

ARES Sardegna
Azienda Regionale Salute

2025

PIANO DI COMUNICAZIONE



A CURA DI
SC AFFARI GENERALI, ASSETTO
ORGANIZZATIVO E COMUNICAZIONE
In collaborazione con l'Ufficio stampa

Sommario

Premessa e Contesto.....	3
Le direttrici della comunicazione.....	3
Tipologie di comunicazione.....	3
Il Piano di Comunicazione	4
Il contesto di riferimento.....	4
<i>Mission</i>	7
Struttura e Governance	8
Ufficio stampa.....	8
Obiettivi di Comunicazione	8
Target di riferimento.....	9
Canali di Comunicazione.....	10
Pianificazione delle attività di comunicazione 2025	12
Monitoraggio e Valutazione	15
Linee di indirizzo 2026-2027	15

Premessa e Contesto

La comunicazione rappresenta uno strumento strategico essenziale nelle politiche per la salute. Attraverso un approccio organizzato e sistematico, consente all'Azienda di pianificare e realizzare attività finalizzate al raggiungimento degli obiettivi istituzionali, all'informazione dei cittadini e degli stakeholder, al rafforzamento del rapporto tra utenti e servizi sanitari e alla promozione di trasparenza, accesso ed equità.

ARES Sardegna adotta un modello di **comunicazione integrata**, che coniuga strumenti tradizionali e digitali per garantire una diffusione rapida, efficace e capillare delle informazioni. L'Azienda promuove uno scambio informativo costante e trasparente tra i propri servizi e le Aziende Sanitarie della regione, con l'obiettivo di garantire chiarezza e accessibilità ai processi.

Le direttrici della comunicazione

La comunicazione si articola lungo due assi principali:

- **Comunicazione esterna:** fondamentale per promuovere il dialogo tra l'azienda e i suoi interlocutori di riferimento, facilitare la collaborazione, migliorare la trasparenza e sostenere l'immagine istituzionale.
- **Comunicazione interna:** strumento strategico per diffondere informazioni all'interno dell'azienda, accompagnare i cambiamenti organizzativi e rafforzare l'identità e il senso di appartenenza all'amministrazione.

Tipologie di comunicazione

ARES Sardegna distingue e applica diverse forme di comunicazione, ciascuna con finalità e strumenti specifici:

- **Comunicazione istituzionale:**
Comunicazione neutra e impersonale, finalizzata a informare su scelte strategiche, disposizioni normative, attività e servizi. Mira a garantire trasparenza, promuovere la partecipazione e favorire l'ascolto dei cittadini / utenti.
- **Informazione**
Rivolta principalmente agli organi di stampa e media, assicura la trasmissione tempestiva, chiara e trasparente di notizie rilevanti per l'attività aziendale.
- **Comunicazione sociale**
Orientata a sensibilizzare l'opinione pubblica su temi di rilevante interesse collettivo, influenzando comportamenti e atteggiamenti su aspetti sociali e sanitari.

- **Comunicazione partecipativa**
Mira a coinvolgere attivamente cittadini / utenti e stakeholder nelle attività e progettualità aziendali, valorizzando il contributo dei portatori di interesse.
- **Comunicazione interna/organizzativa**
Supporta i processi di cambiamento e trasformazione dell'organizzazione aziendale, contribuendo allo sviluppo di una nuova cultura interna.

Il Piano di Comunicazione

Il Piano di Comunicazione è uno strumento strategico che organizza e coordina le attività comunicative per raggiungere obiettivi aziendali specifici.

Il documento ha, quindi, la finalità strategica di consentire all'azienda di implementare le proprie politiche e contribuisce a facilitare la convergenza tra le logiche della comunicazione interna e quelle della comunicazione esterna, favorendo quella che si può definire "comunicazione integrata".

Declina, altresì, le aree e le attività della comunicazione e dell'informazione istituzionale, le forme, gli strumenti, i prodotti, ma anche la tipologia di messaggi e le finalità, distinguendo la tipologia dei destinatari e gli obiettivi da perseguire.

Il Piano è elaborato in seguito a un processo di condivisione, in quanto raccoglie le esigenze delle strutture aziendali, nonché le iniziative e proposte della Direzione strategica. Coniuga strategie, obiettivi, azioni, strumenti di comunicazione secondo un disegno organico e razionale.

Non è un documento statico ma dinamico poiché evolve e viene integrato periodicamente in base ai progetti e ai programmi dell'ARES. Per questo, nel corso dell'anno, potrebbero verificarsi necessità, emergenze o attività non previste e/o non prevedibili che è necessario comunicare nel modo opportuno e, quindi, il Piano potrà essere aggiornato e integrato con la stessa procedura con la quale è stato redatto.

Il contesto di riferimento

La Legge Regionale 11 settembre 2020, n. 24 "Riforma del Sistema Sanitario Regionale e riorganizzazione sistematica delle norme in materia: Abrogazione della Legge Regionale n. 10 del 2006, della Legge Regionale n. 23 del 2014 e della Legge Regionale n. 17 del 2016" e ss.ii.mm (L.R. n. 32 del 23/12/2020 e L.R. n. 17 del novembre 2021, L.R. n. 8 del 11/03/2025), ha modificato l'assetto istituzionale del Servizio sanitario regionale, istituendo, tra le altre, l'Azienda regionale della salute (ARES).

L'ARES è una Azienda sanitaria parte integrante del sistema del Servizio Sanitario della Regione Autonoma della Sardegna e del sistema del Servizio Sanitario Nazionale.

Compito principale di ARES è quello di fornire alle aziende / enti sanitari (Aziende socio sanitarie locali (ASL), Aziende ospedaliero-universitarie di Cagliari e Sassari, Azienda di rilievo nazionale ed alta specializzazione "G. Brotzu" (ARNAS), Azienda

regionale dell'emergenza e urgenza della Sardegna (AREUS), IZS) i servizi tecnico-amministrativi e sanitari di supporto alla erogazione delle prestazioni assistenziali garantendo l'efficacia e impiegando in modo efficiente le risorse assegnate. La riforma sanitaria disegnata dalla L.R. n. 24/2020 prevede di affidare alle Aziende Sanitarie Locali (ASL) la responsabilità dei processi assistenziali nei rispettivi territori di competenza - mantenendo le competenze di assistenza ospedaliera dell'A.O. ARNAS Brotzu e delle A.O.U. di Cagliari e Sassari, di emergenza-urgenza in capo a AREUS - e ad ARES di assicurare in maniera centralizzata le funzioni di supporto, in particolare tecnico e amministrativo, per tutte le aziende sanitarie del sistema regionale.

La ristrutturazione dell'architettura del sistema dei servizi socio-sanitari, riattivando le otto Aziende socio-sanitarie locali quali persone giuridiche, ha inteso spostare il livello decisionale/manageriale relativo all'erogazione delle prestazioni assistenziali più vicino possibile ai cittadini e, nel contempo, conservare gli aspetti positivi della *governance* unitaria in capo ad ARES di alcune funzioni del sistema, anche in armonia con il quadro normativo generale e con le migliori pratiche ed evidenze tecnico-scientifico organizzative al riguardo.

ARES, quindi garantisce una *governance* unitaria e funzioni centralizzate per le Aziende socio - sanitarie locali, l'ARNAS Brotzu, l'AREUS e le Aziende ospedaliero- universitarie di Cagliari e Sassari, l'IZS. Pertanto, il contesto territoriale e di azione, ai fini di una pianificazione delle attività *core* dell'Azienda, ed in particolare quella afferente ai fattori produttivi (risorse umane, beni e servizi, tecnologie), è l'intero territorio della Regione Autonoma della Sardegna.

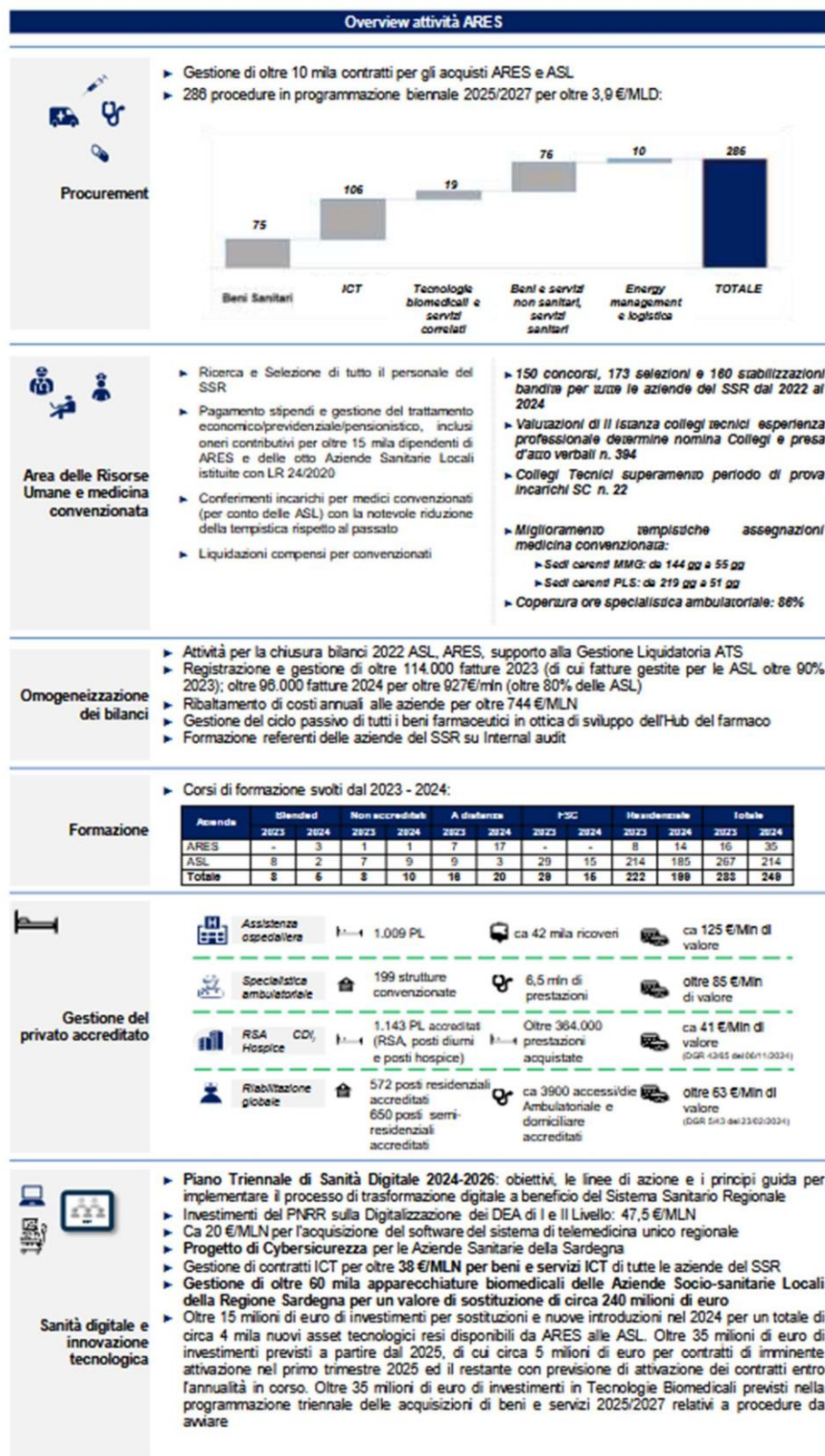


Tabella 6: Overview delle principali attività di sistema condotte nel triennio 2022-2024

La Regione, e in particolare l'Assessorato alla Sanità, rappresenta l'attore istituzionale con cui ARES interagisce in maniera particolare ed esclusiva, sia in termini di Budget di risorse economico-finanziarie sia di Linee di indirizzo e obiettivi strategici da perseguire.

Il sistema di relazioni con gli interlocutori sociali e di scambio continuo con l'ambiente esterno in termini di prospettive offerte e di attese da esitare, consentono la produzione di utilità e valore tramite un ambiente interno coerente con i fabbisogni richiesti dalle Aziende Sanitarie e dalle direttive regionali.

In particolare ARES, come ampiamente esplicitato nel piano integrato di attività e organizzazione (PIAO) 2025-2027, promuove lo sviluppo del capitale relazionale incentivando il lavoro di équipe e la creazione di competenze, basate sulla collaborazione all'interno e all'esterno dell'Azienda; tale fattore contribuisce alla creazione del valore nelle interazioni con i diversi attori sociali ed istituzionali, ponendo le basi per una comunicazione bidirezionale strutturata.

Il flusso di conoscenza e la condivisione delle informazioni sono individuate da ARES come perno della creazione del valore all'interno del capitale intangibile (umano, organizzativo) e la sua gestione è imprescindibile per un'adeguata diffusione all'interno dell'organizzazione e per la standardizzazione dei processi. La valorizzazione delle conoscenze e delle competenze interne consentono di creare un sistema di risposte coerente alle attese che derivano dall'ambiente esterno.

In questo contesto ARES si caratterizza come un'azienda dotata di una struttura di supporto flessibile, idonea a integrare competenze professionali diversificate e multidisciplinari. Grazie a questa organizzazione ARES partecipa attivamente e promuove il miglioramento continuo della qualità e dell'efficienza del Servizio Sanitario Regionale sardo. Per svolgere al meglio le proprie funzioni, come previste dagli Art. 3 ed 8 della L.R. 24/2020, e da quanto ulteriormente indicato dal competente assessorato alla sanità, ARES si è dotata internamente delle professionalità necessarie, perseguendo un approccio integrato e orientato ai risultati.

Mission

ARES è individuata quale soggetto giuridico cui sono assegnate significative attività di supporto ad alto valore aggiunto, come meglio specificato nel vigente PIAO, svolte in favore degli altri Enti del SSR, che potranno, pertanto, in maniera più agevole, indirizzare le proprie risorse all'organizzazione dei servizi e dei processi sanitari e socio- sanitari, alla verifica della loro reale rispondenza ai bisogni della popolazione, al diretto soddisfacimento delle necessità assistenziali della popolazione.

Ne consegue che il ruolo di ARES nel quadro del Servizio Sanitario Regionale è di fondamentale importanza per garantire il necessario supporto, in particolare tecnico-amministrativo, alle Aziende di erogazione ed assicurare allo stesso tempo funzioni di omogeneizzazione e coordinamento dei processi, metodi e procedure nell'ambito delle funzioni attribuite dalla normativa.

Struttura e Governance

Il coordinamento e la promozione delle azioni di comunicazione a supporto della strategia aziendale, sono affidati alla SC Affari Generali, Assetto Organizzativo e Comunicazione, all'interno della quale è incardinato l'Ufficio Stampa.

La struttura ha il compito di interpretare e attuare, dal punto di vista comunicativo, le linee strategiche stabilite dalla Direzione aziendale, attraverso diverse attività di intervento.

Ufficio stampa

L'Ufficio Stampa cura la gestione e il coordinamento delle attività di informazione e di comunicazione interna, esterna, istituzionale, organizzativa.

Nello specifico, si occupa di:

- gestione rapporti con i media;
- gestione del sito *internet* aziendale (in collaborazione con il Dipartimento per la sanità digitale e l'innovazione tecnologica, per quanto di competenza), della comunicazione aziendale, programmi ed iniziative editoriali di informazione istituzionale;
- gestione dei canali *social* dell'azienda;
- gestione del portale *intranet* in collaborazione con il Dipartimento per la sanità digitale e l'innovazione tecnologica, per quanto di competenza;
- gestione di patrocini e *partnership* e della partecipazione aziendale a manifestazioni, eventi, etc.;
- predisposizione ed attuazione del Piano di comunicazione aziendale.

Obiettivi di Comunicazione

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

Gli obiettivi della comunicazione oltreché promuovere lo sviluppo e l'implementazione di una comunicazione coerente, costante e coordinata richiedono chiarezza, trasparenza e tempestività nel processo continuo di comunicazione interna ed esterna, per migliorare la qualità dei servizi offerti da ARES e per garantire un pieno coinvolgimento degli operatori nel cambiamento.

Gli obiettivi sono così declinati:

1. Rafforzare l'identità e il posizionamento istituzionale di ARES

- Comunicare in modo chiaro il ruolo strategico di ARES all'interno del SSR come ente di supporto e raccordo.

2. Promuovere la trasparenza e la tracciabilità delle attività

- Informare sulle attività svolte in modo trasparente, documentato e accessibile.

- Facilitare la comprensione dell'impatto positivo che il lavoro di ARES ha sull'efficienza e qualità dei servizi sanitari regionali.

3. Facilitare il dialogo e la collaborazione con gli altri enti del SSR

- Creare canali di comunicazione efficaci e continuativi con le Aziende Sanitarie Locali, Ospedaliere, Ospedaliere universitarie e gli altri attori del SSR.
- Promuovere la condivisione di buone pratiche e la collaborazione sinergica.

4. Sostenere la diffusione dell'innovazione organizzativa e procedurale

- Comunicare le novità in termini di metodi, processi e strumenti introdotti da ARES.
- Promuovere le attività nell'ambito dei progetti di sanità digitale e trasformazione digitale.
- Accompagnare il cambiamento con attività di comunicazione interna ed esterna mirata.

5. Valorizzare le competenze e il capitale umano

- Promuovere le professionalità interne, evidenziando l'alto livello di competenze tecniche e amministrative.
- Favorire il senso di appartenenza e l'identità organizzativa attraverso la comunicazione interna.

6. Raggiungere e coinvolgere cittadini e utenti in modo indiretto

- Anche se la maggior parte delle attività di ARES non sono direttamente rivolte ai cittadini e agli utenti, deve comunicare l'impatto indiretto del suo operato sulla qualità dell'assistenza sanitaria.
- Trasmettere il messaggio che una sanità più efficiente nasce anche dal lavoro essenziale svolto, "dietro le quinte", da ARES.

<h2>Target di riferimento</h2>

I pubblici di riferimento dell'ARES Sardegna sono molteplici, sia interni che esterni. I principali interlocutori sono:

- Partner istituzionali (Regione, Ministero della Salute, enti regionali e locali);
- Aziende ed Enti del Sistema Sanitario Regionale;
- Professionisti sanitari: Medici di Medicina Generale, Pediatri di Libera Scelta, Specialisti;
- Dipendenti e collaboratori di ARES Sardegna;
- Organizzazioni sindacali;
- Media locali e nazionali;
- Cittadini della Regione Sardegna e utenti del SSR.

Sebbene il cittadino e/o l'utente non rappresenti in genere un interlocutore diretto di ARES Sardegna, può essere individuato come target indiretto delle iniziative dell'Azienda. Le attività di ARES, incentrate sul supporto organizzativo, tecnico e amministrativo alle Aziende Sanitarie del SSR, mirano infatti a migliorare la qualità, l'efficienza e l'accessibilità dei servizi sanitari erogati.

ARES opera in stretta collaborazione con le Aziende Sanitarie e gli organi di governo regionali, che definiscono le strategie per rispondere ai bisogni di salute della popolazione. Anche gli enti locali, grazie alla loro prossimità ai cittadini, rivestono un ruolo rilevante sotto il profilo istituzionale e sanitario.

Nel suo operato, ARES si interfaccia inoltre con enti pubblici e privati, organizzazioni del terzo settore e associazioni, in particolare quelle dei pazienti, riconoscendoli come interlocutori strategici per l'emersione tempestiva di criticità e per il miglioramento continuo del sistema.

Canali di Comunicazione

ARES Sardegna adotta una strategia di comunicazione multicanale e integrata, progettata per garantire trasparenza, tempestività e accessibilità delle informazioni rivolte al target di riferimento sopra evidenziato.

I principali canali di comunicazione sono:

- **Sito web:** il sito istituzionale www.aressardegna.it rappresenta la fonte ufficiale di informazioni dell'ARES Sardegna, nonché un canale strategico per la comunicazione istituzionale dell'Azienda. Il sito svolge un ruolo centrale nell'ottica di una strategia di comunicazione integrata.

Il sito web garantisce il rispetto dei principi di trasparenza e accesso agli atti. Al suo interno vengono pubblicati avvisi pubblici, concorsi, graduatorie e regolamenti. Queste aree assicurano la pubblicazione tempestiva di atti amministrativi e opportunità lavorative, favorendo la partecipazione e la trasparenza amministrativa.

La sezione "Notizie" fornisce aggiornamenti su iniziative formative, avvisi pubblici, progetti strategici e comunicazioni di servizio.

Nella sezione "Formazione", il sito promuove corsi e programmi di aggiornamento rivolti ai professionisti del settore sanitario.

- **Social Media:** ARES Sardegna è presente con un profilo ufficiale sui principali social network e nello specifico:
 - *Facebook*
 - *Instagram*
 - *Linkedin*
 - *Telegram*
 - *Youtube*

L'azienda nel 2024 si è dotata di una *social media policy*, che disciplina i rapporti e i comportamenti all'interno dei social network tra utenti e azienda e tra azienda e dipendenti. La *social media policy* è disponibile all'interno della sezione Regolamenti del sito *web* istituzionale. Il monitoraggio e l'analisi delle attività di comunicazione sui *social media*, avviene con cadenza mensile attraverso la produzione di *report*.

- **Intranet:** è l'area *web* dedicata ai dipendenti del servizio sanitario regionale che contiene informazioni, notizie, regolamenti, procedure, modulistiche e l'accesso agli applicativi utilizzati in ciascuna azienda.
- **NOVAS - Sistema di Notifiche Centralizzata (SNC):** La piattaforma SNC è un progetto realizzato dall'Assessorato regionale alla salute e sviluppato da Sardegna IT. Il portale si configura come un sito *web* dedicato alla gestione dei flussi di comunicazione intercorrenti tra le strutture della Regione Autonoma della Sardegna e delle Aziende Sanitarie e i Medici di Medicina Generale (MMG) e i Pediatri di Libera Scelta (PLS). ARES Sardegna veicola e trasmette al suo interno notizie di carattere istituzionale e avvisi per il reclutamento pubblicati dalla struttura di Medicina Convenzionata.
- **L'Ufficio Stampa** presidia le attività di raccolta, elaborazione e gestione delle informazioni aziendali di rilievo. Cura le relazioni con il sistema dei media, definendo – in funzione della natura e dell'importanza delle notizie – i canali comunicativi e le strategie più appropriate. Tra le principali attività figurano la redazione di comunicati e note stampa, nonché il coordinamento di interviste e conferenze stampa e il supporto all'organizzazione di eventi, convegni e manifestazioni.
- **Offline:** eventi istituzionali, eventi formativi, seminari e convegni, materiali informativi cartacei.

Pianificazione delle attività di comunicazione 2025

Tenendo conto degli obiettivi di comunicazione, del pubblico di riferimento e dei canali utilizzati, vengono di seguito illustrate le attività di comunicazione previste da ARES per l'anno 2025.

Attività	Timing	Note/Contenuti
Potenziamento e implementazione sito <i>internet</i>	Tutto l'anno	<p>Aggiornamento costante del sito istituzionale. Pubblicazione tempestiva di notizie, bandi, risultati progettuali e contenuti informativi. Potenziamento del sito con nuove sezioni e pagine.</p> <p>Prosecuzione delle attività di omogeneizzazione e armonizzazione dei siti web di tutte le aziende del SSR, attraverso il gruppo di lavoro composto dai referenti della comunicazione di ciascuna azienda e Sardegna IT.</p>
Potenziamento e implementazione <i>Intranet</i>	Tutto l'anno	<p>Potenziamento, anche con inserimento di nuove sezioni, e aggiornamento continuo della piattaforma. Pubblicazione di materiali utili per il personale (formazione, progetti, documenti). Integrazione con comunicazioni interne rilevanti.</p>
Social Media Management	Tutto l'anno	<p>Gestione dei canali social avvalendosi anche del supporto di agenzie di comunicazione.</p> <p>L'obiettivo è raggiungere efficacemente segmenti di pubblico selezionati e opinione pubblica in generale.</p> <p>La strategia segue gli obiettivi aziendali e gli esplicita con contenuti informativi (<i>news</i>, bandi, formazione), narrativi (risultati, <i>best practice</i>, dati) e strategici (<i>branding</i>, <i>recruiting</i>). Le campagne <i>social</i> (sponsorizzazioni) sono attivate per aumentare la visibilità dell'azienda e del reclutamento, e, se disponibili, anche per valorizzare i contenuti narrativi.</p>
Media relations	Tutto l'anno	<p>L'Ufficio stampa cura i rapporti con gli organi di informazione, garantendo il massimo grado di trasparenza, chiarezza e tempestività. L'attività include il monitoraggio dei media <i>online</i> e della rassegna stampa. Anche sulla base della rassegna stampa quotidiana, l'addetto stampa propone e</p>

		predispone eventuali interventi sui media per repliche e precisazione.
Comunicazione progetti PNRR	Tutto l'anno	Il sito <i>web</i> di ARES Sardegna ospita una sezione dedicata ai progetti PNRR, accessibile dalla homepage e da "Amministrazione Trasparente", aggiornata regolarmente in conformità alle linee guida ministeriali. In collaborazione con i Dipartimenti aziendali, l'Ufficio Stampa cura la produzione e la pubblicazione dei contenuti, descrivendo finalità, risultati attesi e raggiunti ed evidenziando il sostegno finanziario ricevuto dall'Unione europea.
MEDS	Continuativo per tutto il 2025, in base all'evoluzione del progetto formativo	<p>Il progetto "Incremento delle competenze digitali per i professionisti del SSR", promosso da ARES Sardegna nell'ambito del PNRR (Missione 6 - Salute), mira a formare il personale sanitario per affrontare la transizione digitale. Oltre alla formazione, è previsto un articolato piano di comunicazione multicanale per garantire un'informazione costante e capillare a tutti i soggetti coinvolti.</p> <p>Nel 2024 si sono svolte le fasi di analisi, definizione dell'identità del progetto e pianificazione della strategia comunicativa. A dicembre è stata lanciata ufficialmente la campagna denominata MEDS - Medicina Digitale Sardegna, con il coinvolgimento dei referenti comunicazione delle aziende sanitarie e il supporto della Regione Sardegna.</p> <p>Nel 2025 la campagna continuerà con una fase di mantenimento e aggiornamento dei contenuti, secondo quanto descritto nel documento "Incremento delle competenze digitali dei professionisti del SSR - PNRR - Strategie di comunicazione e Piano editoriale fino al 31/12/2025", allegato al presente piano.</p> <p>La strategia comunicativa prevede una diffusione multicanale dei messaggi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sito <i>Internet</i> ARES (sezione dedicata al progetto all'interno della pagina Formazione) • <i>Intranet</i> • <i>Social Media</i> • <i>Newsletter</i> • Comunicati stampa • <i>Gadget</i>

		<ul style="list-style-type: none"> • Materiali video e grafici • Eventi
Concorsi selezioni e	Ogni 15 giorni	Pubblicazione delle procedure di selezione in corso, in collaborazione con il Dipartimento del Personale e la Medicina Convenzionata. L'obiettivo è comunicare con costanza bandi, concorsi e avvisi per incarichi, attraverso la sezione Notizie del sito istituzionale, l'homepage e i canali social. Per le selezioni che richiedono una maggiore visibilità, è prevista anche l'attivazione di campagne sponsorizzate mirate, al fine di assicurare una diffusione più capillare ed efficace.
Formazione	Ogni due mesi	<p>Supporto alla SC Formazione, accreditamento ECM nella diffusione dei progetti formativi attivati da ARES.</p> <p>Implementazione e aggiornamento della pagina "Formazione" del sito internet aziendale.</p> <p>Aggiornamento periodico della Intranet aziendale con notizie e risorse utili.</p> <p>Promozione multicanale dei corsi e delle iniziative con Campagne social, Realizzazione di materiali grafici e video per presentare i progetti formativi in modo chiaro e accattivante.</p> <p>Comunicati stampa e articoli per valorizzare progetti innovativi o iniziative di rilievo.</p>
Progetto Hub del Farmaco	Ogni tre mesi	Supporto alle strutture coinvolte dal progetto HUB del Farmaco. Per una comunicazione efficace e trasparente è utile informare e comunicare eventi importanti come nuove inaugurazioni (magazzini, strutture logistiche, ecc..), dati, numeri e risultati.
Acquisti	Tutto l'anno	Supporto nella comunicazione delle attività di rilevanza governate dal Dipartimento Acquisti,
Sanità Digitale	Ogni due mesi	Comunicazione di tutte le iniziative di sanità digitale e del loro stato di avanzamento con una strategia multicanale, in collaborazione con il Dip. SadIt.
Eventi istituzionali convegni e	Tutto l'anno	Supporto comunicativo e organizzativo a eventi promossi o patrocinati da ARES. Copertura mediatica, produzione materiali, diffusione contenuti post-evento.
Supporto campagne di comunicazione regionali e/o nazionali a	Tutto l'anno	Supporto alle iniziative promosse dalla Regione Sardegna, dall'Assessorato alla salute, dal Ministero della Salute o da altre Pubbliche amministrazioni per campagne di interesse pubblico in ambito sanitario.

Ufficio Relazioni con il Pubblico (URP)	Tutto l'anno	<p>Avvio di un percorso che porterà alla strutturazione di un Ufficio Relazioni con il Pubblico.</p> <p>Individuazione delle risorse aziendali da destinare all'attività.</p> <p>Creazione di un'utenza dedicata: <i>mail</i> e numero di telefono</p>
--	--------------	--

Monitoraggio e Valutazione

L'attuazione del presente Piano è accompagnata da un'attività di monitoraggio e valutazione, finalizzata a misurare i risultati e gli effetti delle specifiche azioni di comunicazione e l'efficacia degli strumenti utilizzati.

Il monitoraggio permette di valutare l'efficacia delle attività di comunicazione intraprese all'esterno e all'interno dell'Azienda.

La verifica dell'impatto delle azioni e delle attività intraprese consente di individuare eventuali criticità di intervenire tempestivamente apportando correzioni e integrazioni alle strategie di comunicazione, agli strumenti e ai destinatari per garantire il raggiungimento degli obiettivi.

È quindi fondamentale prevedere un controllo costante dello stato di attuazione del Piano di Comunicazione e dei relativi progetti, per assicurare la coerenza tra i risultati ottenuti e gli obiettivi stabiliti.

Linee di indirizzo 2026-2027

Le linee di indirizzo per le annualità 2026-2027 individuano alcune azioni di comunicazione che si inseriscono nella strategia di comunicazione al fine di implementarne l'efficacia. Resta inteso che le azioni proposte in questa fase, saranno meglio esplicitate nel piano di comunicazione dell'anno a venire.

Comunicazione esterna:

Meds – Incremento delle competenze digitali per i professionisti del SSR:

La campagna di comunicazione continuerà a supportare il progetto formativo e le attività rivolte ai professionisti sanitari, qualora il progetto prevedesse una prosecuzione della attività formative anche nel 2026. La produzione e la diffusione di materiali informativi, grafici e video continuerà ad essere funzionale alle attività di sensibilizzazione del settore sanitario sui temi della digitalizzazione e innovazione in sanità.

Crisis management

La comunicazione di crisi, o *crisis management* è un insieme di strategie, procedure e azioni comunicative che un'organizzazione mette in atto per rispondere a situazioni di crisi che rischiano di danneggiare la reputazione e l'immagine dell'Azienda.

Nella vita di ogni organizzazione occorre prendere in considerazione l'eventualità del verificarsi di una situazione di crisi.

La comunicazione di crisi rappresenta un insieme coordinato di strategie, procedure e strumenti finalizzati a:

- contenere i danni alla reputazione istituzionale;
- tutelare la sicurezza dei cittadini e degli operatori;
- rafforzare la fiducia nei confronti dell'organizzazione pubblica.

Per gestire efficacemente eventuali situazioni di crisi il modello ARES Sardegna di comunicazione di crisi prevede:

- Identificazione di un'unità dedicata (*task force*) multidisciplinare, responsabile della gestione integrata di ogni fase;
- Individuazione delle attività di gestione dei rischi eventuali;
- Portavoce ufficiali formati per la comunicazione tempestiva, coerente e istituzionalmente riconoscibile verso i media, i cittadini e il personale sanitario;
- Messaggi chiari e mirati per ogni tipologia di destinatario: cittadini e utenti, operatori sanitari, *stakeholder* istituzionali;
- Trasparenza e tempestività nella diffusione delle informazioni, con particolare attenzione all'utilizzo di un linguaggio comprensibile e non allarmistico;
- Coordinamento centralizzato dei flussi informativi, per garantire coerenza e autorevolezza delle comunicazioni;
- Uso integrato dei canali ufficiali: sito *web* istituzionale, comunicati stampa, *newsletter*, *social media*, affissioni, media locali e regionali;
- Monitoraggio continuo del *sentiment* pubblico e dell'eco mediatica, per intercettare reazioni critiche e correggere tempestivamente eventuali errori comunicativi.
- Condivisione e raccordo con le aziende del SSR.

Ufficio Relazioni con il Pubblico (URP)

Implementazione dell'Ufficio relazioni con il pubblico, attraverso la produzione di un regolamento che ne disciplini il funzionamento.

Il personale dedicato seguirà percorsi di formazione specifica per lo svolgimento dell'attività.

Potenziamento dello strumento attraverso l'implementazione sul sito web aziendale di una sezione dedicata che ospiti al suo interno un *form* di contatto per la presentazione e la ricezione delle istanze.

Comunicazione interna:

Nuova Intranet:

Revisione della mappa del sito, delle pagine e dei contenuti in linea con l'atto aziendale, affinché l'area *Intranet* diventi uno strumento privilegiato per la ricerca di informazioni e documenti utili allo svolgimento delle attività lavorative.

L'obiettivo principale è quello di rafforzare il livello informativo sull'organizzazione aziendale, garantendo inoltre una diffusione capillare delle informazioni relative alle attività svolte dall'Azienda.

Una migliore modalità di ricerca, consultazione e fruizione della documentazione, consentirebbe, insieme all'ampliamento e all'aggiornamento costantemente delle informazioni contenute nella piattaforma, il rafforzamento del senso di appartenenza aziendale.

Per rispondere all'esigenza di promuovere gli scambi comunicativi tra le diverse aziende del SSR, il progetto di reingegnerizzazione del nuovo portale sarà realizzato attraverso un processo basato sulla condivisione e la collaborazione sinergica.

Newsletter:

La newsletter aziendale ha lo scopo di rafforzare la comunicazione interna e promuovere un senso di appartenenza dei dipendenti all'organizzazione.

Per garantire interesse e creare un valore aggiunto verso il target di riferimento, i contenuti saranno selezionati seguendo criteri di utilità e coerenza con i valori aziendali. Le principali sezioni includeranno:

- Comunicazioni della Direzione;
- Aggiornamenti Aziendali: notizie su progetti in corso, risultati raggiunti, obiettivi futuri;
- Eventi Interni e corsi di formazione e aggiornamento;
- Risorse Umane: selezioni e concorsi;
- Benessere e Welfare;

La newsletter può essere inviata con cadenza bimestrale/trimestrale, a seconda delle esigenze.

Il processo di creazione prevede diverse fasi:

1. Raccolta contenuti;
2. Redazione;
3. Revisione della direzione;
4. Design e impaginazione;
5. Invio e monitoraggio.

Sondaggio sul Clima Aziendale:

Il sondaggio interno è uno strumento strategico per raccogliere in modo preciso le opinioni, le percezioni e i livelli di soddisfazione dei dipendenti riguardo all'ambiente di lavoro, alla comunicazione interna, al benessere e all'organizzazione.

L'obiettivo finale è quello di individuare i punti di forza e le aree di miglioramento per promuovere un ambiente lavorativo sano e produttivo.

La somministrazione avviene con cadenza annuale e garantisce una compilazione in

forma anonima attraverso l'utilizzo di piattaforme digitali come ad esempio Google Forms, Microsoft Forms, SurveyMonkey.

I dati saranno analizzati ed elaborati in modo da individuare trend, punti critici e best practice. I risultati saranno condivisi con la Direzione e in seguito con tutto il personale.