Sistema Socio Sanitario
Regione Lombardia
ATS Bergamo

PIANO DI COMUNICAZIONE
ATS BERGAMO

Indice

1/ Premessa pag. 3

2/ Analisi del contesto pag. 4

3/ Area Comunicazione e Relazioni Esterne pag. 6

3.1/ Comunicazione pag. 7

3.2/ Rapporti con i Media (Ufficio Stampa) pag. 8

3.3/ Ufficio Relazioni con il Pubblico (URP) pag. 9

4/ Analisi SWOT per l'attuazione del Piano pag. 10

5/ Il Piano di Comunicazione di ATS Bergamo pag. 11

6/ Focus Tematici - Azioni 2024 pag. 13

6.1/ Rapporti con la Stampa (Ufficio Stampa) pag. 13

6.2/ Comunicazione Digitale (sito e social) pag. 14

6.3/ Social pag. 15

6.4/ Campagne di Comunicazione materiale divulgativo e branding pag. 18

Premessa

L'Agenzia di Tutela della Salute di Bergamo, inserita nel contesto del Sistema Sociosanitario Regionale della Lombardia, attraverso la programmazione locale, il confronto e la presa in carico delle richieste del proprio territorio, esercita il ruolo di **garante della salute dei propri cittadini**.
Le sue azioni sono orientate a **promuovere e tutelare** la salute della popolazione, sia in forma individuale che collettiva, **garantendo** i servizi e le attività inserite nei **Livelli Essenziali di Assistenza (LEA)**. Ad ATS compete il governo sanitario, sociosanitario e di integrazione con le politiche sociali del territorio.

Esercita il suo ruolo attraverso le seguenti azioni:

- **negoziazione** e **acquisto delle prestazioni** sanitarie e sociosanitarie dalle strutture accreditate, secondo tariffe approvate dalla Regione
- **governo** e **promozione** dei programmi di promozione della salute, **prevenzione**, **assistenza**
- promozione della **sicurezza alimentare medica e medica veterinaria**
- prevenzione e controllo della salute negli ambienti di vita e di lavoro
- **vigilanza** e **controllo** sulle strutture e sulle unità d'**offerta sanitarie, sociosanitarie e sociali**

Inoltre, nel perseguimento dei fini istituzionali, rivolge un'attenzione continua al cittadino e ai suoi bisogni, sui quali basare le politiche aziendali: agisce con efficienza, tempestività ed economicità orientando la propria azione al miglioramento continuo della qualità delle prestazioni e dell'efficienza dei servizi offerti, attraverso il consolidamento delle buone prassi e l'**innovazione - anche tecnologica** - essenziale per assecondare i continui cambiamenti che avanzano.

La **Comunicazione**, centrale nel perseguimento degli obiettivi dell'Agenzia e nel coinvolgimento, anche attivo, di tutti gli stakeholder, riveste un ruolo di particolare rilevanza: può favorire la conoscenza del ruolo di programmazione, facilitare la sistematica interlocuzione con le Strutture Sanitarie e Sociosanitarie del territorio, anche al fine di realizzare l'integrazione ospedale-territorio, agevolando il rapporto con gli Enti Locali, nell'ottica di una maggiore armonizzazione del sistema Sociosanitario e di una reale e concreta azione di rete con gli altri cardini del sistema di welfare.

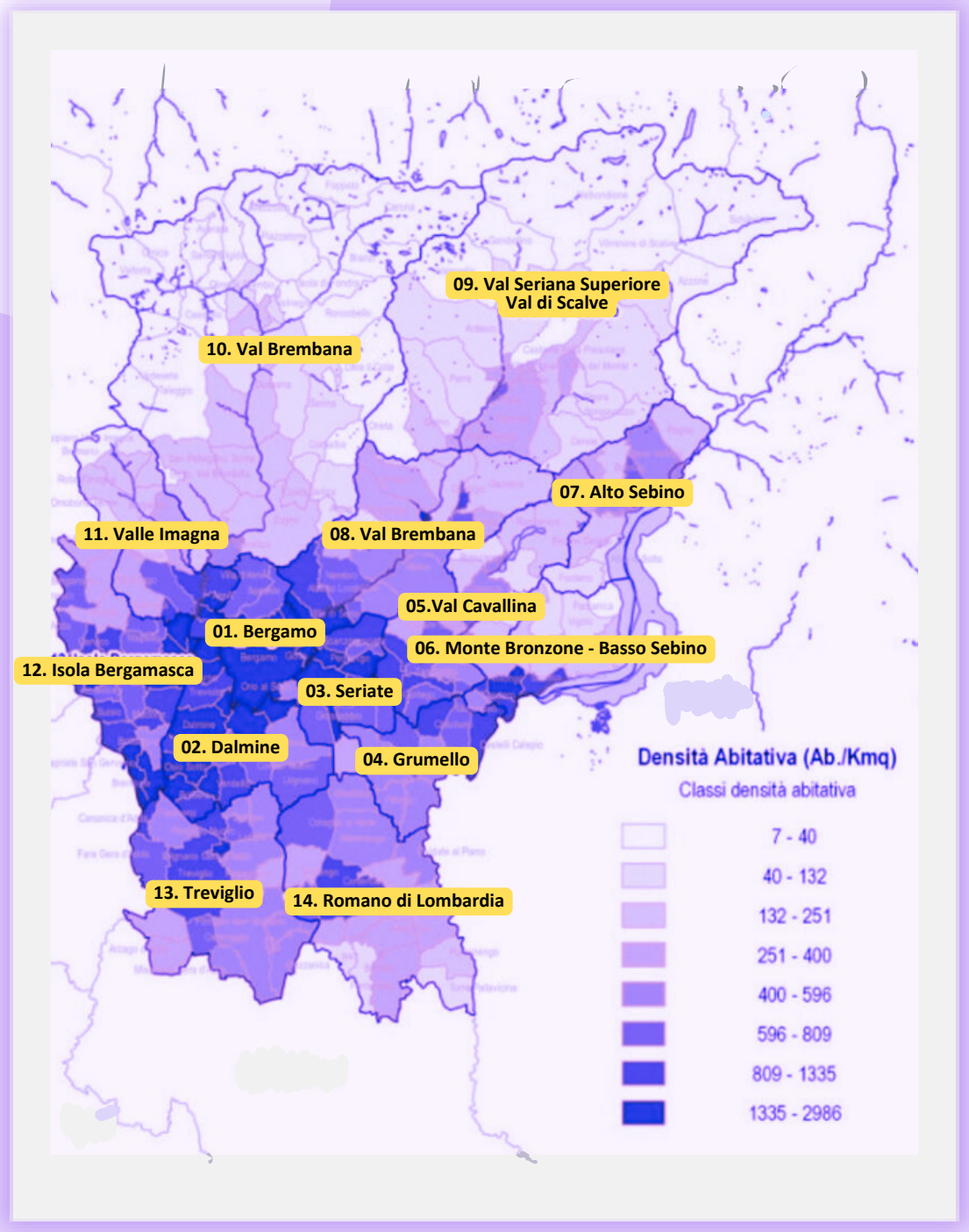
Analisi del Contesto

Il territorio di competenza dell'ATS Bergamo coincide con quello della provincia di Bergamo, per estensione la **quarta provincia della Lombardia**.
Si estende su un'area di **2.746 kmq**, di cui il 64% costituito da rilievi montuosi e 12% da rilievi collinari, con alcune difficoltà di comunicazione a causa della configurazione orografica. Nelle aree montane risiede circa il 21% della popolazione.

Il territorio provinciale è delimitato da due grandi fiumi che scendono paralleli - l'*Oglio* a est, l'*Adda* a ovest - chiuso a nord dalle Alpi Orobie ed aperto verso la Pianura Padana a sud. Il **settore industriale** rappresenta il **53%** delle attività. Al suo interno il comparto maggiore è l'**edilizia (15%)**, seguito dalla meccanica, dal tessile, dall'abbigliamento e dal chimico-plastico. Il settore terziario raccoglie il 44% dell'economia provinciale, mentre le attività agricole non superano il 3%.

Nell'area metropolitana cresce la presenza del **terziario**, che occupa il **70%** delle attività tra pubblico impiego, distribuzione e servizi alle imprese (dati sito ufficiale Provincia di Bergamo). La distribuzione territoriale della popolazione bergamasca non è omogenea, a causa della configurazione geografica del territorio (fig.1).

n	Distretto	Ambiti	
1	Bergamo	Bergamo	152.319
2	Valle Brembana e Val Imagna	Valle Brembana, Valle Imagna e Villa d'Almè	92.548
3	Seriate e Grumello	Seriate, Grumello,	128.348
4	Val Seriana e Val di Scalve	Valle Seriana, Valle Seriana Superiore e Valle di Scalve	137.297
5	Valle Cavallina e Sebino	Valle Cavallina, Monte Bronzone - Basso Sebino,Alto Sebino	115.993
6	Isola e Val San Martino	Isola Bergamasca	135.894
7	Media Pianura	Dalmine	146.368
8	Bassa Occidentale	Treviglio	111.970
9	Bassa Orientale	Romano di Lombardia	85.566
		TOTALE	1.106.303


09. Val Seriana Superiore
Val di Scalve
10. Val Brembana
07. Alto Sebino
11. Valle Imagna
08. Val Brembana
05.Val Cavallina
01. Bergamo
06. Monte Bronzone - Basso Sebino
12. Isola Bergamasca
03. Seriate
02. Dalmine
04. Grumello
13. Treviglio
14. Romano di Lombardia
Densità Abitativa (Ab./Kmq)
Classi densità abitativa
7 - 40
40 - 132
132 - 251
251 - 400
400 - 596
596 - 809
809 - 1335
1335 - 2986

(fig.1)

Area Comunicazione e Relazioni Esterne

Alla Struttura Semplice Comunicazione e Relazioni Esterne (di seguito S.S. Comunicazione) è demandato il compito **definire,** secondo quanto previsto dalla L. 150/2000 *"Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione, delle pubbliche amministrazioni"*, **il "Piano di Comunicazione",** inteso come **documento programmatorio che individua e definisce gli obiettivi generali** in tema di comunicazione istituzionale e le principali azioni utili al suo **conseguimento.**

La comunicazione è fondamentale per fornire una cornice di senso e di prospettiva al ruolo dell'Agenzia, soprattutto per un'Organizzazione che si pone quale punto di riferimento per la *governance*, il coordinamento delle azioni e le politiche sociosanitarie territoriali.
Permette, infatti, di **gestire, sviluppare e migliorare le relazioni con i cittadini**, **rilevare i loro bisogni e il loro gradimento dei servizi** mediante modalità di interazione, partecipazione ed accesso alle informazioni.
Rappresenta lo strumento privilegiato per **dialogare con il territorio, valorizzare e condividere le attività dell'Agenzia,** per **favorire l'Empowerment di Comunità**.

S.S. Comunicazione coordina le attività di informazione e di comunicazione istituzionale (interna ed esterna), con l'obiettivo di favorire la valorizzazione e la condivisione della mission di ATS Bergamo: si occupa principalmente di promuovere la comunicazione aziendale in coerenza con le strategie e le priorità stabilite e condivise.

La S.S. Comunicazione è organizzata in **tre macro aree**

- *Comunicazione*
- *Relazioni con il Pubblico (URP)*
- *Rapporti con i Media (cd. Ufficio Stampa)*

Comunicazione

Nel perseguire gli obiettivi dell'Agenzia, assolvere la sua *mission* e accrescere il valore dell'attività di mandato, le risorse si occupano di:

- ideare e realizzare **campagne di comunicazione**, manifestazioni ed **eventi** di rilevante interesse per l'Agenzia
- **gestire e monitorare le piattaforme social media** aziendali, con le pagine e profili collegati, quale interfaccia per l'utenza interna ed esterna
- presidiare l'**implementazione e gestione del portale web** aziendale, anche quale riferimento dell'utilizzo del sito da parte delle Strutture aziendali, coordinando l'attività congiuntamente agli altri enti del territorio
- dare opportuna visibilità alle iniziative di tutte le articolazioni dell'Agenzia. L'ufficio costituisce anche il tramite per la **veicolazione delle informazioni tra i dipendenti,** favorendo e valorizzando la condivisione delle attività dell'Agenzia, mantenendo una costante conoscenza ed aggiornamento sulle esigenze dei vari settori e Servizi.

Tra i principali compiti vi sono anche:

- la pianificazione dei **flussi comunicativi** esterni
- la **definizione del contenuto** della comunicazione
- il tempestivo **aggiornamento** delle informazioni e la formulazione di proposte volte a migliorare la qualità dei processi di comunicazione interni all'Amministrazione
- il **coordinamento** e la gestione della **Rete interna dei Referenti per la Comunicazione e** dei referenti del **portale web dell'agenzia**
- la **gestione** e l'**implementazione** del sistema dei **flussi/processi di comunicazione** interna, volti a migliorare la qualità dei servizi e l'efficienza organizzativa
- l'aggiornamento e il miglioramento del portale aziendale

Gli attori della comunicazione interna

Tutti **i collaboratori dell'Agenzia concorrono alla costruzione** e al mantenimento dei più fluidi ed ottimali flussi comunicativi, che tuttavia necessitano di continuo **monitoraggio** e, laddove possibile, **implementazione** anche con l'ausilio degli strumenti che la tecnologia mette a disposizione.

Mandato e obiettivo della S.S. Comunicazione sono il miglioramento dell'azione di messa in rete delle comunicazioni degli operatori appartenenti ai diversi Dipartimenti e Strutture (Complesse e Semplici) dell'Agenzia.

Anche la comunicazione interna, soprattutto dai vari Servizi verso S.S. Comunicazione, necessita di un rinforzo organizzativo e di una attenzione particolare, per andare oltre gli strumenti tradizionali della comunicazione, quali la bacheca aziendale, la posta elettronica e la rete di comunicazione interna.

Gli attori della comunicazione esterna

Il **target** di riferimento è costituito da **Istituzioni locali e territoriali,** rappresentanti degli afferenti al settore sanitario, sociosanitario e sociale, giornalisti, organizzazioni, volontariato e cittadini.

La comunicazione esterna contribuisce a costruire l'immagine e la reputazione dell'Agenzia, descrive la mission e la funzione della stessa, costituisce un canale di misurazione del livello di soddisfazione dei cittadini (brand reputation). ***I Media rappresentano un vero e proprio pubblico a cui si rivolge la comunicazione dell'Agenzia, 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 dell'Agenzia e per le ricadute sull'immagine dell'Agenzia.

Rapporti con i media

Compito ulteriore della S.S. Comunicazione è anche quello di **curare la Comunicazione e i rapporti con gli organi di informazione di massa, attraverso la stampa e tutti i suoi strumenti telematici a disposizione,** al fine di:

- provvedere alla gestione dell'informazione in **collegamento con organi d'informazione (stampa, radiofonici, televisivi)**. In particolare, redazione di articoli e comunicati stampa, organizzazione di eventi per le testate giornalistiche e televisive, gestione del servizio di rassegna stampa
- assolvere alle richieste di informazioni da parte dei media e degli organi di informazione esterni, istituzionali e non
- collaborare con le singole Strutture aziendali per la **stesura e pubblicazione di articoli tematici** e la diffusione di notizie riguardanti i servizi
- supportare le articolazioni dell'Agenzia per la **realizzazione di interviste** rilasciate da professionisti e dalla Direzione Strategica
- assicurare il **raccordo con gli uffici comunicazione del territorio,** in primis con l'Assessorato DG Welfare di Regione Lombardia, per eventi di potenziale rilevanza mediatica e la diffusione di informazioni utili al territorio
- organizzare e gestire le **conferenze stampa**

Relazioni con il Pubblico (URP)

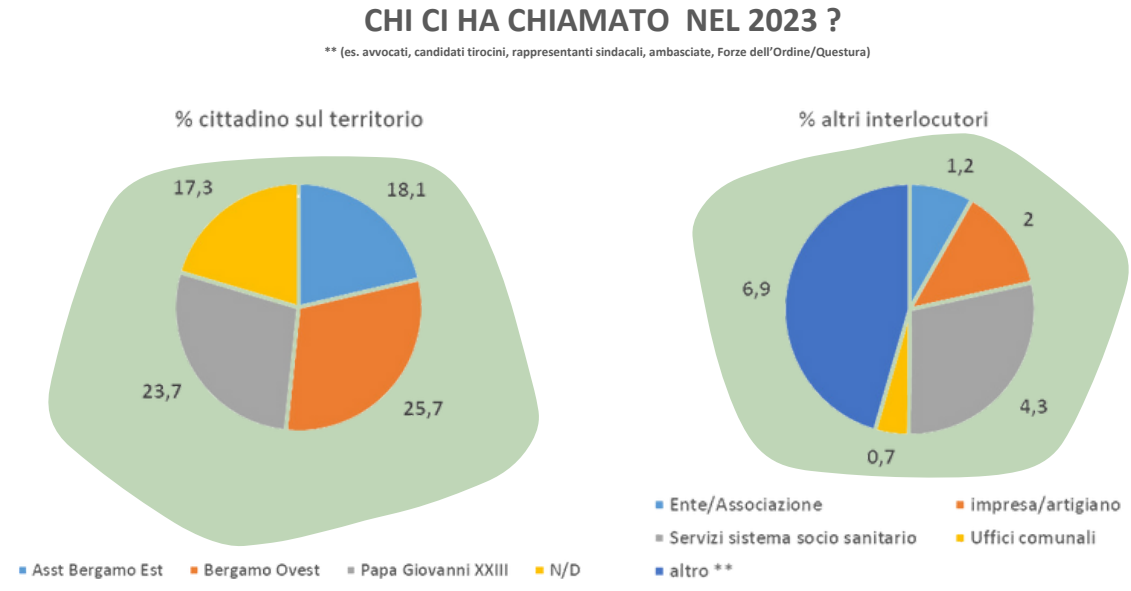
L'Ufficio Relazioni con il Pubblico è articolato in modo da:

1. **offrire un canale di accoglienza e supporto alla cittadinanza**
- gestendo le segnalazioni di singoli cittadini, di enti diversi
- informando circa l'utilizzo dei servizi offerti e le disposizioni normative/amministrative
- orientando all'offerta presente nella rete di servizi territoriale
- favorendo una comunicazione efficace con le istituzioni e gli stakeholder territoriali

2. garantire il raccordo comunicativo e informativo con
- gli Uffici interni all'Agenzia
- gli omologhi servizi a livello regionale e territoriale
- le agenzie ed enti che lo richiedono

3.concorrere all'interno dell'Area Comunicazione e Relazioni esterne
- al monitoraggio dell'efficacia delle strategie di comunicazione a rilevanza esterna
- alla realizzazione di strumenti operativi utili alla realizzazione della documentazione informativa destinata al cittadino

4.assicurare un supporto alla Direzione Strategica per
- il monitoraggio fabbisogno informativo del cittadino, mediante strumento di rilevazione e analisi dedicato
- la rilevazione di specifiche criticità evidenziatesi a livello collettivo
- la promozione della comunicazione istituzionale e dello sviluppo delle attività dell'Agenzia



Analisi SWOT per l'attuazione del Piano

L'analisi SWOT è una tecnica utilizzata per identificare, in modo analitico, le principali forze e debolezze di ATS Bergamo, nel suo contesto di riferimento, individuando le possibili opportunità e le potenziali minacce.

Il termine SWOT sta per

- **Strengths (punti di forza)**
- **Weaknesses (punti di debolezza)**
- **Opportunities (opportunità)**
- **Threats (minacce)**

L'analisi SWOT consente di ragionare rispetto all'obiettivo che si vuole raggiungere tenendo simultaneamente conto delle variabili sia interne che esterne. Le **variabili interne** sono quelle che fanno parte del sistema e **sulle quali è possibile intervenire**; quelle esterne invece, non dipendendo dall'organizzazione, possono solo essere tenute sotto controllo, in modo di sfruttare i fattori positivi e limitare i fattori che invece rischiano di compromettere il raggiungimento degli obiettivi prefissati.

SWOT	
PUNTI DI FORZA	**PUNTI DI DEBOLEZZA**
• PERMEABILITA' COMUNICAZIONE NEL TERRITORIO (canale telegram, sponsorizzate Fb, sito web) • REALIZZAZIONE CAMPAGNE DI COMUNICAZIONE E SENSIBILIZZAZIONE (Screening, Cadute dall'alto) • NETWORK TERRITORIALI (farmacie, mmg, terzo settore, asst ecc) E SUPPORTO DA URP DI ATS (ascolto del cittadino e percezione del bisogno di informazione)	• BASSA PROATTIVITA' E CAPACITA' DI INGAGGIO DEI DIPARTIMENTI • TEMPI DI PROGETTAZIONE INADEGUATI PER PRODOTTI GRAFICI/VIDEO DI LIVELLO • STRUMENTAZIONI INFORMATICHE/SOFTWARE NON PROFESSIONALI
OPPORTUNITA'	**MINACCE**
• RISORSE PER REALIZZAZIONE NEWSLETTER TERRITORIALE • NETWORK DELLA COMUNICAZIONE REGIONALE • ATTIVITA' DI CONDIVISIONE PROGETTUALE CON DIPARTIMENTI A INIZIO ANNO PER PIANO DI COMUNICAZIONE AZIENDALE	• RIFERIMENTO REGIONALE NON STRUTTURATO • RICADUTE NEGATIVE BRAND DI ATS BG • MANCANZA DI AGGIORNAMENTO TEMPESTIVO DELL'URP DA PARTE DELLE STRUTTURE INTERNE DI ATS (risposte errate al cittadino) • INGAGGIO DEGLI STAKEHOLDERS TERRITORIALI

Il Piano di Comunicazione 2024 di ATS Bergamo

Il Piano di Comunicazione vuole perseguire i seguenti obiettivi generali:

- far conoscere ai cittadini le attività e le funzioni dell'ATS di Bergamo, valorizzandone le ricadute sulla salute della cittadinanza
- orientare e facilitare la diffusione delle informazioni ai cittadini per aumentare l'empowerment sanitario e le singole scelte di salute

L'attuazione del piano di comunicazione prevede una **strategia di comunicazione integrata, n**ello specifico:

- **Integrazione con il partenariato istituzionale** e sociale che funge da "moltiplicatore" dei messaggi e risponde al principio di sussidiarietà
- **Integrazione di strumenti/canali** e comunicazione mirata alle caratteristiche e alle esigenze dei target di riferimento, ovvero:

1. **semplificazione del linguaggio**
2. **comunicazione differenziata per tipologia di stakeholders**
3. **utilizzo di strumenti tradizionali e innovativi**
4. **interattività con gli stakeholders e gli interlocutori istituzionali**

Gli **obiettivi** del piano di comunicazione di ATS BERGAMO sono coerenti con quelli **strategici ed operativi** dell' Agenzia, **in linea con le indicazioni regionali** al fine di costruire un sistema di comunicazione coordinato e multicanale.

Si ricorda che la programmazione di questo Piano potrà essere modificata, in occasione di nuovi bisogni comunicativi, che potrebbero manifestarsi nel corso dell'anno, non programmabili a priori. Pertanto, il piano di comunicazione che segue deve essere considerato un documento "in progress"

Le modalità della comunicazione e le opzioni in ordine ai mezzi da utilizzare saranno definiti in relazione agli **obiettivi specifici, ai target definiti** e alle diverse tipologie delle tematiche oggetto di interesse.

Le iniziative saranno realizzate, di norma, con risorse interne, ma la SS Comunicazione dispone di budget dedicati per la realizzazione dei propri compiti istituzionali.

RISORSE ECONOMICHE:

- La SS **Comunicazione** ha un budget assegnato annualmente dalla direzione, per la gestione di tutte le attività di comunicazione esterna (inserzioni, sponsorizzazioni social media, spazi sui giornali, eventi pubblici, ecc), la promozione delle attività dell'Agenzia e la gestione della rassegna stampa annuale
- Con il Dipartimento di Igiene e Prevenzione Sanitaria condivide e collabora alla pianificazione del budget dedicato alle azioni di comunicazione e promozione della SC Promozione della Salute e dei Rischi Comportamentali

Focus Tematici - Azioni 2024

Rapporti con la Stampa (Ufficio Stampa)

Premessa

Raccolta, produzione e gestione delle notizie dell'Agenzia. L'Ufficio Stampa svolge un ruolo strategico di interfaccia tra l'Agenzia e i mezzi di comunicazione locali (testate giornalistiche, televisive locali e giornali online); cura i rapporti con gli organi di informazione assicurando il massimo grado di trasparenza, chiarezza e tempestività nelle informazioni.

Obiettivi

- potenziare i rapporti e le **collaborazioni con i media**
- **calendarizzazione dei contenuti e comunicati** per una promozione costante dell'immagine e funzioni dell'Agenzia
- **individuazione di temi sanitari e sociosanitari** con il coinvolgimento di professionisti dell'Agenzia
- **articoli periodici** realizzati dalla SS Comunicazione

Target

- **Mass media**
- **Cittadini**

Budget

- **Risorse interne**

Responsabilità e soggetti coinvolti

- SS Comunicazione e Relazioni Esterne
- Direzione Strategica
- Articolazioni organizzative interne

Periodo

- Entro il **31 dicembre 2024**

Comunicazione Digitale (sito e social)

Premessa Generale

Il ricorso alla **Comunicazione Digitale** ha subito un'enorme accelerata negli anni della pandemia; la comunicazione digitale, sia attraverso il sito web, sia soprattutto attraverso i social, è stata strumento utile e "certificato" (quale **fonte ufficiale,** contro le fake news) per diffondere linee guida sui comportamenti da seguire, dati ufficiali, comunicazioni di Regione Lombardia.

Sito Web

Il sito istituzionale è la **vetrina** che presenta l'Agenzia all'esterno ed ha una valenza strategica: non solo permette di "comunicare" con l'esterno, ma rende anche possibile condividere informazioni utili tra Enti e uffici.

Obiettivi

Grande attenzione è stata posta alla cura ed **aggiornamento delle sezioni e pagine informative del sito aziendale al fine di assicurare al cittadino il facile reperimento di ogni informazione** necessaria all'accesso e alla fruizione dei servizi sanitari e sociosanitari. Si è avviata l'organizzazione e la pianificazione di una raccolta più organica e strutturata dei contributi dei professionisti dell'Agenzia per organizzare un'informazione più funzionale alle esigenze del cittadino.

Target

- Cittadini

Budget

- **Risorse interne**

Responsabilità e soggetti coinvolti

- **SS Comunicazione e Relazioni Esterne**
- **Referenti rete comunicazione interna**

Periodo

- Entro il **31 dicembre 2024**

Social

Premessa

Il rapporto tra la Pubblica Amministrazione e i cittadini sta vivendo una fase di profondo mutamento: i siti istituzionali non costituiscono più il principale punto di accesso alle informazioni (basta guardare i dati di copertura). **Sempre più spesso i cittadini cercano sul web la soluzione** ai propri problemi, si informano attraverso le proprie reti di relazioni, cercano il dialogo diretto con il proprio interlocutore, sia esso un'azienda o un ente pubblico, all'interno di spazi pensati per una comunicazione a due vie.

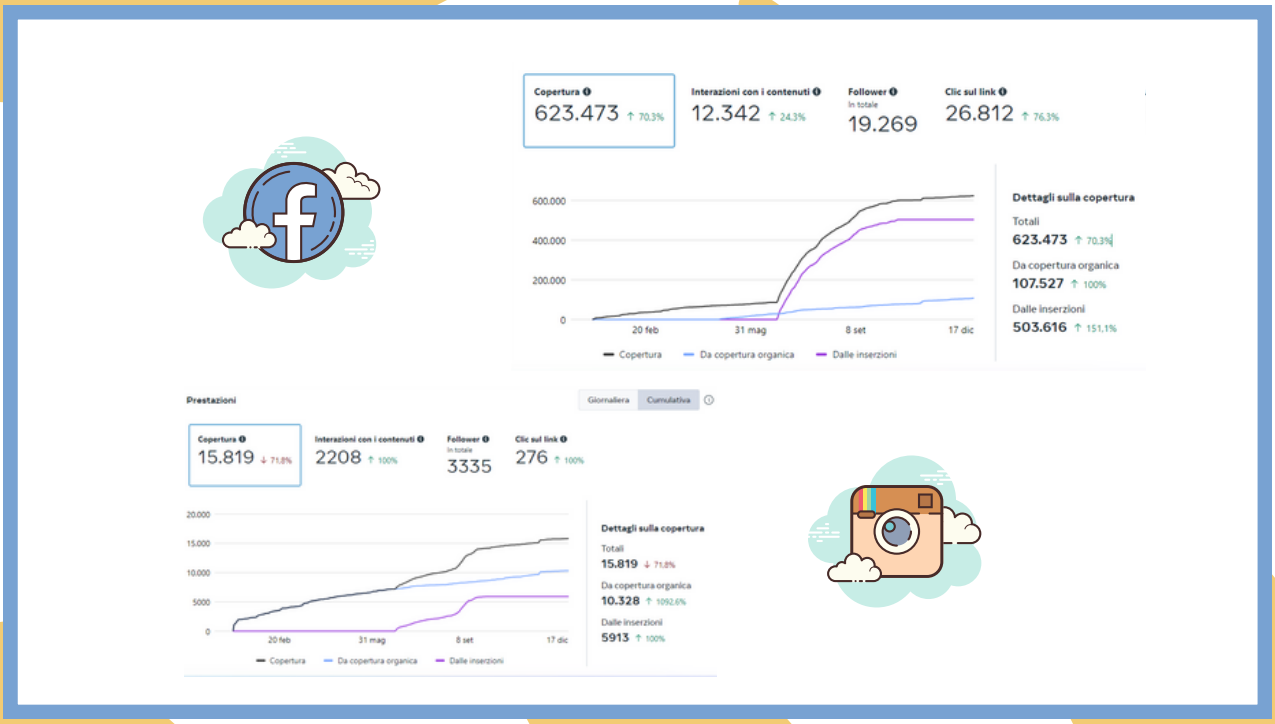
In questo scenario, gli spazi di **social networking rappresentano una grande opportunità per la PA**, non solo per informare e comunicare in maniera efficace ma anche per costruire una relazione di **fiducia**, per ascoltare e monitorare il livello di soddisfazione dei cittadini.

ATS Bergamo dispone delle seguenti piattaforme social:

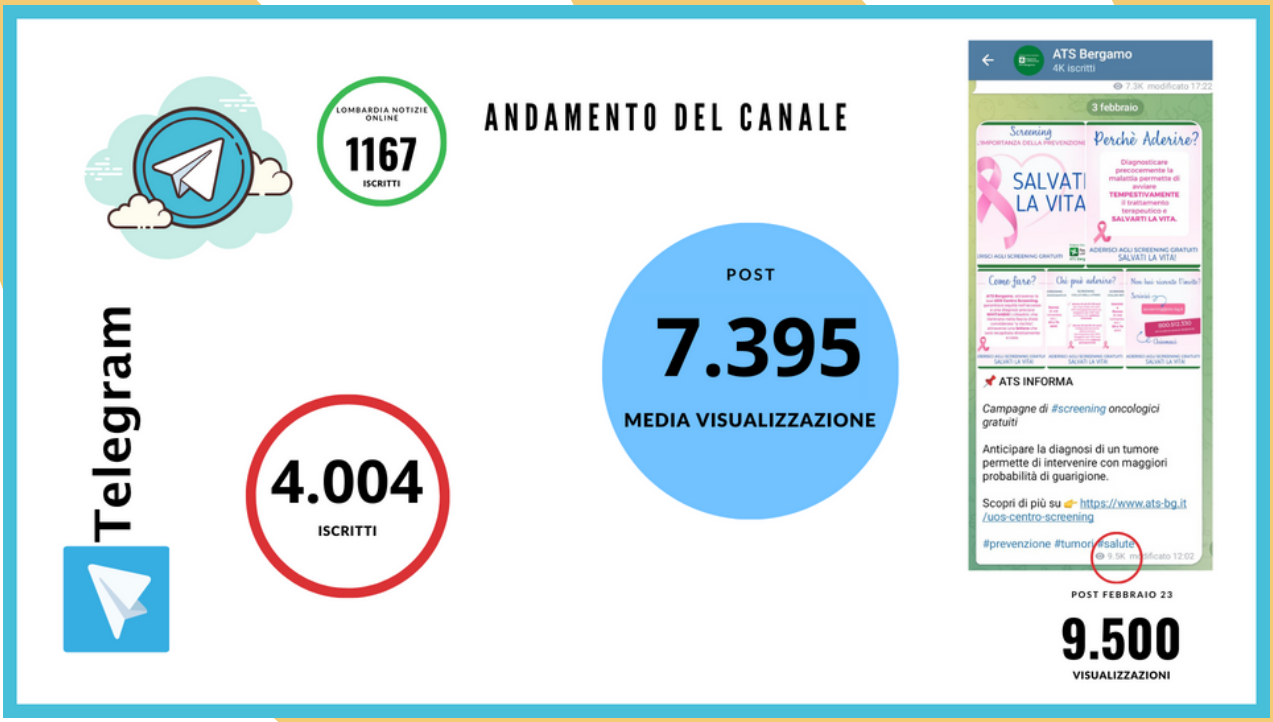
- **Facebook**
- **Instagram**
- **Twitter**
- **Telegram**
- **Linkedin**
- **Youtube**
- **Pagina Google**

PIANETA
COMUNICAZIONE
verso i nostri satelliti ed oltre
Sistema Socio Sanitario
Regione Lombardia
ATS Bergamo
ANNO 2023
515.436
accessi
636.117
visualizzazioni
16.042
visualizzazioni
PIATTAFORME
SOCIAL
123.706
visualizzazioni
303.200
visualizzazioni
4004 iscritti
7395 media
visualizzazioni
per post
73.686 visualizzazioni
di google e google maps
CREAZIONE
VIDEO
CAMPAGNE E
STRATEGIE
DI COMUNICAZIONE
PROGETTAZIONE
GRAFICA
e
ANIMAZIONI
134
COMUNICATI
STAMPA
PROGRAMMI
DEDICATI

Il solo canale **Facebook**, nel 2023, ha raggiunto una **copertura di più di 600.000 utenti**



Canale Telegram



Il canale Telegram è un'esclusiva della nostra ATS.
È un canale unidirezionale creato per fornire informazioni utili e aggiornate in tempo reale ai cittadini.

Obiettivi

Per il 2024 si intende proseguire con l'incremento dell'attività social finalizzata alla promozione non solo delle iniziative dell'agenzia (in particolare quelle del Dipartimento di Igiene e Prevenzione Sanitaria), ma **anche delle campagne informative**, dei servizi dell'Agenzia.

Nello specifico si prevedono:

- **realizzazione di un calendario social aziendale**
- **pubblicazione media di 5 post settimanali**
- **monitoraggio delle pagine istituzionali Ministero della Salute, Regione Lombardia e OMS per condivisione di post utili**
- **pianificazione mensile attraverso PostPickr**
- **monitoraggio dei dati social media**

Target

- Cittadini

Budget

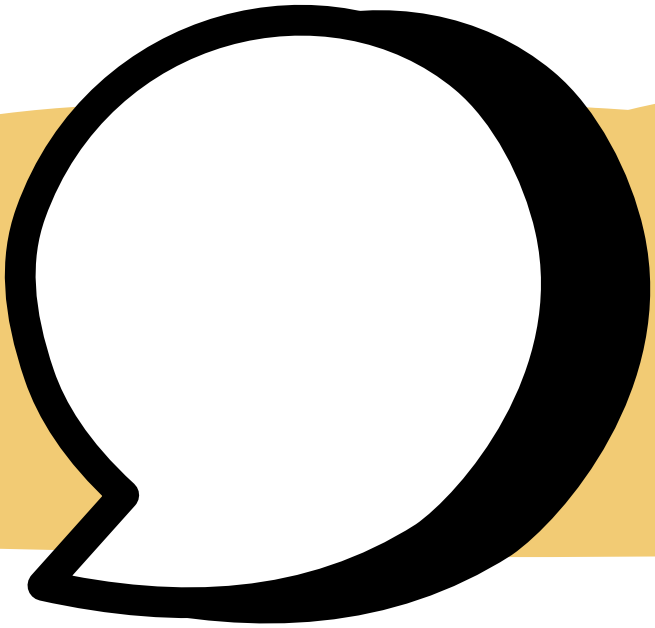
- **Risorse interne**

Responsabilità e soggetti coinvolti

- **SS Comunicazione e Relazioni Esterne**
- **Referenti rete comunicazione interna**

Periodo

- Entro il **31 dicembre 2024**



Campagne di Comunicazione
materiale divulgativo e *branding*

Premessa

L'obiettivo generale delle strategie di comunicazione è quello di mettere al centro della propria attività le esigenze dei cittadini e degli operatori per sviluppare un rapporto caratterizzato da fiducia, **affidabilità** e **credibilità** attraverso l'utilizzo di un **linguaggio chiaro, semplice e comprensibile**, per ridurre la distanza comunicativa/informativa tra pubblica amministrazione e cittadini.

Obiettivi

Le campagne di comunicazione di rilievo regionale con una traduzione territoriale attraverso la definizione di Piani Locali avranno priorità di esecuzione. A titolo esemplificativo:

- **Campagna Prevenzione Cadute dall'alto**
- **Campagna di lancio progetto Caregiver**
- **Campagna Screening**
- **Campagna Vaccinazione antinfluenzale 2024/2025**
- **Eventi esterni (es. CC Due Torri di Stezzano)**
- **Forum Sanità 2024**

Nell'ottica di una completa ottimizzazione delle risorse e degli strumenti comunicativi, oltre ai canali digitali (sito web e canali social) e ai canali informativi attraverso gli organi di stampa, si prevede la realizzazione di **materiali informativi** tradizionali:

- **Locandine**
- **Brochure**
- **Roll up**
- **Infografiche**
- **Social Card**
- **video promo dedicati**

Target

- Cittadini

Budget

- **Risorse interne**

Responsabilità e soggetti coinvolti

- **SS Comunicazione e Relazioni Esterne**
- **Referenti rete comunicazione interna**

Periodo

- Entro il **31 dicembre 2024**

LOGO AZIENDALE

La comunicazione deve valorizzare una comune identità di sistema, è necessario agire in conformità alle linee guida di sistema regionali, siprattutto nell'utilizzo dei loghi/brand aziendali (**sistema di branding**).

Al tal proposito la SS Comunicazione è impegnata nel controllo, utilizzo e applicazione corretto del marchio aziendale nei seguenti casi:

Logo aziendale ATS Bergamo

Sistema Socio Sanitario
Regione Lombardia
ATS Bergamo

- In occasione dell'applicazione del singolo logo per eventi patrocinati
- In occasione dell'applicazione del singolo logo per eventi di collaborazione
- In occasione dell'applicazione del singolo logo in associazione con altri enti patrocinanti o collaborazioni

Logo aziendale ATS Bergamo congiunto con le ASST

Sistema Socio Sanitario
Regione Lombardia
ATS Bergamo
ASST Papa Giovanni XXIII
ASST Bergamo Est
ASST Bergamo Ovest

- In occasione dell'applicazione del logo congiunto per eventi patrocinati
- In occasione dell'applicazione del logo congiunto per eventi di collaborazione
- In occasione dell'applicazione del logo congiunto in associazione con altri enti patrocinanti o collaborazioni

Le Regole antiCovid
aggiornamento Settembre 2022
SONO UN POSITIVO
AVVISO IL MEDICO E INIZIO L'ISOLAMENTO
per 5 GIORNI
ATTENDO UN SMS
SCARICARE il PROVVEDIMENTO di ISOLAMENTO
SEGNALARE i miei CONTATTI STRETTI delle ultime 48h
PRENOTARE il TAMPONE di Controllo*
SONO UN CONTATTO
AUTO SORVEGLIANZA per 10 GIORNI
Userò MASCHERINE FFP2 per 10 GIORNI
SE SI PRESENTANO SINTOMI... MI RIVOLGO AL MEDICO PER PRENOTARE UN TAMPONE
attenzione
Nota Bene - in caso di positività persistente, l'isolamento termina al 14° giorno, per cui si riceverà il PROVVEDIMENTO DI FINE ISOLAMENTO.
SCUOLA di ogni ordine e grado
MASCHERINA FFP2 per tutti i compagni e docenti/educatori.
DAL 1° CASO
USA SEMPRE LA MASCHERINA - SOGGIORNA IN LOCALI BEN AERATI - E VACCINATI SUBITO!

MEDICINA E SALUTE DI GENERE NEI TRIAL CLINICI 8 SU 10 SONO UOMINI
UNA MEDICINA CHE PENALIZZA LE DONNE LE PROVE DI UNA SCOMODA VERITÀ E ALCUNE PROPOSTE DI SOLUZIONE
DOTT. MASSIMO GIUPPONI
PROF. SILVIO GARATTINI
DR.SSA FABIOLA BOLOGNA
DR.SSA VIOLA CORNARO
20 Novembre 2023
14.00/16.00
Sala Lombardia
Via Gallicciolli, 4
Bergamo

CASA diCOMUNITÀ
CASA di COMUNITA'
La Nuova Formula della Salute

Il Vaiolo monkeypox delle Scimmie
COSA E'?
Il VAIOLO delle SCIMMIE è una malattia causata da un virus (MONKEYPOX) della stessa famiglia del vaiolo.
COME SI TRASMETTE?
tramite DROPLET
per CONTATTO diretto con LESIONI CUTANEE e FLUIDI corporei
SINTOMI
Dopo un' INCUBAZIONE di 5-21 giorni
MAL di TESTA - DOLORI MUSCOLARI STANCHEZZA - MAL di SCHIENA INGROSSAMENTO dei LINFONODI FEBBRE - LESIONI CUTANEE (VESCICOLE)
LE LESIONI sono localizzate su tutto il corpo specialmente su VISO, PALMI delle MANI PIANTE dei PIEDI, MUCOSE, GENITALI e CONGIUNTIVA
LA MALATTIA TENDE A RISOLVERSI IN 2-4 SETTIMANE CON LA CADUTA DELLE CROSTE
IL VIRUS È RESPONSABILE DI UNAFORMA PIÙ GRAVE NELLA POPOLAZIONE PIÙ FRAGILE: BAMBINI - DONNE IN GRAVIDANZA E PERSONE IMMUNOSOPPRESSE
SE SI PRESENTANO SINTOMI
MI RIVOLGO AL MEDICO PER LA DIAGNOSI
SONO UN CASO CONFERMATO
in ISOLAMENTO
SONO UN CASO SOSPETTO
precauzionalmente in ISOLAMENTO fino all'esito dei test effettuati.
SONO UN CONTATTO
AUTO-MONITORAGGIO
TUTTI I SOGGETTI IN AUTO-MONITORAGGIO possono svolgere le loro solite attività quotidiane INDOSSANDO SEMPRE MASCHERINE FFP2, ALLA COMPARSA DEI PRIMI SINTOMI AVVISARSI AL PROPRIO MEDICO CURANTE.
Si raccomanda a tutti i soggetti in auto-monitoraggio, anche asintomatici di NON DONARE SANGUE, CELLULE, TESSUTI, ORGANI, LATTE MATERNO O SPERMA.

NO ALLA VIOLENZA SUL POSTO DI LAVORO
12 Marzo
GIORNATA NAZIONALE
DELL'EDUCAZIONE E PREVENZIONE CONTRO LA VIOLENZA NEI CONFRONTI DEGLI OPERATORI DELLA SANITÀ
La violenza nei confronti del pubblico ufficiale è un reato
Rivolgiti al nostro personale con rispetto e cortesia
Aggredire non è mai la soluzione

CAMPAGNA SCREENING ONCOLOGICO 2023
Cercalo.
Lo Screening oncologico è un esame GRATUITO, SICURO E RAPIDO.
La diagnosi precoce del cancro rileva tempestivamente eventuali gruppi di cellule tumorali e permette di agire in anticipo nella lotta contro il tumore.
INFORMATI SUBITO! - Prenota adesso il tuo Screening!

AMBULATORI DIFFUSI
SISTEMA di CURA e PRESA IN CARICO
LUNEDÌ 27 FEBBRAIO
APRE A GROMO IL SERVIZIO AMBULATORI DIFFUSI
PER TUTTI I PAZIENTI SENZA MEDICO DI MEDICINA GENERALE
PRENOTA IL TUO APPUNTAMENTO
PRESSO LE FARMACIE di GROMO e VALBONDIONE!
ELENCO COMPLETO SUL SITO DI ATS
GANDELLINO / GROMO
VALBONDIONE / VALGOGLIO
NON SONO PREVISTE VISITE IN ACCESSO LIBERO

TUTORIAL ISCRIZIONE AL CANALE TELEGRAM
t.me/ATSbg
SCAN ME

Farò l'eroe
MiVa
ioMiVaccino
#OpenUp
Campagna Vaccinazione Anticovid19 - ATS Bergamo