



Istituto Romano di  
**San Michele**

## **PIANO DI COMUNICAZIONE**



## INDICE

<b>Premessa</b> .....	3
<b>1. Analisi dello scenario</b> .....	4
1.1 <i>Organizzazione interna</i> .....	5
<b>2. Temi prioritari</b> .....	7
<b>3. Obiettivi</b> .....	8
3.1 <i>Obiettivi specifici</i> .....	10
3.1.1 <i>Comunicazione interna</i> .....	10
3.1.2 <i>Comunicazione esterna</i> .....	12
<b>4. Target</b> .....	18
<b>5. Contenuti</b> .....	21
<b>6. Mezzi di comunicazione</b> .....	21
6.1 <i>Sito internet</i> .....	22
6.2 <i>Social media</i> .....	22
6.3 <i>Media partners</i> .....	25
<b>7. Monitoraggio e valutazione dei risultati</b> .....	25
<b>8. Risorse finanziarie</b> .....	27
<b>9. Previsioni finali</b> .....	27



## Premessa

In una realtà sempre più frammentata e in continuo cambiamento, l'emergenza sanitaria da COVID-19 ha sollecitato in modo rilevante i processi di digitalizzazione e di trasformazione già in atto nella società contemporanea. Da questo punto di vista, il progressivo sviluppo tecnologico ha contribuito al passaggio da un approccio *top-down* ad uno di tipo *bottom-up*, dove non sono più solo i vertici a decidere la tipologia di prodotti e servizi da destinare ai cittadini ma, in misura sempre maggiore, anche questi ultimi ad orientarne e condizionarne le scelte. Di conseguenza, occorre ripartire dal cittadino e dai suoi bisogni per costruire e progettare congiuntamente servizi ed attività che ne rispecchino richieste e desiderata.

Il ruolo delle Pubbliche Amministrazioni, nello specifico dell'ASP Istituto Romano di San Michele (di seguito ASP o IRSM), sarà quello di rappresentare un punto di riferimento anche "emotivo" per il proprio territorio, garantendo un processo di interscambio fondato sul dialogo e sulla partecipazione di tutte le componenti. La condivisione di *feedback* ed esperienze da parte degli *stakeholders*, difatti, rappresenta un aspetto importante, se non imprescindibile, della comunicazione istituzionale; essa ha lo scopo di diffondere la conoscenza di un servizio e la sua qualità oltre a verificare la relativa soddisfazione del cittadino utente.

Al fine di rendere efficace tale comunicazione, occorre analizzare nel dettaglio il contesto in cui si opera delineando in modo accurato il *target* di riferimento. In quest'ottica, accanto ai tradizionali strumenti di comunicazione, i *social media* avranno il compito di stimolare in maggior misura la produzione di riscontri aggiuntivi nei destinatari di tali messaggi, consentendo all'Ente di acquisire un raffronto immediato sulla efficacia delle azioni comunicative intraprese.

Il Piano di comunicazione dell'ASP San Michele costituisce lo strumento primario attraverso il quale l'Ente intende conseguire i propri obiettivi e raccoglie, in una visione organica, le priorità d'intervento e la relativa strategia comunicativa d'attuazione.

La comunicazione dell'Istituto Romano di San Michele dovrà riprodurre una chiara e ben definita immagine dell'Ente e dei suoi ambiti di iniziativa. L'obiettivo è di conseguire il



massimo livello di trasparenza, chiarezza e tempestività delle comunicazioni nel quadro delle attività oggetto della programmazione dell'Istituto.

Il complesso di azioni previste dal presente documento è funzionale alla riproduzione globale delle linee strategiche della comunicazione integrata dell'ASP a cui si potranno affiancare specifiche campagne di potenziamento, necessarie a conseguire obiettivi anche di breve periodo in linea con la programmazione e gli obiettivi definiti dall'organo di indirizzo politico amministrativo dell'Istituto.

## 1. Analisi dello scenario

L'Istituto Romano di San Michele è una ex IPAB, Istituzione Pubblica di Assistenza e Beneficienza, la cui natura giuridica di ASP, Azienda Pubblica di Servizi alla Persona, deriva dall'intervento legislativo nazionale prima (L. n. 328 dell'8 novembre 2000; D. Lgs. n. 207 del 4 maggio 2001) e regionale poi (L. regionale n. 2 del 22 febbraio 2019).

L'ASP IRSM, sottoposta alla vigilanza della Regione Lazio, è un ente pubblico non economico, senza finalità di lucro dotato di personalità giuridica di diritto pubblico e di autonomia giuridica, amministrativa, statutaria, regolamentare, patrimoniale, finanziaria, contabile, gestionale e tecnica.

L'Istituto Romano di San Michele, inserito nel Sistema integrato degli interventi e dei servizi sociali della Regione Lazio definiti dalla Legge regionale 10 agosto 2016, n. 11, orienta la sua attività al rispetto dei principi indicati dalla stessa. All'interno di tale cornice normativa, sulla base del principio di sussidiarietà, i diversi attori sociali collaborano congiuntamente attraverso un modello di welfare comunitario che mira *in primis* al benessere della persona.

Le finalità statutarie dell'ASP consistono nell'organizzazione ed erogazione di servizi di natura sociale, socio-assistenziale e socio-sanitaria con particolare riferimento alla popolazione anziana, ma anche alle fasce di popolazione "più deboli" e in condizione di disagio socio-economico.

Tra le principali attività svolte, l'ASP si dedica alla gestione in forma diretta di una Casa di Riposo e di una RSA. La **Casa di Riposo "Istituto Romano San Michele"** è una struttura residenziale socio-assistenziale di 80 posti letto, accreditata a tempo indeterminato da Roma



Capitale, che ospita ed assiste persone anziane di età superiore ai 65 anni autosufficienti o parzialmente autosufficienti che usufruiscono di un aiuto parziale non continuativo nel compimento di attività di vita quotidiana, delle prestazioni di tipo alberghiero nonché di assistenza sanitaria e servizio infermieristico con presenze programmate. Inoltre, nella struttura vengono assicurati interventi di tipo culturale-ricreativo che consentono agli anziani di sviluppare capacità relazionali attraverso una partecipazione attiva alla vita comunitaria.

La **Residenza Sanitaria Assistenziale “RSA TOTI – Istituto Romano di San Michele”** è una struttura socio-sanitaria con livello d’intensità assistenziale R3 (mantenimento basso), organizzata in due nuclei da 20 posti letto ciascuno (per un totale di 40 posti letto), rivolta a pazienti anziani non più autosufficienti, non assistibili a domicilio, che non necessitano di ricovero in strutture ospedaliere o nei centri di riabilitazione. All’interno della struttura vengono fornite prestazioni di tipo assistenziale, alberghiero, tutelare, di medicina generale, infermieristica e riabilitativa. Le prestazioni vengono erogate mediante programmi differenziati che soddisfino i bisogni psico-fisici dell’ospite, nel rispetto della libertà e dignità dello stesso.

Il passaggio da IPAB ad ASP, lasciando spazio ad una più efficace definizione dell’assetto organizzativo attraverso il quale strutturare i servizi, consente di individuare e implementare in modo più efficace ed efficiente il raggio d’azione delle attività socio-sanitarie-assistenziali. L’Istituto, quale Azienda di Servizi alla Persona, intende perseguire una chiara *mission* di innovazione sociale, secondo un modello avanzato di welfare di prossimità, aperto e ricettivo nei confronti delle istanze del territorio.

### 1.1 *Organizzazione interna*

La struttura organizzativa dell’ASP si compone dei seguenti organi:

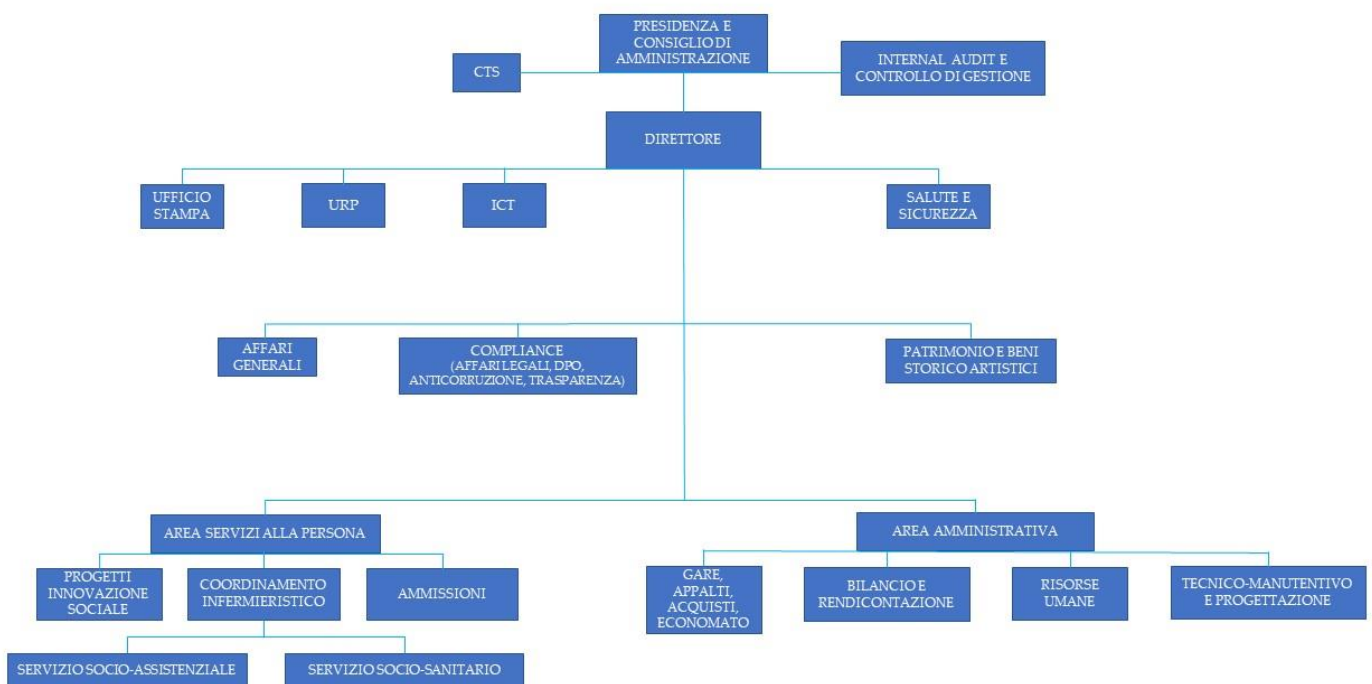
- a) di indirizzo politico-amministrativo (Consiglio di Amministrazione, Presidente);
- b) di gestione (Direttore);
- c) di controllo interno (Organo di revisione).

Il personale di ruolo in servizio presso l’Ente è suddiviso in direzioni, aree e servizi.



L'ASP sta perseguendo obiettivi di riassetto organizzativo interno, funzionali al perseguimento dei propri obiettivi istituzionali. Una prima versione della macro-organizzazione dell'ASP San Michele è contenuta nel "Piano e Programma delle attività 2022-2024", approvato con Deliberazione n. 74/2021 del Consiglio di Amministrazione. L'atto di definizione della micro-organizzazione dell'ASP, approvato con Determina direttoriale n. 371 del 1° giugno 2022, ha poi completato la ridefinizione strutturale dell'Istituto Romano di San Michele al fine di garantire maggiore slancio ed incisività all'organizzazione aziendale, consentendo di fornire risposte adeguate in termini di efficienza ed efficacia all'azione amministrativa. L'attuale struttura organizzativa mira al raggiungimento di una organizzazione aziendale in grado di definire competenze, responsabilità e linee di lavoro chiare e precise, al fine di assicurare prestazioni di livello e servizi di qualità.

Di seguito l'organigramma:



Per quanto concerne l'organizzazione delle **attività di informazione e comunicazione**, l'IRSM ha previsto l'istituzione di un **Ufficio Comunicazione e Stampa** e di un **Ufficio Relazioni con il Pubblico (URP)** in staff alla Direzione.



L'Ufficio Comunicazione e Stampa cura, a titolo esemplificativo, la comunicazione istituzionale dell'ASP verso enti, organismi, associazioni pubbliche e private, operando attraverso: la comunicazione delle iniziative dell'ASP verso l'esterno; l'elaborazione e la gestione del Piano di comunicazione; la gestione della comunicazione interna tramite intranet. Le attività tipiche di Ufficio Stampa relative alla cura dei collegamenti con gli organi d'informazione, possono altresì svolgersi in forma associata secondo le esigenze richieste dalla specifica situazione (vd. necessità di intensificare i contatti e le attività con i mezzi di comunicazione di massa in occasione di eventi particolarmente rilevanti per le finalità dell'ASP).

L'URP fornisce un servizio in grado di dare risposte tempestive, chiare e trasparenti ai cittadini attraverso: la garanzia dell'esercizio dei diritti di informazione, di accesso e di partecipazione (L. 241/1990, d.lgs 33/2013 e s.m.i.); l'agevolazione nell'utilizzo dei servizi offerti ai cittadini (illustrando disposizioni normative, amministrative ed informative sulle strutture e sui compiti dell'amministrazione stessa); lo sviluppo di collaborazioni con le reti civiche (*network*) dove si connettono gruppi di persone per i problemi legati alla senescenza e la raccolta di informazioni sulle esigenze dei cittadini; l'attuazione di processi di verifica della qualità dei servizi e di gradimento degli stessi da parte degli utenti (mediante l'ascolto dei cittadini e la comunicazione interna); la raccolta e l'analisi di segnalazioni, suggerimenti e reclami inviati dagli utenti.

L'istituzione di tali uffici deriva dall'esigenza di armonizzare due elementi di fatto complementari, giacché le attività di informazione e di comunicazione istituzionale, nel rispetto dei principi di trasparenza e di efficacia dell'azione amministrativa, richiedono tra loro un coordinamento virtuoso, sia da un punto di vista programmatico che attuativo.

## **2. Temi prioritari**

La programmazione della strategia comunicativa del presente Piano si focalizza sulla centralità del cittadino utente, inteso come destinatario delle prestazioni erogate e ancor prima come interlocutore privilegiato cui fornire ascolto e supporto nella pianificazione e nel



perfezionamento di servizi e attività. La *mission* dell'ASP è quindi quella di gestire e coordinare la pluralità dei beni e dei servizi secondo un modello strutturato sui bisogni e le necessità della popolazione e del territorio di riferimento (Regione Lazio e Roma Capitale). Sulla base di tali indicazioni, l'Ente procederà individuando i temi prioritari su cui concentrare la propria attività di comunicazione e definendo di conseguenza le specifiche campagne da realizzare.

Ciascuna campagna di comunicazione dovrà collocarsi all'interno di una delle seguenti aree tematiche di riferimento:

- 1) **Identità della comunità:** area riguardante le campagne che promuovono valori condivisi della comunità nazionale e della storia del Paese con l'obiettivo di rafforzare la coesione sociale ed il senso di appartenenza alla comunità (esempio: la campagna sulla Festa della Repubblica Italiana del 2 giugno o la campagna sulla Giornata internazionale della donna dell'8 marzo, etc.);
- 2) **Promozione di comportamenti positivi e responsabilità individuali e sociali:** comprende le campagne che hanno lo scopo di sensibilizzare ed educare la comunità promuovendo comportamenti virtuosi e di utilità sociale (esempio: campagna per l'invecchiamento attivo della popolazione anziana);
- 3) **Campagne di servizio:** area che racchiude le campagne che informano i cittadini sui servizi disponibili (vd. Carta dei servizi), sulle nuove misure normative e su altre iniziative di pubblico interesse (esempio: convegni, presentazioni di libri, etc.).

### 3. Obiettivi

Il Piano di comunicazione dell'Istituto Romano di San Michele predisposto per il 2023, in coerenza con la L. 7 giugno 2000, n. 150 "*Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni*" e la normativa di riferimento in materia, ha lo scopo di:

- facilitare ed accrescere la conoscenza delle disposizioni normative in vista della relativa applicazione, favorire processi interni di semplificazione delle procedure e di modernizzazione degli apparati burocratici;





- descrivere il funzionamento dell'Ente e lo svolgimento delle sue attività attraverso un linguaggio semplificato;
- favorire l'accesso ai servizi dell'ASP, accrescendone la conoscenza tramite piattaforme comunicative multiformi;
- promuovere occasioni di apprendimento e sensibilizzazione su temi di rilevante interesse pubblico e sociale;
- promuovere l'immagine dell'Ente attraverso l'organizzazione di iniziative ed eventi d'importanza locale, regionale e nazionale;
- indirizzare, coordinare e monitorare le attività di informazione e comunicazione gestite in partnership con altri Enti/società.

La comunicazione dell'IRSM ha l'importante compito di fornire adeguata rilevanza alle esperienze d'eccellenza che caratterizzano l'Istituto, impegnato da secoli nel campo dell'assistenza. A livello strategico, il principale obiettivo da raggiungere sarà quello di lavorare sul posizionamento dell'Istituto all'interno del Sistema integrato di interventi e servizi sociali; sul piano sostanziale occorrerà attestare fattivamente di essere a tutti gli effetti "la più grande Azienda Pubblica di Servizi alla Persona (ASP) di Roma, per rilevanza patrimoniale e attività di assistenza svolta".

In considerazione di ciò, il presente Piano intende attuare una strategia di comunicazione che fornisca *in primis* un supporto comunicativo agli obiettivi individuati dall'Ente nel "Piano e Programma delle attività per il triennio 2023-2024-2025" (approvato con Deliberazione del CDA n. 4 del 31 gennaio 2023). In secondo luogo si procederà nella direzione di una comunicazione che risulti chiara, trasparente ed efficace; questa contribuirà alla creazione di un'identità unitaria che promuova una visione omogenea delle attività e dei servizi erogati dall'ASP.



### 3.1 *Obiettivi specifici*

#### 3.1.1 Comunicazione interna

Per “comunicazione interna” si intende il processo attraverso il quale un ente porta a conoscenza dei propri dipendenti e collaboratori informazioni che li riguardano, al fine di creare un coinvolgimento maggiore all’interno delle dinamiche aziendali. Un’azione del genere sviluppa benefici anche verso l’ambiente esterno poiché contribuisce al miglioramento dell’immagine aziendale, generando esternamente una sensazione di maggior solidità ed efficienza.

Spetta in primo luogo all’URP (Ufficio Relazioni con il Pubblico) il compito di garantire la reciproca informazione e il coordinamento fra sé e le altre strutture operanti nell’amministrazione. Da questo punto di vista, mediante il supporto dell’Ufficio ICT, risulta funzionale intervenire attraverso l’implementazione degli strumenti tecnologici e i canali comunicativi di cui l’ASP dispone, prevedendone altresì l’utilizzo di nuovi.

In considerazione della complessità organizzativa dell’ASP, appare necessaria l’adozione di una comunicazione fluida, chiara e schematica da un punto di vista procedurale. La circolazione delle informazioni all’interno dell’IRSM secondo un modello prestabilito che vada ad individuare e mappare i processi tra i diversi uffici, consentirà di ottimizzare tempi e risorse.

L’Ufficio “Comunicazione e Stampa/URP/Internal Audit e Controllo di Gestione” sarà a disposizione degli uffici per coadiuvarli nelle azioni necessarie ad una più diffusa divulgazione delle iniziative e dei progetti posti in essere. Da parte di detto ufficio, per esigenze di coordinamento risulterà opportuna la ricezione di comunicazioni interne con un congruo anticipo rispetto alla data di presentazione e/o scadenza degli stessi.

Al fine di migliorare e incrementare i flussi comunicativi interni, si procederà alla programmazione di varie occasioni d’incontro tra le diverse aree organizzative dell’Ente (con cadenza almeno semestrale). Gli incontri saranno funzionali alla condivisione di informazioni e all’aggiornamento sulle attività svolte, sia in corso di realizzazione, sia da predisporre in futuro.



Lo scopo principale della comunicazione interna è infatti quello di favorire il senso di appartenenza e condivisione fra quanti operano all'interno o per la struttura. In tal senso la conoscenza e la relativa condivisione di attività, obiettivi e risultati, sarà finalizzata a promuovere la partecipazione attiva dei dipendenti e il benessere organizzativo dell'ASP, sotto il profilo dell'efficienza e del coordinamento delle attività dei singoli uffici.

L'obiettivo è quello di superare l'attuale frammentazione della visione identitaria (anche interna). La complessità organizzativa dell'Ente comporta infatti una difficile o talvolta mancante comunicazione interna, in particolar modo tra l'area amministrativa e quella relativa ai servizi alla persona e l'affermazione di una visione condivisa tra i vari uffici dell'ASP è un elemento indispensabile della strategia di comunicazione unitaria più volte richiamata dal presente documento.

➤ **Azioni:**

- definizione, aggiornamento e mappatura dei processi tra i diversi uffici;
- aggiornamento costante degli avvisi e delle informazioni sul sito istituzionale, sui profili *social* dell'Ente (Facebook ed Instagram), sui canali comunicativi interni di cui l'ASP dispone;
- creazione di una "*newsletter* interna" con cadenza mensile tramite l'invio a tutti i responsabili di servizio di un *form* che fornisca informazioni e documentazione (disposizioni, approfondimenti normativi, etc.) su iniziative, eventi e attività che coinvolgono direttamente l'ASP San Michele o che sono organizzati da soggetti terzi e si svolgono in Istituto senza la partecipazione diretta dell'Ente;
- semplificazione dei processi lavorativi e relativi incontri aziendali per la condivisione delle nuove procedure;
- apertura di spazi e canali d'ascolto attraverso i quali i dipendenti possano esprimere liberamente reclami, opinioni e suggerimenti;
- motivare ed aumentare il grado di partecipazione favorendo l'*engagement* di ogni dipendente;



- definizione e successiva condivisione a tutto il personale - già a partire dal format utilizzato in fase di redazione dei documenti amministrativi ed in sede di pubblicazione
- di modelli grafici standard per conferire uniformità alla comunicazione interna/esterna dell'IRSM (vd. grafica logo, documenti, biglietti da visita, cartelline, block notes, format per brochure su attività/servizi erogati, locandine/volantini di eventi dell'ASP, etc.).

### 3.1.2 Comunicazione esterna

La comunicazione esterna si rivolge ai cittadini utenti e ai vari interlocutori esterni all'Ente (vd. altre amministrazioni/enti, imprese, associazioni etc.) contribuendo alla diffusione della qualità del servizio e rappresentando un canale permanente di ascolto e verifica del livello di soddisfazione del cliente/utente.

La comunicazione esterna dell'Istituto Romano di San Michele necessita di un rinnovamento al fine di accrescere la conoscibilità e la relativa fruizione dei servizi erogati dall'ASP. Di conseguenza, nel quadro delle iniziative volte alla digitalizzazione dei processi lavorativi, il passaggio a un tipo di "comunicazione digitale" - attraverso il sito web istituzionale e i canali social - rappresenta uno strumento privilegiato mediante il quale diffondere in modo rapido e capillare le notizie e le informazioni dell'ASP attraverso una molteplicità di canali comunicativi.

Il sito e i *social network* tuttavia, pur rappresentando una risorsa importante a livello comunicativo, dovranno essere coadiuvati da iniziative di tipo "tangibile-relazionale". L'organizzazione di iniziative ed eventi, se adeguatamente sostenuta da relazioni con i media, da *marketing communications* o dal contributo di sponsor esterni, è in grado di restituire all'ASP quello slancio che merita in termini di immagine.

Lo scopo principale della comunicazione istituzionale dell'ASP San Michele sarà pertanto quello di consolidare e potenziare il posizionamento dell'Istituto nel quadro delle politiche regionali e nazionali in ambito sociale, socio-assistenziale e socio-sanitario. Il rafforzamento e lo sviluppo di nuove *partnership* contribuiranno in tal senso all'affermazione dell'Ente all'interno del Sistema integrato di interventi e servizi sociali e del Servizio Sanitario Regionale.



La comunicazione attraverso i *mass media* favorirà la conoscibilità delle funzioni e delle attività dell'IRSM, nonché del ruolo che riveste da anni nell'ambito della tutela e della promozione dei diritti della popolazione anziana, delle fasce di popolazione più deboli e in condizioni di disagio socio-economico. Allo stesso modo occorre veicolare le iniziative e gli eventi particolarmente rilevanti per le finalità dell'ASP attraverso una comunicazione a mezzo stampa; di conseguenza risulta di fondamentale importanza curarne le relazioni in modo tale da garantire una buona copertura media degli eventi posti in essere dall'Istituto.

L'ASP favorisce la partecipazione attiva dei cittadini attraverso la somministrazione periodica di questionari di soddisfazione del servizio assistenziale (*customer satisfaction*); in questo modo gli ospiti, i familiari e gli operatori hanno la possibilità di esprimere suggerimenti e reclami fornendo all'Ente indicazioni utili alla misurazione della qualità dei servizi erogati. Le prestazioni relative alla CdR (Casa di Riposo) e alla RSA (Residenza Sanitaria Assistenziale) sono, altresì, oggetto del contributo fornito in sede di Comitato di Partecipazione (composto da rappresentanti di ospiti, famiglie, associazioni di volontariato, etc.) il quale concorre alla verifica delle attività, alla promozione di iniziative integrate, al miglioramento della qualità dei servizi e alla diffusione delle informazioni famiglie-ospiti al fine di raggiungere i migliori standard qualitativi.

In ogni caso, in merito al rapporto Ente-cittadino, interviene l'URP garantendo un servizio in grado di fornire risposte tempestive, chiare e trasparenti ai cittadini attraverso l'esercizio del diritto di informazione, accesso e partecipazione (L. 241/90, d.lgs 33/2013 e s.m.i.). Esso favorisce altresì l'attuazione - mediante ascolto dei cittadini e comunicazione interna - di processi di verifica della qualità dei servizi e di gradimento degli stessi da parte degli utenti; riceve e analizza segnalazioni, suggerimenti e reclami inviati dagli utenti anche ai fini dell'aggiornamento della Carta dei Servizi; sviluppa collaborazioni con le reti sociali (*network*) per avvicinarsi il più possibile alle necessità e ai bisogni dei cittadini.

In merito alle principali azioni da intraprendere nel quadro della comunicazione esterna appare necessario intervenire nell'ottica di una maggiore diffusione delle informazioni relative all'offerta di servizi, attività e iniziative che favorisca l'accesso dei cittadini ai servizi residenziali forniti dall'ASP, promuovendo contestualmente l'immagine dell'Ente presso gli attori del Sistema integrato degli interventi e dei servizi sociali della Regione Lazio ed in



generale presso gli *stakeholders*. In tal senso l'ASP San Michele dovrà rappresentare un punto di riferimento riconosciuto nel campo dell'assistenza alla popolazione anziana e alle fasce di popolazione più deboli, spingendo a considerare la posizione dell'ASP come centrale all'interno delle diverse reti locali dei servizi sociali e sanitari di Roma Capitale, della sua area metropolitana e della Regione Lazio.

➤ **Azioni:**

- aggiornamento/riorganizzazione delle sezioni del sito e implementazione dei contenuti;
- proposta di elaborazione di un atto inerente al funzionamento dell'URP per disciplinarne l'organizzazione;
- attivazione di una casella di posta elettronica dedicata alle attività di comunicazione/URP per informare gli *stakeholders* sulle iniziative poste in essere dall'ASP e per fornire adeguate risposte alle richieste che pervengono all'Ente;
- inserimento nel sito di una sezione specifica dedicata all'URP;
- sviluppo ed implementazione delle indagini di *customer satisfaction*;
- creazione sul sito istituzionale di un portale specifico dedicato alle attività storico-artistiche dell'ASP San Michele;
- inserimento della Casa di riposo dell'ASP all'interno del "Portale della Trasparenza dei Servizi per la Salute" (portale istituzionale creato per fornire all'utente informazioni in ambito sanitario di facile accesso, semplici, utili e di qualità) al fine di potenziare la rete degli *stakeholders*: <https://trovastrutture.agenas.it/web/index.php?r=site/load-parolachiave&term=anziani>. Da valutare anche per l'eventuale futuro inserimento dell'Ospedale di comunità in "GEOPortale PNRR Salute" (portale per visualizzare i progetti previsti per la realizzazione delle Case della Comunità, degli Ospedali della Comunità e delle Centrali Operative Territoriali): <https://geopnrr.agenas.it/web/index.php?r=site%2Fload-selezione>;
- implementazione della comunicazione a mezzo stampa (rafforzamento collaborazioni già in atto ed avvio di nuove), sul sito e sui canali social dell'Ente delle iniziative e degli eventi particolarmente rilevanti per le finalità dell'IRSM;



- divulgazione di accordi, protocolli d'intesa, convenzioni e simili con altre amministrazioni pubbliche negli ambiti di attività dell'ASP;
  - valorizzazione delle iniziative convegnistiche e/o di approfondimento tecnico scientifico relative all'erogazione dei servizi di natura sociale, socio-assistenziale e socio-sanitaria poste in essere dall'ASP mediante il supporto del proprio Comitato Tecnico Scientifico (CTS);
  - studio di fattibilità ed eventuale progettazione per l'avvio nel prossimo triennio di una *newsletter* esterna per l'invio periodico di notizie e comunicazioni da parte dell'Istituto e contestuale predisposizione di attività di *media monitoring* (vd. rassegna stampa) per la raccolta e l'analisi dei flussi informativi riguardanti l'ASP;
  - monitoraggio degli accessi attraverso l'adesione - tramite il supporto di Ufficio ICT e RTD (Responsabile per la Transizione al Digitale) - a *Web Analytics Italia*: piattaforma nazionale messa a punto da AGID (Agenzia per l'Italia Digitale) che consente alle amministrazioni di raccogliere e analizzare i dati statistici sul traffico dei propri siti e servizi digitali;
  - monitoraggio *insight* sulle piattaforme social dell'ASP;
  - ricerca di maggiori collaborazioni con enti, istituti, associazioni, etc.;
  - implementazione del numero di reti e contatti dell'ASP (mailing list e simili);
  - potenziamento relazioni con Municipi, Comuni di Roma città metropolitana, ASL e Distretti sanitari territoriali, associazioni di utenti, etc.;
  - creazione di *brochure* sull'Istituto, sulle attività svolte ed i servizi erogati;
  - realizzazione di un video professionale di presentazione/promozione delle attività e dei servizi erogati dall'Istituto;
  - nel corso del 2023/2024, al fine di accrescere l'identità e l'immagine esterna dell'ASP, si prenderà in considerazione l'idea di revisionare graficamente il logo istituzionale dell'Ente procedendo con un upgrade dello stesso in termini di riconoscibilità.
- **Iniziative ed eventi**: organizzazione di iniziative di comunicazione esterna finalizzate all'attuazione di un modello di Welfare di prossimità innovativo. L'obiettivo principale è quello di implementare il raggio d'azione delle proprie attività socio-sanitarie-assistenziali e di favorire il coordinamento e l'integrazione delle risorse a disposizione dei



diversi soggetti presenti sul territorio. Di seguito un elenco delle principali attività di comunicazione previste a sostegno degli obiettivi individuati dall'ASP nel "Piano e Programma delle attività per il triennio 2023-2024-2025".

▪ INIZIATIVE per l'anno 2023:

- campagna di comunicazione finalizzata al potenziamento dell'offerta socio-sanitaria-assistenziale: riqualificazione e ampliamento della RSA (Palazzina Toti);
- campagna di comunicazione sui modelli abitativi alternativi: housing sociale (Palazzina Giuliani);
- campagna di comunicazione sulla promozione del turismo sociale e l'organizzazione di attività culturali-ricreative;
- campagna di comunicazione relativa all'istituzione di un laboratorio permanente di solidarietà intergenerazionale: Progetto "*I nostri quartieri: Tor Marancia, racconti di ieri e di oggi*";
- campagna di comunicazione sull'umanizzazione delle cure: Progetto "*Umanizzazione*";
- campagna di comunicazione sul progetto di apertura della Biblioteca Sociale (locali adiacenti Saloni Giuliani);
- campagna di comunicazione sul progetto di accreditamento dell'ASP IRSM presso la Regione Lazio quale "Ente di Formazione professionale";
- campagna di comunicazione per l'attuazione e lo sviluppo dell'Accordo di collaborazione con il Municipio VIII;
- campagna di comunicazione sui progetti innovativi di servizi per le donne in condizioni di fragilità (comprensorio Calestrini);
- campagna di comunicazione per il potenziamento dell'assistenza territoriale (Area Scheletro in cemento armato);





- campagna di comunicazione sulla valorizzazione del patrimonio storico-artistico ed archivistico dell'ASP (secondo quanto previsto dal Progetto triennale "Museo d'Arte Antica e Moderna dell'Istituto Romano di San Michele").
- EVENTI per l'anno 2023 (\*):
  - **20 gennaio 2023** (orario 9:30-17:00) – *Convegno al S. Michele. "I servizi alla persona anziana nella società che si trasforma: la proposta del San Michele"*;
  - **8 marzo 2023** - In occasione della Giornata internazionale della donna verrà proiettato presso i Saloni Giuliani "Con voce di Nilde", il docufilm dedicato a Nilde Iotti;
  - **maggio 2023** - Presentazione delle opere restaurate: "I figli di Caino" di G. A. Sartorio e "Madonna del Rosario" di M. Benefial;
  - **6 maggio 2023** - Celebrazioni in occasione dei 90 anni di Tor Marancia. Nel corso della giornata si procederà alla presentazione ufficiale del progetto di solidarietà intergenerazionale "I nostri quartieri: Tor Marancia, racconti di ieri e di oggi" e all'apertura straordinaria del Museo Diffuso del San Michele;
  - **29 giugno 2023** - Concerto, in collaborazione con la Comunità di S. Egidio, della "New Jersey Youth Symphony" (35 giovani musicisti di età compresa tra i 15 e i 18 anni suoneranno al San Michele nell'ambito del loro tour in Italia con esibizioni a Roma, Firenze e Milano);
  - **29 settembre 2023** – "Festeggiamenti in onore di San Michele Arcangelo";

#### Comunicazione integrata

Nell'ambito del Progetto "A Tutta Radio: comunicando futuro. Le comunità narrate attraverso i nuovi media" presentato dall'associazione giovanile New Voices Lab APS, nata dall'adesione

---

(\*) La definizione dei seguenti eventi e delle relative date di svolgimento rappresentano un'indicazione circa le linee programmatiche da seguire; tale calendarizzazione è suscettibile di integrazioni, modifiche e aggiornamenti in base all'evoluzione delle attività e degli indirizzi dell'Ente.



al bando della Regione Lazio e di Lazio CREA denominato “Vitamina G2”, si prevede che l’ASP San Michele racconti i suoi progetti nel corso della diretta streaming di “Radio 32 – La Radio che ascolta” del 14 giugno.

Il 15 giugno, in occasione della giornata mondiale di sensibilizzazione sugli abusi sugli anziani, è prevista la partecipazione della Coordinatrice infermieristica e della Psicologa dell’ASP San Michele alla diretta streaming presso l’ASP S. Alessio-Margherita di Savoia per illustrare i servizi erogati dal San Michele e come è stato gestito il rapporto con gli assistiti durante la pandemia.

#### Ricorrenze e date significative

Inoltre, l’organo di indirizzo politico amministrativo dell’ASP ha condiviso di pianificare iniziative e strategie comunicative in occasione delle seguenti specifiche ricorrenze ritenute significative:

- ✓ 28 maggio 2023 (giornata nazionale del sollievo);
- ✓ 2 ottobre 2023 (festa nazionale dei nonni);
- ✓ 25 novembre 2023 (giornata internazionale per l’eliminazione della violenza contro le donne).

A tali ricorrenze potranno essere pianificate iniziative e strategie comunicative in occasione delle seguenti altre giornate:

- ✓ 22 aprile 2023 (giornata regionale dell’invecchiamento attivo);
- ✓ 29 aprile 2023 (giornata europea della solidarietà tra le generazioni);
- ✓ 24 luglio 2023 (giornata mondiale dei nonni e degli anziani).

#### **4. Target**

Nel quadro del presente Piano di Comunicazione, i principali attori coinvolti in quanto portatori di interessi (i cosiddetti *stakeholders*), sono rappresentati *in primis* dai cittadini fruitori dei servizi; ad essi fanno seguito associazioni di volontariato, enti, istituzioni, etc., senza dimenticare il personale interno e i collaboratori.



Di conseguenza, a seconda dei diversi obiettivi di comunicazione, i destinatari del presente Piano risultano così suddivisi:

- **Comunicazione interna:**

- personale interno, collaboratori;
- volontari e associazioni che collaborano con le attività interne dell'ASP;

- **Comunicazione esterna:**

- cittadinanza;
- popolazione anziana (e familiari), fasce di popolazione "più deboli";
- enti, associazioni, istituzioni pubbliche e private, etc.;
- media e giornalisti;
- fornitori di beni e servizi;
- sponsor e sostenitori;
- amanti ed esperti di storia, arte e cultura.

Al fine di veicolare in modo efficace il messaggio della comunicazione, occorre rivolgersi a *target* specifici, a loro volta frazionabili in destinatari primari e secondari in base al soggetto prioritario cui rivolgere l'attività di comunicazione. In vista di una efficace programmazione, occorre senza dubbio far riferimento al "Piano Sociale Regionale" della Regione Lazio e in seconda istanza al "Piano Sociale di Zona" del Municipio Roma VIII; mediante un'analisi di tipo geografico, socio-demografico, economico, culturale, delle evoluzioni e dei modelli del SSN, sarà possibile individuare le diverse componenti sociali presenti sul territorio e i relativi bisogni.

A livello territoriale, la popolazione del Municipio VIII - in cui insiste la sede principale delle attività dell'ASP San Michele - presenta caratteristiche simili a quelle cittadine e nazionali, seguendo il *trend* di un progressivo invecchiamento della popolazione. Nello specifico gli abitanti del Municipio VIII sono distribuiti approssimativamente nel seguente modo: gli over 65 rappresentano il 25% del totale; la fascia d'età 0-14 il 12%; il rapporto anziani-bambini è di 4,5; infine l'età media municipale si attesta sui 46,5 anni. Relativamente alle percentuali di accesso al PUA (Punto Unico di Accesso), gli italiani sono quelli che vi accedono maggiormente (69%), seguiti dagli extracomunitari (27%) e dai cittadini europei (4%).



Riguardo gli invii alle Aree, si registra un 40% all'Area Minori attraverso le richieste di aiuto economico; al secondo posto si posizionano gli invii al Servizio sociale Area Anziani (35%) per richieste riguardanti la sfera dell'autonomia e dell'assistenza.

L'analisi di questi dati risulta di fondamentale importanza per l'identificazione dei *target* di riferimento verso i quali indirizzare il presente Piano di comunicazione. Come sottolineato in precedenza, i servizi di natura sociale, socio-assistenziale e socio-sanitaria erogati dall'ASP, sono destinati in prima battuta alla popolazione anziana; ciononostante l'Ente si impegna altresì nella promozione e produzione di iniziative e servizi innovativi che rispondano alle esigenze delle fasce di popolazione "più deboli", in condizione di disagio socio-economico ed in generale dell'utenza del territorio di riferimento.

La strategia comunicativa procederà altresì nella direzione degli altri *stakeholders*. In prima battuta dovrà coinvolgere il personale amministrativo e sanitario dell'ASP per un'adeguata comprensione delle indicazioni provenienti dalla Regione e dal livello centrale di Governo nella definizione dei principi fondamentali del SSN e per la promozione di attività di scambio di idee con l'obiettivo di implementare la qualità dei propri servizi uniformandosi ai criteri di buon andamento, imparzialità, economicità, efficienza ed efficacia.

In secondo luogo la comunicazione aziendale avrà il compito di raggiungere i portatori di interessi nella comunità - vale a dire enti, associazioni di volontariato e di categoria, sindacati, istituzioni etc. - in quanto soggetti rilevanti in vista del conseguimento degli obiettivi stabiliti e della relativa diffusione dei messaggi di comunicazione.

Infine, la strategia comunicativa dell'ASP mira al coinvolgimento dei tradizionali mezzi di comunicazione per diffondere le iniziative che l'Ente intende perseguire; in questo contesto si inserirà l'azione costante dei *social media*, in grado di garantire una veicolazione dei messaggi semplice e al contempo incisiva. Accanto ai tradizionali strumenti di segmentazione territoriale sopramenzionati, si inserisce quindi l'azione degli strumenti digitali e delle piattaforme a mezzo *social*, in grado di accrescere e approfondire la conoscenza del proprio *target*.



## 5. Contenuti

Al fine di veicolare nel modo più efficace possibile i propri messaggi, l'ASP San Michele opererà attraverso una diversificazione dei contenuti in base alla piattaforma che utilizzerà. L'accrescimento dell'interesse dei cittadini dipenderà altresì dalla realizzazione di materiali di comunicazione chiari, trasparenti, semplici e diretti.

In questo contesto assume particolare importanza lo *storytelling* mediante il quale si sviluppa la comunicazione; difatti, nonostante esista la possibilità di declinare la narrazione in diverse forme, è necessario mantenere una linea unica, riconoscibile, costante e coerente.

Attraverso la realizzazione di contenuti di qualità è possibile creare un legame, un ponte di collegamento tra i cittadini e l'ASP. Specialmente sui *social media*, la produzione di contenuti visivi (immagini, video, etc.) risulta maggiormente efficace e pervasiva, consentendo di accrescere il coinvolgimento degli utenti tramite un "dialogo interattivo".

## 6. Mezzi di comunicazione

La scelta dei mezzi attraverso i quali veicolare i contenuti rappresenta la fase successiva. Al fine di rendere maggiormente incisivo il messaggio della comunicazione è opportuno predisporre strategie di comunicazione integrata mediante l'utilizzo simultaneo di più canali e strumenti.

La diversificazione della comunicazione prevede la combinazione di strategie tradizionali – con l'approccio *through the line* che utilizza strumenti *above the line* (radio, televisione, cinema, stampa, affissioni, etc.) e *below the line* (conferenze stampa, convegni, eventi, relazioni pubbliche, etc.) – e strategie digitali (sito internet, social media, etc.).

Nell'ambito delle risorse finanziarie disponibili e nel rispetto dei principi di buon andamento, trasparenza, imparzialità, efficacia ed economicità dell'azione amministrativa, l'IRSM sceglierà di volta in volta gli strumenti e i canali più idonei in base al *target* e agli obiettivi da raggiungere.

Di seguito un elenco dei principali mezzi di comunicazione che intende utilizzare l'ASP:

- comunicazione on line (sito, canali *social*);
- newsletter (nel prossimo triennio);



- media tradizionali;
- prodotti audiovisivi (video, foto);
- *brochure* sull'Istituto e sui servizi erogati;
- pubbliche relazioni;
- organizzazione di eventi;
- partnership comunicative.

### 6.1 *Sito internet*

L'ASP Istituto Romano di San Michele è attualmente responsabile del sito [www.irmsm.it](http://www.irmsm.it). Il sito istituzionale rappresenta il biglietto da visita dell'Ente, la porta di accesso per mettere in contatto l'IRSM con gli utenti; pertanto, al fine di accrescere la conoscibilità dell'ASP e delle sue attività, nel corso del 2023 è previsto un semplice *upgrade* del sito internet da un punto di vista contenutistico-strutturale per rendere il più possibile chiara, semplice e trasparente la navigazione per gli utenti sotto il profilo dell'accessibilità e dell'usabilità. Gli interventi previsti sull'area web dell'Istituto, avranno l'obiettivo di rafforzare la centralità dell'utente; da questo punto di vista, l'ASP San Michele metterà a disposizione degli *users* soluzioni pratiche ed efficaci finalizzate a ridurre l'impatto della burocrazia.

Le attività di sviluppo verranno portate avanti attraverso un costante collegamento e dialogo con gli uffici interessati (in particolar modo con l'Ufficio ICT), garantendo così la qualità e la tempestività delle pubblicazioni e il continuo aggiornamento dei contenuti.

All'interno di tale contesto, la partecipazione dei cittadini e l'ascolto delle loro segnalazioni, rappresenteranno elementi di valutazione importanti al fine di individuare modelli sempre più performanti in grado di intervenire e apportare aggiornamenti/integrazioni ai contenuti stessi.

### 6.2 *Social media*

I *social media* rappresentano un importante strumento per coinvolgere specifiche tipologie di pubblico, ovvero coloro che mostrano interesse a partecipare attivamente alla discussione, a condividere opinioni ed esperienze, a ricevere aggiornamenti su argomenti di attualità.



Attualmente l'Istituto informa i cittadini su novità, servizi e iniziative attraverso la propria pagina Facebook (<https://www.facebook.com/aspsanmichele>) ed Instagram (<https://www.instagram.com/aspsanmichele/>). La recente apertura dei profili istituzionali sui *social network* ha lo scopo di avvicinare l'IRSM ai cittadini e agli attori del Sistema integrato di interventi e servizi sociali, rafforzando al contempo l'identità, l'immagine e la reputazione dell'Ente *online*. Di conseguenza, l'ASP San Michele utilizza i canali *social* con finalità istituzionali e di interesse generale per informare, comunicare, ascoltare e dialogare mediante un rapporto diretto e partecipativo finalizzato ad una maggiore conoscibilità delle attività svolte. In questa fase embrionale è importante lavorare sulla *web reputation* e sul posizionamento dell'IRSM sui diversi social media; per acquisire credibilità nel tempo, difatti, bisognerà operare costantemente sulla base di un presidio costante e sulla realizzazione di contenuti interattivi.

Come ricordato in precedenza, occorre applicare strategie diversificate sulla base degli obiettivi e dei target da raggiungere, ideando appositi contenuti a seconda della piattaforma utilizzata. La presenza su vari canali rende pertanto necessaria una continua declinazione dei contenuti e dei vari messaggi in base alla tipologia delle diverse *fanbase* di riferimento. Durante la fase di pianificazione dei contenuti risulta altresì opportuno seguire un approccio *mobile first*, in considerazione del prevalente utilizzo degli smartphone per navigare in rete. L'azione costante dei social media, in grado di garantire una veicolazione dei messaggi semplice e al contempo incisiva, ha consentito entro la fine dell'anno 2022 di raggiungere i seguenti numeri: circa 250 follower, circa 14.000 di copertura (numero di persone che hanno visto uno dei contenuti della Pagina o relativi alla Pagina, inclusi post, storie, inserzioni, informazioni social di persone che interagiscono con la Pagina e altro ancora), più di 1000 visite alla Pagina social.

Di seguito una panoramica aggiornata\* dei dati raccolti sui profili social dell'Ente.

---

\* Periodo di riferimento: aprile 2022-febbraio 2023.



Pubblico

Pubblico attuale

Pubblico potenziale

"Mi piace" sulla Pagina Facebook

239

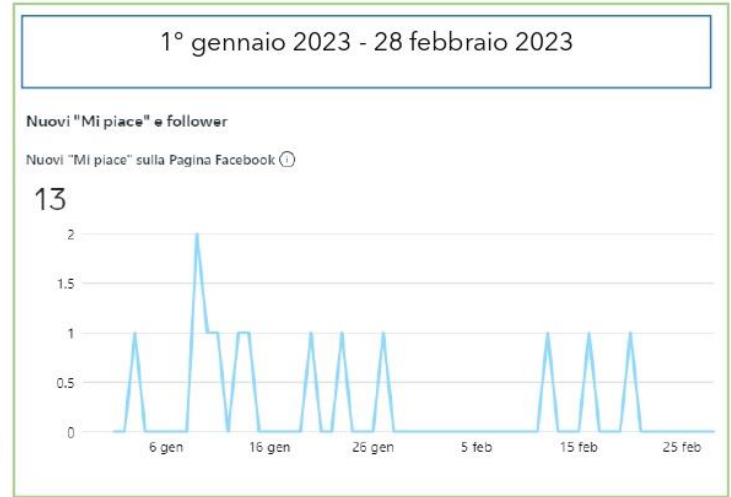
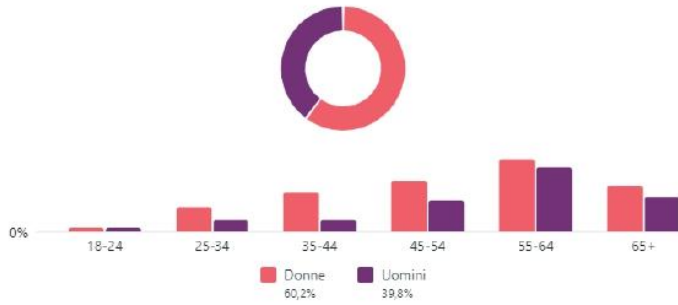
Follower

260

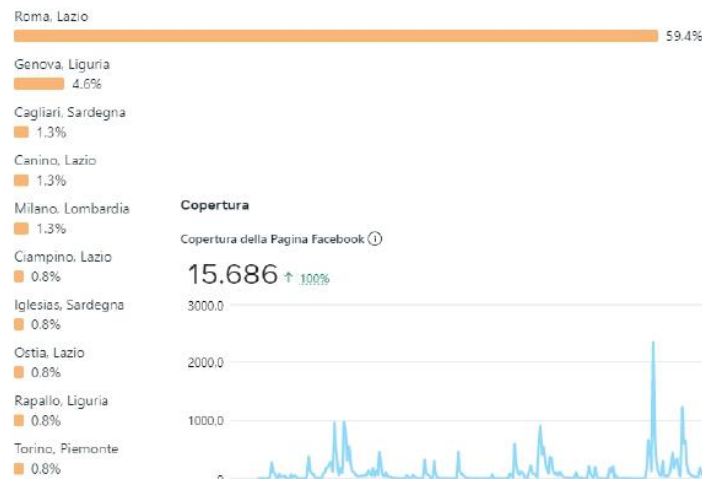
Follower di Instagram

65

Età e genere



Città principali



Copertura

Copertura della Pagina Facebook

15.686 ↑ 100%

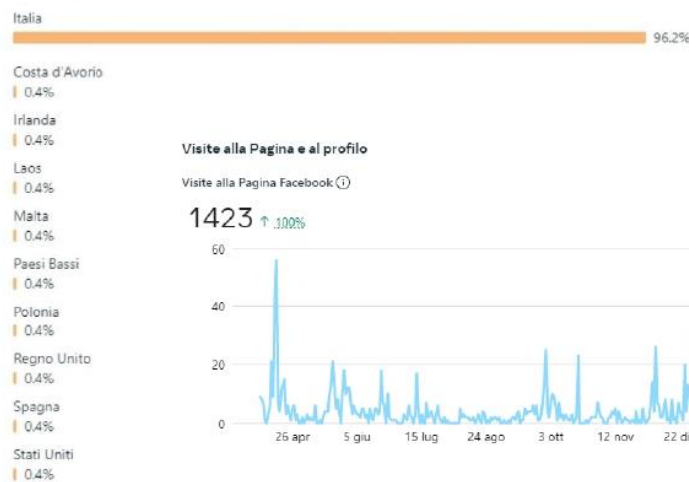


Copertura di Instagram

2772 ↑ 100%



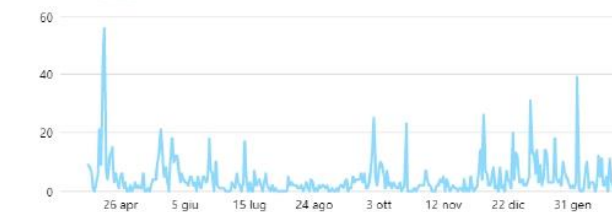
Paesi principali



Visite alla Pagina e al profilo

Visite alla Pagina Facebook

1423 ↑ 100%



Visite al profilo Instagram

437 ↑ 100%







### 6.3 *Media partners*

L'Ufficio Comunicazione e Stampa / URP / Internal audit e controllo di gestione, nell'ambito della comunicazione esterna, si occupa altresì della divulgazione e della promozione delle attività dell'ASP attraverso la gestione dei rapporti con i media e la stampa per quanto attiene i servizi, le iniziative e gli eventi particolarmente rilevanti per le finalità dell'ASP; di conseguenza risulta di fondamentale importanza curarne le relazioni in modo tale da garantire una discreta copertura media degli eventi posti in essere dall'Istituto.

Nell'anno precedente, oltre alle uscite sul lancio del Museo diffuso del San Michele sui principali quotidiani, agenzie stampa e televisioni/TG (*Corriere della sera, Il Messaggero, Il Venerdì di Repubblica, Avvenire, TGR Lazio*, etc. - rassegna stampa: <https://www.irsm.it/wp-content/uploads/2019/07/RS-Restauri-della-Fondazione-Sorgente-Group-esposti-nel-Musei-Diffuso-del-S.-Michele-23-5-2022.pdf>), al servizio del TGR Lazio sulla Festa di San Michele del 29 settembre 2022, si è rivelata particolarmente proficua la collaborazione con "Urlo", il mensile di informazione più diffuso a Roma sud. Pubblicato da circa 20 anni, ha una tiratura di 45.000 copie ed è diffuso gratuitamente nei Municipi VIII, IX (EUR), XI (Portuense), XII (Gianicolense); dal 2016 ha attivato anche un portale, [Urloweb.com](http://Urloweb.com), con notizie aggiornate quotidianamente. Tale collaborazione ha dato il via per la pubblicazione di alcuni articoli (vd. Museo diffuso del San Michele, Convegno al S. Michele del 20 gennaio 2023) e per la diffusione del giornale cartaceo di Urlo al San Michele.

Nel corso dell'annualità 2023 l'ASP intende rafforzare tale collaborazione e porre le basi per l'avvio di nuove.

## **7. Monitoraggio e valutazione dei risultati**

Le iniziative di comunicazione necessitano di una fase di monitoraggio e valutazione dei risultati, sia durante la loro realizzazione che a conclusione delle stesse. Nello specifico, il monitoraggio *in itinere* avrà essenzialmente una funzione di indirizzo in quanto permetterà di ricalibrare le attività programmate, al fine di raggiungere gli obiettivi prefissati. La valutazione finale dei risultati conseguiti – mediante l'analisi dello scostamento dagli



obiettivi iniziali – consentirà invece di raccogliere informazioni che si riveleranno particolarmente utili per la programmazione delle future attività di comunicazione.

Tali attività partiranno dall'analisi del numero dei destinatari raggiunti, procedendo attraverso l'osservazione degli effetti generati nel pubblico (vd. comprensione dei messaggi, reazioni nei confronti delle iniziative trattate dall'IRSM, etc.). Al fine di effettuare una stima dei risultati ottenuti, appare necessaria la definizione di alcuni indicatori. Questi possono essere calcolati attraverso strumenti qualitativi (sondaggi di opinione, *focus group*, interviste) e quantitativi per le attività *online* (vd. monitoraggio accessi e traffico sul sito); per i *social media* solitamente si analizza il livello di copertura, l'incremento dei *followers* e il tasso di *engagement*). Il grado di raggiungimento degli obiettivi di comunicazione andrà poi commisurato in base alle risorse investite.

Le attività di monitoraggio e valutazione pertanto procederanno attraverso i seguenti strumenti:

- ✓ accessi al sito web istituzionale (sia in termini quantitativi che sulla base delle singole pagine selezionate);
- ✓ feedback tramite canali URP (telefono, posta elettronica, *direct* tramite pagine social, questionari di *customer satisfaction*);
- ✓ *insight* attraverso il monitoraggio delle piattaforme social;
- ✓ referenze e feedback degli *stakeholders*;
- ✓ rassegna stampa e copertura mediatica (articoli e servizi giornalistici relativi a iniziative, progetti e attività dell'ASP);
- ✓ partecipazione agli eventi (sia dal punto di vista numerico-quantitativo delle presenze che del relativo gradimento);
- ✓ numero di reti e contatti dell'ASP sviluppati tramite sito web, canali social, posta elettronica, etc.



## **8. Risorse finanziarie**

Nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, imparzialità, pubblicità e trasparenza dell'attività amministrativa, l'ASP Istituto Romano di San Michele utilizzerà in via prioritaria i servizi e le risorse umane strumentali disponibili all'interno dell'Ente, secondo i limiti stabiliti annualmente con l'approvazione del bilancio di previsione. L'espletamento delle azioni previste dal presente Piano di comunicazione è pertanto subordinato alla verifica del mantenimento del corretto equilibrio economico-finanziario.

Per il 2023, l'Ufficio Comunicazione potrà contare sulle risorse previste all'interno delle voci di spesa riportate nel Bilancio economico di previsione annuale approvato dal C.d.A. con delibera n. 36 del 29 dicembre 2022.

## **9. Previsioni finali**

Il presente Piano di comunicazione si riserva di portare a termine le attività descritte in tutto o in parte in base agli sviluppi dell'annualità in corso, e di implementare le stesse in relazione alle indicazioni dell'organo di indirizzo politico-amministrativo e gestionale che dovessero intervenire nell'ambito delle linee generali previste dal presente Piano.