

# PIANO della COMUNICAZIONE 2022

**DIREZIONE GENERALE**  
**Ufficio Pari**



SISTEMA SANITARIO REGIONALE



ASL  
ROMA 6



REGIONE  
LAZIO



# INDICE

pag.

INTRODUZIONE	P. 3
OBIETTIVI E RISULTATI 2021	P. 4
ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE SVOLTE IN FASE EMERGENZIALE	P. 10
ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE ORDINARIE	P. 13
ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE DELLO STAFF COMUNICAZIONE	P. 14
TEMI 2022	P. 14
NUOVI SCENARI	P. 16
TARGET - STAKEHOLDERS	P. 17
STRUMENTI E RIMODULAZIONE OFFERTA COMUNICATIVA 2022	P. 20
PROGETTO URP-PUA	P. 22
LA COMUNICAZIONE DIGITALE	P. 26
EVENTI E CONVEGNI	P. 29
MATERIALE DIVULGATIVO DI SUPPORTO BELOW THE LINE	P. 30
SWOT ANALYSIS	P. 31
BUDGET	P. 32
OBIETTIVI 2022 - SINTESI	P. 33
PIANO INTEGRATO - ICT	P. 36
I PRINCIPI CHE CI GUIDANO	P. 41

# INTRODUZIONE

La comunicazione nell'ambito della gestione aziendale è investita del ruolo di porre 'in rete' l'informazione: interna, organizzativa, esterna, istituzionale. Di rendere pubblico il proprio operato chiamando a partecipare il cittadino-utente e le istituzioni, puntando ad informare in modo corretto, costante, trasparente.

La pandemia da Covid- 19 ha insegnato molto in questo senso, facendo emergere l'esigenza di una pianificazione comunicativa vicina alla necessità di immediatezza e conciliando questa, quanto più possibile, con l'accuratezza e la chiarezza dell'informazione offerta.

Oltre l'emergenza, ma nell'orizzonte di ciò che questa ha suggerito e perfino cambiato nel modo di informare, il modello comunicativo dovrà plasmarsi ancora attorno al modello social il quale mira a raggiungere con un messaggio meno complesso e più efficace i cittadini, in maniera capillare, massiva.

Allo stesso tempo, contributi più strutturati e specifici sono stati chiesti agli esperti in house ed hanno concorso a 'scrivere' e testimoniare una storia di crescita del sapere che uscendo dai Presidi, dai Dipartimenti, raggiunge altri professionisti e l'utenza che intende approfondire i temi medico-scientifici d'attualità.

L'impegno dell'Azienda non può che essere quello di potenziare le diverse forme di comunicazione fin qui utilizzate, raccogliendo da un lato i suggerimenti delle tecnologie comunicative in evoluzione, dall'altro le istanze dei diversi attori della Sanità (medici, pazienti, personale sanitario tutto), così da porsi a servizio e sostegno, per le proprie competenze, degli obiettivi generali dell'Azienda, del Sistema Sanitario Nazionale. Avendo fatte proprie le complessità del periodo pandemico ed intendendo implementare al meglio ogni nuova opportunità di crescita.

# OBIETTIVI E RISULTATI 2021

**Il piano 2022 nasce dall'analisi dei risultati degli obiettivi prefissati nel piano dell'anno precedente, correlati alle strategie aziendali.**

- realizzazione e ottimizzazione dei flussi di comunicazione interna per un pieno coinvolgimento degli operatori nei processi di cambiamento;

Rafforzato e ottimizzato il flusso di comunicazione interna mediante costituzione di **reti di scambio** e condivisione informazioni e contenuti tra referenti comunicazione ufficio centrale e ospedali e tra ufficio centrale e distretti. A supporto di queste reti sono stati istituiti dei gruppi whatsapp per favorire il rapporto tra gli operatori coinvolti. Il tema della comunicazione interna resta un punto centrale sul quale continuare ad investire.

- graduale conversione del sito aziendale in PORTALE AL CITTADINO, con l'introduzione dei servizi online;

Il sito aziendale è stato oggetto di graduale restyling. La home page è stata modernizzata, resa più fruibile e intuitiva. I servizi più richiesti sono stati messi in evidenza per semplificarne l'accesso.

Digitalizzazione pagina Urp per segnalazioni, encomi e reclami.

Il sito da settembre 2021 è diventato accessibile a molte disabilità dalla cecità all'epilessia, servizi ed informazioni inclusivi e fruibili, grazie all'utilizzo di un software che lavora con intelligenze artificiali.

# OBIETTIVI E RISULTATI 2021

- ottimizzazione dell'impiego delle risorse e dei servizi del centro stampa aziendale per la realizzazione di prodotti a supporto della comunicazione;



Ottimizzazione nell'impiego delle risorse offerte dal centro stampa aziendale per attività di comunicazione. Sviluppo app, creazione contenuti video, supporto agli eventi.

- lancio APP aziendale Asl Roma 6, con servizi online e informazioni;



Lanciata App ad aprile 2021 e scaricata da **oltre 5.000 utenti.**

Attraverso l'app è possibile:

- prenotare un tampone
- seguire da casa l'iter al pronto soccorso di un proprio familiare
- ottenere informazioni su assistenza, prenotazioni, scelta MMG/pediatr
- seguire le novità della Asl Roma 6

- promozione sui nostri canali di webinar dedicati all'accompagnamento alla nascita per favorire da remoto la partecipazione delle donne su tutto il territorio;



Organizzati e gestiti da remoto 12 incontri che hanno visto la collaborazione tra professionisti della rete consultoriale ed ospedaliera.

Hanno partecipato **70 donne.**

Numerosi feedback positivi ricevuti hanno evidenziato un forte apprezzamento dell'utenza per queste iniziative online.

# OBIETTIVI E RISULTATI 2021

- dare nuova linfa agli Urp aziendali, promuovendo e digitalizzando la pagina del sito web per la raccolta informatizzata di reclami, encomi e segnalazioni;
- assicurare agli organi locali, istituzionali e ai cittadini informazioni puntuali e attendibili.
- Con particolare riferimento alla Comunicazione interna, di seguito gli obiettivi specifici:
  - coinvolgere i dipendenti nelle politiche e nelle strategie aziendali;
  - rafforzare il senso di appartenenza e la motivazione;
  - coinvolgere il personale nel processo di miglioramento comunicativo dei loro servizi di appartenenza.

La pagina Urp è stata digitalizzata e la form inserita guida i cittadini nella compilazione di segnalazioni, encomi e reclami.

Da maggio 2021 a dicembre 2021 hanno **utilizzato il servizio n. 1.654 utenti**

Come obiettivo primario vi è quello di trasmettere con la massima tempestività e correttezza le informazioni utili all'utenza e alle istituzioni utilizzando i canali istituzionali web e social e mantenendo continui rapporti con i media.

Riscontro oggettivo di quanto l'utenza abbia apprezzato la trasparenza e la tempestività delle informazioni è dato dai numeri che evidenziano la crescita dei followers e delle visualizzazioni sul portale e sui canali social istituzionali.

Lanciata ad inizio anno l'iniziativa

**LA ASL ROMA 6 TU!** per coinvolgere e aumentare il senso di appartenenza dei vari operatori.

Tanto lavoro è ancora da fare su questo tema, ma numerose le strutture organizzative che quotidianamente dialogano con l'ufficio comunicazione per la condivisione di informazioni e novità per l'utenza.

*Uffici infermieristici, vaccinazioni, drive-in, medicina covid, area chirurgica, ambulatorio monoclonali, ambulatorio long-covid, dipartimento salute mentale, dipartimento prevenzione, servizi sociali, fisioterapia, ostetricia e ginecologia, direzioni sanitarie ospedali, distretti.*

# OBIETTIVI E RISULTATI 2021

## VISUALIZZAZIONI PORTALE AZIENDALE ANNO 2020

Analytics Asl Roma 6  
Tutti i dati del sito web

Vai al rapporto

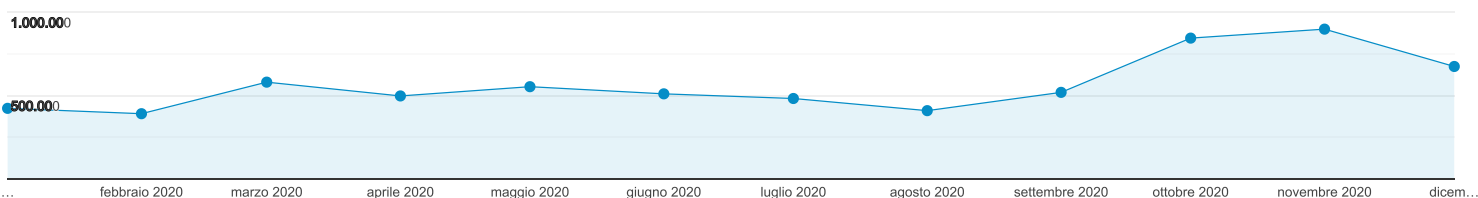
### Pagine

Tutti gli utenti  
100,00% Visualizzazioni di pagina

1 gen 2020 - 31 dic 2020

#### Esplorazione

Visualizzazioni di pagina



Titolo pagina	Visualizzazioni di pagina	Visualizzazioni di pagina uniche	Tempo medio sulla pagina	Entrate	Frequenza di rimbalzo	% uscita	Valore pagina
	<b>6.778.113</b> % del totale: 100,00% (6.778.113)	<b>5.022.722</b> % del totale: 100,00% (5.022.722)	<b>00:01:32</b> Media per vista: 00:01:32 (0,00%)	<b>2.113.752</b> % del totale: 100,00% (2.113.752)	<b>44,53%</b> Media per vista: 44,53% (0,00%)	<b>31,18%</b> Media per vista: 31,18% (0,00%)	<b>0,00 USD</b> % del totale: 0,00% (0,00 USD)
1. Home - ASL Roma 6	<b>2.204.764</b> (32,53%)	<b>1.544.714</b> (30,75%)	00:00:56	<b>868.693</b> (41,10%)	19,17%	16,97%	<b>0,00 USD</b> (0,00%)
2. Intranet - ASL Roma 6	<b>1.116.769</b> (16,48%)	<b>785.468</b> (15,64%)	00:01:15	<b>26.233</b> (1,24%)	22,89%	23,63%	<b>0,00 USD</b> (0,00%)
3. Avvisi e Concorsi attivi - ASL Roma 6	<b>396.252</b> (5,85%)	<b>304.607</b> (6,06%)	00:03:22	<b>194.319</b> (9,19%)	75,34%	60,97%	<b>0,00 USD</b> (0,00%)
4. Scegliere il medico di base/pediatra - ASL Roma 6	<b>118.035</b> (1,74%)	<b>69.326</b> (1,38%)	00:01:34	<b>45.155</b> (2,14%)	42,15%	34,69%	<b>0,00 USD</b> (0,00%)
5. Applicativi utili ai dipendenti - ASL Roma 6	<b>107.154</b> (1,58%)	<b>93.802</b> (1,87%)	00:04:51	<b>2.000</b> (0,09%)	61,25%	48,79%	<b>0,00 USD</b> (0,00%)
6. Drive-In ASL Roma 6, al via la prenotazione online - Drive-In ASL Roma 6, al via la prenotazione online - ASL Roma 6	<b>103.701</b> (1,53%)	<b>80.291</b> (1,60%)	00:04:40	<b>54.810</b> (2,59%)	63,93%	54,42%	<b>0,00 USD</b> (0,00%)
7. AVVISO - Nuova organizzazione e orari del servizio Drive in-tamponi - AVVISO - Nuova organizzazione e orari del servizio Drive in-tamponi - ASL Roma 6	<b>85.465</b> (1,26%)	<b>70.698</b> (1,41%)	00:03:29	<b>55.204</b> (2,61%)	67,48%	60,15%	<b>0,00 USD</b> (0,00%)
8. Portale Unica - ASL Roma 6	<b>84.379</b> (1,24%)	<b>73.412</b> (1,46%)	00:05:00	<b>2.020</b> (0,10%)	59,65%	46,60%	<b>0,00 USD</b> (0,00%)
9. UOS Cure Primarie - ASL Roma 6	<b>77.381</b> (1,14%)	<b>61.807</b> (1,23%)	00:03:45	<b>28.273</b> (1,34%)	66,53%	52,72%	<b>0,00 USD</b> (0,00%)
10. Avvisi e Concorsi in corso - ASL Roma 6	<b>70.735</b> (1,04%)	<b>49.550</b> (0,99%)	00:00:32	<b>40.975</b> (1,94%)	6,64%	20,02%	<b>0,00 USD</b> (0,00%)

Righe 1 - 10 di 2907

# OBIETTIVI E RISULTATI 2021

## VISUALIZZAZIONI PORTALE AZIENDALE ANNO 2021

Analytics Asl Roma 6  
Tutti i dati del sito web

Vai al rapporto [↗](#)

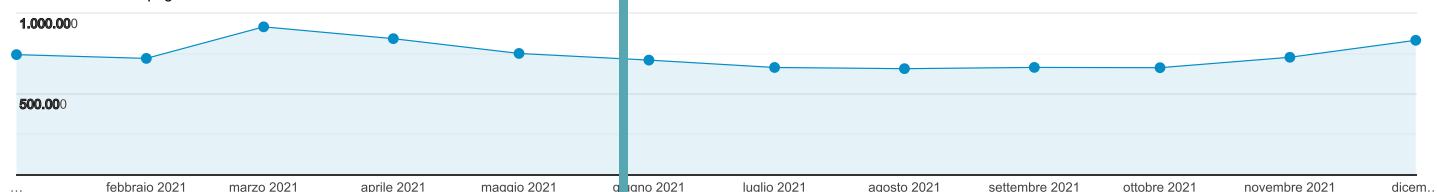
### Pagine

Tutti gli utenti  
100,00% Visualizzazioni di pagina

1 gen 2021 - 31 dic 2021

### Esplorazione

Visualizzazioni di pagina



Titolo pagina	Visualizzazioni di pagina	Visualizzazioni di pagina uniche	Tempo medio sulla pagina	Entrate	Frequenza di rimbalzo	% uscita	Valore pagina
	<b>8.887.847</b> % del totale: 100,00% (8.887.847)	<b>6.615.952</b> % del totale: 100,00% (6.615.952)	<b>00:01:36</b> Media per vista: 00:01:36 (0,00%)	<b>3.084.074</b> % del totale: 100,00% (3.084.074)	<b>49,52%</b> Media per vista: 49,52% (0,00%)	<b>34,70%</b> Media per vista: 34,70% (0,00%)	<b>0,00 USD</b> % del totale: 0,00% (0,00 USD)
1. Home - ASL Roma 6	<b>2.873.934</b> (32,34%)	2.016.441 (30,48%)	00:01:00	1.192.429 (38,66%)	26,42%	21,48%	0,00 USD (0,00%)
2. Intranet - ASL Roma 6	<b>1.256.736</b> (14,14%)	915.463 (13,84%)	00:01:21	34.881 (1,13%)	22,63%	27,37%	0,00 USD (0,00%)
3. Avvisi e Concorsi attivi - ASL Roma 6	<b>282.730</b> (3,18%)	224.384 (3,39%)	00:03:49	167.268 (5,42%)	77,01%	65,86%	0,00 USD (0,00%)
4. Vaccinazioni - ASL Roma 6	<b>203.386</b> (2,29%)	159.638 (2,41%)	00:02:18	115.639 (3,75%)	62,51%	52,84%	0,00 USD (0,00%)
5. Applicativi utili ai dipendenti - ASL Roma 6	<b>191.278</b> (2,15%)	164.759 (2,49%)	00:04:50	4.726 (0,15%)	59,37%	49,72%	0,00 USD (0,00%)
6. Drive-In ASL Roma 6, al via la prenotazione online - Drive-In ASL Roma 6, al via la prenotazione online - ASL Roma 6	<b>181.384</b> (2,04%)	136.210 (2,06%)	00:05:22	117.579 (3,81%)	62,07%	56,34%	0,00 USD (0,00%)
7. Vaccino antiCovid 19 - info FAQ e modalità di prenotazione - ASL Roma 6	<b>177.457</b> (2,00%)	128.076 (1,94%)	00:02:10	80.525 (2,61%)	59,38%	48,04%	0,00 USD (0,00%)
8. Scegliere il medico di base/pediatra - ASL Roma 6	<b>145.217</b> (1,63%)	87.693 (1,33%)	00:01:39	50.804 (1,65%)	37,99%	32,61%	0,00 USD (0,00%)
9. UOS Cure Primarie - ASL Roma 6	<b>110.952</b> (1,25%)	88.847 (1,34%)	00:03:49	39.054 (1,27%)	67,00%	52,12%	0,00 USD (0,00%)
10. Risultati della Ricerca - Home - ASL Roma 6	<b>91.529</b> (1,03%)	74.960 (1,13%)	00:00:34	1.595 (0,05%)	29,15%	8,43%	0,00 USD (0,00%)

Righe 1 - 10 di 2621

I DATI EVIDENZIANO LA CRESCITA DI OLTRE 2.000.000 DI VISUALIZZAZIONI DEL PORTALE AZIENDALE NELL'ANNO 2021. IL PORTALE E' PER L'UTENZA UN PUNTO DI RIFERIMENTO DOVE TROVARE INFORMAZIONI E NOTIZIE COSTANTEMENTE AGGIORNATE.



# OBIETTIVI E RISULTATI 2021

## CRESCITA CANALI SOCIAL ANNO 2021

Crescita Social ASL, AO, AOU, IRCCS				
follower				
ASL Roma 6	06/12/2018	01/01/2021	01/01/2022	Var nell'Anno
Facebook	0	10.100	19.387	9287
Instagram	0	1.110	1.957	847
Twitter	0	405	747	342
copertura				
ASL Roma 6	anno 2.020	anno 2021		
	751.560	1.075.630		

76% donne      24% uomini

72% donne      28% uomini

I DATI EVIDENZIANO LA CRESCITA DI OLTRE **9.000 FOLLOWERS** NELL'ANNO 2021 SUL SOCIAL FACEBOOK, MAGGIORMENTE UTILIZZATO DAI NOSTRI UTENTI.

IL SOCIAL DURANTE LA PANDEMIA HA AVUTO UNA GRANDE CRESCITA PER IL SUO ALTISSIMO POTENZIALE RELAZIONALE E COMUNICATIVO, PER LA SUA IMMEDIATEZZA NEL RAGGIUNGERE IL PUBBLICO, PER LA TEMPESTIVITA' DELLE INFORMAZIONI E PER IL DIALOGO ISTANTANEO CON L'UTENZA.

# ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE SVOLTE NELLA FASE EMERGENZIALE

---

- RINFORZO COMUNICATIVO SU TUTTI I CANALI SOCIAL per la diffusione dei comportamenti da seguire, novità aziendali e servizi.

I canali social si confermano un mezzo ampiamente utilizzato dall'utenza per reperire informazioni, direttive e per entrare in contatto con l'azienda sanitaria. La Community che segue i canali social interagisce con il nostro ufficio che gestisce 7 giorni su 7 e in maniera tempestiva richieste e segnalazioni supportando l'attività dell'Ufficio Relazioni Pubbliche.

- Comunicati stampa diffusi tra gli organi di informazione e pubblicati sul sito internet aziendale sull'evoluzione dell'epidemia.
- Area ASL INFORMA in home page sul sito internet costantemente aggiornata sulle linee operative, sui servizi attivi, sulle info Covid, sulle campagne screening e sulle ordinarie attività sanitarie.
- Restyling home page sito internet, semplificazione accesso ai servizi più richiesti
- Portale aziendale reso accessibile alle disabilità attraverso l'utilizzo dell'intelligenza artificiale. Informazione lanciata tramite social e comunicato stampa. Realizzato video esplicativo della nuova funzionalità.

# ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE SVOLTE NELLA FASE EMERGENZIALE

---

- 21 dicembre, tavola rotonda “Bambini e adolescenti a distanza». Diretta streaming e presentazione del libro in collaborazione con la Asl Roma 1. Evento sponsorizzato tramite sito e social.
- Lanciata attraverso manifesti 70x100 l’App aziendale per restare in contatto con le informazioni dell’azienda sanitaria, seguire i pazienti accompagnati in pronto soccorso tramite codice e prenotare tamponi.
- Realizzazione n 12 incontri online per lo svolgimento di corsi di accompagnamento alla nascita con professionisti del territorio e ospedalieri. promozione dell’evento attraverso sito e social.
- Realizzazione del volume in ricordo del dott. Ferri, direttore del dip. di Salute Mentale «Eduardo Ferri, quella voce fuori dal coro che il virus non ha spento». Realizzazione grafica e stampa. Distribuzione dei volumi durante l’evento di intitolazione del Centro di salute Mentale di Pomezia al dott. Ferri alla presenza dell’Ass. alla sanità Alessio D’Amato.
- Campagna Screening Oncologici. Agenzia Pubblipeas. Screening ottobre - novembre - dicembre. Sponsorizzati attraverso affissione 70x100 nei comuni del territorio, sito e social.
- 22 - 28 novembre Open Week contro la violenza sulle donne. Numero di assistenza promosso sui canali social e sul sito. Segnalibri donati nelle strutture aziendali durante la giornata contro la violenza sulle donne.

# ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE SVOLTE NELLA FASE EMERGENZIALE

- LANCIATO PDTA COLON RETTO E NUOVO SERVIZIO EMODINAMICA. Evento Conferenza promosso su sito e social. Stampato materiale descrittivo
- PROMOZIONE CONTINUA nei canali social e sito di tutta l'attività vaccinale della Asl Roma 6 (OPEN DAY INCLUSI)
- REALIZZAZIONE VIDEO «Senza Respiro» che descrive tutta l'attività svolta dall'azienda durante la pandemia, trasmesso e dedicato a tutti i dipendenti nella giornata dei lavoratori. pubblicato su Youtube e condiviso sugli altri social.
- REALIZZAZIONE VOLUME «SENZA RESPIRO», raccolta dei contributi dei professionisti aziendali. Libro stampato e omaggiato durante il concerto omonimo, sulle note di Ennio Morricone dedicato agli operatori sanitari.



## Senza respiro

Impegno, resilienza, coraggio:  
un anno di Covid-19

a cura di NARCISO MOSTARDA



# ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE

## ORDINARIE

---

Le attività sanitarie ordinarie sono state promosse mediante materiale di supporto, below the line e mediante i canali social e il web.

Troviamo tra le comunicazioni effettuate:

- Contributo ai cittadini per patologie oncologiche
- Campagna vaccinazioni
- Ottobre Rosa, campagna per la prevenzione oncologica
- Contributo parrucche per pazienti oncologiche
- Giornate nazionali e mondiali su temi sanitari specifici per sensibilizzare e informare
- Relazione sulle performance 2020
- Richiesta cartella clinica online
- Scelta e revoca - modalità
- Ticket esenzioni - rimborsi
- Giornate nazionali e mondiali in tema di salute

# L'ATTIVITA' ISTITUZIONALE DELLO STAFF COMUNICAZIONE

---

L'ambito di riferimento contenuto nel piano di comunicazione è riconducibile alle attività svolte dalla Direzione Generale e Strategica, attraverso lo staff dell'ufficio Pari, *Pianificazione Aziendale e Relazioni Istituzionali*, sviluppando in particolare attività di:

- ufficio stampa
- pianificazione campagne e below the line
- gestione del sito internet aziendale
- gestione dei canali social (facebook, Instagram, Twitter e Youtube)
- organizzazione convegni ed eventi
- coordinamento Urp, *Ufficio Relazioni Pubbliche*
- attività di marketing istituzionale e sociale
- gestione e sviluppo App per semplificazione accesso a informazioni e servizi

## TEMI 2022

---

- RIORGANIZZAZIONE DELLA RETE OSPEDALIERA
- PNRR - INVESTIMENTI, SVILUPPO E PROGETTI REALIZZATI
- PROCEDURE E COMPORTAMENTI IN AMBITO COVID-19
- CAMPAGNE NAZIONALI SSN
- CAMPAGNE REGIONE LAZIO
- SVILUPPO SERVIZI TERRITORIALI
- DESCRIZIONE SERVIZI
- OBIETTIVI AZIENDALI
- SCREENING
- PREVENZIONE
- VACCINAZIONI
- DISABILITA'
- VIOLENZA DI GENERE
- GRAVIDANZA
- SALUTE MENTALE

# L'ATTIVITA' ISTITUZIONALE DELLO STAFF COMUNICAZIONE

---

## TEMI 2022

Gli ultimi due anni hanno visto la **COMUNICAZIONE DEL RISCHIO** protagonista con le sue pratiche, strumenti e strategie nei canali comunicativi della Sanità.

In una situazione di emergenza, come è stata la Pandemia Covid-19, occorre affrontare scenari complessi, prendendo decisioni immediate, spesso in condizioni di enorme incertezza. E' necessario agire in modo proattivo, comunicando quel che potrebbe accadere prima che accada, affinché le persone possano essere preparate.

È infine importante saper motivare le ragioni di ogni singola scelta e comunicare l'importanza delle misure da adottare per la difesa della sicurezza individuale e collettiva. Le persone hanno bisogno di una guida coerente e affidabile per orientarsi nell'incertezza e nella paura, e la fiducia dei cittadini va conquistata e mantenuta giorno dopo giorno.

I canali istituzionali dell'azienda devono fornire ai cittadini informazioni chiare e tempestive, divenendo un faro durante i periodi di crisi.

### NUOVI SCENARI

Dato il calo importante della curva epidemiologica già nella prima fase del 2022 è necessario che la comunicazione si **riprogetti** forte dell'importanza del suo ruolo acquisita negli ultimi anni da parte dei cittadini e da parte delle istituzioni.

# L'ATTIVITA' ISTITUZIONALE DELLO STAFF COMUNICAZIONE

## TEMI 2022 NUOVI SCENARI

La strategia comunicativa, i messaggi, i temi della comunicazione della salute dovranno essere rivisti alla luce dell'andamento della crisi epidemiologica Covid-19.

Ci proponiamo, laddove la situazione pandemica lo consentirà, di predisporre un piano editoriale con contenuti che gradualmente si allontaneranno dai temi della Pandemia.

Un tema centrale per il 2022 sarà la **prevenzione** e la **promozione dei corretti stili di vita**.

**Ampio spazio al PNRR:** obiettivo quello di descrivere nell'ottica della trasparenza gli investimenti dell'azienda e i progetti realizzati con i fondi.

Racconteremo passo dopo passo ai nostri cittadini gli sviluppi del piano di Ripresa e Resilienza.

Quest'anno dedicheremo un'ampia pagina al tema della **VIOLENZA DI GENERE**, prevedendo eventi e campagne mirate di prevenzione ed educazione sia tramite canali digitali che tradizionali.



# TARGET STAKEHOLDERS

---

## GLI ATTORI DELLA COMUNICAZIONE INTERNA

Proseguirà il lavoro di messa in rete comunicativa degli operatori appartenenti ai servizi sanitari, tecnici, amministrativi e professionali dell'Azienda, che dal loro punto di vista possono meglio raccontarla attraverso il lavoro svolto e gli aspetti da mettere ancora in luce.

Considerata l'esperienza dell'anno trascorso il coinvolgimento della Direzione Aziendale e degli operatori per dare corpo alla necessità di informazione interna è, con tutta evidenza, necessario.

L'area dedicata alla comunicazione interna è la Intranet accessibile sul portale aziendale e comprende:

- Accesso diretto e procedure PRIVACY
- Accesso diretto e procedure per la PIATTAFORMA COVID aziendale
- Coronavirus, area per la formazione, approfondimenti e video tutorial
- Link per accesso a tutti gli applicativi aziendali
- Area dedicata al supporto informatico
- Posta elettronica e pec
- Controllo di gestione
- Informazioni utili e procedure aziendali
- Risk Management

Recentemente aggiunte le sezioni del:  
CUG (Comitato Unico di Garanzia) e  
Consigliera di fiducia

# TARGET STAKEHOLDERS

---

## GLI ATTORI DELLA COMUNICAZIONE ESTERNA

Target costituito da istituzioni locali e territoriali, rappresentanti degli enti afferenti al settore sanitario e sociale, giornalisti, organizzazioni, sindacati e cittadini.

La comunicazione esterna contribuisce a costruire l'immagine e la reputazione dell'azienda, descrive i servizi erogati e costituisce un canale di misurazione del livello di soddisfazione dei cittadini.

I media rappresentano un vero e proprio pubblico a cui si rivolge la comunicazione aziendale, un pubblico che è in grado di incidere sulla percezione dei cittadini.

Per questo la qualità delle relazioni con i media ha un'importanza fondamentale nel passaggio delle informazioni, nella loro comprensione accurata delle dinamiche aziendali, in quanto influenzerà gli articoli pubblicati e l'immagine dell'azienda.

Lo sforzo fatto durante l'emergenza pandemica, la quale ha chiesto continue rivisitazioni e aggiustamenti in merito alla interfaccia informativa pubblica sui servizi ed i tempi di erogazione degli stessi, è stata spesso positivamente 'fotografata' dai media e dai cittadini e resta una modalità di misurazione del livello di soddisfazione di chi osserva dall'esterno l'Azienda percependo una eventuale crescita della attendibilità.

# TARGET STAKEHOLDERS



SISTEMA SANITARIO REGIONALE

ASL  
ROMA 6

## Estensione territoriale

**658,06 km**

### Comuni

**21**

### Distretti

**6**

### Residenti \*

**569.342**



\* dati Istat 2021

### fasce d'età

**00 - 04 → 22.199**

**05 - 11 → 38.627**

**12 - 17 → 35.191**

**18 - 29 → 66.433**

**30 - 39 → 67.522**

**40 - 49 → 90.794**

**50 - 59 → 93.311**

**60 - 69 → 69.168**

**70 - 79 → 52.342**

**80 - 100 → 33.755**

# STRUMENTI E RIMODULAZIONE OFFERTA COMUNICATIVA 2022

## Ufficio Stampa

---

**Raccolta, produzione e gestione delle notizie aziendali.** L'ufficio stampa svolge un ruolo strategico di interfaccia tra l'azienda e i mezzi di comunicazione locali (testate giornalistiche, televisive locali e giornali online) scegliendo a seconda delle notizie il miglior mezzo.

L'ufficio stampa cura i rapporti con gli organi di informazione assicurando il massimo grado di trasparenza, chiarezza e tempestività nelle informazioni, nel rispetto massimo della privacy per operatori e cittadini.

Nello scorso anno c'è stato un rinforzo contrattuale con una importante agenzia stampa.

Il contratto ha previsto la realizzazione di 8 servizi video e diffusione dei Comunicati Stampa. Si è scelto per l'anno 2022 di rafforzare ulteriormente il contratto, portando i servizi ad un numero minimo di 12 al fine di avere una copertura mensile e una capillare diffusione con le migliori testate per assicurare ai cittadini il transito di informazioni coerenti e aggiornate sui servizi e sulle modalità di erogazione.

### **OBIETTIVI:**

Potenziare i rapporti e le collaborazioni con i media online attraverso:

- calendarizzazione dei contenuti e comunicati per una costante e aggiornata immagine dell'azienda;
- trattamento di temi sanitari mediante il coinvolgimento di professionisti aziendali;
- articoli periodici redatti direttamente dall'ufficio stampa e concordati con i quotidiani locali;
- nell'ottica di un miglioramento della situazione epidemiologica si auspica l'organizzazione di conferenze stampa su temi di interesse territoriale.

# STRUMENTI E RIMODULAZIONE OFFERTA COMUNICATIVA 2022

## URP

---

L'ufficio URP Relazioni con il Pubblico è sempre più un importante strumento strategico per la comunicazione aziendale.

L'ufficio, centrale nello scambio d'informazione tra l'Azienda e il pubblico, dovrà essere formato/informato su tutte le tematiche aziendali e sulle direttive ministeriali e regionali che influiscono sui nostri servizi aziendali.

Fra le sue principali funzioni:

- Ascolto e consiglio
- Orientamento e guida alla scelta dei servizi
- Rilevazione del gradimento dei servizi (dato pervenuto dallo studio e dall'analisi dei reclami)
- Stretta collaborazione con le associazioni di volontariato per favorire la diffusione delle loro iniziative sociali
- Raccolta reclami e segnalazioni

Tra gli obiettivi del 2022 una maggiore 'umanizzazione' nel rapporto col pubblico, sia nei casi di contatto telefonico o digitale, per arrivare ad presa in carico anche della istanza più complessa al fine di restituirla al cittadino sotto forma di soluzione personalizzata.

Questo passaggio dovrebbe comportare un maggiore dialogo con i PUA (Punti Unici di Accesso), presenti presso i distretti, al fine di scambiarsi le reciproche problematiche/criticità raccolte all'esterno ed i rispettivi know how.

# PROGETTO URP - PUA



# STRUMENTI E RIMODULAZIONE OFFERTA COMUNICATIVA 2022

## URP

### PROGETTO PUA

Un altro importante obiettivo 2022 prevede, come è già stato per l'Urp, La digitalizzazione delle pagine PUA sul sito Aziendale con la possibilità di invio richieste e la totale fruibilità dei moduli per pratiche e specifici bandi.

L'URP, puntualmente informato sulle attività nei PUA, avrà modo di orientare l'utente verso il giusto percorso da seguire.

La pagina del sito relativa all'URP lo scorso anno è stata digitalizzata con le icone:

- Richiesta informazioni
- Encomio
- Segnalazione-suggerimento
- Reclamo

4 differenti form di pronta interpretazione che guidano attraverso specifiche richieste il cittadino nella sua compilazione, prontamente analizzabili dal personale di sportello e gestiti da un back-end che ne rileva provenienza e tempi di risposta.

Il progetto di digitalizzazione per un miglioramento della fruizione dei servizi offerti dai PUA ed una maggiore integrazione con la realtà dell'URP, trova spinta e stimolo anche dalle indicazioni dettate dal PNRR alla Componente 1 della Missione 6 "Reti di prossimità, strutture e telemedicina per l'assistenza sanitaria" con collegamenti alla missione 5 "Inclusione e coesione".



# STRUMENTI E RIMODULAZIONE OFFERTA COMUNICATIVA 2022

## URP

### PROGETTO PUA

La **Missione 6 «Salute»** parte dall'assunto che la pandemia da Covid19 ha confermato il valore universale della salute, la sua natura di bene pubblico fondamentale e la rilevanza macroeconomica dei servizi sanitari nazionali. Nello specifico la missione, oltre che sulle Reti di prossimità, strutture e telemedicina per l'assistenza sanitaria territoriale, punta sull'Innovazione, la ricerca e la digitalizzazione del Servizio Sanitario Nazionale.

Nell'ambito del riordino dell'assistenza sanitaria territoriale, il Piano Nazionale Ripresa e Resilienza (di seguito PNRR) prevede le Case della Comunità, al cui interno sono previsti sia i Punti Unici di Accesso (PUA), sia le Centrali Operative Territoriali (COT), che dovranno trovare una loro integrazione. Si segnala inoltre l'approvazione del Piano Nazionale degli interventi sociali del 2021-2023 che rilancia i PUA auspicando rinnovamenti strategico organizzativi.

La digitalizzazione dei PUA e il rafforzamento del loro legame comunicativo con l'Urp potrebbe utilmente integrare i punti di accesso del cittadino. L'interoperabilità delle reti di comunicazione collegherebbe tutti i servizi e i professionisti dell'ambito distrettuale garantendo semplificazione nello scambio di informazioni e facilitando l'integrazione degli interventi. Si aggiunga, inoltre, la possibilità, per il cittadino che accede online, di avere informazioni e orientamento e, se necessario, essere indirizzato alla presa in carico.



# STRUMENTI E RIMODULAZIONE OFFERTA COMUNICATIVA 2022

## URP

### PROGETTO PUA sintesi attività

#### COSA SI PROPONE IL PROGETTO SINTESI DELLE ATTIVITA'

- Creazione gruppo di lavoro
- Incontri mensili tra operatori PUA e URP
- Creazione di una chat tra operatori PUA e URP per confronti e scambio informazioni
- Digitalizzazione pagina portale PUA
- Sezione con documentazione da scaricare online
- Sportello digitale (servizi accessibili online)
- Uniformità di modulistica
- Uniformità cartellonistica di servizio per l'utenza

# STRUMENTI E RIMODULAZIONE OFFERTA COMUNICATIVA 2022

## LA COMUNICAZIONE DIGITALE

---

Il ricorso alla comunicazione digitale ha subito un'ampliamento nell'ultimo anno. si è prevalentemente dato spazio a linee guida sui comportamenti da seguire, dati ufficiali e comunicazioni della Regione Lazio, nonché descrizione e reportage delle attività svolte durante l'emergenza.

### SOCIAL MEDIA

Si procederà su questa linea, forti dell'aumento dei follower (soprattutto sul social facebook, più rispondente al nostro pubblico).

Si utilizzerà però uno specifico e dettagliato piano editoriale che comprenderà:

- un post giornaliero sui dati locali e regionali
- post con faq utili
- post sui servizi attivi e modalità di erogazione
- post settimanale con bollettino sugli incrementi dei casi con link diretto al sito con distribuzione contagi nei vari comuni (fino al termine della pandemia)
- post emozionale su operatori e sul lavoro svolto

Tutte le informazioni più importanti e le novità sui servizi saranno sempre presenti sulla homepage del sito nella sezione Asl Informa.

Attraverso il sito e il social l'utente potrà entrare in contatto con la storia, l'offerta, l'organizzazione, il personale e gli eventi dell'azienda.

Dall'analisi dei risultati dei social si evidenzia una maggiore crescita di facebook rispetto ad instagram e Twitter, motivo per il quale nell'anno 2022 si procederà differenziando ulteriormente i contenuti legandoli agli specifici pubblici.

# STRUMENTI E RIMODULAZIONE OFFERTA COMUNICATIVA 2022

## LA COMUNICAZIONE DIGITALE

### SITO WEB

La sezione «Asl Informa» è in costante aggiornamento per offrire visibilità alle notizie più importanti.

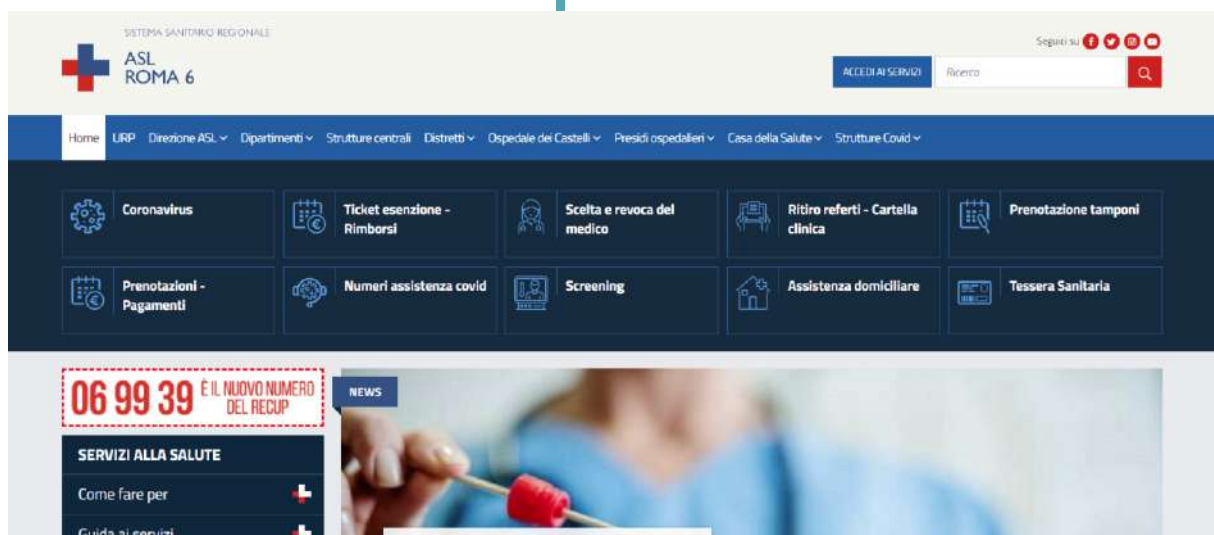
La Homepage recentemente ristrutturata si presenta più fruibile e intuitiva. I servizi più richiesti sono stati messi in evidenza per semplificarne l'accesso.

Il sito è oggi il centro della strategia digitale della Asl Roma 6 e l'obiettivo è quello di offrire oltre alle informazioni anche l'erogazione di alcuni servizi, trasformandolo gradualmente in uno sportello virtuale, **il portale del cittadino.**

Adeguamento che si rende necessario anche per l'esigenza dettata dalla situazione emergenziale di ridurre contatti tra le persone.

Nel 2021 è stata digitalizzata la pagina dell'URP per consentire all'utente di entrare in contatto con l'azienda in maniera più semplice.

Ci si propone per il 2022 la graduale digitalizzazione di altri servizi quali le prenotazioni dei prelievi con creazione pagina unica dei centri prelievo, la digitalizzazione del servizio PROTESICA e la digitalizzazione delle pagine PUA.



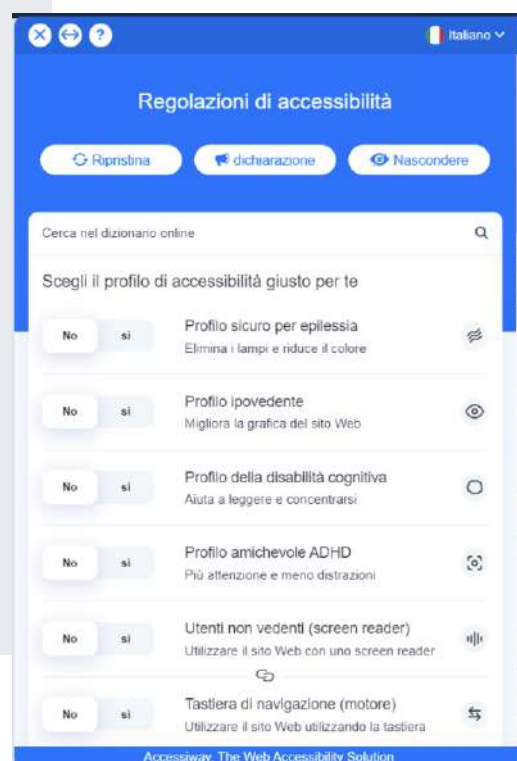
# STRUMENTI E RIMODULAZIONE OFFERTA COMUNICATIVA 2022

## LA COMUNICAZIONE DIGITALE

### SITO WEB

Il sito da settembre 2021 è diventato accessibile a molte disabilità dalla cecità all'epilessia, servizi ed informazioni inclusivi e fruibili, grazie all'utilizzo di un software che lavora con intelligenze artificiali.

il sistema consente di modificare i testi sulla base delle disabilità selezionate e di effettuare per il profilo cecità lettura sia dei testi che delle immagini.



Per il 2022 ci si propone di raccogliere all'interno del portale anche i contributi dei professionisti aziendali e di inserirli all'interno di specifiche sezioni informative in ogni singola pagina delle unità operative.

Un importante coinvolgimento e riconoscimento per i nostri professionisti e allo stesso tempo informazioni utili per la nostra utenza.

# STRUMENTI E RIMODULAZIONE OFFERTA COMUNICATIVA 2022

## Associazioni di volontariato

## EVENTI E CONVEGNI

L'obiettivo è quello di accrescere, in una prospettiva di co-marketing, la collaborazione con le associazioni, promuovendo istanze culturali e solidarietà sociale.

I nostri canali social divulgheranno le attività delle associazioni che offrono il loro contributo all'azienda sanitaria per rafforzare lo spirito di unione sottolineando l'importanza del loro ruolo.

Strettamente legati all'evoluzione della curva pandemica, auspichiamo in un numero crescente di eventi e convegni.

Promuoveremo la cultura delle conferenze in diretta online nei casi in cui la pandemia dovesse limitare gli incontri in presenza.



# STRUMENTI E RIMODULAZIONE OFFERTA COMUNICATIVA 2022

## MATERIALE DIVULGATIVO DI SUPPORTO below the line

---

Nell'ottica di una completa ottimizzazione delle risorse, perseguendo i principi di efficacia, efficienza ed economicità, ci proponiamo di sfruttare al meglio le capacità di stampa del nostro centro interno e di realizzare materiali divulgativi utili a quella fascia di popolazione non raggiungibile con i canali digitali.

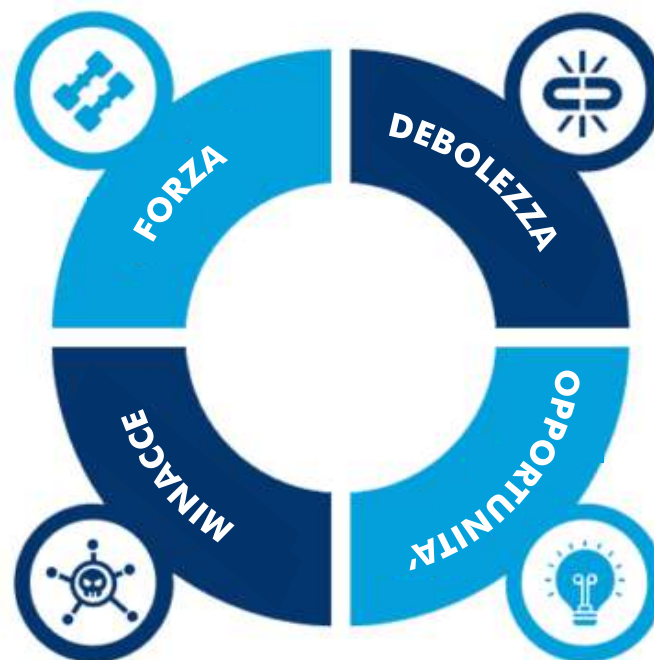
Nello specifico ci proponiamo le seguenti attività promozionali ed informative:

- campagne affissioni manifesti per lanci di attività innovative ovvero per la descrizione delle modalità di servizi erogati;
- materiali di supporto informativo;
- Studio e realizzazione di una rivista aziendale **HOUSE ORGAN** con la raccolta delle novità sui vari servizi e degli eventi effettuati, con cadenza periodica e distribuzione nei punti di accesso dell'azienda; lo stesso magazine sarà fruibile anche online in un apposito spazio dedicato;
- Human Stories - raccontare chi siamo realmente, con le fragilità ma anche la forza, la resilienza per avvicinare i cittadini al mondo degli operatori sanitari;
- realizzazione guida dei servizi fruibili all'interno delle nostre strutture. Guida disponibile cartacea e digitale.

# SWOT ANALYSIS

AUTOREVOLEZZA ENTE —  
 RETE TERRITORIALE CAPILLARE —  
 STRUTTURA IN STAFF —  
 ALLA DIREZIONE GENERALE —  
 COMPETENZE PROFESSIONALI —  
 COORDINAMENTO E SUPERVISIONE —  
 ALLA COMUNICAZIONE —  
 DALLA REGIONE LAZIO

— SCARSA COMUNICAZIONE INTERNA  
 — BASSA CONDIVISIONE CONTENUTI  
 DA PARTE DEI DIPENDENTI  
 — CARENZA RISORSE UMANE  
 — CARENZA STRUMENTI TECNOLOGICI



FAKE NEWS —  
 ATTACCO SOCIAL —  
 GUASTI TECNICI SU APP E SISTEMI —  
 RECLAMI NON SEMPRE VERITIERI —  
 DIFFUSI DAI MEDIA

— COINVOLGIMENTO ISTITUZIONI  
 — COINVOLGIMENTO ASSOCIAZIONI  
 — ENGAGEMENT CITTADINI  
 — COINVOLGIMENTO MMG/PLS

# BUDGET 2022

---

Di seguito le attività del piano comunicazione che necessitano di risorse economiche:

- Del. n. 218 del 09.02.2022 «Affidamento del servizio di manutenzione ordinaria ed evolutiva del portale aziendale alla ditta Progesi S.p.A.» servizio per il periodo 2022/2024  
\_\_\_\_\_ costo annuale € 13.293,33 iva esclusa

- Del. n. 1137 del 10/08/2021  
SERVIZIO DI PRODUZIONE, GESTIONE E DISTRIBUZIONE DOCUMENTI PER STAMPATI.  
Parte del budget del servizio Stampa è dedicato alla fornitura del materiale di supporto alle campagne di prevenzione e di promozione dei servizi aziendali.

- Del. n. 15 del 13/04/2022 «Piano di comunicazione progetto spazio di ascolto e accoglienza delle vittime di violenza di genere e vulnerabilità CON TE» (durata 12 mesi)  
\_\_\_\_\_ € 16.000,00 Iva inclusa

- La Direzione Generale affida all'ufficio PARI un budget extra per le attività di comunicazione, nello specifico dovranno rientrare nelle risorse economiche stanziare:

- affidamento servizio agenzia stampa
- abbonamento testate giornalistiche
- allestimento e gestione eventi aziendali

\_\_\_\_\_ € 30.000 Iva inclusa



# OBIETTIVI 2022 Sintesi

---

## **CRESCITA SOCIAL**

Si continuerà ad investire sui social, oggi uno strumento strategico e fondamentale per la comunicazione aziendale. Messaggi tempestivi, semplici, diretti e che generano engagement consentono all'azienda di raggiungere in poche ore migliaia di utenti in modalità organica (senza investimenti economici).

Andrà ulteriormente differenziata la tipologia dei messaggi sui vari social, alternando su facebook messaggi informativi, emozionali e istituzionali; prediligendo su instagram messaggi emozionali e dedicando invece sul social twitter una selezione di contenuti prettamente informativi.

Quest'anno ci proponiamo di dare maggiore attenzione al social Youtube, spingendo verso la creazione di nuovi contenuti multimediali.

## **LANCIO NUOVO SOCIAL ISTITUZIONALE: LINKEDIN**

Nell'ottica dell'ampliamento del target il nuovo profilo social dovrà prevedere contributi formativi e professionalizzanti e campagne istituzionali come richiede la tipologia del social stesso. Inoltre la pagina potrà divenire un riferimento e costituire rete tra i professionisti dell'azienda.

## **LANCIO HOUSE ORGAN**

(Rivista aziendale)

La rivista sarà la voce dei nostri professionisti che potranno condividere con l'ufficio stampa i propri contenuti professionali, descrivere i propri servizi sanitari, le novità e gli eventi istituzionali.

# OBIETTIVI 2022 Sintesi

---

## **DIGITALIZZAZIONE PAGINE PUA E RETE DI COMUNICAZIONE CON URP**

le pagine PUA conterranno le informazioni utili a conoscere i servizi e una guida al loro accesso. Inoltre sarà prevista una sezione in cui poter scaricare la modulistica.

## **DIGITALIZZAZIONE PAGINA CENTRI PRELIEVO**

Creazione di una unica pagina con elenco centri prelievo aziendali e relative informazioni e Link per la prenotazione online dell'appuntamento nel centro prelievo individuato. Programmazione contestuale dello sviluppo di una APP PERFORMANTE per la PRENOTAZIONE DELLE PRESTAZIONI DI PRELIEVO.

## **DIGITALIZZAZIONE FUNZIONALITA' PER RICHIESTA PROTESICA**

Form per la richiesta di protesi, ortesi e ausili tecnologici con la possibilità di selezionare una officina/sanitaria accreditata. Il sistema consentirà invio automatico di risposte e gestione da back-end delle pratiche.

## **FORMAZIONE**

Formazione professionale sulla comunicazione interna ed esterna rivolta all'ufficio comunicazione e URP.

Ampliamento dell'offerta formativa in tema di comunicazione interna rivolto ai dipendenti ed effettuato dall'ufficio comunicazione

# OBIETTIVI 2022 Sintesi

---

## **AMPLIAMENTO CONTENUTI SULL'APP AZIENDALE ASL ROMA 6 LANCIATA NEL 2021.**

L'app dovrà integrare le seguenti funzioni:

- messaggistica diretta con URP aziendale
- link ai contatti dei Pua
- aggiornamento diretto dei comunicati e delle news

## **COINVOLGIMENTO PROFESSIONISTI AZIENDALI NELLA CONDIVISIONE DI CONTENUTI RIGUARDANTE I PROPRI SERVIZI.**

Questi contenuti professionali potranno essere inseriti nella sezione «Per saperne di più» presente nella pagina di ciascuna unità operativa ed inoltre potranno essere selezionati per la pubblicazione sulla rivista aziendale.

## **PROGETTI INTEGRATI AL PIANO**

**PIANO ICT -** QUALIFICARE E INTENSIFICARE SCAMBI COMUNICATIVI E ATTIVITA' DI FORMAZIONE E INFORMAZIONE ATTRAVERSO L'ALLESTIMENTO DI AULE MULTIMEDIALI.

**PIANO CON TE -** CONTRO LA VIOLENZA DI GENERE

SENSIBILIZZAZIONE SUL TEMA

In allegato al presente piano l'integrazione del piano specifico CON TE.

# PIANO COMUNICAZIONE 2022 INTEGRAZIONE

# ICT

SISTEMA SANITARIO REGIONALE



ASL  
ROMA 6



REGIONE  
LAZIO



# ICT

## INFORMATION COMMUNICATION TECHNOLOGY

# ICT

L'ICT è un ambito di studio e di progettazione di sistemi basati sull'evoluzione dell'informatica, delle telecomunicazioni e della telematica. Il termine ICT si riferisce a tutto l'insieme delle tecnologie che hanno la funzione di elaborare e comunicare l'informazione tramite i mezzi digitali, il computer e le tecnologie correlate.

Il progetto «ICT» viene inserito all'interno del Piano della Comunicazione 2022 con l'obiettivo di ottimizzare il sistema comunicativo interno aziendale ed esterno tra amministrazione e cittadino, costituendo inoltre il punto di partenza e condizione necessaria per numerose iniziative specifiche di comunicazione.

Le nuove tecnologie informatiche hanno di fatto una indubbia ricaduta culturale e comunicativa all'interno dell'azienda. Possono infatti contribuire ad aumentare fortemente l'efficienza, l'efficacia e la qualità delle relazioni all'interno e all'esterno dell'organizzazione aziendale.

## MISSION *del progetto*

Amplificare, intensificare e qualificare gli scambi comunicativi e le modalità di relazione interne ed esterne costruendo opportunità di integrazione culturale e creando valore.

## IL PROGETTO

# RIQUALIFICAZIONE E DIGITALIZZAZIONE AULE MULTIMEDIALI

Il progetto ICT di RIQUALIFICAZIONE E DIGITALIZZAZIONE AULE MULTIMEDIALI prevede l'allestimento di spazi aziendali con idonee tecnologie informatiche acquisite tramite i FONDI POR FESR 2014-2020 EMERGENZA COVID 19.

E' prevista la distribuzione nelle varie sedi aziendali delle seguenti strumentazioni:

- n. 38** proiettori + carrello
- n. 15** pannelli per proiettore
- n. 23** sale riunioni dotate di webcam professionale, postazione audio da tavolo, monitor 65", supporto per monitor con rotelle

Le nuove tecnologie verranno dislocate in tutte le sedi aziendali: ospedali, distretti e consultori.

Ciò consentirà la costruzione di una migliore rete di comunicazione interna tra strutture territoriali e ospedaliere e di offrire allo stesso tempo al cittadino nuove opportunità di relazione.

## IL PROGETTO

### RIQUALIFICAZIONE E DIGITALIZZAZIONE AULE MULTIMEDIALI

#### COMUNICAZIONE INTERNA

Il progetto si intreccia con importanti azioni del piano di comunicazione aziendale:

- COMUNICAZIONE INTERNA
- COMUNICAZIONE ESTERNA
- FORMAZIONE

La pandemia ci ha, fin dai primi giorni, costretti a proseguire le attività strategico, organizzative e relazionali attraverso nuovi sistemi, usufruendo del supporto tecnologico. I meeting da remoto sono divenuti la principale modalità operativa. Seppur con iniziali difficoltà tecniche, gli incontri a distanza hanno fatto emergere i loro aspetti positivi:

- *la rapidità di convocazione e organizzazione*
- *l'opportunità di partecipazione da qualunque luogo*
- *la possibilità di incastrare più incontri ravvicinati*

**La conversione di sale riunioni in sale multimediali amplierà la possibilità per i dipendenti di partecipare ad incontri ottimizzando lo sviluppo delle attività oltre che favorendo rapporti e relazioni con i colleghi.**

## IL PROGETTO

---

### RIQUALIFICAZIONE E DIGITALIZZAZIONE AULE MULTIMEDIALI

### COMUNICAZIONE ESTERNA

### FORMAZIONE

Lo stato emergenziale in cui ci troviamo dal 2020 ha, a fasi alterne, bloccato, rallentato, ridimensionato gli eventi culturali ed istituzionali rivolti alla nostra utenza.

**La digitalizzazione inserita nel progetto ICT consentirà di sviluppare attività ed eventi per i cittadini con maggiore coinvolgimento, efficacia e capillarità sul territorio.**

Le dotazioni daranno l'opportunità alle nostre strutture territoriali ed ospedaliere di relazionarsi ed interagire con il nostro pubblico usufruendo degli spazi online e delle tecnologie informatiche, coinvolgendolo in eventi formativi, informativi ed istituzionali.

Si prevede pertanto anche un ampliamento di partecipazione ad eventi formativi aziendali e un miglioramento dello standard qualitativo promosso grazie alla dotazione di schermi, postazioni audio da tavolo, monitor e oltre 50 proiettori.



# LA COMUNICAZIONE ASL ROMA 6 I principi che ci guidano

---

- COMPORTAMENTO POSITIVO E FIDUCIOSO
- TRASPARENZA E LEALTA'
- ATTENDIBILITA'
- DIALOGO CON I CITTADINI
- PIANIFICAZIONE COSTANTE
- COMUNICARE TEMPESTIVAMENTE
- COMUNICAZIONE PROATTIVA
- COMPRENDERE LE PREOCCUPAZIONI DEI CITTADINI
- FAVORIRE ENGAGEMENT
- VALORIZZAZIONE DEI SERVIZI OFFERTI

*«La qualità etica della comunicazione è frutto di coscienze attente, non superficiali, sempre rispettose delle persone, sia di quelle che sono oggetto di informazione, sia dei destinatari del messaggio. Ciascuno con il proprio ruolo e con la propria responsabilità è chiamato a vigilare per tenere alto il livello etico della comunicazione ed evitare cose che fanno tanto male: la disinformazione, la diffamazione e la calunnia.»*

*Papa Francesco, 18.01.2014*