

Piano di Comunicazione Aziendale

↓ ANNO 2025 ↓



Sistema Socio Sanitario



Regione
Lombardia

ATS Val Padana

Indice

Premessa

Il territorio di riferimento

La Comunicazione Istituzionale

L'attività dell'Ufficio Comunicazione aziendale e relazioni esterne

Sintesi obiettivi 2025

Azioni 2025

Strumenti e proposte comunicative 2025

1. Rapporti con la stampa
2. Comunicazione Digitale
3. Comunicazione Esterna
4. Comunicazione Interna
5. Comunicazione coordinata con le ASST

Modalità di comunicazione del Piano

La misurazione dei risultati

Allegati – Schede Progetti

Premessa

L'ATS Val Padana, inserita nel contesto del Sistema Sociosanitario Regionale della Lombardia, attraverso la programmazione locale, il confronto e la presa in carico delle richieste del proprio territorio, esercita il ruolo di garante della salute dei propri cittadini. Le sue azioni sono orientate a promuovere e tutelare la salute della popolazione, sia in forma individuale che collettiva, garantendo i servizi e le attività inserite nei Livelli Essenziali di Assistenza (LAE).

All'ATS compete il governo sanitario, sociosanitario e di integrazione con le politiche sociali del territorio. Per esercitare questo ruolo svolge le seguenti funzioni:

- Negoziazione e acquisto delle prestazioni sanitarie e sociosanitarie dalle strutture accreditate, secondo tariffe approvate dalla Regione;
- Governo e promozione dei programmi di promozione della salute, prevenzione, assistenza;
- Promozione della sicurezza alimentare medica e medica veterinaria;
- Prevenzione e controllo della salute negli ambienti di vita e di lavoro; sanità pubblica veterinaria; attuazione degli indirizzi regionali e monitoraggio della spesa in materia di farmaceutica, dietetica e protesica;
- Vigilanza e controllo sulle strutture e sulle unità d'offerta sanitarie, sociosanitarie e sociali.



Il territorio di riferimento

Il territorio di competenza dell'ATS Val Padana si estende su una superficie complessiva di kmq 4.180 (Mantova 2315 + Cremona 1865) comprendente 177 Comuni (64 Comuni in provincia di Mantova e 113 Comuni in provincia di Cremona) con 755.727 abitanti.

Il territorio dell'ATS della Val Padana è suddiviso in sei Distretti, distribuiti per ASST di riferimento come segue:

- ASST Crema n. 1 distretto: Cremasco
- ASST Cremona n. 1 distretto: Cremonese
- ASST Mantova n. 4 distretti: Alto Mantovano, Mantovano, Basso Mantovano e Casalasco - Viadanese Oglio Po (distretto a scavalco tra ASST Mantova e ASST Cremona).



Ai fini di una corretta e più mirata attività di comunicazione che tenga conto di target differenti di pubblico e permetta di scegliere lo strumento (o il mix di strumenti) di divulgazione più adatto (on line e off line), è importante valutare la composizione demografica tenendo conto in particolare modo degli indicatori relativi all'età.

A tale riguardo, esaminando l'andamento della popolazione negli anni si nota come, a partire dal 2012, le fasce d'età che hanno un trend in crescita siano essenzialmente quelle più anziane mentre la fascia d'età 20 – 44 anni presenta un deciso calo. I distretti di ATS Val Padana presentano una simile distribuzione delle fasce d'età, La percentuale della popolazione straniera è aumentata negli anni fino a raggiungere il 12,7% all'inizio del 2022, dato che si è stabilizzato nel 2023, confermandosi approssimativamente anche nel 2024. In generale, le province che compongono l'ATS Val Padana hanno una popolazione più anziana (più di 186 mila over 65) e una natalità inferiore sia alla media lombarda che al resto d'Italia nonché una quota consistente di stranieri residenti.

La Comunicazione Istituzionale

In linea con la Legge 150/2000 "Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni" tutte le attività di informazione e di comunicazione svolte in modo istituzionale dall'Agenzia sono ricomprese in modo coordinato ed integrato nel presente Piano di Comunicazione. La comunicazione diventa quindi "parte integrante dell'azione aziendale", così come previsto altresì dalla direttiva 7 febbraio 2002 della Presidenza del Consiglio dei Ministri, Dipartimento della Funzione Pubblica.

Per il ruolo strategico nell'attuazione delle "politiche per la salute", l'attività di comunicazione rappresenta lo strumento per lo sviluppo della collaborazione tra cittadini e mondo sanitario, presupposto per una Sanità in grado di rispondere al meglio ai bisogni di salute. Perché senza comunicazione non c'è reale conoscenza, né possibilità di garantire quei diritti di trasparenza, accesso ed equità più volte affermati e ribaditi.

Il Piano di Comunicazione rende note e valorizza le scelte e le iniziative poste in essere dall'ATS, definisce ed aggiorna gli obiettivi, i contenuti, gli strumenti, i tempi di attuazione e le modalità di verifica delle proprie iniziative.

La capacità di informare, coinvolgere ed orientare i cittadini per la tutela della propria salute e per l'appropriata fruizione dei servizi sanitari è un passaggio indispensabile nel percorso dell'Agenzia.

Nell'era digitale, governata dai "social", e con l'Intelligenza Artificiale – non più orizzonte ma dimensione di realtà - il modello comunicativo di ATS deve integrarsi sempre di più con gli strumenti digitali, puntando a raggiungere, in maniera capillare e massiva, i cittadini con messaggi meno complessi e più efficaci, creando sinergia tra le diverse forme comunicative off-line e on line.

L'attività dell'Ufficio comunicazione aziendale e relazioni esterne

Nel 2025, in continuità con l'annualità precedente, l'attività di comunicazione e informazione dovrà essere lo strumento principale per far conoscere e valorizzare - presso i diversi target - l'offerta sanitaria e sociosanitaria e le relative modalità di fruizione.

L'ambito di riferimento dell'azione del Piano di Comunicazione Aziendale è riconducibile alle attività della Direzione Strategica, declinandola poi attraverso i Dipartimenti aziendali e sviluppandola in attività di:

- Rapporti con la stampa
- Gestione sito internet aziendale
- Gestione canali social (Facebook, Instagram e Youtube)
- Campagne di comunicazione (sistema di branding)
- Organizzazione convegni ed eventi

Target – Stakeholders

Gli attori della comunicazione esterna

Il target di riferimento è costituito dalle Istituzioni Locali e territoriali, rappresentanti dei settori sanitari, sociosanitari e sociali, giornalisti, organizzazioni, volontariato, sindacati e cittadini.

La comunicazione esterna contribuisce a costruire l'immagine e la reputazione dell'Agenzia, descrive la mission e la funzione della stessa.

I Media rappresentano un vero e proprio pubblico a cui si rivolge la comunicazione dell'Agenzia, un *pubblico* che è in grado di incidere sulla percezione dei cittadini. Per questo la qualità delle relazioni con i Media ha un'importanza fondamentale nel passaggio delle informazioni, nella loro comprensione accurata delle dinamiche dell'Agenzia, in quanto influenzerà gli articoli pubblicati e l'immagine dell'Agenzia.

Gli attori della comunicazione interna

Deve migliorare l'azione di messa in rete comunicativa degli operatori appartenenti ai diversi Dipartimenti e Strutture (Complesse e Semplici) dell'Agenzia.

La comunicazione interna, soprattutto dai vari servizi verso l'Ufficio Attività di comunicazione aziendale e relazioni esterne deve essere costantemente stimolata.



Sintesi Obiettivi 2025

1. Rapporti con la Stampa

Mantenere un'accurata gestione dei rapporti con i media e di collaborazione proficua.

2. La Comunicazione Digitale

Sito Web: nel 2025 cambierà il sistema di gestione dei contenuti del sito web aziendale; pertanto, andrà gestito il periodo di transizione con un successivo periodo di verifica dei contenuti. L'anno 2025 e il cambio di sistema saranno occasione per una riorganizzazione dei contenuti.

Social: proseguire l'attività di comunicazione sui social, come avviata nell'anno precedente, con differenziazione di pubblicazioni rispetto ai target destinatari tra Facebook e Instagram; messaggi tempestivi, semplici e diretti che generano engagement. Valutazione dell'opportunità di utilizzare anche LinkedIn.

Intelligenza Artificiale: valutazione di proposte formative per approcciare il personale all'utilizzo dell'Intelligenza Artificiale.

3. Campagne di Comunicazione e sistema di branding

Le fonti per le campagne di comunicazione:

- Regole di Sistema 2025 di cui alla DGR 3720 del 30.12.2024;
- Piano Integrato Locale 2025 (PIL);
- Piano Locale per il Contrasto al Gioco d'Azzardo Patologico (GAP);
- Campagna Vaccinazione antinfluenzale 2025/2026;

- Campagne di comunicazione per l'area prevenzione di concerto con la UO Comunicazione della DG Welfare e la UO Progetti Trasversali e Comunicazione Istituzionale" di Regione Lombardia.

Valorizzazione dell'identità di sistema con le nuove indicazioni come da nuovo Brand Book - Manuale del Marchio e Immagine coordinata di Regione Lombardia (DGR n. 3449 del 25/11/2024) a cui seguirà una sintesi specifica per il Welfare a cura della UO Comunicazione della DG Welfare di concerto con la UO Presidenza.

Controllo e monitoraggio sull'utilizzo del marchio aziendale, dei marchi congiunti e dei marchi di emanazione regionale.

4.La comunicazione coordinata con le ASST

Operatività del **Tavolo di Coordinamento degli uffici Comunicazione** di ATS della Val Padana, ASST di Mantova, Cremona e Crema.

Azioni 2025

Campagne di comunicazione e sensibilizzazione del SSN (Servizio Sanitario Nazionale)

La comunicazione istituzionale della salute ha ormai un ruolo strategico nel rapporto tra Servizio Sanitario Nazionale (SSN) e cittadino. Internet ha reso questo ruolo più forte nel corso dell'ultimo decennio. L'obiettivo centrale della comunicazione resta l'empowerment dei cittadini, richiamato più volte dall'Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS), sempre più rivolto a garantire il benessere della popolazione, da un lato, e la sostenibilità del sistema, dall'altro. Il cittadino empowered è, infatti, un soggetto che comprende e sceglie è un costruttore dei propri stili di vita, un protagonista del proprio benessere ed è in grado di interagire in modo responsabile con il SSN. La consapevolezza del ruolo strategico della comunicazione è ben diffusa anche nella programmazione delle Regioni.

Campagne di comunicazione e sensibilizzazione del SSR (Sistema Sociosanitario Regionale)

Regione Lombardia incentiva ed investe nella comunicazione istituzionale quale strumento in grado di rinforzare centralità e autorevolezza delle Istituzioni. Uno dei 3 macro-ambiti strategici di Regione Lombardia è una comunicazione incentrata sul potenziamento del Sistema sanitario

regionale, valorizzando gli strumenti messi in campo per la ripresa post pandemia, per l'inclusione e la coesione sociale a tutti i livelli e relativamente agli investimenti in strutture, formazione ed istruzione.

Prevenzione, Screening, Vaccinazioni, Sicurezza e Salute nei Luoghi di Lavoro, Igiene Alimenti e Nutrizione, Igiene Pubblica; Promozione della Salute e stili di vita salutari; Dipartimento Veterinario; Fragilità, Salute Mentale, Famiglia e Sociosanitario

La realizzazione di campagne di comunicazione rappresenta uno degli strumenti più efficaci nel perseguimento degli obiettivi di salute. La promozione degli stili di vita salutari, la prevenzione delle malattie infettive, l'educazione sanitaria e la tutela della salute materno-infantile, la solidarietà sociosanitaria, la tutela e il benessere degli animali sono i temi principali sui quali si deve concentrare l'azione dell'Ufficio Attività di Comunicazione aziendale e relazioni esterne.

Strumenti e proposte comunicative 2024

1. Rapporti con la Stampa



Raccolta, produzione e gestione delle notizie dell'Agenzia. L'Ufficio Attività di comunicazione aziendale e relazioni esterne svolge un ruolo strategico di interfaccia tra l'Agenzia e i mezzi di comunicazione locali (testate giornalistiche, televisive locali e giornali online); cura i rapporti con gli organi di informazione assicurando il massimo grado di trasparenza, chiarezza e tempestività nelle informazioni. Questa tipologia di lavoro è supportata dalla collaborazione di un esperto in comunicazione con la qualifica di "giornalista professionista"; il professionista è qualificato anche per la realizzazione e produzione di video, video-pillole, video-interviste, video-maker.

Obiettivi:

Potenziare i rapporti e le collaborazioni con i media attraverso:

- Calendarizzazione dei contenuti e comunicati per una promozione costante dell'immagine e funzioni dell'Agenzia;
- Individuazione di temi sanitari e sociosanitari con il coinvolgimento di professionisti dell'Agenzia.



2. Comunicazione Digitale (sito e social)

La comunicazione digitale, sia attraverso il **sito web**, sia soprattutto attraverso i **social**, è stata strumento utile e "certificato" (quale fonte ufficiale, contro le *fake news*) per diffondere linee guida sui comportamenti da seguire, dati ufficiali, comunicazioni di Regione Lombardia, eccetera.

SITO WEB

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

Obiettivo:

Attraversare il cambio di sistema gestionale del sito aziendale con il minor disagio per la fruizione pubblica e garantire una rapida verifica dei contenuti pubblicati, per evitare perdita di informazioni fondamentali nel passaggio tra "vecchio e nuovo"; riorganizzazione dei contenuti.

SOCIAL MEDIA

Come ben sappiamo i social network oggi sono uno strumento accessibile a una larga fetta della popolazione che li utilizza per informarsi, condividere e partecipare. In questo senso queste piattaforme sono un veicolo importantissimo anche per accorciare la distanza tra istituzione e cittadino, aumentando il rapporto di fiducia e implementando i canali di ascolto forniti dalla Pubblica Amministrazione.

Il sito web istituzionale dell'Ente resta lo strumento informativo principale online, mentre i social sono canali aggiuntivi e integrativi che permettono di aumentare la platea di cittadini che usufruiscono della comunicazione istituzionale.

Obiettivi:

- Proseguire nell'azione divulgativa attraverso la pagina istituzionale Facebook (per un target di età tra i 40 e gli over 60);
- Proseguire nell'implementazione del canale video YouTube;
- Proseguire nell'azione divulgativa attraverso la pagina istituzionale Instagram (per un target di età under 40).
- Valutare l'eventuale utilizzo di LinkedIn.



3. Comunicazione Esterna (materiale divulgativo e sistema di branding)

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

Obiettivi

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

Nell'ottica di una completa ottimizzazione delle risorse e degli strumenti comunicativi, oltre ai canali digitali (sito web e canali social) e ai canali informativi attraverso gli organi di stampa, si prevede la realizzazione di materiali informativi maggiormente tradizionali: locandine, brochure, roll up, info grafiche, social card.

Importante sarà anche l'implementazione di video reel e video pillole per una comunicazione più moderna e dinamica.

Inoltre, poiché la comunicazione deve valorizzare una comune identità di sistema, è necessario agire al fine di applicare correttamente i marchi identitari aziendali su tutti i materiali prodotti (sistema di branding).

Al tal proposito l'Ufficio Attività di Comunicazione Aziendale e relazioni esterne sarà particolarmente impegnato nel controllo, utilizzo e applicazione del marchio aziendale nei seguenti casi:

Marchio aziendale ATS Val Padana

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

Marchio aziendale ATS Val Padana congiunto con le ASST

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



Marchio di emanazione Regionale

- Marchio WHP
- Marchio GAP
- Marchio Sostenibilità in Lombardia



4. Comunicazione Interna

Nell'anno 2025 verrà realizzata una Newsletter interna, che ha già avuto una prima sperimentazione di due numeri sul finire del 2024, dedicata al personale di ATS per migliorare la circolazione delle informazioni e per incrementare il senso di appartenenza aziendale. Questa Newsletter potrà sperimentare modalità di comunicazione anche esterna.

5. Comunicazione coordinata con le ASST

Verrà mantenuto operativo il **Tavolo di Coordinamento degli uffici Comunicazione** di ATS della Val Padana, ASST di Mantova, Cremona e Crema.

Obiettivi:

Tale contesto di lavoro è finalizzato a:

- Coordinare le comunicazioni in occasione di eventi/iniziative da organizzare in maniera congiunta con particolare riferimento alle iniziative di comunicazione dell'area Prevenzione.

Modalità di comunicazione del piano

Piano di Comunicazione Aziendale sarà adottato con Delibera, pubblicato sul sito web nella sezione dedicata <https://www.ats-valpadana.it/la-comunicazione-dell-agenzia> e nell'area intranet per essere portato a conoscenza di tutti gli operatori; sarà inoltre trasmesso all'Ufficio Comunicazione della DG Welfare di Regione Lombardia.

La misurazione dei risultati

Sulla base dei contenuti nelle singole schede di progetto di cui si compone il Piano di Comunicazione Aziendale, verrà redatto entro il 31 luglio 2025 una rendicontazione semestrale dello stato di attuazione ed entro il 31 gennaio 2026, un report sullo stato di attuazione del Piano stesso.

SCHEDA PROGETTO DI COMUNICAZIONE

ALLEGATO AL PIANO DI COMUNICAZIONE 2025

DENOMINAZIONE PROGETTO

Promozione corso di Laurea in Assistenza Sanitaria

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

Promuovere il corso di laurea in Assistenza Sanitaria per incentivare le iscrizioni sia attraverso la pubblicità del corso sia promuovendo la conoscenza della figura dell'Assistente Sanitario.

SETTORE E AREA DI INTERVENTO

Scuole secondarie di secondo grado – cittadinanza

DESTINATARI

Studenti

PARTNER

ASST Mantova – ASST Cremona – ASST Crema

FASI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

- Produzione video per far conoscere le attività dell'Assistente Sanitario nei vari contesti lavorativi così da promuovere il CDL, in continuità con quanto realizzato lo scorso anno.
- Produzione di Comunicati stampa in occasione di eventi che coinvolgono il CDL ed in occasione delle lauree.

TEMPI E LUOGHI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Produzione video con diffusione sui Social network nelle sedi lavorative o presso la sede del CDL, entro giugno 2025

STRUMENTI DA UTILIZZARE

- Produzione video con diffusione sui Social network
- Comunicati stampa

REFERENTI DEL PROGETTO

Annalisa Longari

SCHEDA PROGETTO DI COMUNICAZIONE

ALLEGATO AL PIANO DI COMUNICAZIONE 2025

DENOMINAZIONE PROGETTO

Inaugurazione nuova palazzina Edificio G - Cremona in via San Sebastiano, 14

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

Il progetto prevede l'organizzazione dell'inaugurazione dell'immobile denominato "Edificio G", situato nella sede di Via San Sebastiano, 14 e di proprietà di ATS Val Padana, sul quale è in corso la ristrutturazione con la prospettiva di ricollocare il DIPS nell'area storicamente utilizzata, consentendo all'utenza una maggior facilitazione di accesso ai servizi e per gli operatori del DIPS una miglior relazione con la Direzione e gli altri Dipartimenti.

Il recupero dell'edificio "G" di proprietà dell'ATS consentirebbe inoltre:

- la riduzione dei costi di locazione;
- il mantenimento delle attività istituzionali in un'unica area;
- la riduzione dei costi di logistica;
- un efficiente utilizzo degli automezzi;
- il rafforzamento dell'immagine istituzionale del SSR, in quanto, in un unico polo, il cittadino riconoscerebbe l'ATS ed i servizi territoriali di ASST Cremona (Casa di Comunità, Consultorio, Ser.D, ecc.).

SETTORE E AREA DI INTERVENTO

L'intervento rientra nell'ambito della Ristrutturazione di un bene immobile di proprietà di ATS Val Padana, in capo alla S.S. gestione Tecnico Patrimoniale.

DESTINATARI

1. Personale dell'ATS afferente alle Strutture del Dipartimento di Igiene e prevenzione sanitaria;
2. Utenza;

PARTNER

Intervento di ristrutturazione dell'immobile finanziato con fondi P.N.C, complementari al P.N.R.R.

FASI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

1. Organizzazione inaugurazione alla presenza delle autorità e media
2. Annuncio sulla newsletter aziendale
3. Predisposizione del Comunicato stampa
4. Realizzazione Video per social e newsletter

TEMPI E LUOGHI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

La data ultima di completamento delle opere da cronoprogramma è fissata al 03/10/2025.
Considerando gli adempimenti successivi nonché il tempo necessario per trasferire il personale del DIPS dalle attuali sedi di lavoro, il progetto di accorpamento potrà concludersi, salvo imprevisti, entro il 15/12/2025.

STRUMENTI DA UTILIZZARE

Organizzazione della giornata inaugurale e diffusione dei materiali di comunicazione pre e post evento in collaborazione con l'Ufficio Comunicazione.

REFERENTI DEL PROGETTO

R.U.P. Andrea Gallio

SCHEDA PROGETTO DI COMUNICAZIONE

ALLEGATO AL PIANO DI COMUNICAZIONE 2025

DENOMINAZIONE PROGETTO

Promozione Vaccinazione Antinfluenzale

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

Come previsto anche per il 2025, sarà necessario organizzare una campagna informativa per sensibilizzare tutti i cittadini, con particolare attenzione alle categorie a rischio, sull'importanza della vaccinazione antinfluenzale. La campagna coinvolgerà medici di famiglia, medici competenti, associazioni di volontariato, scuole, forze dell'ordine, comuni, medici competenti, referenti dei lavoratori a rischio e tutti coloro che possono svolgere un ruolo chiave nel promuovere l'adesione alla vaccinazione tra i gruppi target.

SETTORE E AREA DI INTERVENTO

Dipartimento di Igiene e Prevenzione Sanitaria – SS Prevenzione delle Malattie Infettive

DESTINATARI

Prioritariamente cittadini target individuati da RL, successivamente estesa a tutta la cittadinanza.

PARTNER

Ufficio Comunicazione, Osservatorio Epidemiologico, ASST (servizi vaccinazioni, MMG e PLS), Farmacie del Territorio e UDO Socio-Sanitarie.

FASI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

- 1) Raccolta delle indicazioni ministeriali e regionali relative alla campagna vaccinale 2025
- 2) Coordinamento con i partner per l'organizzazione della campagna
- 3) Predisposizione e diffusione di note informative da rivolgere ai destinatari
- 4) Valutazione dell'efficacia delle attività svolte con analisi dei dati di copertura ed eventuali azioni di rinforzo

TEMPI E LUOGHI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Tra settembre e dicembre 2025

STRUMENTI DA UTILIZZARE

Predisposizione di comunicati stampa per informare e sensibilizzare i cittadini a aderire alla campagna antinfluenzale.

Implementazione del sito con una pagina apposita dove i cittadini hanno le informazioni per poter aderire alla campagna.

Campagna di comunicazione sui social per sensibilizzare tutti i target previsti.

REFERENTI DEL PROGETTO

SC Medicina Preventiva nelle Comunità/SS Prevenzione Malattie Infettive – Cecilia Donzelli/Adele Olivieri

SCHEDA PROGETTO DI COMUNICAZIONE

ALLEGATO AL PIANO DI COMUNICAZIONE 2025

DENOMINAZIONE PROGETTO

Calendario della Prevenzione

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

Creazione di due calendari rivolti a tutti i cittadini, in base al genere, con l'obiettivo di promuovere la salute e il benessere attraverso la prevenzione.

Questo progetto mira a fornire informazioni delle vaccinazioni e screening specifici per la salute della donna e dell'uomo nelle diverse età.

SETTORE E AREA DI INTERVENTO

Dipartimento di Igiene e Prevenzione Sanitaria – SC Medicina Preventiva nelle Comunità

DESTINATARI

Tutti i cittadini delle fasce di età previste

PARTNER

Ufficio Comunicazione, ASST MN: medico e detenuti della Casa Circondariale di Mantova

FASI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

- 1) Predisposizione dei calendari informativi da parte di SSPMI/screening
- 2) I detenuti della Casa Circondariale di Mantova provvederanno alla creazione di disegni/decori/spot per rendere i calendari più allettanti
- 3) Pubblicazione dei calendari sui siti di ATS e ASST e canali social

TEMPI E LUOGHI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Entro giugno 2025

STRUMENTI DA UTILIZZARE

Creazione di locandine con la rappresentazione dei calendari

REFERENTI DEL PROGETTO

SC Medicina Preventiva nelle Comunità – Cecilia Donzelli/Adele Olivieri/Francesco Zunino

SCHEDA PROGETTO DI COMUNICAZIONE

ALLEGATO AL PIANO DI COMUNICAZIONE 2025

DENOMINAZIONE PROGETTO

Prevenzione delle Infezioni Sessualmente Trasmesse

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

L'adolescenza è una fase di transizione cruciale nella vita di una persona, che segna il passaggio dall'infanzia all'età adulta. Questo periodo è caratterizzato da una serie di cambiamenti fisici, psicologici ed emotivi che possono essere sia entusiasmanti che sfidanti. I momenti di socialità allargata sono più frequenti il che può favorire la diffusione delle infezioni. La salute non si trova ai primi posti nella scala di importanza tra gli adolescenti, anzi spesso si vedono adottare, quasi come sfida, comportamenti a rischio.

È importante un'iniziativa educativa rivolta a questo target della popolazione, finalizzata alla promozione della salute sessuale e alla prevenzione delle infezioni sessualmente trasmesse (IST) per fornire ai giovani le conoscenze e gli strumenti necessari per fare scelte informate e sicure riguardo alla loro salute.

SETTORE E AREA DI INTERVENTO

Dipartimento di Igiene e Prevenzione Sanitaria – SS Prevenzione delle Malattie Infettive

DESTINATARI

Cittadini in età adolescenziale

PARTNER

Ufficio Comunicazione, ASST, MMG E PLS, ASSOCIAZIONI (ANLAIDS, ARCIGAY, Scout, Associazioni Sportive, Scuole Guide, Associazioni di accoglienza per minori, ...)

FASI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

- 1) Progettazione condivisa con i partner
- 2) Sviluppo di un'informativa, possibilmente in diverse lingue, (spot/brochure/locandina/altro) da trasmettere ai partner affinché li condividano con i metodi che ritengono più opportuni e sui social maggiormente in uso tra i giovani. Lo stesso comunicato potrebbe essere trasmesso al cinema, nelle sale d'attesa di ASST o dei MMG e PLS.

TEMPI E LUOGHI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Entro dicembre 2025

STRUMENTI DA UTILIZZARE

Predisposizione di una locandina/brochure da pubblicare sui social o da trasmettere via e-mail al fine di aumentare la consapevolezza negli adolescenti in merito all'importanza della prevenzione delle malattie sessualmente trasmesse.

Ideazione e produzione di un video/reel che abbia come protagonista un/una giovane che inviti i propri pari a prendersi a proteggersi e a prendersi cura della propria salute. Il video andrà veicolato sui social maggiormente utilizzati dagli adolescenti (Instagram, Tik Tok).

REFERENTI DEL PROGETTO

SC Medicina Preventiva nelle Comunità/SS Prevenzione Malattie Infettive – Cecilia Donzelli

SCHEDA PROGETTO DI COMUNICAZIONE

ALLEGATO AL PIANO DI COMUNICAZIONE 2025

DENOMINAZIONE PROGETTO

Vaccinazioni: cosa devo sapere?

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

Elaborazione di una brochure in diverse lingue per informare e sensibilizzare i cittadini stranieri sull'utilità e l'importanza delle vaccinazioni. La brochure fornisce, inoltre, informazioni su come orientarsi sul territorio e come prenotare le vaccinazioni nelle ASST afferenti ad ATS.

SETTORE E AREA DI INTERVENTO

Dipartimento di Igiene e Prevenzione Sanitaria – SS Prevenzione delle Malattie Infettive

DESTINATARI

Cittadini stranieri presenti sul territorio.

PARTNER

Ufficio Comunicazione, ASST (servizi vaccinazioni, MMG e PLS), Caritas, CAS, Ambulatori per stranieri.

FASI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

- 1) Predisposizione e traduzione dei contenuti in collaborazione con i servizi vaccinali di ASST
- 2) Predisposizione delle brochure sulla base dei contenuti
- 3) Condivisione ed invio ai destinatari

TEMPI E LUOGHI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Entro giugno 2025

STRUMENTI DA UTILIZZARE

Predisposizione brochure. Invio ai destinatari per la diffusione.

REFERENTI DEL PROGETTO

SC Medicina Preventiva nelle Comunità/SS Prevenzione Malattie Infettive – Cecilia Donzelli/Adele Olivieri

SCHEDA PROGETTO DI COMUNICAZIONE

ALLEGATO AL PIANO DI COMUNICAZIONE 2025

DENOMINAZIONE PROGETTO

Promuovere adesione allo Screening cervice uterina

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

Produzione di un video della durata: 30/40''

Le riprese avranno come protagonista una donna in età target che riceve a casa la lettera di convocazione da parte di ATS. La si vede poi camminare verso il Consultorio, entrare e dirigersi verso il reparto dove sarà sottoposta all'esame. Una voce fuori campo spiega le varie fasi della procedura e fornisce info pratiche.

Slogan: "Difendi la tua salute, fai prevenzione. Aderisci allo screening, sottoponiti al Pap Test o al test per la ricerca del virus HPV"

SETTORE E AREA DI INTERVENTO

Prevenzione Oncologica

DESTINATARI

Donne in Fascia d'età target

PARTNER

Asst Mantova, Cremona e Crema

FASI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

- 1) Individuare il messaggio da comunicare
- 2) Produzione testo
- 3) Individuazione protagonista filmato
- 4) Individuazione luoghi e accordi con Asst
- 5) Riprese-montaggio
- 6) divulgazione

TEMPI E LUOGHI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Da calendarizzare entro dicembre 2025, secondo programma di eventi da realizzare per tutta ATS. Location da definire con la Comunicazione.

STRUMENTI DA UTILIZZARE

Per la realizzazione servono testi/dati (da fornire da parte del servizio screening), immagini/filmati di repertorio

REFERENTI DEL PROGETTO

Emanuela Anghinoni, Eleonora Maiorana, Roberta Furgeri

SCHEDA PROGETTO DI COMUNICAZIONE

ALLEGATO AL PIANO DI COMUNICAZIONE 2025

DENOMINAZIONE PROGETTO

Promuovere adesione screening mammografico

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

Produzione di un video della durata: 30/40''

Le riprese avranno come protagonista una donna in età target che riceve a casa la lettera di convocazione da parte di ATS. La si vede poi camminare verso l'ospedale, entrare e dirigersi verso il reparto dove sarà sottoposta all'esame. Una voce fuori campo spiega le varie fasi della procedura e fornisce info pratiche. Slogan: "Difendi la tua salute, fai prevenzione. Aderisci allo screening, sottoponiti alla mammografia"

SETTORE E AREA DI INTERVENTO

Prevenzione Oncologica

DESTINATARI

Cittadine utenti in fascia d'età 45-75 anni

PARTNER

ASST Mantova, Cremona e Crema.

FASI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

- 1) Individuare il messaggio da comunicare
- 2) Produzione testo
- 3) Individuazione protagonista filmato
- 4) Individuazione luoghi e accordi con Asst
- 5) Riprese-montaggio
- 6) divulgazione

TEMPI E LUOGHI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Da calendarizzare entro dicembre 2025, secondo programma di eventi da realizzare per tutta ATS. Location da definire con la Comunicazione.

STRUMENTI DA UTILIZZARE

Per la realizzazione servono testi/dati (da fornire da parte del servizio screening), immagini/filmati di repertorio

REFERENTI DEL PROGETTO

Emanuela Anghinoni
Katia Bernabè
Silvia Marri

SCHEDA PROGETTO DI COMUNICAZIONE

ALLEGATO AL PIANO DI COMUNICAZIONE 2025

DENOMINAZIONE PROGETTO

Sollevatori telescopici

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

Volantino/brochure divulgativo/a relativa agli obblighi di Legge previsti per la verifica periodica dei sollevatori telescopici e cenni sulle principali caratteristiche delle apparecchiature.

SETTORE E AREA DI INTERVENTO

Edilizia e agricoltura.

DESTINATARI

Titolari, tecnici e RSPP di aziende in cui si utilizzano i sollevatori telescopici ed i relativi accessori, prevalentemente nel settore edile e in agricoltura.

PARTNER

Non presenti

FASI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Febbraio 2025 - settembre 2025 – redazione elaborato da parte della Struttura

Ottobre 2025 – dicembre 2025 – impaginazione ed approvazione elaborato

Gennaio 2026 – febbraio 2026 – fase di stampa (per poter utilizzare l'elaborato nel corso dell'anno 2026)

TEMPI E LUOGHI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

V. cronoprogramma di massima sopra riportato

STRUMENTI DA UTILIZZARE

È richiesto il supporto dell'Ufficio Comunicazione per lo sviluppo e l'implementazione della parte grafica e dell'impaginazione dell'elaborato.

Eventuale supporto o attrezzatura per effettuare fotografie ad alta risoluzione.

REFERENTI DEL PROGETTO

Matteo Boniatti – SS Impiantistica - Paolo Pagani – SS Impiantistica

SCHEDA PROGETTO DI COMUNICAZIONE

ALLEGATO AL PIANO DI COMUNICAZIONE 2025

DENOMINAZIONE PROGETTO

Attivare Comuni del Territorio sull'attività fisica (Gruppi di Cammino e Mamme in Movimento, Piedibus)

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

Gruppi di Cammino e Mamme in Movimento sono gruppi di persone che si ritrovano regolarmente per camminare insieme, almeno due volte la settimana, guidati da walking leader appositamente formati. Il programma rappresenta un'opportunità per aumentare il livello di attività fisica nella popolazione, contrastare la sedentarietà e favorire la socializzazione. L'attività fisica svolta nell'ambito dei gruppi di cammino contribuisce alla prevenzione delle cronicità e in particolare delle dimostrate ripercussioni della sedentarietà sulla salute (soprappeso, obesità, diabete, depressione, patologie a carico dell'apparato cardiocircolatori e osteoarticolare) promuovendo la cultura di uno stile di vita attivo e sostenendo contestualmente fattori di salute psico-sociali individuali e collettivi. Per questo motivo ATS della Val Padana promuove e diffonde queste progettualità con il fine di incentivare l'attività motoria ed elevare il livello di benessere psico-fisico dei partecipanti. A sostegno di queste finalità, ATS della Val Padana promuove uno specifico evento formativo di aggiornamento per i Walking Leader, figure cardine per la guida del Gruppo di Cammino. L'evento è aperto anche a chi volesse proporsi come nuova risorsa per istituire nuovi Gruppi.

Il Pedibus è un programma di promozione della salute che consiste nella presenza di un gruppo di bambini, accompagnati da adulti volontari, che percorre a piedi il tragitto da casa a scuola e viceversa, solitamente percorso in autobus o in auto. Il Pedibus fa parte dell'insieme di azioni evidence based che le scuole appartenenti alla "Rete Lombarda delle Scuole che Promuovono Salute" si impegnano a mettere in atto, al fine di essere un "ambiente favorevole alla salute". L'attività del Pedibus si avvale a volte di servizi esterni di consulenza ai fini organizzativi e didattici o del supporto di risorse presenti sul territorio.

SETTORE E AREA DI INTERVENTO

Promozione della Salute e Prevenzione Fattori di Rischio Comportamentali

DESTINATARI

GdC e Mamme in Movimento: Cittadini, popolazione over 65 anni, soggetti affetti da patologie cronico degenerative e fragilità, lavoratori, donne gestanti/neomamme e neopapà, Walking leader.

Piedibus: Bambini della scuola primaria

PARTNER

GdC e Mamme in Movimento: ASST territoriali, Amministrazioni Locali, Associazioni sportive, Associazioni di volontariato, Associazioni del Dono, Medici di medicina generale/pediatrì di libera scelta, Medici specialisti, Strutture sanitarie o socio sanitarie del territorio, Aziende aderenti al programma WHP, Cittadini

Piedibus: Amministrazioni Locali; Associazioni sportive e di volontariato, Comitati genitori, Scuole Primarie, Docenti, Cittadini, ASST territoriali, Pediatri di Libera Scelta

FASI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Sensibilizzazione degli stakeholder, Raccolta delle richieste da parte dei soggetti interessati, Presentazione della progettualità alla popolazione, agli alunni e ai genitori, Predisposizione della locandina di presentazione della serata informativa rivolta alla popolazione, Pubblicazione della locandina sui canali social dell'Agenzia – prima dell'evento, Realizzazione e pubblicazione del comunicato stampa – prima dell'evento

TEMPI E LUOGHI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Anno 2025

STRUMENTI DA UTILIZZARE

Verrà richiesto il supporto dell'Ufficio Comunicazione per predisporre la locandina a sostegno dell'evento di presentazione delle progettualità. Inoltre, in prossimità della data dell'evento, verrà richiesta la pubblicazione della stessa sui canali social dell'Agenzia unitamente alla pubblicazione di un comunicato stampa e l'aggiornamento periodico del sito aziendale ATS.

REFERENTI DEL PROGETTO

Laura Rubagotti – SSD Promozione della Salute e Prevenzione Fattori di Rischio Comportamentali

SCHEDA PROGETTO DI COMUNICAZIONE

ALLEGATO AL PIANO DI COMUNICAZIONE 2025

DENOMINAZIONE PROGETTO

Baby Pit Stop

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

Il Baby Pit Stop è un'iniziativa promossa da UNICEF che prevede l'allestimento di aree riservate e accoglienti dove i genitori possono allattare e accudire i propri figli in un ambiente protetto e confortevole. Il progetto si inserisce nella promozione della salute nei primi 1000 giorni di vita del bambino, sottolineando l'importanza dell'allattamento materno come pratica essenziale per la salute e il benessere sia della mamma che del bambino.

I Baby Pit Stop rappresentano una risorsa fondamentale per sostenere le famiglie e creare contesti favorevoli all'allattamento, promuovendo la cultura dell'accoglienza nei luoghi pubblici e privati.

SETTORE E AREA DI INTERVENTO

Promozione della Salute e Prevenzione Fattori di Rischio Comportamentali

DESTINATARI

- Bambini
- Neo-mamme
- Genitori e familiari
- Cittadinanza

PARTNER

-
- Comuni
 - Rete Bibliotecaria Territoriale
 - Biblioteche e presidi Nati per Leggere
 - Aziende aderenti al programma WHP (Workplace Health Promotion)
 - Associazioni locali e gruppi di genitori
 - Musei
 - Centri commerciali
 - Comitati UNICEF locali
 - ASST territoriali
 - Pediatri di Libera Scelta

FASI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Sensibilizzazione degli stakeholder per lo sviluppo della progettualità; Recepimento delle richieste da parte dei soggetti interessati; Autorizzazione dello spazio allattamento e organizzazione dell'inaugurazione; Preparazione degli inviti e della locandina UNICEF per l'evento di inaugurazione - qualche giorno prima dell'evento; Trasmissione degli inviti ai partecipanti dell'inaugurazione - qualche giorno prima dell'evento; Divulgazione del comunicato stampa e post social - qualche giorno prima dell'evento

TEMPI E LUOGHI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Anno 2025, nei luoghi in cui si realizzano i Baby Pit Stop

STRUMENTI DA UTILIZZARE

Verrà richiesto il supporto dell'Ufficio Comunicazione per la predisposizione del materiale informativo: poster secondo i format di UNICEF e la diffusione dell'iniziativa tramite i canali digitali: social media e siti web istituzionali; l'aggiornamento periodico del sito aziendale ATS.

REFERENTI DEL PROGETTO

Laura Rubagotti – SSD Promozione della Salute e Prevenzione Fattori di Rischio Comportamentali

SCHEDA PROGETTO DI COMUNICAZIONE

ALLEGATO AL PIANO DI COMUNICAZIONE 2025

DENOMINAZIONE PROGETTO

Catalogo "La salute a scuola: Progettare in Rete" A.S. 2025/2026

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

Realizzazione del catalogo "La Salute a Scuola: progettare in Rete" a.s. 2025/2026, offerta educativa-formativa in tema di promozione della salute, rivolta ai Servizi Educativi per l'Infanzia, alle scuole di ogni ordine e grado, ai Centri di Formazione Professionale e ai percorsi di Istruzione e Formazione Professionale (leFP), al fine di favorire e sostenere stili di vita salutari tra i più giovani e contrastare le disuguaglianze di salute. L'offerta formativa viene aggiornata ogni anno con nuove proposte educative per meglio rispondere ai bisogni di salute degli alunni. In particolare, nella nuova edizione oltre ai programmi preventivi regionali, tra cui il nuovo programma "TRA PARI" e ai percorsi di co-progettazione, verrà proposta l'attivazione di policy scolastiche per la salute e l'avvio di buone pratiche per incentivare il movimento a scuola, in linea con le indicazioni regionali e il Modello delle Scuole che Promuovono Salute. Il catalogo "La Salute a Scuola: progettare in Rete" viene realizzato in formato digitale, consultabile online, scaricabile in pdf e del relativo flyer promozionale.

SETTORE E AREA DI INTERVENTO

Promozione della Salute e Prevenzione Fattori di Rischio Comportamentali

DESTINATARI

- Servizi Educativi per l'Infanzia
- Scuole di ogni ordine e grado
- Centri Formazione Professionale (CFP)
- Percorsi di Istruzione e Formazione Professionale (leFP)
- Amministrazioni Locali

PARTNER

ASST territoriali, Associazioni, Uffici Scolastici Territoriali di Cremona e Mantova, Scuole Capofila delle Reti SPS provinciali, Consulenti Privati Accreditati, Enti del Terzo Settore

FASI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

- Redazione del catalogo "La Salute a Scuola: progettare in Rete" a.s. 2025/2026 – da maggio a luglio
- Pubblicazione del catalogo sul sito web e sui canali social dell'Agenzia – 1.9.2025
- Redazione e pubblicazione del comunicato stampa – prima settimana di settembre
- Trasmissione del catalogo "La Salute a Scuola: progettare in Rete" a.s. 2025/2026 a tutti gli stakeholder – prima settimana di settembre

TEMPI E LUOGHI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Agosto 2025

STRUMENTI DA UTILIZZARE

Verrà richiesto il supporto dell'Ufficio Comunicazione per la validazione del documento, per quanto di competenza, per la pubblicazione del Catalogo sul sito web e sui canali social dell'Agenzia e per la produzione di un comunicato stampa.

REFERENTI DEL PROGETTO

Laura Rubagotti – SSD Promozione della Salute e Prevenzione Fattori di Rischio Comportamentali

SCHEDA PROGETTO DI COMUNICAZIONE

ALLEGATO AL PIANO DI COMUNICAZIONE 2025

DENOMINAZIONE PROGETTO

Sensibilizzare alla cultura del Dono

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

L'ATS della Val Padana sostiene l'importanza della cultura della Donazione, in collaborazione con le Associazioni del Dono presenti sul territorio, con la piena attuazione del Protocollo d'Intesa e la realizzazione di specifici eventi formativi rivolti ai volontari per orientare gli interventi secondo metodologie evidence based a sostegno delle competenze di vita individuali. Ricomprende inoltre le progettualità a sostegno della cultura del Dono all'interno del Catalogo rivolto alle scuole di tutto il territorio "La Salute a Scuola: progettare in Rete", dandone piena divulgazione.

SETTORE E AREA DI INTERVENTO

Promozione della Salute e Prevenzione Fattori di Rischio Comportamentali

DESTINATARI

- Studenti delle scuole di ogni ordine e grado del territorio di Cremona e Mantova
- Studenti dei Centri di Formazione Professionale
- Studenti dei Centri Provinciali di Istruzione Adulti
- Docenti
- Volontari

PARTNER

- Associazioni del Dono di Cremona e Mantova
- ASST del territorio
- Associazioni di volontariato
- Uffici Scolastici di Cremona e Mantova
- Ordine dei Medici di Cremona e Mantova
- Ordine delle professioni sanitarie di Cremona e Mantova
- Scuole Capofila delle Reti SPS provinciali

FASI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

- Sensibilizzazione delle scuole del territorio rispetto alle progettualità del dono
- Recepimento delle richieste da parte dei soggetti interessati
- Organizzazione delle azioni erogate dalle Associazioni del Dono durante i tavoli previsti dal protocollo
- Diffusione di specifico materiale informativo a sostegno della cultura del Dono.

TEMPI E LUOGHI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Anno 2025

STRUMENTI DA UTILIZZARE

Verrà richiesto il supporto dell'Ufficio Comunicazione per la diffusione di specifico materiale informativo a sostegno della cultura del Dono.

REFERENTI DEL PROGETTO

Laura Rubagotti – SSD Promozione della Salute e Prevenzione Fattori di Rischio Comportamentali

SCHEDA PROGETTO DI COMUNICAZIONE

ALLEGATO AL PIANO DI COMUNICAZIONE 2025

DENOMINAZIONE PROGETTO

Programmi equity oriented

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

La riduzione delle disuguaglianze che si osservano sia nell'esposizione a fattori di rischio sia negli esiti di salute è un elemento centrale della programmazione (PNP 2020-2025 e al PRP di Regione Lombardia), nella consapevolezza che la salute è determinata non solo da fattori biologici o da comportamenti individuali, ma anche da fattori ambientali, sociali ed economici.

In particolare, nel PRP tutte le azioni assumono un approccio di setting, promuovendo interventi di cambiamento dei comportamenti individuali, ma anche strutturali e organizzativi (ambiente sociale, economico, istituzionale, organizzazione della comunità e interazioni interne al setting), al fine di rendere l'ambiente e l'organizzazione in cui i soggetti vivono e lavorano meno disuguale con conseguenze sulla salute più eque.

SETTORE E AREA DI INTERVENTO

Promozione della Salute e Prevenzione Fattori di Rischio Comportamentali

DESTINATARI

Aziende aderenti al programma WHP; Scuole di ogni ordine e grado, Centri Formazione Professionale (CFP); Cittadini; Carceri; Vari setting

PARTNER

ASST territoriali; Amministrazioni Locali; Enti terzo settore; Consulenti Privati accreditati; Associazioni

FASI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Lo sviluppo di azioni equity viene realizzata in ogni setting (luoghi di lavoro, scuola e comunità attive) attraverso le seguenti fasi: elaborazione del profilo di salute ed equità, identificazione di aree/gruppi a più alto rischio di esposizione o di vulnerabilità ai fattori di rischio, conseguente adeguamento/orientamento dell'intervento in termini di disegno e allocazione, valutazione di impatto.

TEMPI E LUOGHI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Anno 2025

STRUMENTI DA UTILIZZARE

Verrà richiesto il supporto dell'Ufficio Comunicazione per la produzione e divulgazione del materiale comunicativo.

REFERENTI DEL PROGETTO

Laura Rubagotti – SSD Promozione della Salute e Prevenzione Fattori di Rischio Comportamentali

SCHEDA PROGETTO DI COMUNICAZIONE

ALLEGATO AL PIANO DI COMUNICAZIONE 2025

DENOMINAZIONE PROGETTO

Gioco d'azzardo patologico

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

Il disturbo da Gioco d'Azzardo (DGA) è una vera e propria patologia, che rende incapaci di resistere all'impulso di giocare d'azzardo o fare scommesse in denaro. Si tratta di una patologia che ha in comune con la dipendenza da sostanze il comportamento compulsivo che produce effetti sulle relazioni sociali o sulla salute seriamente invalidanti. L'ATS della Val Padana ha il compito di redigere il "Piano Locale per il contrasto al Gioco d'Azzardo Patologico per potenziare l'attività di prevenzione e contrasto al GAP nei setting Scuola, Luoghi di Lavoro e Comunità Locali.

La programmazione locale si articola secondo le indicazioni regionali ed in coerenza con i seguenti quattro Obiettivi Generali, di cui tre relativi all'area della Prevenzione ed uno all'area della Diagnosi Precoce, Cura e Riabilitazione, avviate anche attraverso l'attivazione di specifiche attività di comunicazione, informazione e sensibilizzazione.

0. supportare la messa a sistema di policy e azioni locali integrate fra ambito sociosanitario e sociale per la prevenzione ed il contrasto al gioco d'azzardo patologico che vedano attivamente coinvolti gli Enti Locali (EE.LL.) ed il Terzo Settore (Prevenzione Ambientale);
1. promuovere l'aumento di conoscenze e di competenze finalizzate a sostenere processi di health literacy nei diversi target;
2. potenziare l'attività di prevenzione e contrasto al GAP nei setting Scuola, Luoghi di lavoro, Comunità locali;
3. potenziare le opportunità di Diagnosi precoce, Cura e Riabilitazione del Disturbo da Gioco d'Azzardo (DGA).

Ognuno dei quattro macro-obiettivi si articola in sotto-obiettivi specifici che permettono di indirizzare le azioni a target e ambiti definiti in modo da ottimizzare strategie, risorse e il raggiungimento di obiettivi anche a livello locale.

SETTORE E AREA DI INTERVENTO

Promozione della Salute e Prevenzione Fattori di Rischio Comportamentali

DESTINATARI

Scuole di ogni ordine e grado, Centri Formazione Professionale (CFP); Amministrazioni Locali; Associazioni; Aziende aderenti al programma WHP; Cittadini; Esercenti

PARTNER

ASST del territorio; Amministrazioni Locali; Enti del Terzo Settore; Associazioni; Consulenti privati Accreditati; Ambiti Territoriali

FASI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Stesura del Piano e relativa approvazione; Diffusione del Piano; Sviluppo delle azioni programmate

TEMPI E LUOGHI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Anno 2025

STRUMENTI DA UTILIZZARE

Verrà richiesto il supporto dell'Ufficio Comunicazione per la produzione del Piano per quanto di competenza e lo sviluppo di azioni di diffusione del documento.

REFERENTI DEL PROGETTO

Laura Rubagotti – SSD Promozione della Salute e Prevenzione Fattori di Rischio Comportamentali

SCHEDA PROGETTO DI COMUNICAZIONE

ALLEGATO AL PIANO DI COMUNICAZIONE 2025

DENOMINAZIONE PROGETTO

Settimana Mondiale dell'Allattamento

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

L'ATS della Val Padana promuove la Settimana Mondiale per l'Allattamento (SAM) con il coinvolgimento di una rete di partner territoriali che include le ASST di Crema, Cremona e Mantova, i Pediatri di Libera Scelta, i Consultori privati accreditati, la Rete Bibliotecaria, i gruppi di mamme e le associazioni di genitori. Questa iniziativa si inserisce nel quadro delle politiche promosse dal programma "Insieme per l'Allattamento", un progetto di rilevanza internazionale per cui ATS della Val Padana ha ottenuto la certificazione UNICEF, a riconoscimento dell'impegno verso la promozione e il sostegno dell'allattamento materno.

La Settimana Mondiale per l'Allattamento, che si celebra ogni anno nella prima settimana di ottobre, rappresenta un momento centrale per informare e sensibilizzare l'opinione pubblica sull'importanza dell'allattamento materno non solo per la salute e il benessere del bambino, ma anche per il ruolo che svolge nel rafforzare il legame tra madre e figlio e nel garantire uno sviluppo sano e sostenibile.

Attraverso l'organizzazione di eventi, incontri informativi e momenti di condivisione con esperti, genitori e famiglie, l'iniziativa punta a diffondere maggiore consapevolezza sui benefici dell'allattamento e sull'importanza di creare una rete di supporto intorno alle famiglie. Questi momenti offrono anche l'opportunità di promuovere il dialogo tra istituzioni sanitarie, associazioni e comunità locali, contribuendo a rafforzare una cultura che valorizzi questa buona pratica come un diritto e una risorsa fondamentale per la società.

SETTORE E AREA DI INTERVENTO

Promozione della Salute e Prevenzione Fattori di Rischio Comportamentali

DESTINATARI

Donne in gravidanza; Neo-mamme e neo-papà; Famiglia; Cittadini

PARTNER

ASST di Crema, Cremona e Mantova (Consultori e Centri Vaccinali); Aziende aderenti al programma WHP; Pediatri di Libera Scelta e Medici di Medicina Generale; Consultori privati accreditati; Rete Bibliotecaria Territoriale; Gruppi di mamme; Associazioni di genitori; UNICEF; Servizi Educativi per l'Infanzia; Comitati Locali

FASI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

- Mappatura delle iniziative proposte dalle ASST territoriali e dai Consultori Privati accreditati
- Realizzazione di un programma di iniziative locali
- Promozione e divulgazione dell'iniziativa attraverso i canali tradizionali (locandine, comunicati stampa) e digitali (social media, sito web)

TEMPI E LUOGHI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Ottobre 2025

STRUMENTI DA UTILIZZARE

Verrà richiesto il supporto dell'Ufficio Comunicazione per la produzione e divulgazione del materiale informativo in collaborazione con le ASST del territorio ed i Consultori privati accreditati.

REFERENTI DEL PROGETTO

Laura Rubagotti – SSD Promozione della Salute e Prevenzione Fattori di Rischio Comportamentali

SCHEDA PROGETTO DI COMUNICAZIONE

ALLEGATO AL PIANO DI COMUNICAZIONE 2025

DENOMINAZIONE PROGETTO

Sorveglianze

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

L'ATS della Val Padana, come definito nelle Regole di Sistema 2025, attiva sul territorio le seguenti sorveglianze promosse dall'ISS – Ministero della Salute e da Regione Lombardia e coordinate da Regione Lombardia:

- Passi d'Argento (popolazione over 65 anni);
- 0-2 anni.

SETTORE E AREA DI INTERVENTO

Promozione della Salute e Prevenzione Fattori di Rischio Comportamentali

DESTINATARI

Popolazione target identificata da Regione

PARTNER

- ASST territoriali ed in particolare gli operatori dei centri vaccinali
- SC Osservatorio Epidemiologico
- Dipartimento PIPSS
- Operatori afferenti ad altri servizi del Dipartimento IPS e PIPSS

FASI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Le fasi di realizzazione delle sorveglianze in oggetto vengono comunicate da Regione Lombardia in accordo con il Ministero della Salute e con l'Istituto Superiore di Sanità.

TEMPI E LUOGHI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Le tempistiche delle sorveglianze in oggetto vengono comunicate da Regione Lombardia in accordo con il Ministero della Salute e con l'Istituto Superiore di Sanità.

STRUMENTI DA UTILIZZARE

Verrà richiesto il supporto dell'Ufficio Comunicazione per la realizzazione di comunicati stampa e campagne comunicative utili a sensibilizzare la popolazione target in merito alle sorveglianze in oggetto.

REFERENTI DEL PROGETTO

Laura Rubagotti – SSD Promozione della Salute e Prevenzione Fattori di Rischio Comportamentali

SCHEDA PROGETTO DI COMUNICAZIONE

ALLEGATO AL PIANO DI COMUNICAZIONE 2025

DENOMINAZIONE PROGETTO

Rete delle Scuole che Promuovono Salute (SPS)

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

Promozione dei programmi preventivi regionali: L'ATS, in linea con le indicazioni regionali ed in coerenza con i principi della Rete delle Scuole che Promuovono Salute, promuove lo sviluppo di programmi di promozione della salute efficaci nel setting scolastico, quali: Life Skills Training Scuola Primaria e Secondaria di primo grado, Unplugged e Peer Education tra cui il nuovo programma "TRA PARI".

Diffusione e implementazione di buone pratiche e programmi validati: L'ATS, al fine di incentivare l'adesione alla Rete e ai programmi regionali da parte degli Istituti del territorio, con particolare attenzione ai Centri di Formazione Professionale, propone, nel corso dell'anno, due eventi formativi rivolti ai Dirigenti scolastici e ai Direttori dei Centri di Formazione Professionale, con l'obiettivo di avviare azioni sempre più sinergiche e di sistema rispetto all'estensione della Rete SPS alle scuole del territorio e condividere strategie comuni per favorire un maggior adattamento del modello della Rete SPS alla realtà dei CFP/leFP. L'ATS inoltre offre un supporto tecnico e metodologico alle scuole nell'implementazione di buone pratiche validate come l'attivazione di policy scolastiche sui principali temi di salute e tecniche evidence-based per incentivare il movimento a scuola.

SETTORE E AREA DI INTERVENTO

Promozione della Salute e Prevenzione Fattori di Rischio Comportamentali

DESTINATARI

Scuole di ogni ordine e grado, Centri di Formazione Professionale e Percorsi di Istruzione e Formazione Professionale (IeFP); Dirigenti/Direttori Scolastici; Docenti; Referenti salute; Studenti; Genitori

PARTNER

ASST del territorio; Uffici Scolastici territoriali di Cremona e Mantova; Centri Formazione Professionale (CFP); Percorsi di Istruzione e Formazione Professionale (IeFP); Scuole capofila delle Reti SPS provinciali; Consultori Privati Accreditati; Enti del Terzo Settore.

FASI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

- Sensibilizzazione delle scuole del territorio rispetto ai programmi regionali – da aprile a settembre; Recepimento delle richieste da parte delle scuole interessate – da giugno a ottobre; Formazione e implementazione dei programmi nelle classi coinvolte – anno scolastico 2025/26
- Organizzazione di due eventi formativi - secondo semestre 2025 (locandina, social, comunicato stampa)

TEMPI E LUOGHI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Anno 2025

STRUMENTI DA UTILIZZARE

Verrà richiesto il supporto dell'Ufficio Comunicazione per la diffusione delle video pillole relative ai programmi regionali e la produzione di comunicati stampa, locandine, post social.

REFERENTI DEL PROGETTO

Laura Rubagotti – SSD Promozione della Salute e Prevenzione Fattori di Rischio Comportamentali

SCHEDA PROGETTO DI COMUNICAZIONE

ALLEGATO AL PIANO DI COMUNICAZIONE 2025

DENOMINAZIONE PROGETTO

Promozione Programma WHP

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

Al fine di sviluppare al meglio il Programma WHP, presso la nostra realtà aziendale ma anche per tutte le aziende aderenti alla rete, si intende predisporre materiale informativo e comunicativo con il fine di sensibilizzare le realtà aziendali rispetto alle buone pratiche proposte dal programma WHP e diffondere format incentivanti le sane abitudini, quali:

- Alimentazione
- Attività fisica
- Contrasto al fumo di tabacco ed ai comportamenti additivi
- Ruolo del medico competente
- Conciliazione vita-lavoro

Tale azione risulta essere anche in linea con lo sviluppo degli obiettivi del Piano Gap ed in particolare per lo sviluppo delle azioni pianificate nell'Obiettivo 1 – Comunicazione in raccordo con le azioni dell'obiettivo 2.1 Promozione della salute nei luoghi di lavoro.

Realizzazione di due cerimonie di premiazione "WHP: luoghi di lavoro che promuovono salute" su indicazione regionale, dedicate alle aziende del territorio che aderiscono alla Rete regionale WHP (Workplace Health Promotion).

SETTORE E AREA DI INTERVENTO

Promozione della Salute e Prevenzione Fattori di Rischio Comportamentali

DESTINATARI

Cerimonie premiazioni: ASST di Crema, Cremona e Mantova, Aziende iscritte alla rete locale WHP del territorio di competenza dell'ATS della Val Padana, Associazioni Sindacali, Associazioni di Categoria, Stakeholder con cui sono stati sottoscritti accordi, Medico Competente

Materiale comunicativo: Lavoratori delle aziende aderenti al Programma WHP, Datori di lavoro, Dirigenti e Figure di Sistema, Medici competenti, Responsabili delle risorse umane e RSPP, Comunità aziendale nel suo complesso, inclusi stakeholder interni ed esterni.

PARTNER

ASST di Crema, Cremona e Mantova, Terzo Settore coinvolto, Associazioni Sindacali, Associazioni di Categoria, Stakeholder con cui sono stati sottoscritti accordi, Aziende aderenti al programma WHP, Medici competenti e RSPP

FASI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Cerimonia: Realizzazione degli attestati, predisposizione delle locandine e inviti, pubblicazione della locandina sui canali social dell'Agenzia, comunicato stampa

Materiale comunicativo: anno 2025

TEMPI E LUOGHI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Primo semestre 2025 presso le sedi dell'ATS della val Padana di Cremona e Mantova

STRUMENTI DA UTILIZZARE

Verrà richiesto il supporto dell'Ufficio Comunicazione per la predisposizione del materiale comunicativo, brochure, poster, info-grafiche cartellonista, locandine e video informativi; pubblicazione canali social e web dell'Agenzia.

REFERENTI DEL PROGETTO

Laura Rubagotti – SSD Promozione della Salute e Prevenzione Fattori di Rischio Comportamentali

SCHEDA PROGETTO DI COMUNICAZIONE

ALLEGATO AL PIANO DI COMUNICAZIONE 2025

DENOMINAZIONE PROGETTO

Settimana Europea della Sicurezza

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

Questa ricorrenza ha lo scopo di sensibilizzare l'opinione pubblica sull'importanza delle attività di prevenzione nell'ambito della Sicurezza e della Salute sul Lavoro, per poter contrastare gli infortuni. Sul territorio di Regione Lombardia e di ATS Val Padana sono previste una rassegna di iniziative ed eventi collegati.

SETTORE E AREA DI INTERVENTO

Sicurezza sul lavoro, Comparto Edile/Agricolo/Metalmeccanica, Istituti Scolastici

DESTINATARI

Scuole, sistema di prevenzione aziendale, organizzazioni sindacali esattoriali, RLS, RLSP, lavoratori, aziende, cittadini

PARTNER

Regione Lombardia, Stakeholder territoriali, Associazioni Datoriali e Sindacali

FASI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Il progetto prevede una prima fase di pianificazione interna al Servizio Psal. Successivamente, si svolgono incontri programmati per condividere con gli stakeholder la pianificazione territoriale, arricchendola con le iniziative da loro proposte. Al termine della pianificazione, si procede con la realizzazione prendendo contatto con aziende/fornitori/scuole per ottenere adesioni e spazi idonei agli eventi.

Una volta ufficializzata la pianificazione verranno richieste all'Ufficio di Competenza la realizzazione grafiche e la pianificazione social delle iniziative

TEMPI E LUOGHI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Terza settimana di ottobre 2025

STRUMENTI DA UTILIZZARE

Per la realizzazione dei materiali divulgativi saranno utilizzati i layout di Regione Lombardia. Per il progetto ad oggetto risulta essenziale la collaborazione dell'Ufficio Comunicazione non solo per strumenti grafici e video ma anche per comunicati stampa, inviti e comunicazioni ufficiali.

REFERENTI DEL PROGETTO

Anna Marinella Firmi – Direttore SC PSAL

Alberto Righi - Responsabile SS PSAL Area Provinciale di Mantova

SCHEDA PROGETTO DI COMUNICAZIONE

ALLEGATO AL PIANO DI COMUNICAZIONE 2025

DENOMINAZIONE PROGETTO

Giornata Mondiale sulla sicurezza sul lavoro

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

Provincia di Cremona: In collaborazione con il Comune di Crema e INAIL, sarà realizzata la presentazione della brochure relativa agli impianti di riscaldamento. Inoltre, sarà dedicato un focus relativo all'attività di vigilanza effettuata nel 2024 nelle strutture sanitarie e sociosanitarie in merito al rischio di aggressioni.

Provincia di Mantova: Il 28 aprile 2025, celebre giornata mondiale per la salute e la sicurezza sul lavoro, si inaugurerà la campagna volta a promuovere il Servizio SS PSAL con slogan sulla sicurezza sul lavoro sugli autobus di linea della città di Mantova. Sempre in modo analogo, verranno promosse le figure del Servizio come Tecnici della Prevenzione e Assistenti Sanitari.

SETTORE E AREA DI INTERVENTO

Provincia di Cremona: Sanitario, sociosanitario e socioassistenziale

Provincia di Mantova: Sensibilizzazione Pubblica, cittadini e scuole

DESTINATARI

Provincia di Cremona: Strutture sociosanitarie, socioassistenziali della provincia di Cremona

Provincia di Mantova: Cittadini e studenti degli istituti superiori

PARTNER

Provincia di Cremona: Dipartimento PAAPSS

Provincia di Mantova: nessuno

FASI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Provincia di Cremona: Organizzazione del convegno

Provincia di Mantova: Realizzazioni grafiche, Invio alla stampa, pubblicazione canali comunicazione aziendale (sito, social, newsletter)

TEMPI E LUOGHI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Crema, 28 Aprile 2025

STRUMENTI DA UTILIZZARE

L'Ufficio comunicazione dovrà supportare il servizio nella realizzazione grafica e degli slogan che saranno oggetto della campagna pubblicitaria. Inoltre, dovrà intrattenere i rapporti con la stampa e governare la pubblicazione della comunicazione su sito, social e newsletter aziendali.

Locandina, Brochure, comunicato stampa, post social

REFERENTI DEL PROGETTO

Anna Marinella Firmi – Direttore SC PSAL

Alberto Righi - Responsabile del Servizio SS PSAL

SCHEDA PROGETTO DI COMUNICAZIONE

ALLEGATO AL PIANO DI COMUNICAZIONE 2025

DENOMINAZIONE PROGETTO

Utilizzo sicuro dei carrelli elevatori nei settori dell'industria alimentare e della logistica

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

Realizzazione di un seminario/workshop rivolto alle aziende coinvolte nel piano mirato e ai membri del comitato provinciale ex articolo 7 D. Lgs. 81/2008, nel quale saranno restituiti i dati raccolti nella realizzazione del piano mirato.

SETTORE E AREA DI INTERVENTO

Sicurezza sul lavoro

DESTINATARI

Aziende coinvolte nel piano mirato e membri del comitato provinciale ex articolo 7 D.lgs. 81/08

PARTNER

Non presenti

FASI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Giugno 2025

TEMPI E LUOGHI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Giugno 2025

STRUMENTI DA UTILIZZARE

Divulgazione tramite i canali di comunicazione dell'ATS (sito, social, newsletter)

REFERENTI DEL PROGETTO

Anna Marinella Firmi – Direttore SC PSAL

SCHEDA PROGETTO DI COMUNICAZIONE

ALLEGATO AL PIANO DI COMUNICAZIONE 2025

DENOMINAZIONE PROGETTO

Il microclima: un rischio a volte sottovalutato

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

Il 28 aprile 2025, celebre giornata mondiale per la salute e la sicurezza sul lavoro, si terrà un seminario dedicato al microclima nei luoghi di lavoro al fine di sensibilizzare i lavoratori su una tematica spesso sottovalutata.

SETTORE E AREA DI INTERVENTO

RLS – RSPP e Medici Competenti

DESTINATARI

Lavoratori, aziende

PARTNER

Organismo Paritetico Provinciale - OPP

FASI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Realizzazione locandina

TEMPI E LUOGHI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

28 APRILE 2025 (nel pomeriggio) - presso Sede Confindustria Mantova

STRUMENTI DA UTILIZZARE

L'Ufficio comunicazione dovrà supportare il servizio nella realizzazione grafica/locandina.

REFERENTI DEL PROGETTO

Alberto Righi - Responsabile del Servizio SS PSAL

TdP Caterina Gullifa

SCHEDA PROGETTO DI COMUNICAZIONE

ALLEGATO AL PIANO DI COMUNICAZIONE 2025

DENOMINAZIONE PROGETTO

Convegno di presentazione piano mirato carrelli

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

Il Piano Mirato 2022-2025 individuato da ATS VALPADANA, verte sull'attività di prevenzione del rischio correlato all'uso di carrelli elevatori, carrelli motorizzati con operatori a bordo o a terra e transpallet (meccanici ed elettrici), proprio perché tale rischio è trasversale a molti settori che ne fanno uso. Al fine di individuare una categoria di settori ove effettuare l'attività di prevenzione, la nostra ATS aveva individuato il comparto alimentare ed il comparto della logistica.

Il convegno sarà occasione per presentare i risultati del piano mirato ottenuti tramite la compilazione delle schede e dei successivi controlli effettuati.

SETTORE E AREA DI INTERVENTO

Aziende del comparto alimentari e comparto della logistica

DESTINATARI

Aziende che hanno partecipato al Piano Mirato Carrelli

PARTNER

Associazioni di Categoria

FASI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

- Prenotazione sala
- Scaletta presentazione
- Realizzazione locandina
- Trasmissione inviti

TEMPI E LUOGHI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Il convegno si terrà il 29 Maggio 2025 presso Palazzina 8 – ATS Val Padana sede Mantova

STRUMENTI DA UTILIZZARE

Verrà richiesta all'Ufficio Comunicazione la creazione di contenuti grafici e contenuti per la stampa.

REFERENTI DEL PROGETTO

Alberto Righi – Responsabile SS PSAL Area Provinciale di Mantova

TDP Caterina Gullifa, Ortu Giuseppe, Oprea Madalina

SCHEDA PROGETTO DI COMUNICAZIONE

ALLEGATO AL PIANO DI COMUNICAZIONE 2025

DENOMINAZIONE PROGETTO

Presentazione libro Festivaletteratura

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

Come per gli anni precedenti, anche per il 2025, si cercherà di realizzare la presentazione di un libro sul tema della sicurezza sul lavoro al fine di coinvolgere i cittadini in una profonda riflessione sulle tematiche della sicurezza sul lavoro. L'evento si inserisce all'interno del Festivaletteratura di Mantova che ogni anno si appresta ad accogliere, in una festa rinnovata, una moltitudine sfaccettata, libera e curiosa di lettrici e lettori. Inoltre avverrà all'interno della manifestazione la premiazione del concorso letterario "SCRIVERE DI SICUREZZA"

SETTORE E AREA DI INTERVENTO

Sicurezza sul lavoro

DESTINATARI

Evento gratuito e aperto per la popolazione

PARTNER

Associazioni Datoriali e Sindacali

FASI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

- Individuazione del libro da presentare
- Contatti con l'autore
- Prenotazione location per la presentazione
- Scaletta interventi
- Inviti istituzionali e pubblicità dell'evento: tramite locandina e social

TEMPI E LUOGHI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Location e data ancora da individuare

(La 29a edizione del Festival Letteratura avrà luogo da mercoledì 3 a domenica 7 settembre 2025)

STRUMENTI DA UTILIZZARE

Sarà richiesto all'Ufficio comunicazione:

- realizzazione locandina
- trasmissione inviti istituzionali
- pubblicazioni social e newsletter

REFERENTI DEL PROGETTO

Alberto Righi - Responsabile SS PSAL Area Provinciale di Mantova

Coll. Amm. Alessandra Damiano

TdP Montresor Michele

SCHEDA PROGETTO DI COMUNICAZIONE

ALLEGATO AL PIANO DI COMUNICAZIONE 2025

DENOMINAZIONE PROGETTO

Food&Science

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

Il Food&Science Festival è un evento unico di divulgazione scientifica di rilievo nazionale e internazionale che affronta e approfondisce in maniera creativa e accessibile le tematiche legate alla scienza della produzione e del consumo del cibo.

Durante l'iniziativa ATS – SS PSAL sede territoriale di Mantova sarà presente con uno stand allestito in centro al fine di promuovere la sicurezza sul lavoro nei diversi comparti, tra cui quello agricolo e metalmeccanico fonte di produzione del cibo.

SETTORE E AREA DI INTERVENTO

Sensibilizzazione pubblica, sicurezza sul lavoro nei diversi comparti di produzione cibo

DESTINATARI

Cittadini

PARTNER

Associazioni di Categoria

FASI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Pianificazione e realizzazione evento, con richiesta al Comune di una postazione nel centro storico in cui realizzare uno stand per la sicurezza sul lavoro

TEMPI E LUOGHI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

17/18/19 maggio 2025 – Centro Storico di Mantova

STRUMENTI DA UTILIZZARE

Pubblicazioni su canali social e newsletter

REFERENTI DEL PROGETTO

Alberto Righi - Responsabile SS PSAL Area Provinciale di Mantova

SCHEDA PROGETTO DI COMUNICAZIONE

ALLEGATO AL PIANO DI COMUNICAZIONE 2025

DENOMINAZIONE PROGETTO

Presenza alla Manifestazione Bovimac 2025

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

CONVEGNO "Strategie di prevenzione"

L'iniziativa, promossa dalla Struttura Prevenzione e Sicurezza sul Lavoro (PSAL) – area provinciale di Mantova, intende fornire informazioni utili per accedere a finanziamenti previsti in ambito agricolo per l'acquisto di nuovi macchinari/attrezzature e l'adeguamento impiantistico e igienico sanitario finalizzati alla riduzione del rischio infortunistico e al miglioramento della salute nei luoghi di lavoro.

L'obiettivo è di incentivare le micro e piccole imprese operanti nel settore della produzione primaria all'acquisto di sistemi di lavoro innovativi capaci di ridurre in misura significativa il rischio infortunistico o quello derivante dallo svolgimento di operazioni manuali, migliorando l'efficienza complessiva dell'attività.

Parteciperanno all'incontro: Alberto Righi e Stefania Bosio dello PSAL; Gabriella De Luca dell'Area Prevenzione di Inail Mantova; Daniele Lanfredini dell'UTR di Mantova (Servizio agricoltura, foreste, caccia e pesca), Alessandro Beduschi, Assessore all'Agricoltura, Sovranità alimentare e Foreste di Regione Lombardia.

Partecipazione alla manifestazione con uno stand nell'ambito del quale sabato 25 e domenica 26 gennaio si svolgeranno prove di "simulazione di ribaltamento del trattore" per sensibilizzare gli addetti del settore sull'adozione di misure di sicurezza e comportamenti consapevoli che possono salvare la vita. L'iniziativa, realizzata sotto la guida di istruttori qualificati e in condizioni controllate, permetterà di provare la sensazione reale di un capovolgimento laterale del mezzo agricolo, che senza misure di sicurezza può avere conseguenze letali.

Le prove saranno rivolte alle aziende agricole, agli utilizzatori di trattori e agli studenti degli Istituti Agrari del territorio mantovano quali futuri operatori.

SETTORE E AREA DI INTERVENTO

Settore agricoltura

DESTINATARI

Agricoltori e studenti degli Istituti Agrari

PARTNER

Per il convegno: collaborazione con l'INAIL e l'Ufficio Territoriale Regionale (UTR) di Mantova. Per lo stand: collaborazione con Confai, Coldiretti e Confagricoltura Mantova.

FASI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

TEMPI E LUOGHI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Convegno: sabato 25 gennaio 2025 alle ore 9:15 al Centro Congressi della Fiera Millenaria di Gonzaga.
Stand: sabato 25 e domenica 26 gennaio 2025 - Fiera Millenaria di Gonzaga

STRUMENTI DA UTILIZZARE

Locandina del convegno

REFERENTI DEL PROGETTO

Dr. Alberto Righi

SCHEDA PROGETTO DI COMUNICAZIONE

ALLEGATO AL PIANO DI COMUNICAZIONE 2025

DENOMINAZIONE PROGETTO

Progetto scuola dal titolo: "Scuola e sicurezza: crescere con la cultura della prevenzione"

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

Il progetto vuole sviluppare una consapevolezza comune in merito alla cultura della salute e sicurezza negli ambienti e luoghi di lavoro tramite la scuola e nella scuola con il personale docente e gli studenti, futuri lavoratori. Per fare questo il progetto racchiude diverse iniziative anche avvalendosi dei percorsi *"per le competenze trasversali per l'orientamento - PCTO."*

SETTORE E AREA DI INTERVENTO

I.S. Scolastici secondari di secondo grado

DESTINATARI

Studenti e docenti

PARTNER

Rete Alternanza Scuola Lavoro della provincia di Mantova e Inail Mantova.

FASI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Azioni previste:

- Visite in cantiere con gli studenti
- Rassegna cinematografica
- Incontri formativi interattivi in materia di salute e sicurezza negli ambienti e nei luoghi di lavoro
- Simulazioni di indagine di infortunio realmente avvenuti presso diverse realtà lavorative
- Incontri di promozione professioni sanitarie
- Convegni, seminari, Workshop
- Concorso letterario
- Storytelling
- Eventi didattici

TEMPI E LUOGHI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Anno 2025

STRUMENTI DA UTILIZZARE

Verranno richiesti strumenti grafici/video. Supporto grafico/locandine/pubblicazioni social/rapporti con la stampa.

REFERENTI DEL PROGETTO

Alberto Righi - Responsabile PSAL Area Provinciale Mantova

TdP Caterina Gullifa

Coll. Amm. Alessandra Damiano

SCHEDA PROGETTO DI COMUNICAZIONE

ALLEGATO AL PIANO DI COMUNICAZIONE 2025

DENOMINAZIONE PROGETTO

Le Ricette della Salute

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

Il progetto ha l'obiettivo di proporre ricette e consigli al fine di promuovere una maggiore consapevolezza circa l'alimentazione durante la pausa pranzo, incoraggiando scelte nutrizionali equilibrate e sostenibili. Vengono forniti mensilmente spunti per comporre piatti sani e di semplice realizzazione, diffusi tramite newsletter aziendale e piattaforme social di ATS Val Padana.

SETTORE E AREA DI INTERVENTO

Nutrizione – Alimentazione in pausa pranzo.

DESTINATARI

Dipendenti ATS Val Padana
Cittadini

PARTNER

Non presenti

FASI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Pianificazione di un contenuto per ogni mese (da dicembre 2024 a dicembre 2025).
Stesura ricette e consigli.
Realizzazione contenuti multimediali con cadenza mensile o bimestrale.
Diffusione, da parte dell'ufficio comunicazione, dei contenuti tramite newsletter e piattaforme social.

TEMPI E LUOGHI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Dicembre 2024 - dicembre 2025.
Registrazione di ricette con cadenza mensile o bimestrale.
Luogo: cucine direzione ATS Val Padana.

STRUMENTI DA UTILIZZARE

Strumenti grafici e video, supporto dell'Ufficio Comunicazione per la registrazione delle ricette.
Materie prime per la realizzazione delle ricette.

REFERENTI DEL PROGETTO

Ufficio Comunicazione: Chiara Capelletti, Aldo Destefani, Bibiana Sudati

Ufficio nutrizione collettiva - SC Igiene alimenti e nutrizione

Bosio Rosaria - Dietista

Domeneghini Greta - Dietista

Zecca Annalisa - Dietista

Mirelli Michela - Assistente sanitaria

Bassi Maria Chiara - Biologa

Coniglio Rossella - Assistente sanitaria

SCHEDA PROGETTO DI COMUNICAZIONE

ALLEGATO AL PIANO DI COMUNICAZIONE 2025

DENOMINAZIONE PROGETTO

Lo stato della qualità delle acque destinate al consumo umano

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

Il progetto prevede la messa a disposizione dei cittadini di informazioni e dati sullo stato della qualità delle acque destinate al consumo umano, implementando quanto ad oggi disponibile sul sito, fornendo dati aggiornati al 31/12/2024 con un focus particolare sugli inquinanti emergenti quali i PFAS, sui quali c'è molto interesse e generando in alcuni casi preoccupazione nei cittadini.

Si intende fornire tutte le indicazioni utili al fine di consentire ai cittadini la consultazione del database AnteA predisposto dal Ministero della Salute per la condivisione pubblica dei dati sulla qualità delle acque erogate da pubblici acquedotti. Il database conterrà tutti i punti di campionamento di ATS e degli Enti Gestori degli acquedotti, il piano di campionamento e tutti gli esiti analitici dei controlli interni (Ente Gestore) ed esterni (ATS) effettuati. La finalità è quella di assicurare ai cittadini dati aggiornati e pubblici che attestino i controlli effettuati a garanzia della tutela della salute dei cittadini.

SETTORE E AREA DI INTERVENTO

Settore: igiene degli alimenti – acque destinate al consumo umano

Area di intervento: sicurezza alimentare

DESTINATARI

Popolazione generale

PARTNER

Non presenti

FASI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Cronoprogramma:

entro il 30/03: raccolta di tutti i dati relativi all'anno 2024 e predisposizione della relazione sullo stato della qualità delle acque destinate al consumo umano in ATS Val Padana;

entro il 30/04: valutazione con Ufficio Comunicazione delle modalità comunicative migliori (video pillole, testi brevi, ecc.);

entro il 30/06: avvio della realizzazione della/e azioni comunicative individuate

TEMPI E LUOGHI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Fase temporale di realizzazione del progetto: da aprile a novembre 2025

Luogo per la sua realizzazione: uffici ATS

STRUMENTI DA UTILIZZARE

Per la realizzazione verranno richiesti strumenti grafici/video ove è necessario il supporto dell'Ufficio Comunicazione, con il quale valutare comunque le migliori modalità comunicative da adottare.

REFERENTI DEL PROGETTO

Cristina Somenzi – Direttore SC IAN

Stefano Bacchi – Dirigente SS Controlli IAN

SCHEDA PROGETTO DI COMUNICAZIONE

ALLEGATO AL PIANO DI COMUNICAZIONE 2025

DENOMINAZIONE PROGETTO

Pillole di Sicurezza Alimentare

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

Il SIAN intende fornire ai cittadini-consumatori, semplici informazioni sulla corretta gestione degli alimenti in particolare a livello domestico, per prevenire malattie a trasmissione alimentare. La garanzia della sicurezza dei prodotti alimentari venduti o somministrati ai consumatori è il compito della SC IAN, in qualità di Autorità Competente, ma si ritiene possa essere opportuna anche un'azione informativa verso la popolazione generale con l'intento di ricordare o presentare i rischi alimentari ai quali si è soggetti se non vengono assicurate anche in ambiente domestico alcune "regole" di base per la corretta conservazione o preparazione degli alimenti. Verranno altresì trattati temi di attualità quali le allergie alimentari, le etichette nutrizionali, ecc.

SETTORE E AREA DI INTERVENTO

Settore: igiene degli alimenti - Area di intervento: sicurezza alimentare, in particolare a livello domestico

DESTINATARI

Popolazione generale

PARTNER

Per alcuni argomenti potremmo coinvolgere Veterinari del DVSAOA. Esempio conservazione e preparazione alimenti ad elevato rischio Salmonella e Listeria a livello domestico.

FASI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Cronoprogramma:

entro il 30/04: identificazione degli argomenti prioritari da trattare nel 2025;

entro il 30/05: valutazione con Ufficio Comunicazione delle modalità comunicative migliori (video pillole, testi brevi, ecc.) e stesura testo.

entro il 30/06: avvio della realizzazione delle singole produzioni, che potrebbero avere cadenza mensile e definizione calendario pubblicazione (sito, social, newsletter).

Argomenti:

- La conservazione degli alimenti a temperatura refrigerata/congelata;
- Rischio di contaminazione biologica crociata durante la preparazione dei cibi;
- Frutta e verdura crude: come trattarle prima del consumo;
- Cibi pronti: indicazioni prima del consumo;
- Rischio acrilammide nei cibi trattati termicamente ad alte temperature;
- L'etichetta nutrizionale
- Gli allergeni: come leggere l'etichetta
- MOCA: materiali a contatto con gli alimenti – rischi per il consumatore

TEMPI E LUOGHI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Fase temporale di realizzazione del progetto: da aprile a novembre 2025

Luogo per la sua realizzazione: uffici ATS

STRUMENTI DA UTILIZZARE

Per la realizzazione verranno richiesti strumenti grafici/video ove è necessario il supporto dell'Ufficio Comunicazione, con il quale valutare comunque le migliori modalità comunicative da adottare.

REFERENTI DEL PROGETTO

Cristina Somenzi – Direttore SC IAN

SCHEDA PROGETTO DI COMUNICAZIONE

ALLEGATO AL PIANO DI COMUNICAZIONE 2025

DENOMINAZIONE PROGETTO

Gas Randon

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

Informativa ai Comuni relativa al recepimento nei Regolamenti edilizi locali delle Linee Guida regionali per la prevenzione delle esposizioni (DG Sanità n. 12678 del 12 dicembre 2011)

Garantire corretta informazione ed assistenza ai Comuni - Uffici tecnici, relativamente ai nuovi disposti in materia di prevenzione e protezione dal rischio di esposizione al gas radon in ambienti chiusi, in raccordo con gli indirizzi dettati da DG Welfare, supportata dalla UO a valenza regionale ed in raccordo con ARPA, in continuità con Linee guida per la prevenzione delle esposizioni al gas RADON in ambienti indoor" di cui al Decreto del Direttore Generale Sanità n. 12678 del 12 dicembre 2011.

Verrà inviata l'informativa e sarà realizzato un video a supporto in collaborazione con l'Ufficio Comunicazione

SETTORE E AREA DI INTERVENTO

Igiene e Sanità Pubblica Salute Ambiente

DESTINATARI

Ai Comuni del territorio ATS Val Padana e a tutti i cittadini.

PARTNER

Nessuno

FASI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

1. Invio nota informativa ai comuni
2. Realizzazione video di supporto: predisposizione del testo e individuazione dell'attore
3. Pubblicazione del video su sito aziendale, social e newsletter aziendale

TEMPI E LUOGHI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Marzo-aprile 2025

STRUMENTI DA UTILIZZARE

Nota informativa e strumenti dell'Ufficio Comunicazione

REFERENTI DEL PROGETTO

Enea Antoniazzi; Enrica Voltini

SCHEDA PROGETTO DI COMUNICAZIONE

ALLEGATO AL PIANO DI COMUNICAZIONE 2025

DENOMINAZIONE PROGETTO

Muffe indoor: prevenzione, riconoscimento, gestione salubre dell'abitazione e risanamento

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

Pubblicazione di una guida che recepisce DGR n° XI / 3987 del 14/12/2020 "PRP Regione Lombardia 2021-2025" indicatore 3 | pp09_ot04_it04 | descrizione azione 4 e indicatore 11 | pp09_os03_is06 | descrizione azione 11.

Realizzazione video informativo da pubblicare su sito, social, newsletter aziendale

La finalità è di:

- promuovere buone pratiche igienico-sanitarie in edilizia e negli ambienti di vita;
- sensibilizzazione su pratiche ecosostenibili e mitigazione degli impatti dei cambiamenti climatici sulla salute;

SETTORE E AREA DI INTERVENTO

Igiene e Sanità Pubblica

DESTINATARI

Ai Comuni del territorio ATS Val Padana e rispettiva popolazione di riferimento

PARTNER

Nessuno

FASI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

1. Recepimento della brochure regionale e pubblicazione su sito aziendale ATS Val Padana
2. Ideazione video: definizione testo e individuazione "attore"
3. Pubblicazione su sito aziendale, social, newsletter aziendale

TEMPI E LUOGHI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Gennaio 2025 per pubblicazione brochure su sito istituzionale ATS val Padana – area tematica Prevenzione e salute. Video entro dicembre 2025

STRUMENTI DA UTILIZZARE

Brochure Regione Lombardia da pubblicare e coinvolgimento Ufficio Comunicazione per la realizzazione del video

REFERENTI DEL PROGETTO

Enea Antoniazzi; Enrica Voltini

SCHEDA PROGETTO DI COMUNICAZIONE

ALLEGATO AL PIANO DI COMUNICAZIONE 2025

DENOMINAZIONE PROGETTO

Controllo delle arbovirosi

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

Comunicazione preventiva Ai Sindaci e video informativo con consigli per la cittadinanza.

La Struttura Igiene e Sanità Pubblica - Salute Ambiente si occupa della gestione dei casi di arbovirosi, segnalati dall'unità malattie infettive dopo specifica inchiesta epidemiologica. In applicazione del piano nazionale di prevenzione, sorveglianza e risposta alle arbovirosi 2020-2025, viene attuata un'attiva collaborazione con tutti i sindaci dei territori provinciali di competenza, allertandoli preventivamente riguardo gli interventi di disinfestazione da programmare a livello locale per evitare la proliferazione di zanzare (soprattutto specie *Culex pipiens*, vettore di West Nile virus) e opportunità di apposite campagne informative a tutta la cittadinanza affinché siano intraprese iniziative di lotta larvicida in ambito privato. Nella comunicazione si fa riferimento anche agli interventi di disinfestazione straordinaria (interventi adulticidi) da programmare a livello locale in seguito a segnalazione di caso clinico da puntura con zanzare vettrici di dengue virus. A supporto verrà realizzato un video con consigli di prevenzione per la cittadinanza.

SETTORE E AREA DI INTERVENTO

Igiene e Sanità Pubblica

DESTINATARI

Ai Comuni del territorio ATS Val Padana e rispettiva popolazione di riferimento

PARTNER

SC Prevenzione Malattie Infettive ATS Val Padana

FASI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

1. Invio nota informativa
2. Realizzazione video: predisposizione del testo e individuazione "attore"
3. 3. Pubblicazione sito, social e newsletter aziendali

TEMPI E LUOGHI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Marzo-aprile 2025 invio nota informativa. Aprile 2025 realizzazione video

STRUMENTI DA UTILIZZARE

Sito istituzionale ATS Val Padana area tematica Prevenzione e Salute, social e newsletter

REFERENTI DEL PROGETTO

Enea Antoniazzi; Enrica Voltini

SCHEDA PROGETTO DI COMUNICAZIONE

ALLEGATO AL PIANO DI COMUNICAZIONE 2025

DENOMINAZIONE PROGETTO

Controllo delle infezioni da Legionella pneumophila

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

La Struttura Igiene E Sanità Pubblica - Salute Ambiente si occupa della gestione dei casi di legionellosi, segnalati dall'unità malattie infettive dopo specifica inchiesta epidemiologica. Sono previste apposite campagne informative a tutta la cittadinanza con consigli mirati per mettere in atto azioni di prevenzione. In quest'ottica si inserisce la realizzazione di un video con uno specialista di ATS per offrire una breve ma utile guida ai comportamenti da tenere per evitare il contagio.

SETTORE E AREA DI INTERVENTO

Igiene e Sanità Pubblica

DESTINATARI

Ai Comuni del territorio ATS Val Padana e rispettiva popolazione di riferimento

PARTNER

SC Prevenzione Malattie Infettive ATS Val Padana e Ufficio Comunicazione

FASI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

1. Invio nota informativa
2. Realizzazione video: predisposizione del testo e individuazione "attore"
3. 3. Pubblicazione sito, social e newsletter aziendali

TEMPI E LUOGHI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Anno 2025

STRUMENTI DA UTILIZZARE

Nota informativa

Sito istituzionale ATS Val Padana area tematica Prevenzione e Salute, social e newsletter aziendale

REFERENTI DEL PROGETTO

Enea Antoniazzi; Enrica Voltini

SCHEDA PROGETTO DI COMUNICAZIONE

ALLEGATO AL PIANO DI COMUNICAZIONE 2025

DENOMINAZIONE PROGETTO

Appropriatezza prescrittiva e informazione al cittadino: il Reel come strategia comunicativa efficace

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

L'appropriatezza prescrittiva rappresenta un concetto cardine della qualità dell'assistenza sanitaria, anche in relazione al governo della domanda ed al contenimento dei tempi di attesa. La sensibilità mediatica sull'argomento è molto alta, ma accanto al contributo offerto dagli organi di informazione, anche il sistema sanitario deve agire a livello locale. In linea con altre iniziative programmate e realizzate con successo da ATS della Val Padana, si è pensato di estendere l'utilizzo di REEL per Instagram per sensibilizzare la popolazione sull'importanza di collaborare con tutti gli attori di sistema (medici specialisti e medici di famiglia) affinché il ricorso alle prestazioni ambulatoriali sia governato dall'appropriatezza prescrittiva, nel rispetto delle priorità indicate dal medico di fiducia e con l'obiettivo di ridurre i tempi di attesa dovuti a prescrizioni improprie e/o con indicazioni di priorità non effettivamente rispondenti al problema di salute.

La campagna informativa si prefigge di realizzare REELS (anche conseguenti ed interdipendenti) nei seguenti ambiti:

- appropriatezza prescrittiva e tempi di attesa;
- modalità di prenotazione da remoto di una prestazione;
- rispetto delle classi di priorità indicate nelle ricette;
- rapporto medico-paziente;
- ruolo del CUP e del RUA delle EEP e degli EEPA;
- ruolo responsabile del cittadino in caso di disdetta per favorire la prenotazione di altre persone che necessitano della prestazione;
- temi specifici di salute.

SETTORE E AREA DI INTERVENTO

Appropriatezza prescrittiva e contenimento dei tempi di attesa

DESTINATARI

Cittadini che usufruiscono di prestazioni specialistiche ambulatoriali e che utilizzano Instagram

PARTNER

ASST di Crema – ASST di Cremona – ASST di Mantova – Direzioni Strategiche – Uffici Comunicazione - RUA
– Rappresentanti dei Medici di Medicina Generale e dei Pediatri di Famiglia

FASI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

1. Condivisione della proposta alle ASST di Crema – Cremona – Mantova
2. Definizione dei testi e degli attori che di volta in volta saranno protagonisti del REEL
3. Definizione organizzativa le REEL (luogo e tempo di registrazione)
4. Montaggio del REEL
5. Presentazione alle Direzioni Strategiche di ATS e delle ASST
6. Caricamento del REEL sul profilo Instagram di riferimento istituzionale

Questa scaletta di fasi viene applicata per ogni REEL o sequenza di REELS sul medesimo argomento

TEMPI E LUOGHI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Tempi e luoghi di realizzazione del progetto saranno definiti sulla base della tematica specifica del REEL o sequenza di REELS

STRUMENTI DA UTILIZZARE

Il supporto dell'Ufficio Comunicazione è indispensabile in quanto gestisce direttamente il profilo Instagram della ATS della Val Padana, cura la realizzazione diretta dei REELS ed assicura la consulenza tecnica necessaria affinché i messaggi possano risultare corretti, semplici ed efficaci

REFERENTI DEL PROGETTO

Pirali Francesco, Perrino Angelica, Filippi Angelo per il Dipartimento PAAPSS; Capelletti Chiara, Destefani Aldo, Sudati Bibiana per l'Ufficio Attività di comunicazione aziendale e relazioni esterne.

SCHEDA PROGETTO DI COMUNICAZIONE

ALLEGATO AL PIANO DI COMUNICAZIONE 2025

DENOMINAZIONE PROGETTO

Carta dei Servizi Centri per le famiglie di ATS Val Padana

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

Costruzione di una carta dei servizi congiunta e condivisa con i referenti dei 10 centri per la Famiglia attivi sul territorio di ATS della Val padana ai sensi della D.G.R. 1507/23.

A conclusione di un percorso formativo attivato da ATS nel corso del 2024, che ha visto coinvolti gli operatori dei centri per la famiglia attivi sul territorio, sono state predisposte delle schede informative da assemblare in un unico documento che diverrà la carta dei servizi unica per il territorio di ATS della Val padana che possa dare visibilità e promuovere il ruolo dei Centri per la Famiglia attivati ai sensi della D.G.R. 1507/23.

SETTORE E AREA DI INTERVENTO

Sociosanitario

DESTINATARI

Popolazione generale

PARTNER

Gli Enti gestori la sperimentazione dei Centri per la Famiglia ai sensi della DGR 1507/23:
Comune di Crema, Comune di Cremona, Azienda Speciale Consortile Oglio Po, Azienda speciale Destra Secchia, Azienda Socialis, Fondazione Arca, Cooperativa CSA; Consultorio UCIPEM Cremona, Associazione Insieme per la Famiglia.

FASI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Primo trimestre: definizione dei contenuti da inserire per la Carta dei servizi
Secondo trimestre realizzazione del prodotto in formato digitale e pubblicazione.

TEMPI E LUOGHI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

I referenti dei centri per la famiglia si incontrano periodicamente 1 volta al mese, online, per la definizione dei contenuti assieme alla referente di ATS dott.ssa Bissa Liliana.

STRUMENTI DA UTILIZZARE

Verranno definiti i supporti grafici e gli strumenti operativi da parte dello staff Ufficio Comunicazione

REFERENTI DEL PROGETTO

Liliana Bissa
Anna Leschiutta

SCHEDA PROGETTO DI COMUNICAZIONE

ALLEGATO AL PIANO DI COMUNICAZIONE 2025

DENOMINAZIONE PROGETTO

Centro per la Vita Indipendente (CVI)

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

Il CVI si propone come "ponte" tra le persone con disabilità, le loro famiglie e i servizi sul territorio rendendo possibili percorsi di accompagnamento alla costruzione di un progetto di vita.

Nel territorio di ATS Val Padana sono presenti 5 Centri.

ATS Val Padana supporta e monitora la realizzazione dei programmi attivati comprese le campagne di comunicazione digitale/sito internet, social network, materiali informativi cartacei.

SETTORE E AREA DI INTERVENTO

Area disabilità

DESTINATARI

Persone con disabilità, i familiari di persone con disabilità, le PA e i servizi pubblici del territorio, gli ETS, ODV e gruppi informali.

PARTNER

ASST e Terzo Settore

FASI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

1. Progettazione logo che identifica e accomuna i CVI del territorio
2. Coordinamento da parte di ATS e ufficio comunicazione delle campagne di comunicazione con tempistiche che coprono tutta la durata della progettazione.

TEMPI E LUOGHI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Le sedi dei CVI sono dislocate nei diversi Ambiti del territorio di ATS Valpadana:

- Crema presso la Casa della Comunità,
- Cremona presso la sede dell'Azienda sociale cremonese,
- Mantova e Goito presso la casa della Comunità,
- Viadana e Bozzolo presso la Casa della Comunità, a Casalmaggiore presso la sede di un ente partner, ad Asola presso gli sportelli diffusi
- Suzzara e Quistello presso la Casa della Comunità.

Le attività si realizzeranno nel corso del biennio anche presso altre sedi identificate dagli altri enti partners dei CVI.

STRUMENTI DA UTILIZZARE

Logo che identifica CVI afferenti al territorio di ATS Val Padana e comunicati stampa

REFERENTI DEL PROGETTO

Avanzini Katja

Agosti Tamara

SCHEDA PROGETTO DI COMUNICAZIONE

ALLEGATO AL PIANO DI COMUNICAZIONE 2025

DENOMINAZIONE PROGETTO

Piano territoriale per la promozione dell'invecchiamento attivo

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

Il Piano territoriale si basa sulla realizzazione di progettualità che hanno lo scopo di ri-pensare la condizione dell'anziano nelle nostre comunità, risetto alla socializzazione e dell'inclusione sociale, all'autonomia e del benessere e alla partecipazione/cittadinanza attiva

Il piano si articola nello specifico su 4 progettualità realizzati nei territori distrettuali del cremasco, cremonese, mantovano e altro mantovano: "Argento vivo" (Cremasco), "Giovani dentro, ovvero invecchiare con stile" (Cremonese), "Con-Tatto percorsi abilitanti l'invecchiamento attivo" (Mantovano), "Terzo tempo" (Alto mantovano).

ATS Valpadana supporta e monitora la realizzazione dei progetti comprese le campagne di comunicazione digitale/sito internet, social network, materiali informativi cartacei.

SETTORE E AREA DI INTERVENTO

Area anziani e sviluppo di comunità

DESTINATARI

Popolazione anziana, stakeholders istituzionali e non presenti nei diversi territori (Ambiti, ASST, soggetti del Terzo Settore, Centri per le famiglie, ecc.)

PARTNER

Ambiti, ASST e Terzo Settore

FASI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Il piano prenderà avvio presumibilmente a marzo 2025 e avrà durata biennale

TEMPI E LUOGHI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Le azioni progettuali si andranno a realizzare in più sedi territoriali

STRUMENTI DA UTILIZZARE

1. Utilizzo del logo ATS accompagnato dal titolo del piano "Val Padana Attiva"
2. Comunicazione Interna: ogni ente aderente è invitato ad adottare politiche interne di comunicazione coerenti
3. Comunicazione esterna: pubblicazione di notizie, di iniziative, di bandi e avvisi pubblici, di materiale informativo.
4. Implementazione sito internet dell'ATS della Val Padana prevedendo una sezione dedicata (indicata con il marchio definito da Regione Lombardia), saranno definite regole per realizzare l'immagine coordinata del Piano, verranno attivati spazi di comunicazione utilizzando i canali social (ad esempio attraverso la pagina Facebook e Instagram dell'ATS della Val Padana).
5. Predisposizione di materiale informativo.
6. Modalità di condivisione dei risultati del Piano stesso.

L'ATS si farà carico, se previsto dalle indicazioni regionali, di controllare il corretto utilizzo del marchio "Invecchiamento attivo" fornito da Regione Lombardia, di verificare il rispetto delle indicazioni fornite all'interno delle Linee Guida, di monitorare eventi ed iniziative rivolte all'esterno al fine di garantire l'immagine coordinata.

L'ATS Val Padana ha, nelle more di approvazione del Piano, in corso l'attivazione di una mail dedicata invecchiamentoattivo@ats-valpadana.it e predisposto la carta intestata per ATS e gli altri Enti.

REFERENTI DEL PROGETTO

Avanzini Katja

Liliana Bissa

Gabriele Sirocchi

SCHEDA PROGETTO DI COMUNICAZIONE

ALLEGATO AL PIANO DI COMUNICAZIONE 2025

DENOMINAZIONE PROGETTO

Evento formativo "Piano Disagio Giovani"

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

Evento formativo finalizzato all'approfondimento del disagio psichico degli adolescenti e dei giovani adulti a partire dalle modalità di espressione con focus sui progetti di prevenzione e contrasto attivi sul territorio, di ATS della Val Padana.

SETTORE E AREA DI INTERVENTO

Fragilità, cronicità e nuove povertà. Tutela degli aspetti assistenziali, sociosanitari e socioassistenziali

DESTINATARI

Operatori sanitari e sociosanitari, insegnanti, educatori, amministratori, Assistenti Sociali, Prefetture

PARTNER

ASST – Prefetture Cremona e Mantova – Uffici Scolastici Provinciali Cremona e Mantova – Enti partner Piano Biennale Territoriale Interventi Disagio Minori
Comune di Cremona – Comune di Crema – Coop. Archè – Coprosol

FASI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Evento Convegno

TEMPI E LUOGHI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Secondo semestre 2025 - Cremona

STRUMENTI DA UTILIZZARE

Locandine, comunicazione sui social, comunicato stampa

REFERENTI DEL PROGETTO

Amelia Anghinoni – SS Salute Mentale e Dipendenze – Dipartimento PIPSS

SCHEDA PROGETTO DI COMUNICAZIONE

ALLEGATO AL PIANO DI COMUNICAZIONE 2025

DENOMINAZIONE PROGETTO

Piano di contrasto alla violenza di genere

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

Promozione delle attività realizzate dai neocostituiti Centri per Uomini autori di violenza del territorio attivi dal 1° gennaio 2025 approvati dalla sperimentazione in capo ad ATS Val Padana.

Pubblicizzazione del numero di pubblica utilità 1522 sul territorio afferente alla Agenzia di Tutela della Salute. Dai dati forniti dall'Osservatorio Epidemiologico della nostra ATS il territorio necessita di una azione di miglioramento in quanto le chiamate al call center nazionale sono inferiori sia alla media regionale che alla nazionale.

FINALITA' DEL PROGETTO

Prevenzione, aggancio precoce, invio ai servizi

SETTORE E AREA DI INTERVENTO

Area Sociosanitaria

DESTINATARI

Popolazione generale per sensibilizzare a richieste di intervento sempre più precoci e preventive

PARTNER

Enti gestori CUAV, reti interistituzionali antiviolenza provinciali di Mantova e Cremona, ETS es Stati Generali delle donne, Istituto Anguissola referente del progetto a scuola contro la violenza sulle donna

FASI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Primo trimestre: attivazione gruppo di lavoro con stakeholders

Secondo e terzo trimestre: realizzazioni iniziative

TEMPI E LUOGHI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Luoghi e tempi della realizzazione del progetto saranno definiti dal raccordo col gruppo di lavoro e dal passaggio nella Rete di Indirizzo per il contrasto alla violenza di genere e nel comitato di Coordinamento delle progettualità dei CUAV

STRUMENTI DA UTILIZZARE

Da definire

REFERENTI DEL PROGETTO

Dr.ssa Elena Maggi

Dr.ssa Anna Leschiutta

SCHEDA PROGETTO DI COMUNICAZIONE

ALLEGATO AL PIANO DI COMUNICAZIONE 2025

DENOMINAZIONE PROGETTO

Promozione nuova misura sperimentale "Accanto: sostegno per genitori separati, divorziati e vedovi ai sensi delle leggi regionali 18/2014 e 23/1999"

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

Pubblicizzazione in vari contesti, ma in particolar modo con Ambiti territoriali, servizi sociosanitari, ordine avvocati etc. del nuovo contributo economico, che vede coinvolti come intermediari anche i Centri per la famiglia a governance ATS.

La misura sperimentale ha l'obiettivo di sostenere le famiglie a rischio di vulnerabilità sociale e fragilità a causa di eventi critici ed inaspettati che spesso destabilizzano le funzioni genitoriali, anche con il rischio di una sostanziale modifica della situazione economica.

Il contributo, finalizzato al finanziamento, in senso ampio, di spese sanitarie, di spese di locazione e/o per l'erogazione di servizi educativi e scolastici, incentivando anche i percorsi sportivi e di crescita dei figli, sarà graduato in base alla fascia Isee.

FINALITA' DE PROGETTO

Pubblicizzare la nuova iniziativa sperimentale per garantire e rendere esigibile un diritto dei genitori separati, divorziati e vedovi.

SETTORE E AREA DI INTERVENTO

Comunicazioni alla cittadinanza ed ai servizi coinvolti (es: servizi sociali, ASST, centri per la famiglia) di nuova misura economica sperimentale a sostegno di genitori separati/divorziati/vedovi.

DESTINATARI

Genitori separati, divorziati e vedovi.

PARTNER

Centri per la famiglia istituiti dalla DGR 1507/2023

FASI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Primo trimestre: costituzione gruppo di lavoro e acquisizione indicazioni operative da RL con decreto attuativo per un raccordo operativo con i 10 Centri per la famiglia istituiti sul territorio di ATS.

Secondo trimestre realizzazioni materiali informativi e comunicati stampa.

TEMPI E LUOGHI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Da definire

STRUMENTI DA UTILIZZARE

Si ipotizza la redazione di materiale informativo da pubblicare sul sito di ATS e da divulgare anche attraverso il canale social di ATS

REFERENTI DEL PROGETTO

Dr.ssa Anna Leschiutta

Dr.ssa Liliana Bissa

SCHEDA PROGETTO DI COMUNICAZIONE

ALLEGATO AL PIANO DI COMUNICAZIONE 2025

DENOMINAZIONE PROGETTO

Promozione concessione contributo per modifica degli strumenti di guida art 27 L. 104/92 a persone in condizione di disabilità fisica in capo ad ATS Val Padana

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

Pubblicizzazione in vari contesti ma in particolar modo nel raccordo con le ASST di Crema, Cremona e Mantova dell'accesso al contributo previsto dalla legge 104 del 1992 che all'art 27 riconosce il 20% delle spese per la modifica degli strumenti di guida dei trasporti individuali.

La legge Regionale n. 23/99 consente, agli aventi diritto, di ottenere un ulteriore contributo regionale: Promuovere il raccordo tra le due domande la prima da presentare alle ASST di competenza per riferimento territoriale, la seconda tramite piattaforma regionale Bandi on line.

FINALITA' DEL PROGETTO

Rendere esigibile un diritto del soggetto disabile

SETTORE E AREA DI INTERVENTO

Comunicazioni alla cittadinanza ed ai servizi coinvolti (es: servizi sociali, Commissione medica locale patenti ASST, ETS che si occupano del tema disabilità)

DESTINATARI

Popolazione in condizione di disabilità

PARTNER

ASST di Crema Cremona e Mantova

FASI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Primo trimestre: costituzione gruppo di lavoro

Secondo trimestre realizzazioni materiali e comunicati

TEMPI E LUOGHI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Luoghi e tempi della realizzazione del progetto saranno definiti dal raccordo col gruppo di lavoro

STRUMENTI DA UTILIZZARE

Si ipotizza la redazione di locandine brochure

REFERENTI DEL PROGETTO

Dr.ssa Elena Maggi

Dr.ssa Sonia Martignoni

SCHEDA PROGETTO DI COMUNICAZIONE

ALLEGATO AL PIANO DI COMUNICAZIONE 2025

DENOMINAZIONE PROGETTO

**Convegno in occasione della manifestazione "BOVIMAC" presso la Fiera di Gonzaga, dal titolo:
"Problematiche sanitarie attuali nell'allevamento del bovino da latte".**

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

Informare allevatori e veterinari sulle problematiche sanitarie attuali che riguardano il bovino da latte e i comportamenti corretti

SETTORE E AREA DI INTERVENTO

Sanità veterinaria

DESTINATARI

Allevatori, veterinari delle autorità di controllo e veterinari liberi professionisti

PARTNER

Ente Fiera Millenaria di Gonzaga

FASI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

1. Elaborazione del progetto entro ottobre 2024;
2. Organizzazione e accordi con Ente Fiera di Gonzaga entro 30 novembre 2024;
3. Realizzazione dell'evento 25 gennaio 2025

TEMPI E LUOGHI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Il convegno si terrà il 25 gennaio 2025 ed avrà una durata di circa 2 ore.

STRUMENTI DA UTILIZZARE

Utilizzo di proiettore e computer per le presentazioni power point e coinvolgimento dell'ufficio comunicazione per la realizzazione della locandina.

REFERENTI DEL PROGETTO

SC Impianti Industriali del latte, Alimenti per animali, sottoprodotti – Luigi Gaidella

SCHEDA PROGETTO DI COMUNICAZIONE

ALLEGATO AL PIANO DI COMUNICAZIONE 2025

DENOMINAZIONE PROGETTO

Confronto con gli OSA sui temi dell'esportazione: risultati visite ispettive e supervisioni

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

Incontro con gli operatori del settore Alimentare per informare sui controlli ufficiali di supervisione e sulle visite ispettive delle delegazioni dei Paesi Terzi

SETTORE E AREA DI INTERVENTO

Igiene degli Alimenti di Origine Animale

DESTINATARI

Operatori del settore alimentare che esportano o che hanno manifestato l'interesse di esportare prodotti di origine animale verso Paesi Terzi

PARTNER

Nessuno

FASI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

1. Elaborazione del progetto entro maggio 2025;
2. Richiesta spazi: a Mantova aule ufficio formazione palazzina 4 e a Cremona chiedere sala 1 della Direzione.
3. Realizzazione locandina di comunicazione
4. Realizzazione dell'evento

TEMPI E LUOGHI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Ottobre/Novembre 2025

Due edizioni: a Mantova e a Cremona

STRUMENTI DA UTILIZZARE

Utilizzo di proiettore e computer per le presentazioni power point e coinvolgimento dell'ufficio comunicazione per la realizzazione della locandina.

REFERENTI DEL PROGETTO

SC Igiene della produzione, trasformazione, commercializzazione, conservazione e trasporto degli alimenti di origine animale e Impianti industriali di macellazione – Pierpaolo Griffini e Costantino Morini

SCHEDA PROGETTO DI COMUNICAZIONE

ALLEGATO AL PIANO DI COMUNICAZIONE 2025

DENOMINAZIONE PROGETTO

Sicurezza dei prodotti a base di latte

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

In occasione della Fiera Millenaria di Gonzaga sarà organizzato un convegno sulla sicurezza dei prodotti a base di latte.

SETTORE E AREA DI INTERVENTO

Sanità veterinaria

DESTINATARI

Allevatori, veterinari delle autorità di controllo e veterinari liberi professionisti

PARTNER

Ente Fiera Millenaria di Gonzaga

FASI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

1. Elaborazione del progetto entro giugno 2025;
2. Organizzazione e accordi con Ente Fiera di Gonzaga entro luglio 2025;
3. Realizzazione locandina di comunicazione
4. Realizzazione dell'evento settembre 2025

TEMPI E LUOGHI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Il convegno si terrà in occasione della fiera Millenaria di Gonzaga

STRUMENTI DA UTILIZZARE

Utilizzo di proiettore e computer per le presentazioni power point e coinvolgimento dell'ufficio comunicazione per la realizzazione della locandina.

REFERENTI DEL PROGETTO

SC Impianti Industriali del latte, Alimenti per animali, sottoprodotti – Luigi Gaidella

SCHEDA PROGETTO DI COMUNICAZIONE

ALLEGATO AL PIANO DI COMUNICAZIONE 2025

DENOMINAZIONE PROGETTO

Contrasto all'abbandono degli animali

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

Il progetto prevede la realizzazione di un video/spot per sensibilizzare contro l'abbandono degli animali. L'intento principale è quello di far riflettere sul legame che unisce gli esseri umani agli animali e sull'importanza di responsabilizzarsi prima di prendere un animale in casa. Attraverso un messaggio chiaro, il progetto mira a educare il pubblico sul rispetto e sulla cura degli animali, incoraggiando l'adozione consapevole e il rifiuto dell'abbandono come soluzione.

SETTORE E AREA DI INTERVENTO

Dipartimento veterinario e sicurezza alimenti di origine animale

DESTINATARI

Cittadinanza, padroni di animali

PARTNER

Nessuno

FASI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

-
1. individuazione del tema e del protagonista/attore
 2. Realizzazione testo
 3. Realizzazione Reel/spot
 4. Pubblicazione sul sito aziendale e sui social, newsletter aziendali

TEMPI E LUOGHI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Anno 2025

Sede del Dipartimento Veterinario/Distretto Veterinario

STRUMENTI DA UTILIZZARE

Sito, social e newsletter aziendali

REFERENTI DEL PROGETTO

Ufficio Attività di comunicazione aziendale e relazioni esterne – Capelletti, Destefani, Sudati
Dipartimento Veterinario e Sicurezza Alimenti di Origine Animale – Vincenzo Traldi

SCHEDA PROGETTO DI COMUNICAZIONE

ALLEGATO AL PIANO DI COMUNICAZIONE 2025

DENOMINAZIONE PROGETTO

Gestione animali d'affezione nel corso dell'estate

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

Il progetto video sulla gestione degli animali d'estate ha l'obiettivo di fornire informazioni pratiche per garantire il benessere degli animali d'affezione (cani, gatti) durante la stagione più calda dell'anno. Il video esplora le principali problematiche legate al caldo estivo, come il rischio di colpi di calore, disidratazione e la cura adeguata della pelle e del pelo degli animali. Con l'aiuto di un veterinario di ATS Val Padana verranno dati consigli su come proteggere gli animali da temperature elevate, su come gestire le uscite all'aperto, e su come organizzare l'alimentazione e l'idratazione. Inoltre, vengono affrontati temi come l'importanza di non lasciare mai gli animali in auto sotto il sole e come riconoscere i segnali di disagio. L'obiettivo del video è sensibilizzare i proprietari a prendere consapevolezza delle necessità specifiche degli animali durante l'estate, promuovendo un approccio responsabile per una gestione sicura della stagione calda.

SETTORE E AREA DI INTERVENTO

Dipartimento veterinario e sicurezza alimenti di origine animale

DESTINATARI

Cittadinanza, padroni di animali

PARTNER

Nessuno

FASI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

1. individuazione del tema e del veterinario-attore
2. Realizzazione testo
3. Realizzazione Reel
4. Pubblicazione sul sito aziendale e sui social, newsletter aziendali

TEMPI E LUOGHI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Entro giugno 2025

STRUMENTI DA UTILIZZARE

Sito, social e newsletter aziendali

REFERENTI DEL PROGETTO

Ufficio Attività di comunicazione aziendale e relazioni esterne – Capelletti, Destefani, Sudati
Dipartimento Veterinario e Sicurezza Alimenti di Origine Animale – Vincenzo Traldi

SCHEDA PROGETTO DI COMUNICAZIONE

ALLEGATO AL PIANO DI COMUNICAZIONE 2025

DENOMINAZIONE PROGETTO

Obblighi sanitari per viaggiare con gli animali d'affezione

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

Il video è pensato per informare i proprietari di animali sulle normative e le misure sanitarie necessarie per garantire un viaggio sicuro e legale con i propri compagni a quattro zampe. Con l'aiuto di un veterinario di ATS Val Padana Il video esplorerà gli aspetti essenziali relativi alla preparazione per un viaggio, tra cui l'importanza della vaccinazione, l'obbligo di microchip e passaporto per gli animali (sul quale verrà realizzato un video specifico), e i trattamenti sanitari necessari per evitare il rischio di malattie infettive durante il trasporto, specialmente in caso di viaggi internazionali. Inoltre, saranno forniti consigli pratici per la gestione della salute degli animali durante il viaggio, come l'idratazione, l'alimentazione e le modalità di trasporto più sicure.

SETTORE E AREA DI INTERVENTO

Dipartimento veterinario e sicurezza alimenti di origine animale

DESTINATARI

Cittadinanza, padroni di animali

PARTNER

Nessuno

FASI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

1. individuazione del tema e del veterinario-attore
2. Realizzazione testo
3. Realizzazione Reel
4. Pubblicazione sul sito aziendale e sui social, newsletter aziendali

TEMPI E LUOGHI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Anno 2025

STRUMENTI DA UTILIZZARE

Sito, social e newsletter aziendali

REFERENTI DEL PROGETTO

Ufficio Attività di comunicazione aziendale e relazioni esterne – Capelletti, Destefani, Sudati
Dipartimento Veterinario e Sicurezza Alimenti di Origine Animale – Dott. Vincenzo Traldi

SCHEDA PROGETTO DI COMUNICAZIONE

ALLEGATO AL PIANO DI COMUNICAZIONE 2025

DENOMINAZIONE PROGETTO

Passaporto animali

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

Il video sul passaporto animali ha l'obiettivo di informare i proprietari di animali d'affezione sull'importanza e l'obbligo del passaporto per viaggiare con i propri compagni a quattro zampe, sia all'interno dell'Unione Europea che a livello internazionale. Il video illustra i passaggi necessari per ottenere il passaporto, che include l'identificazione tramite microchip, le vaccinazioni obbligatorie, in particolare quella contro la rabbia, e la documentazione sanitaria richiesta.

SETTORE E AREA DI INTERVENTO

Dipartimento veterinario e sicurezza alimenti di origine animale

DESTINATARI

Cittadinanza, padroni di animali

PARTNER

Nessuno

FASI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

1. individuazione del tema
2. Realizzazione testo
3. Realizzazione Reel
4. Pubblicazione sul sito aziendale e sui social, newsletter aziendali

TEMPI E LUOGHI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Anno 2025

STRUMENTI DA UTILIZZARE

Sito, social e newsletter aziendali

REFERENTI DEL PROGETTO

Ufficio Attività di comunicazione aziendale e relazioni esterne – Capelletti, Destefani, Sudati
Dipartimento Veterinario e Sicurezza Alimenti di Origine Animale – Vincenzo Traldi

SCHEDA PROGETTO DI COMUNICAZIONE

ALLEGATO AL PIANO DI COMUNICAZIONE 2025

DENOMINAZIONE PROGETTO

Pet Therapy

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

Il video "Pet Therapy: il potere della compagnia animale" ha l'obiettivo di sensibilizzare il pubblico sui benefici terapeutici degli animali nella cura e nel supporto psicologico e fisico delle persone. Il video esplora come gli animali possano svolgere un ruolo fondamentale nel migliorare il benessere emotivo e fisico di chi soffre di malattie, disabilità o situazioni di stress, come nel caso di anziani, bambini o pazienti in ospedale. Vengono mostrate testimonianze e storie che evidenziano l'impatto positivo della pet therapy, evidenziando come la compagnia degli animali possa ridurre l'ansia, stimolare la socializzazione e favorire la ripresa.

SETTORE E AREA DI INTERVENTO

Dipartimento veterinario e sicurezza alimenti di origine animale

DESTINATARI

Cittadinanza, padroni di animali

PARTNER

Nessuno

FASI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

1. individuazione del tema, individuazione attore/veterinario/associazioni
2. Realizzazione testo
3. Realizzazione Reel
4. Pubblicazione sul sito aziendale e sui social, newsletter aziendali

TEMPI E LUOGHI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Anno 2025

STRUMENTI DA UTILIZZARE

Sito, social e newsletter aziendali

REFERENTI DEL PROGETTO

Ufficio Attività di comunicazione aziendale e relazioni esterne – Capelletti, Destefani, Sudati
Dipartimento Veterinario e Sicurezza Alimenti di Origine Animale – Vincenzo Traldi

SCHEDA PROGETTO DI COMUNICAZIONE

ALLEGATO AL PIANO DI COMUNICAZIONE 2025

DENOMINAZIONE PROGETTO

ATS Val Padana Plastic Free

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

La campagna di comunicazione plastic free rivolta ai dipendenti dell'ATS Val Padana intende sensibilizzare sull'importanza di ridurre l'uso della plastica negli uffici, incoraggiando pratiche più sostenibili e responsabili, come l'uso di borracce riutilizzabili in modo da ridurre il consumo di plastica monouso. Offrendo la borraccia come simbolo tangibile dell'impegno individuale e collettivo, l'ATS Val Padana intende incentivare un cambiamento duraturo nelle abitudini quotidiane dei suoi dipendenti. Contestualmente, sarà lanciato uno slogan (proposta "Ogni goccia conta, insieme per difendere il pianeta") e realizzato materiale di comunicazione/informazione (Video, post, newsletter) con dati sull'inquinamento da plastica, sui benefici di salute del cambiamento e i motivi che hanno spinto l'azienda ad intraprendere questa campagna

SETTORE E AREA DI INTERVENTO

Comunicazione

DESTINATARI

Tutti i dipendenti di ATS Val Padana

PARTNER

Nessuno

FASI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

- **Pre-lancio:** ideazione slogan e reperimento borracce logate. Teasing tramite comunicazioni interne, anticipando la campagna (post)
- **Lancio:** Evento di lancio e distribuzione borracce (optare per borraccia di materiali green), e distribuzione di materiali informativi (anche poster nelle aree comuni) post e newsletter.
- **Sostegno:** creare post e video brevi. Lanciare anche una mini-challenge per incentivare i dipendenti a postare foto con la loro borraccia, utilizzando hashtag dedicati (#PlasticFreeATS, #RiempiLaTuaBorraccia oppure #ognigocciaconta).

TEMPI E LUOGHI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Entro dicembre 2025

STRUMENTI DA UTILIZZARE

Per la parte comunicazione: video, social e newsletter aziendali. Ideazione logo e slogan da apporre sui materiali e le borracce. Acquisto delle borracce.

REFERENTI DEL PROGETTO

Chiara Capelletti

Aldo Destefani

SCHEDA PROGETTO DI COMUNICAZIONE

ALLEGATO AL PIANO DI COMUNICAZIONE 2025

DENOMINAZIONE PROGETTO

Gioco d'azzardo patologico – campagna di sensibilizzazione

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

Il disturbo da Gioco d'Azzardo (DGA) è una vera e propria patologia, che rende incapaci di resistere all'impulso di giocare d'azzardo o fare scommesse in denaro. Si tratta di una patologia che ha in comune con la dipendenza da sostanze il comportamento compulsivo che produce effetti sulle relazioni sociali o sulla salute seriamente invalidanti. La programmazione locale si articola secondo le indicazioni regionali ed in coerenza con i seguenti quattro Obiettivi Generali, di cui tre relativi all'area della Prevenzione ed uno all'area della Diagnosi Precoce, Cura e Riabilitazione, avviate anche attraverso l'attivazione di specifiche attività di comunicazione, informazione e sensibilizzazione.

Compete all'Ufficio Attività di comunicazione aziendale e relazioni esterne promuovere l'aumento di conoscenze e di competenze finalizzate a sostenere processi di health literacy nei diversi target.

A tal fine, verrà realizzata una campagna di sensibilizzazione che intercetti pubblico di giovani e adulti.

SETTORE E AREA DI INTERVENTO

Comunicazione

DESTINATARI

Target cittadini: giovani e adulti

PARTNER

U.S. Cremonese

FASI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

- Individuazione di un testimonial (ex calciatore grigiorosso), che racconterà la sua esperienza e il percorso di recupero attraverso un video.
- Lancio campagna con conferenza stampa congiunta.
- Campagna di sensibilizzazione tramite i canali ufficiali di ATS Val Padana e della Cremonese, come social media, sito web e momenti fisici.
- Organizzazione di eventi e incontri formativi nelle scuole e negli spazi comunitari.
- Creazione di materiale educativo e informativo sul fenomeno del GAP.

TEMPI E LUOGHI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Anno 2025

STRUMENTI DA UTILIZZARE

Utilizzare la figura dell'ex giocatore della Cremonese per raccontare la sua esperienza diretta con il GAP, creando un impatto emotivo forte tra i partecipanti.

Materiale informativo e video per campagna social, web, eventi fisici (comunicazione esterna) newsletter aziendale (comunicazione interna).

REFERENTI DEL PROGETTO

Chiara Capelletti, Aldo Destefani, Bibiana Sudati

SCHEDA PROGETTO DI COMUNICAZIONE

ALLEGATO AL PIANO DI COMUNICAZIONE 2025

DENOMINAZIONE PROGETTO

Newsletter dell'ATS Val Padana

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

Il progetto di newsletter aziendale dell'ATS della Val Padana si propone di essere uno strumento di informazione e comunicazione efficace, trasversale (dando spazio alla comunicazione dei vari settori aziendali) e trasparente, destinato inizialmente al personale interno e, in prospettiva, a diventare un canale di comunicazione esterna. Gli obiettivi principali sono:

1. aggiornamenti istituzionali: informare il personale su novità normative, regolamenti, appuntamenti, attività e collaborazioni con altri enti.
2. valorizzazione delle buone pratiche: condividere progetti e iniziative positive che coinvolgono i dipendenti, mettendo in luce l'impegno e i risultati raggiunti dall'ente.
3. formazione e aggiornamento professionali: promuovere corsi di aggiornamento, eventi formativi, bandi e opportunità di sviluppo per il personale, favorendo la crescita professionale continua.
4. benessere e qualità del lavoro: diffondere iniziative legate al welfare aziendale, come le progettualità WHP e i suggerimenti del Medico Competente, e altre attività volte a migliorare il benessere dei dipendenti.
5. comunicazione esterna (in prospettiva): trasformare la newsletter in un canale anche per i media con contenuti di interesse pubblico al fine di aumentare la l'identità dell'azienda e rafforzare il rapporto con il territorio.

La newsletter diventerà uno strumento di comunicazione a 360 gradi, che coinvolgerà non solo il personale interno e tutti i settori aziendali, ma anche il pubblico esterno, rafforzando l'immagine dell'ente e favorendo una maggiore collaborazione con i media.

SETTORE E AREA DI INTERVENTO

Comunicazione interna

DESTINATARI

Dipendenti ATS Val Padana

PARTNER

nessuno

FASI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

-
1. Ideazione grafica
 2. Attivazione servizio newsletter/mailling
 3. Selezione news
 4. Pubblicazione e invio a cadenza mensile

TEMPI E LUOGHI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Test zero dicembre 2024. A partire da gennaio 2025 a regime. La newsletter è un prodotto che sarà realizzato mensilmente dall'Ufficio Comunicazione e inviato alle caselle postali dei dipendenti Ats Val Padana

STRUMENTI DA UTILIZZARE

Servizio mailing/newsletter, video autoprodotti quando necessario (vedi Ricette della Salute)

REFERENTI DEL PROGETTO

Chiara Capelletti
Aldo Destefani

SCHEDA PROGETTO DI COMUNICAZIONE

ALLEGATO AL PIANO DI COMUNICAZIONE 2025

DENOMINAZIONE PROGETTO

Nuovo sito aziendale

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

A seguito del nuovo contratto di fornitura del sito aziendale, verranno rivisti i contenuti dello stesso, riorganizzate le sezioni e importati i documenti di attinenza temporale e attualmente validi, per una migliore fruibilità del sito da parte dell'utenza.

SETTORE E AREA DI INTERVENTO

Comunicazione

DESTINATARI

Popolazione generale

PARTNER

nessuno

FASI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

1. Importazione contenuti sito attuale
2. Selezione e riorganizzazione delle sezioni
3. Go-live al termine dei lavori
- 4.

TEMPI E LUOGHI DI REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

Giugno 2025

STRUMENTI DA UTILIZZARE

REFERENTI DEL PROGETTO

Chiara Capelletti

Aldo Destefani

Fabio Buseti