Sistema Socio Sanitario
Regione Lombardia
ASST Bergamo Ovest

Delibera N° 510 del 14/05/2026

OGGETTO: ADOZIONE DEL PIANO DI COMUNICAZIONE AZIENDALE 2026-2028

La sottoscritta Dott.ssa Rosetta Gagliardo, in qualità di Commissario Straordinario di questa Azienda Socio-Sanitaria Territoriale, come tale nominata in forza della Deliberazione della Giunta Regionale di Lombardia XII/5265, adottata in seduta del 03 Novembre 2025, in attuazione della L.R. 30.12.2009 n. 33, così come modificata dalla L.R. n. 23 del 2015 e s.m.i. delibera quanto segue:

IL COMMISSARIO STRAORDINARIO

PRESO ATTO dell'istruttoria compiuta dal Responsabile del procedimento proponente che qui si riporta;

PREMESSO CHE:

- il Piano di Comunicazione Aziendale delle ASST è un documento strategico, obbligatorio secondo le normative regionali lombarde e nazionali (D.lgs. 33/2013), che definisce le strategie di comunicazione interna ed esterna ed include la gestione dei rapporti con la stampa, il sito web, i social network e la Carta dei Servizi per migliorare la trasparenza e l'informazione;
- le disposizioni e le direttive regionali in materia, con particolare riferimento a quanto previsto per la Comunicazione istituzionale, fra l'altro, ribadiscono l'attività di comunicazione e informazione come fattore prioritario attraverso il quale garantire ai cittadini piena e corretta conoscenza dei servizi sanitari e sociosanitari disponibili;
- il D.Lgs n. 33 del 14 marzo 2013 "Riordino della disciplina riguardante il diritto di accesso civico e gli obblighi di pubblicità, trasparenza e diffusione di informazioni da parte delle Pubbliche Amministrazioni" impone la pubblicazione del Piano di Comunicazione;
- il D.P.R. 62/2013 "Codice di comportamento dei dipendenti pubblici" regola anche le policy di comunicazione;
- la L. 7.6.2000 n.150 "Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni" istituzionalizza l'area della comunicazione pubblica ed individua le attività, le finalità e i mezzi d'informazione e comunicazione nell'ambito di attuazione dei principi che regolano la trasparenza e l'efficacia dell'azione amministrativa;
- il D.L. n. 80 del 09 giugno 2021 (convertito in Legge n. 113/2021) introduce il PIAO (Piano Integrato di Attività e Organizzazione), all'interno del quale il piano di comunicazione deve essere armonizzato;
- la L.R. n. 9 del 13/02/1990 "Disciplina delle pubblicazioni e delle iniziative di comunicazione ed informazione della Regione Lombardia" regola l'attività di comunicazione istituzionale della Regione Lombardia;
- la L.R. n. 30/2006 "Disposizioni legislative per l'attuazione del documento di programmazione economico-finanziaria regionale, ai sensi dell'articolo 9 ter della Legge regionale 31 marzo 1978, n. 34 (Norme sulle procedure della programmazione, sul bilancio e sulla contabilità della Regione)" attua il documento di programmazione economico-finanziaria regionale;
- la D.G.R. n. XII/5589 del 30/12/2025 "Determinazioni in ordine agli indirizzi di programmazione del

S.S.R. per l'anno 2026 ed in ordine agli obiettivi delle Agenzie di Tutela della Salute (ATS), delle Aziende Socio Sanitarie Territoriali (ASST) e dell'Agenzia Regionale Emergenza Urgenza (AREU) anno 2026 – (di concerto con il Vicepresidente Alparone e l'Assessore Lucchini), approva gli indirizzi di programmazione del S.S.R. lombardo per l'anno 2026, definendo gli obiettivi strategici per ATS, ASST e AREU;

- la D.G.R. XII/5878 del 23/03/2026 ha approvato il Piano di Comunicazione e promozione 2026 di Regione Lombardia;

PRESO ATTO delle proposte di comunicazione formulate da Regione Lombardia per ATS e ASST relative a Giornate annuali dedicate ai temi della Prevenzione;

VALUTATA l'opportunità di definire le attività di comunicazione aziendale in modo organico mediante l'adozione di un Piano di comunicazione 2026-2028, che tramite i progetti in esso definiti possa rendere accessibili ai destinatari la strategia comunicativa e gli obiettivi prefissati;

VISTA pertanto la nuova programmazione del Piano in oggetto esplicitata nel relativo allegato;

RITENUTO opportuno adottare il Piano di Comunicazione Aziendale 2026-2028 dell'ASST Bergamo Ovest rispondente ed adeguato alla promozione dell'immagine e dei servizi sia aziendali che regionali;

PRESO ATTO dell'attestazione del Responsabile del procedimento, Dirigente Responsabile S.S. Affari Generali e Legali, Dott. GianPiero Barracchia, circa la correttezza formale e sostanziale del presente provvedimento e della relativa istruttoria svolta, ai sensi del Capo II della Legge n. 241 del 7 agosto 1990 e s.m.i.;

ATTESTATO che dal presente provvedimento non derivano oneri a carico del bilancio aziendale;

ACQUISITI, per quanto di competenza, i pareri favorevoli in merito espressi dal Direttore Amministrativo, Direttore Sanitario e dal Direttore Socio Sanitario

DELIBERA

Per tutto quanto suindicato e che qui si intende integralmente richiamato:

1. di adottare il Piano di Comunicazione Aziendale 2026-2028 che, allegato al presente atto, ne costituisce parte integrante e sostanziale (Allegato 1);

2. di attestare che dalla presente deliberazione non derivano oneri a carico del bilancio aziendale;

3. di dare atto che il presente provvedimento è a disposizione del Collegio Sindacale per le verifiche di competenza;

4. di pubblicare il presente provvedimento all'Albo on Line sul sito istituzionale dell'Azienda, ai sensi dell'art. 32 della L. n. 69/2009 e dell'art. 17 - comma 6 - della L.R. n. 33/2009, così come modificata dalla L.R. n. 23/2015.

IL DIRETTORE | IL DIRETTORE | IL DIRETTORE

Sistema Socio Sanitario

Regione Lombardia

ASST Bergamo Ovest

AMMINISTRATIVO	SANITARIO	SOCIO SANITARIO
Dott.ssa Antonietta Ferrigno	Dott. Antonio Manfredi	Dott. Pietro Tronconi

IL COMMISSARIO STRAORDINARIO

Dott.ssa Rosetta Gagliardo

SI ATTESTA LA LEGITTIMITA' DELL'ATTO PRESENTATO

Responsabile del procedimento amministrativo: Dott. GianPiero Barracchia

PIANO DI COMUNICAZIONE 2026–2028

ASST BERGAMO OVEST

Sommario

PIANO DI COMUNICAZIONE 2026–2028 ..... **1**
1. PREMESSA 2
2. CONTESTO E IDENTITÀ AZIENDALE 2
3. OBIETTIVI DEL PIANO DI COMUNICAZIONE 3
3.1 Obiettivo generale 3
3.2 Obiettivi specifici 3
4. TARGET DI RIFERIMENTO 3
5. LINEE STRATEGICHE DI COMUNICAZIONE 3
5.1 Prevenzione e promozione della salute 3
5.2 Sanità territoriale e prossimità 3
5.3 Emergenza-urgenza 4
5.4 Polo Ospedaliero e integrazione H-Territorio 4
5.5 Accesso ai servizi e riduzione delle liste d'attesa 4
5.6 Innovazione e digitalizzazione 4
5.7 Altre attività 4
6. AZIONI DI COMUNICAZIONE 5
6.1 Comunicazione istituzionale (Tutti gli StakeHolders) 5
6.2 Comunicazione digitale 5
6.3 Campagne informative 5
6.4 Comunicazione interna 5
6.5 Comunicazione territoriale 5
6.6 Comunicazione di progetto 5
7. CANALI DI COMUNICAZIONE 6
8. PIANIFICAZIONE TEMPORALE 6
9. MONITORAGGIO E VALUTAZIONE 7
10. GOVERNANCE DEL PIANO 7
11. CONCLUSIONI 7

1. PREMESSA

Il presente Piano di Comunicazione 2026–2028 è elaborato in coerenza con il Piano Integrato di Attività e Organizzazione (PIAO) aziendale e ne rappresenta lo strumento operativo per la diffusione degli obiettivi strategici, dei servizi e dei valori dell'ASST Bergamo Ovest.
La comunicazione istituzionale assume un ruolo strategico nel garantire:

- accessibilità ai servizi;
- partecipazione dei cittadini;
- trasparenza amministrativa;
- valorizzazione delle attività aziendali.

L'obiettivo è rafforzare il rapporto di fiducia tra Azienda e comunità, migliorando la conoscenza e l'utilizzo appropriato dei servizi sanitari e sociosanitari.

2. CONTESTO E IDENTITÀ AZIENDALE

L'ASST Bergamo Ovest opera come soggetto centrale del sistema socio-sanitario lombardo, garantendo prestazioni ospedaliere e territoriali integrate.

I principi guida dell'azione della comunicazione aziendale sono:

- centralità della persona;
- equità di accesso;
- trasparenza e semplificazione;
- efficacia ed economicità dell'informazione;
- trasversalità dei processi sanitari, sociosanitari e amministrativi e loro integrazione multidisciplinare.

Il vasto territorio di competenza si estende dall'Isola bergamasca, alla pianura Ovest con il naturale confine del fiume Adda, fino alla pianura Est ed il naturale confine del fiume Oglio.
L'ASST Bergamo Ovest garantisce prestazioni ospedaliere e socio-sanitarie ai cittadini di 77 Comuni, collocati nella porzione sud occidentale della Provincia di Bergamo e ha una popolazione di 485.465 abitanti.

Il logo aziendale è rappresentato dall'immagine qui riportata:

Sistema Socio Sanitario
Regione Lombardia
ASST Bergamo Ovest

3. OBIETTIVI DEL PIANO DI COMUNICAZIONE

3.1 Obiettivo generale

Supportare il raggiungimento degli obiettivi strategici aziendali attraverso una comunicazione efficace, accessibile e coordinata.

3.2 Obiettivi specifici

- Migliorare la conoscenza dei servizi sanitari e sociosanitari;
- facilitare l'accesso ai servizi da parte dei cittadini;
- promuovere la sanità territoriale e la presa in carico del paziente;
- valorizzare i progetti di innovazione e digitalizzazione;
- rafforzare la trasparenza e la fiducia istituzionale;
- migliorare la comunicazione interna, il coinvolgimento del personale e il radicamento di un'identità/immagine coordinata.

4. TARGET DI RIFERIMENTO

Il Piano si rivolge ai seguenti pubblici:

- stakeholder del sistema sanitario;
- cittadini e utenti dei servizi sanitari;
- pazienti fragili e cronici;
- caregiver e famiglie;
- personale dipendente e collaboratori;
- Medici di Assistenza Primaria, del ruolo unico e Pediatri;
- enti locali e istituzioni;
- associazioni e terzo settore.

5. LINEE STRATEGICHE DI COMUNICAZIONE

In coerenza con il PIAO, la comunicazione si articola nelle seguenti linee tematiche:

5.1 Prevenzione e promozione della salute

Campagne su:

- screening;
- vaccinazioni (campagna stagionale, giornate mondiali, ecc…);
- stili di vita sani;
- salute mentale;
- partecipazione attiva a tutte le Giornate Mondiali declinate nel Piano Prevenzione di ATS e RL in capo al Dipartimento di Prevenzione.

5.2 Sanità territoriale e prossimità

Promozione e informazione riguardo:

- Case di Comunità;
- Ospedali di Comunità;
- servizi domiciliari;
- specialistica ambulatoriale
- presa in carico paziente cronico;
- continuità assistenziale (116117, CAUnica, CA Pediatrica del sabato);
- inserimento e cessazione MAP e PLS.

5.3 Emergenza-urgenza

Informazione e massima diffusione riguardo a:

- corretto utilizzo del Pronto Soccorso;
- codici priorità;
- percorsi alternativi (es. 116117/MAP/AMT/IFeC).

5.4 Polo Ospedaliero e integrazione H-Territorio

Informazione e diffusione notizie riguardo a:

- implementazione o apertura nuove attività/servizi;
- percorsi Diagnostico Terapeutici Assistiti (PDTA);
- investimenti e nuove apparecchiature tecnologiche;
- percorsi ospedale-territorio per patologie specifiche;
- umanizzazione delle cure;
- corsi e Convegni.

5.5 Accesso ai servizi e riduzione delle liste d'attesa

Comunicazione riguardo:

- modalità di prenotazione, annullamento e recupero crediti;
- utilizzo del nuovo CUP regionale;
- percorsi di tutela.
- riduzione accessi impropri.

5.6 Innovazione e digitalizzazione

Valorizzazione di:

- messa on line e costante aggiornamento del nuovo sito internet aziendale;
- telemedicina;
- cartella clinica elettronica;
- digitalizzazione dei servizi;
- nuovi strumenti online.

5.7 Altre attività

Diffusione di:

- risultati aziendali meritevoli di pubblicazione;
- progetti innovativi;
- iniziative/inaugurazioni ospedaliere e territoriali;
- donazioni;
- dati di attività;
- attività di ricerca;
- Customer Satisfaction.

6. AZIONI DI COMUNICAZIONE

6.1 Comunicazione istituzionale (Tutti gli StakeHolders)

- Aggiornamento costante del sito web aziendale attuale;
- comunicati stampa;
- conferenza stampa;
- supporto nelle interviste dei professionisti con testate locali e/o nazionali.

6.2 Comunicazione digitale

- Gestione canali social (Instagram, Facebook, Telegram, Youtube, Linkedin)
- Produzione contenuti informativi e campagne tematiche attraverso social e sito web: temi di prevenzione, Giornate Mondiali, eventi territoriali, “format” particolari (es: “Di casa in casa”)
- Sviluppo e messa on line del nuovo sito aziendale.

6.3 Campagne informative

- Accesso ai servizi;
- Prevenzione;
- Screening;
- Vaccinazioni;
- Sanità territoriale;
- Accesso al Pronto Soccorso/CAUnica.

6.4 Comunicazione interna

- creazione di cartellonistica interna;
- Newsletter interne;
- supporto nella predisposizione di carte dei servizi, slide, locandine, cartoline, brochure di reparto utilizzando l’immagine coordinata di RL.

6.5 Comunicazione territoriale

- Collaborazione con Comuni;
- eventi e incontri pubblici;
- materiali informativi nei punti di accesso.

6.6 Comunicazione di progetto

Supporto alla comunicazione di:

- nuovi servizi;
- cantieri, inaugurazioni, ristrutturazioni nuovi Reparti/Strutture;
- innovazioni tecnologiche.

7. CANALI DI COMUNICAZIONE

- Sito web aziendale: dedicato a tutti gli stakeholders;
- Social media (Instagram, Facebook, Telegram, Youtube, Linkedin, e, in futuro, canale whatsapp): per capillarità, engagement di fasce di età differenti.
- Produzioni cartacee (Locandine, Brochure, Infografiche, Cartoncini): per utenza non digitale;
- Media locali;
- Eventi e incontri pubblici: per le istituzioni, le associazioni, particolari stakeholders (differenziati per età, genere e stato di salute).

8. PIANIFICAZIONE TEMPORALE

Il Piano di comunicazione si sviluppa su base triennale:

- 2026:
    - campagna vaccinale stagionale (ottobre-gennaio);
    - programmazione dei contenuti rispetto al calendario regionale (annuale): settimana/giornate mondiali di sensibilizzazione, prevenzione e promozione della salute;
    - programmazione dei contenuti secondo il calendario Fondazione Onda (programma Bollini Rosa e Azzurri): settimane/giornate mondiali di sensibilizzazione, prevenzione e promozione della salute (target mirato);
    - campagne di sensibilizzazione, di informazione e di accessibilità riguardo servizi ASST;
    - avvio dei lavori: cantieri e ristrutturazioni;
    - inaugurazioni nuove sedi centrali o afferenti alla rete territoriale;
    - partecipazione a congressi, convegni, incontri;
    - collaborazioni con enti ed istituzioni;
    - engagement del terzo settore (patrocini, banchetti, infopoint, open day).

- 2027: sviluppo e potenziamento
    - campagna vaccinale stagionale dipendenti (ottobre-gennaio);
    - programmazione di contenuti secondo il calendario di Regione Lombardia (annuale): settimana/giornate mondiali di sensibilizzazione, prevenzione e promozione della salute;
    - programmazione dei contenuti secondo il calendario Fondazione Onda (programma Bollini Rosa e Azzurri): settimane/giornate mondiali;
    - campagne di sensibilizzazione, di informazione e di accessibilità riguardo servizi ASST;
    - avvio dei lavori: cantieri e ristrutturazioni;
    - inaugurazioni nuove sedi centrali o afferenti alla rete territoriale;
    - partecipazione a congressi, convegni, incontri;
    - collaborazioni con altri enti ed istituzioni;
    - engagement del terzo settore (patrocini, banchetti, infopoint).

- 2028:
    - campagna vaccinale stagionale dipendenti (ottobre-gennaio);
    - programmazione di contenuti secondo il calendario di Regione Lombardia (annuale): settimana/giornate mondiali di sensibilizzazione, prevenzione e promozione della salute;
    - programmazione dei contenuti secondo il calendario Fondazione Onda (programma Bollini Rosa e Azzurri): settimane/giornate mondiali;
    - campagne di sensibilizzazione, di informazione e di accessibilità riguardo servizi ASST;
    - avvio dei lavori: cantieri e ristrutturazioni;
    - inaugurazioni nuove sedi centrali o afferenti alla rete territoriale;
    - partecipazione a congressi, convegni, incontri;
    - collaborazioni con altri enti ed istituzioni;
    - engagement del terzo settore (patrocini, banchetti, infopoint).

9. MONITORAGGIO E VALUTAZIONE

Il monitoraggio avverrà attraverso indicatori quali:

- accessi al sito web;
- engagement sui social: percentuali e numeri analizzate attraverso la piattaforma Meta;
- risposta nella partecipazione in presenza alle campagne/incontri (Giornate Mondiali, format territoriali, infopoint);
- feedback degli utenti: mail URP, recensioni Google, commenti social e “reaction” a post/storie.

Saranno inoltre integrati strumenti trasversali di rilevazione della soddisfazione degli utenti (customer satisfaction per i servizi sanitari erogati).

10. GOVERNANCE DEL PIANO

La responsabilità del Piano è in capo alla Direzione Strategica, con il coordinamento della funzione comunicazione aziendale.

È prevista una collaborazione trasversale tra:

- direzione sanitaria, socio sanitaria e amministrativa;
- URP/UPT;
- uffici interni;
- servizi della rete territoriale;

11. CONCLUSIONI

Il Piano di Comunicazione 2026–2028 rappresenta uno strumento strategico per accompagnare il processo di evoluzione dell’ASST Bergamo Ovest, garantendo una comunicazione efficace, inclusiva e orientata al cittadino.

La comunicazione diventa leva fondamentale per:

- migliorare l’accesso ai servizi;
- rafforzare la fiducia dei cittadini;
- sostenere l’innovazione e il cambiamento positivo;
- valorizzare il ruolo dell’Azienda nel territorio.