenza per interagire con il sito dell'ASST di Mantova, ma in percentuali molto più basse.

Per consultare il sito i cittadini hanno preferito servirsi dello **smartphone** (60%), in particolare l'iPhone di Apple (29%). Il 37% si è collegato dal pc e solo il 3% dal tablet. I browser più utilizzati risultano essere **Chrome** (46%), Safari (21%) e Internet Explorer (12%).

► SOCIAL NETWORK

FACEBOOK

- **PANORAMICA**

Crescita: 223%

Followers gennaio 2020: 4.803

Followers gennaio 2021: 17.807

Followers al 24 febbraio 2021: 18.321

Il coinvolgimento maggiore degli utenti si ottiene con post con fotografie, seguiti dai video e dai post con link integrato

- **FOLLOWERS**

Followers: 77% donne, 23% uomini

Del 77% di donne, il 41% ha un'età compresa tra i 35 e 54 anni

ASST è seguita principalmente dall'Italia, ma anche dal Brasile, Spagna, Germania e Regno Unito

Le persone risiedono a (in ordine numerico): Mantova, Suzzara, Ostiglia, Poggio Rusco, Goito, Viadana,

Asola, Verona, Milano, Sermide, Roverbella, Castiglione delle

Stiviere, Marmirolo, Pegognaga, Roma, Quistello, Revere, Gonzaga, San Benedetto Po, Castel Goffredo, Borgo

Virgilio, Volta Mantovana, Moglia, Porto Mantovano, Brescia, Castel

d'Ario, Cremona, Castellucchio, Roncoferraro, Curtatone, Bagnolo San

Vito, Bozzolo, Parma, Ceresara, Marcaria, Rodigo, Canneto sull'Oglio, Gazoldo degli Ippoliti, Acquanegra sul

Chiese, Bologna, Mirandola, Sustinente, San Giorgio di Mantova, Guidizzolo, Casalmaggiore

- **MESSAGGI PRIVATI**

ASST ha risposto a **642 messaggi privati**. I **nuovi contatti** sono stati **491** con un aumento del **49.000%**

- **VIDEO**

I minuti di visualizzazione dei video sono stati **662.075** con un aumento del **4.557%** rispetto all'anno precedente.

Le reazioni ai video sono aumentate del **2.305%** rispetto all'anno precedente.

Visualizzazioni video:

914.845 visualizzazioni totali, di cui la seguente 27,8% di visualizzazioni di 15 secondi

254.583 visualizzazioni di 15 secondi, di cui 40,8% di visualizzazioni di 1 minuto

Il tempo medio di visualizzazione è 17 secondi.

INSTAGRAM

Apertura il 9 marzo

42 post

2.054 followers

più di 200 storie

più di 150 messaggi privati ricevuti
20 video pubblicati su IGTV

Fascia d'età dei followers: 60% fra i 25 e i 54 anni: 82,5% donne, 17,5% uomini
Il 45,3% abita a Mantova, percentuali più basse di followers (comprese tra l'1,7 e il 3,5%) abitano a Suzzara, Goito, Ostiglia e Marmirolo.

3. L'ATTIVITÀ COVID (report 23 febbraio-31 dicembre 2020)

- **UFFICIO STAMPA**

Tra il **23 febbraio e il 31 dicembre 2020** l'Ufficio stampa ha elaborato **149 comunicati stampa**, inviati ordinariamente a oltre **70 contatti giornalistici locali e nazionali** (numero incrementato da contatti giornalistici nazionali in caso di notizie di tale portata), dando vita ad articoli quotidiani sui mass media, con una significativa presenza anche sulle testate giornalistiche nazionali. Ha inoltre organizzato quotidianamente interviste e approfondimenti sulle varie tematiche legate all'emergenza, mettendo in contatto i giornalisti con i professionisti dell'ASST e offrendo così un'ampia visibilità a questi ultimi. Da segnalare il coordinamento costante con l'ufficio stampa dell'assessorato regionale al Welfare.

RASSEGNA STAMPA QUOTIDIANA

Nel periodo preso in considerazione sono stati registrati dal servizio di rassegna stampa quotidiana aziendale (inviata via mail alle figure apicali e pubblicata sul portale intranet) un totale di **4.450 tra articoli e servizi giornalistici**. Sono esclusi dal conteggio i servizi comparsi su testate giornalistiche (fra le quali le radio), nonché agenzie di stampa non censite dall'agenzia che cura la rassegna stampa.

- **4.450 articoli rassegnati dal 23 febbraio al 31 dicembre 2020**

- **N° articoli testate locali: 3.822**

Gazzetta di Mantova

Voce di Mantova



Altramantova.it

Comune.mantova.gov.it (news dal Comune)

Cittadella

Mantovauno.it

- **N° articoli testate nazionali: 133**

Fatto quotidiano

Sole 24 ore

Repubblica

Ansa.it

Huffingtonpost.it

Avvenire

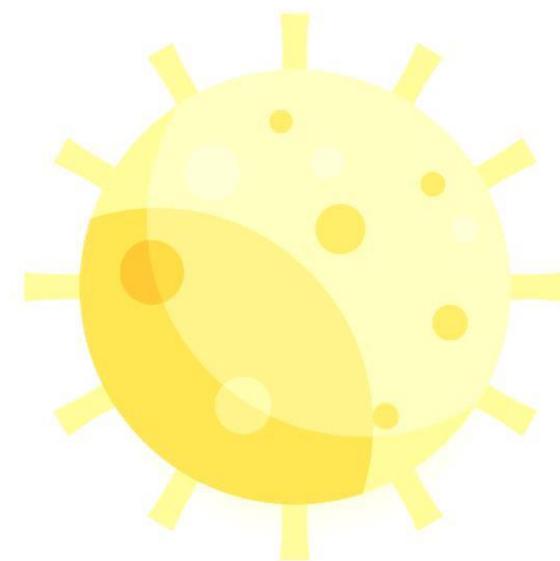
Corriere della Sera

Libero

Il Giornale

Il Messaggero

Il Foglio



Il Manifesto

- **N° articoli comparsi su testate delle province limitrofe: 495**

Bresciaoggi

Gazzetta di Modena, Parma, Reggio

Giornale di Brescia

Piccolo giornale di Cremona

Provincia Quotidiano di Cremona

Resto del Carlino Modena

Tempo Modena

- **N° totale servizi televisivi: 415**

Telemantova: **223**

Canali nazionali (Rai, La7, Canale5, Rete4, SkyTg24, Italia7Gold, TgCom24): **121**

Canali locali (escluso Telemantova): **71**

- **MAGAZINE MANTOVA SALUTE ONLINE**

In aprile è stato realizzato il primo numero del periodico di informazione di *ASST Mantova Salute online* completamente rinnovato nella veste grafica con l'acquisto di un nuovo template. Nei mesi di maggiore incidenza della pandemia i



numeri prodotti erano monografici (aprile, maggio e giugno): tema Covid. Anche nei mesi successivi la stragrande maggioranza degli articoli vertevano sulla pandemia. Da aprile il periodico è passato da una cadenza quadrimestrale a una cadenza mensile. Il magazine è collegato a una newsletter inviata a oltre 4mila contatti.

- **MANTOVA SALUTE INSERTO MENSILE CARTACEO**

Nei mesi di marzo, aprile, maggio e giugno sono stati realizzati numeri monografici sul Covid dell'inserto *Mantova Salute* cartaceo, all'interno del periodico *Mantova che spettacolo*, distribuito in 20mila copie nelle strutture aziendali, negli ambulatori dei medici di medicina generale e pediatri di libera scelta, nelle farmacie. Anche nei mesi successivi la molti degli articoli vertevano sulla pandemia.

- **SOCIAL MEDIA**

La pagina Facebook aziendale ha registrato una crescita notevole durante l'emergenza. Il 9 marzo è stato inoltre aperto un profilo Instagram, in una prima fase interamente dedicato al Coronavirus, per raggiungere un'altra fetta consistente di pubblico.

Facebook

417 inerenti il Coronavirus (compresi iniziative, concerti...)

9118 nuovi mi piace alla pagina

10.370 nuovi follower della pagina

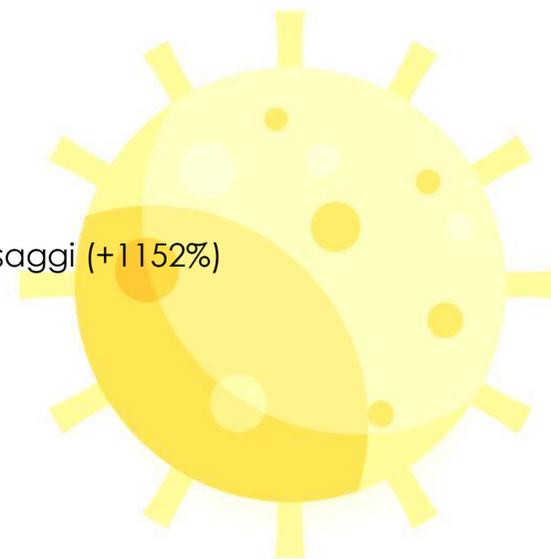
464 messaggi per posta privata a cui abbiamo risposto – 363 nuovi contatti nei messaggi (+1152%)

Instagram

Apertura il 9 marzo

42 post

2.054 follower



più di 200 storie
più di 150 messaggi privati ricevuti
20 video pubblicati su IGTV

- **NOTIZIARIO GAZZETTA DI MANTOVA ONLINE**

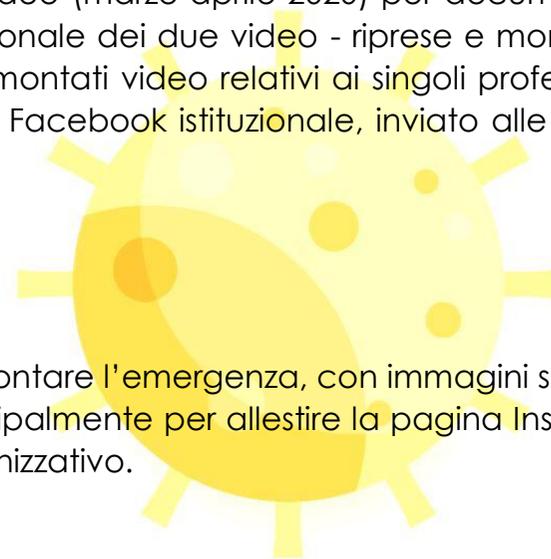
Il 27 marzo, per rispondere in modo ancora più efficace alle esigenze informative, è stata adottato un ulteriore strumento di comunicazione, che permette di dare maggiore risonanza alle notizie diffuse da ASST Mantova. Si tratta di un notiziario ospitato nella homepage del quotidiano *La Gazzetta di Mantova* online e alimentato quotidianamente dalle news pubblicate sul sito internet di ASST. Il servizio sarà attivo fino al 31 dicembre 2020.

- **VIDEO-DOCUMENTARI**

Con il coordinamento e la collaborazione dell'Area, sono stati realizzati due video (marzo-aprile 2020) per documentare, attraverso la voce dei professionisti di ASST, l'emergenza. Per il lancio promozionale dei due video - riprese e montaggio donati da Siglacom Srl – sono stati prodotti i relativi teaser. Sono state inoltre montati video relativi ai singoli professionisti intervenuti. Tutto il materiale è stato pubblicato sul sito internet e sulla pagina Facebook istituzionale, inviato alle testate giornalistiche e riportato sui siti di aziende e istituzioni mantovane.

- **REPORTAGE FOTOGRAFICO**

Contestualmente al video, è stato realizzato un reportage fotografico per raccontare l'emergenza, con immagini scattate ai professionisti e ai principali reparti coinvolti. Le foto sono state utilizzate principalmente per allestire la pagina Instagram e serviranno per documentare questo momento di grande cambiamento organizzativo.



- **BROCHURE ISOLAMENTO DOMICILIARE**

È stata realizzata in **1.500 copie cartacee** da distribuire ai pazienti la brochure dal titolo **Codi19: misure di prevenzione per isolamento domiciliare**. La brochure è stata inoltre pubblicata in formato digitale sul sito e sulla pagina facebook istituzionali dell'azienda.

- **TOTEM VARCHI E CARTELLONISTICA COVID**

Realizzazione 10 totem per i varchi e di cartellonistica con informazioni sulle misure anticovid (e indicazioni logistiche triage Pronto Soccorso Mantova) con immagine coordinata. Sempre per i varchi realizzazioni di 20 poster formato 70X100.

- **URP**

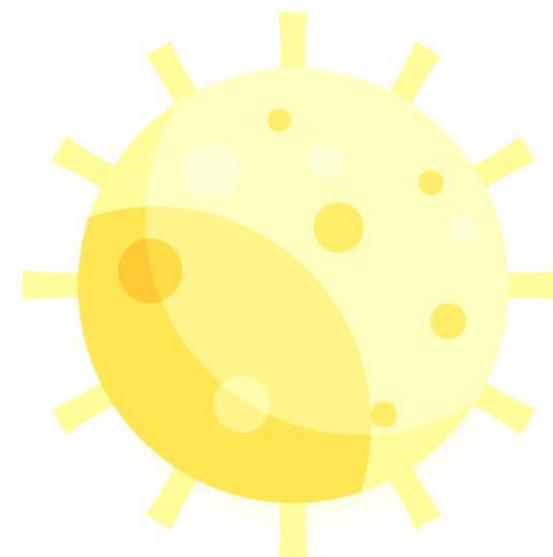
URP TELEFONICO Gli operatori Urp hanno messo a disposizione due numeri di telefono dedicati (ad Asola e Mantova) alle informazioni ai pazienti su sospensione attività sanitaria, conferma e disdetta appuntamenti in essere, coordinandosi con il Gass. L'attività si è svolta dal lunedì al venerdì, dalle 9 alle 13 e dalle 13.30 alle 17.

QUASI RECLAMI L'Urp ha trattato quasi reclami relativi a situazioni nelle strutture aziendali dove non sono state rispettate le misure di prevenzione (esempio: assenza di uso dispositivi di protezione individuali, code, mancato rispetto delle distanze di sicurezza).

- **RASSEGNA CONCERTI AFFACCIATI ALLA FINESTRA** Collaborazione all'organizzazione e diffusione tramite i canali di comunicazione aziendale della rassegna di concerti *AFFACCIATI ALLA FINESTRA*, promossa dalla struttura di Oncologia. Gli eventi, che si sono svolti all'ospedale di Mantova, sono stati trasmessi in diretta facebook dalla pagina di ASST.
- **DOCU-FILM** Realizzazione di un docu-film in collaborazione con *Mantova Film commission* e altri partner/sponsor per raccontare l'esperienza Covid. Il film sarà proiettato al cinema nell'estate del 2021, nell'ambito di un evento

istituzionale. Fra il 24 agosto e l'11 settembre 2020 all'ospedale di Mantova è stato allestito un set e sono state effettuate interviste a oltre 30 persone fra personale dell'azienda e alcune figure istituzionali esterne.

- **VIDEO AFFACCIATI ALLA FINESTRA** Realizzazione di un video per raccontare la rassegna di concerti *Affacciati alla finestra*. Il video sarà donato dal regista Mario d'Anna.
- **ORIENTAMENTO CITTADINI** Realizzazione di una mappa aggiornata da destinare alla portineria e alle associazioni di volontariato dei punti di accoglienza utenti: marzo 2020.



PROGRAMMAZIONE 2021

4.1 New media

Progetto 1

Titolo iniziativa	Descrizione iniziativa e obiettivi	Target	Strutture coinvolte	Tempistiche	Costi
Aggiornamento sito internet	Sviluppo contenuti sito internet con creazione o implementazione di sezioni o strumenti dedicati (esempi: Percorso Nascita, Gioco d'azzardo, faq vaccino anti-Covid, form per segnalazione illeciti amministrativi in Amministrazione trasparente); inserimento nominativi equipe mediche strutture con richiesta aggiornamento periodico ai direttori.	Cittadini Professionisti Asst	Area Ufficio Stampa Comunicazione e URP, SIA, fornitore (R.T.I.)	Anno 2021	Da valutare a seconda degli interventi richiesti

Progetto 2

Titolo iniziativa	Descrizione iniziativa e obiettivi	Target	Strutture coinvolte	Tempistiche	Costi
ASST social	<ul style="list-style-type: none">Instagram: sviluppo stories per favorire l'interazione degli utentiFacebook- sviluppo rubrica 'Un caffè con...' incontri in diretta fb con	Cittadini Professionisti ASST	Area Ufficio Stampa Comunicazione e URP	Anno 2021	Costo zero

	<p>la popolazione per approfondimenti di tematiche specifiche a cura dei professionisti con l'obiettivo di migliorare la visibilità di questi ultimi, informare e favorire l'interazione dei cittadini (un'iniziativa al mese o al bisogno);</p> <ul style="list-style-type: none"> - prosecuzione dell'appuntamento periodico in diretta fb 'Il punto della situazione di Raffaello Stradoni', a cura del direttore generale con il coinvolgimento dei professionisti dell'azienda per rafforzare il legame fra ASST e popolazione, nonché migliorare la visibilità dei professionisti, fare conoscere l'azienda, favorire l'interazione dei cittadini (un'iniziativa alla settimana o al bisogno). 				
--	---	--	--	--	--

Progetto 3

Titolo iniziativa	Descrizione iniziativa e obiettivi	Target	Strutture coinvolte	Tempistiche	Costi
What's up?	Creazione lista broadcast di professionisti di ASST (con adesione volontaria) attraverso WhatsApp per l'invio delle principali novità, eventi, notizie. Obiettivo: miglioramento della comunicazione interna e della	Cittadini Professionisti ASST	Area Ufficio Stampa Comunicazione e URP e direttrici di struttura sanitaria e amministrativa	Entro dicembre 2021	Costo zero

	partecipazione dei professionisti alla vita aziendale.				
--	--	--	--	--	--

4.2 Ufficio Stampa

Progetto 4

Titolo iniziativa	Descrizione iniziativa e obiettivi	Target	Strutture coinvolte	Tempistiche	Costi
Periodico Mantova Salute	<ul style="list-style-type: none">Realizzazione di 12 numeri del magazine <i>Mantova Salute</i> online che vedrà: lo sviluppo di contenuti video nella rubrica 'L'esperto risponde' (almeno due al mese) pubblicati sia sul periodico che sul canale Vimeo sulle pagine Facebook e Instagram; il restyling della newsletter, già modificata nella sua veste grafica nel 2020, ma che necessita di ulteriori migliorie attraverso l'acquisto di un template più prestante.Realizzazione 12 numeri cartacei dell'inserto ASST all'interno del periodico gratuito <i>Mantova che spettacolo!</i>	Cittadini e Professionisti Asst	Area Ufficio Stampa, Comunicazione e Urp, professionisti per le varie tematiche affrontate, cittadini per contributi esterni. Interazione con l'editore <i>Montagne e paesiper</i> la realizzazione dell'inserto di <i>Mantova che spettacolo</i>	Periodicità mensile di entrambi i prodotti	Costi da valutare

Progetto 5

Titolo iniziativa	Descrizione iniziativa e obiettivi	Target	Strutture coinvolte	Tempistiche	Costi
Newsletter AgendASST	Realizzazione newsletter interna destinata ai professionisti dell'azienda per migliorare la comunicazione interna. Sezioni: news, eventi, notizie dall'amministrazione. La newsletter avrà periodicità mensile.	Professionisti Asst	Area Ufficio Stampa Comunicazione e URP	Cadenza mensile	Costo zero

Progetto 6

Titolo iniziativa	Descrizione iniziativa e obiettivi	Target	Strutture coinvolte	Tempistiche	Costi
Rassegna stampa digitale	Servizio di rassegna stampa pubblicata quotidianamente sul portale intranet al fine di monitorare l'immagine dell'Asst sulla stampa locale e nazionale. La rassegna viene inoltre inviata per mail alle figure apicali dell'azienda. Partecipazione alla gara aggregata con ASST Cremona e Crema e Ats della Val Padana per nuovo contratto con migliore dal punto di vista del servizio offerto. Censiti anche tv, radio e siti di web news.	Professionisti Asst	Area Ufficio Stampa Comunicazione e URP ASST Cremona e Crema, Ats della Val Padana, fornitore esterno.	Anno 2021	€ 3.659

4.3 Relazioni con il pubblico

Progetto 7

Titolo iniziativa	Descrizione iniziativa e obiettivi	Target	Strutture coinvolte	Tempistiche	Costi
Carta dei servizi	Lo strumento, realizzato nel 2020, non è stato diffuso a causa dell'emergenza Covi. Si prevede un'impaginazione professionale, la pubblicazione sul sito internet e la diffusione a medici di medicina generale, pediatri di libera scelta, associazioni di volontariato, istituzioni. Il progetto è però vincolato all'andamento della pandemia.	Cittadini, istituzioni, associazioni di volontariato, medici di medicina generale, pediatri di libera scelta, istituzioni	Area Ufficio Stampa Comunicazione e URP	Vincolate all'andamento della pandemia	Da valutare costi eventuale versione cartacea

Progetto 8

Titolo iniziativa	Descrizione iniziativa e obiettivi	Target	Strutture coinvolte	Tempistiche	Costi
Sistema di ascolto del cittadino	<ul style="list-style-type: none"> Revisione procedura reclami su richiesta della Direzione Sanitaria riguardante la firma delle risposte che sarà a cura dei responsabili di area 	Pazienti	Area Ufficio Stampa Comunicazione e URP Professionisti ASST Direzione Strategica	Revisione procedura febbraio-marzo 2021 Digitalizzazione customer coerentemente con le	Costo zero per revisione procedura Costi da valutare per eventuale

	<p>coinvolti, con lettera di accompagnamento della direzione.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ipotesi digitalizzazione customer satisfaction con eliminazione dei questionari cartacei e invio del questionario via mail o sms in collaborazione con Sia e Gasss. • Indagine conoscitiva dei bisogni dei cittadini over 65 anni che si rivolgono telefonicamente agli operatori URP di Mantova e Asola. Sulla base delle caratteristiche dei cittadini, si potranno identificare le difficoltà di accesso ai servizi offerti da ASST di Mantova promuovendo eventualmente azioni di miglioramento. Strumento: questionario telefonico 		Sia e Gasss.	<p>soluzioni proposte dal Sia</p> <p>Indagine sugli over 65 febbraio 2021</p>	digitalizzazione customer
--	--	--	--------------	---	---------------------------

Progetto 9

Titolo iniziativa	Descrizione iniziativa e obiettivi	Target	Strutture coinvolte	Tempistiche	Costi
Progetto Babele: mediazione culturale	Rinnovo gara biennale per mediazione culturale	Cittadini stranieri Professionisti ASST	Area Ufficio Stampa Comunicazione e URP Strutture aziendali richiedenti	Anno 2021	Servizio interpretariato telefonico: € 5.446 (Iva inclusa)

			<p>Authentic Enterprise Solutions S.r.l per fornitura mediatori culturali</p> <p>Eurostreet per fornitura servizio interpretariato telefonico</p>		<p>Mediazioni di persona o eventuali traduzioni di testi, totale stimato € 17.000</p>
--	--	--	---	--	---

4.4 Comunicazione operatore-paziente e umanizzazione delle cure

Progetto 10

Titolo iniziativa	Descrizione iniziativa e obiettivi	Target	Strutture coinvolte	Tempistiche	Costi
Miglioramento comunicazione operatore-paziente	Progetto di miglioramento della comunicazione e delle relazioni all'interno tra operatore e paziente nella struttura di Ortopedia.	Professionisti Ortopedia Mantova	Area Ufficio Stampa Comunicazione e URP	Prima metà del 2021	Costo zero

Progetto 11

Titolo iniziativa	Descrizione iniziativa e obiettivi	Target	Strutture coinvolte	Tempistiche	Costi
Wallart	<p>Completamento del progetto di street art che ha preso il via nel 2012 e che prevede la decorazione dell'ultima porzione del muro prospiciente il parcheggio dell'ospedale di Mantova. Il progetto è realizzato dall'artista Marco Cerioli in collaborazione con il Liceo Artistico Giulio Romano. L'iniziativa ha lo scopo di abbattere, tramite il linguaggio espressivo, i 'muri' tra i luoghi di cura e la comunità. Sarà in parte sostenuto dal Comune di Mantova, che verserà un contributo. Il progetto è vincolato all'andamento della pandemia.</p>	Cittadini e professionisti	<p>Area Ufficio Stampa, Comunicazione e Urp – Struttura Tecnico-Patrimoniale.</p> <p>Liceo Artistico Giulio Romano e street artist Marco Cerioli</p> <p>Comune di Mantova</p>	Da valutare in base all'andamento dell'epidemia	€ 5.250 di cui 3.000 euro finanziati dal Comune di Mantova

4.5 Altri progetti

Progetto 12

Titolo iniziativa	Descrizione iniziativa e obiettivi	Target	Strutture coinvolte	Tempistiche	Costi
Docu-film Covid	Completamento del docu-film per raccontare il covid a cura dei registi Mario d'Anna e Stefano Mangoni. Le riprese sono iniziate ad agosto 2020. È previsto l'allestimento di un set in reparto. A prodotto completato sarà organizzato un evento istituzionale al cinema per la visione. L'iniziativa è vincolata all'andamento della pandemia.	Cittadini Professionisti	Area Ufficio Stampa Comunicazione e URP Registi Mario d'Anna e Stefano Mangoni	Vincolati all'andamento della pandemia, ipotesi evento al cinema nell'estate 2021.	Da valutare

Progetto 13

Titolo iniziativa	Descrizione iniziativa e obiettivi	Target	Strutture coinvolte	Tempistiche	Costi
Libro fotografico Covid	Realizzazione di un libro fotografico sull'esperienza del Covid per raccontare le storie dei professionisti e dell'azienda con immagini ed eventuali commenti testuali.	Professionisti	Area Ufficio Stampa Comunicazione e URP	Dicembre 2021	Da valutare

Progetto 14

Titolo iniziativa	Descrizione iniziativa e obiettivi	Target	Strutture coinvolte	Tempistiche	Costi
H-Open day e Open week Bollini rosa	<p>Incontri pubblici, spazi informativi ed eventuali visite gratuite dedicate alla popolazione femminile, aderendo alle iniziative promosse da ONDA-Osservatorio Nazionale Salute della Donna. Realizzazione poster promozionali digitali, comunicato stampa, news sul sito istituzionale e sulle pagine social, diffusione dell'iniziativa ai medici di medicina generale, pediatri di libera scelta, volontari. Le modalità di svolgimento saranno vincolate all'andamento della pandemia.</p>	<p>Popolazione femminile</p>	<p>Area Ufficio Stampa Comunicazione e URP Strutture coinvolte nelle iniziative a Mantova, Asola, Pieve di Coriano</p> <p>Qualità Accreditamento e Appropriatelyzza</p>	<p>Tempi stabiliti da Onda</p>	<p>Costo zero</p>

4.6 Campagne di comunicazione

Progetto 15

Titolo iniziativa	Descrizione iniziativa e obiettivi	Target	Strutture coinvolte	Tempistiche	Costi
Violenza sugli operatori	Campagne per sensibilizzare i cittadini contro la violenza sugli operatori. Realizzazione poster in formato cartaceo (distribuiti nelle aree più coinvolte dalla problematica) e digitale (pubblicati sulle pagine social dell'azienda).	Cittadini Professionisti ASST	Area Ufficio Stampa, Comunicazione e Urp Strutture coinvolte nel percorso	Gennaio-febbraio 2021	Costo zero

Progetto 16

Titolo iniziativa	Descrizione iniziativa e obiettivi	Target	Strutture coinvolte	Tempistiche	Costi
Vaccinazioni anti-Covid	<ul style="list-style-type: none"> Realizzazione video informativo diffuso sul canale Vimeo, sul sito e sulle pagine social dell'azienda Spilla 'Io mi vaccino' con richiamo logo nazionale primula da distribuire a tutti i professionisti vaccinati 	Cittadini Professionisti ASST Mantova	Area Ufficio Stampa Comunicazione e URP Ats della Val Padana (che ha aderito all'iniziativa)	Video gennaio 2021 Spilla febbraio 2021 Incontri pubblici gennaio-febbraio 2021 Area faq e promozione tramite materiale Regione gennaio-febbraio 2021	Video: € 320 Spille € 1.753 Le altre iniziative costo zero

	<ul style="list-style-type: none"> • Incontri pubblici in diretta fb sul tema della vaccinazione nell'ambito della rubrica 'Un caffè con...' • Creazione area faq sul sito internet aziendale. • Promozione campagna vaccinale tramite strumenti di comunicazione prodotti da Regione Lombardia. 				
--	---	--	--	--	--

Progetto 17

Titolo iniziativa	Descrizione iniziativa e obiettivi	Target	Strutture coinvolte	Tempistiche	Costi
8 marzo	<ul style="list-style-type: none"> • Campagna 'Essere donna è': raccolta di video selfie dalle professioniste di ASST chiamate ad esprimersi con una parola sul significato di essere donna. Il video collettivo sarà poi postato sui canali social dell'azienda. • Eventi online e in presenza su tematiche femminili, promozione delle iniziative tramite ufficio stampa, sito internet e canali social. 	Professioniste ASST Mantova Popolazione femminile	Area Ufficio Stampa Comunicazione e URP Professioniste ASST Mantova	Febbraio-marzo 2021, eventi dal 4 all'11 marzo 2021	Costo zero

Progetto18

Titolo iniziativa		Descrizione iniziativa e obiettivi	Target	Strutture coinvolte	Tempistiche	Costi
Orientamento universitario		Campagna di comunicazione digitale per promuovere i corsi di studio delle professioni sanitarie. Pagina dedicata sul sito. Banner sulla Gazzetta di Mantova (da valutare sia online che cartaceo). Cartolina digitale. Pubblicità sull'inserto Mantova Salute del mensile Mantova che spettacolo. Post Instagram dedicati. Post social con testimonianze dei pazienti. Video-pillole per spiegare la professione nel tempo Covid. Comunicato stampa.	Studenti degli ultimi anni degli istituti superiori	Area Ufficio Stampa Comunicazione e URP CUA	Entro luglio 2021	Costi a carico Cua

Progetto 19

Titolo iniziativa	Descrizione iniziativa e obiettivi	Target	Strutture coinvolte	Tempistiche	Costi
Gioco d'azzardo	<p>Campagna di sensibilizzazione sul gioco d'azzardo patologico:</p> <ul style="list-style-type: none"> - installazione di totem per somministrare questionari agli utenti in punti strategici dell'azienda - pubblicazione video sulla pagina facebook dell'azienda - creazione pagina dedicata sul sito aziendale 	Cittadini	<p>Area Ufficio Stampa Comunicazione e URP</p> <p>Serd</p> <p>Sia</p> <p>Struttura Tecnico Patrimoniale</p>	Anno 2021	Budget dedicato Serd

Progetto 20

Titolo iniziativa	Descrizione iniziativa e obiettivi	Target	Strutture coinvolte	Tempistiche	Costi
Consultorio giovani	<p>Campagna di comunicazione digitale per promuovere i consultori:</p> <ul style="list-style-type: none"> - realizzazione post e stories sulla pagina Instagram - promozione eventi sulla pagina facebook e sul sito internet - realizzazione video per illustrare le attività consultoriali - articoli tematici sul periodico <i>Mantova Salute</i> 	Giovani	<p>Area Ufficio Stampa Comunicazione e URP</p> <p>Consultori giovani</p>	Anno 2021	Costo zero Per i video costi da definire

4.7 Iniziative di comunicazione extra piano

Il presente Piano di Comunicazione ha un intento di programmazione, ma non può rappresentare una risposta esaustiva al fabbisogno di comunicazione aziendale, che in tante occasioni ha carattere di estemporaneità ed emergenza, come è stato in particolare in occasione della pandemia. L'Area Ufficio Stampa, Comunicazione e Urp potrà quindi farsi carico di ulteriori iniziative di comunicazione non previste, compatibilmente con la disponibilità di risorse economiche e umane, sulla base di priorità o particolari esigenze individuate in corso d'anno, condivise con la Direzione Strategica. Tali iniziative si aggiungono ai progetti elencati in questo documento e all'attività ordinaria svolta dai professionisti dell'area nei vari settori di competenza.

4.8 Previsione spesa 2021

INIZIATIVA	COSTI in € A CARICO DELL'AREA (iva inclusa)
1. Aggiornamento sito internet	Spese eventuali imputate al SIA
2. ASST social	Costo zero
3. What's up?	Costo zero
4. Periodico Mantova salute	Da valutare
5. Newsletter AgendAsst	Costo zero
6. Rassegna stampa digitale	3.659
7. Carta dei servizi	Da valutare
8. Sistema di ascolto del cittadino	Costo zero
9. Progetto Babele	22.446
10. Miglioramento comunicazione operatore-paziente	Costo zero
11. Wallart	5.250 (di cui 1.992,85 da sponsor)
12. Docu-film Covid	Da valutare
13. Libro fotografico Covid	Da valutare
14. H-Open day e H-open week Bollini rosa	Costo zero
15. Campagna violenza sugli operatori	Costo zero
16. Campagna vaccinazione anti-Covid	2.053
17. Campagna 8 marzo	Costo zero
18. Campagna orientamento universitario	Costi a carico Università
19. Campagna gioco d'azzardo	Costi a carico Serd
20. Consultorio giovani	Da valutare
TOTALE	33.408