

Piano di comunicazione integrata

2019

Sommario

Premessa	3
Comunicazione integrata.....	3
Il Servizio Comunicazione, Relazioni Esterne Aziendali, Ufficio Stampa	4
Attività del Servizio.....	4
Comunicazione interna.....	5
Rilevazione del fabbisogno di comunicazione delle Strutture di ASUITs	5
Newsletter	5
Intranet.....	6
Formazione.....	6
Comunicazione interna in caso di sciopero ed eventi imprevisti.....	6
Immagine coordinata aziendale	7
Rilevazione della soddisfazione degli utenti.....	7
URP e numero verde sanità.....	7
Canali web e social	8
Focus group	8
Comunicazione al cittadino	8
Conferenza dei Servizi	8
Carta dei Servizi	8
Comunicazione ai media.....	9
Diffusione dell'informazione	9
Stati generali della comunicazione in sanità nell'area Giuliano-Isontina.....	9
Comunicazione ai professionisti.....	9
Federsanità ANCI	9
Comunicazione online	10
Sito internet aziendale.....	10
Rete per la lingua slovena	10
Progetti pluriennali.....	11
ConTatto	11
Valutazione delle attività di comunicazione.....	11
Piano Editoriale.....	11
Temi rilevanti e programmazione regionale	11
Alcuni appuntamenti del 2019	12
Canali	13

Star Bene in Tv, Telequattro	13
Sanità a Trieste, inserto mensile, Il Piccolo	13
Asuits Informa, banner e canale su TriestePrima.....	13
Una mela al giorno, blog su Il Piccolo	14
Twitter	14
Facebook.....	14
Youtube	14

Premessa

Il Piano di comunicazione integrata di ASUITs, previsto dalla L. 150/2000, ha una rilevanza strategica in quanto costituisce uno strumento di **analisi, programmazione e progettazione degli obiettivi e delle attività** di comunicazione e informazione rivolte sia all'interno che all'esterno dell'Azienda.

Nelle aziende sanitarie, caratterizzate da un'offerta di servizi che comprendono aspetti intangibili e difficilmente misurabili, ma significativi in momenti di fragilità per i cittadini, è cruciale e prioritario che tutte le forme di relazione e comunicazione siano studiate ed **integrate**, così da trasmettere alla popolazione l'idea di una struttura che funziona e agisce in modo coordinato. L'efficacia della comunicazione esterna è in gran parte determinata da una buona organizzazione dei flussi informativi interni all'Azienda: essa non si esaurisce in un'efficace informazione sui servizi offerti, ma rappresenta **l'intero processo di progettazione** degli stessi, dalle modalità di coinvolgimento dei cittadini nella rilevazione dei bisogni di assistenza sanitaria, alla identificazione delle modalità di erogazione più appropriate, alla valutazione dei risultati.

Per programmare questi diversi aspetti viene redatto il Piano di comunicazione che tiene conto dei compiti che spettano all'Azienda in ordine alla promozione e alla tutela della salute, sia individuale che collettiva, della popolazione residente nel proprio ambito territoriale, per consentire la migliore qualità di vita possibile, garantendo i livelli essenziali di assistenza; il documento inoltre tiene conto dei valori ai quali l'Azienda si ispira, per garantire servizi sanitari efficaci e appropriati, nel rispetto delle esigenze dei cittadini e secondo criteri di efficienza nell'uso delle risorse assegnate.

Il Piano di comunicazione è quindi lo strumento che consente di programmare e gestire le azioni che l'Azienda mette in campo per favorire il raggiungimento dei propri obiettivi:

- di **informazione** sui servizi sanitari offerti, le modalità stabilite per la loro erogazione, i tempi in cui è possibile usufruire delle prestazioni, i luoghi, i costi ecc.;
- di **comunicazione interna**, bidirezionale, quale veicolo principale per condividere qualsiasi tipo di messaggio, sia informativo che funzionale, da parte del *pubblico interno* all'ente;
- di **comunicazione esterna**, rivolta ai cittadini, alle altre amministrazioni o enti, imprese o associazioni, per promuovere una reale autonomia di scelta, individuare i bisogni degli utenti e stimolare la partecipazione attiva e responsabile dei cittadini, migliorare le relazioni fra l'Azienda ed i portatori di interesse.

Comunicazione integrata

Il Piano di comunicazione è un elemento del **sistema di programmazione aziendale**, in quanto costituisce una leva di cambiamento organizzativo interno, poiché coinvolge tutte le Strutture Aziendali e connette i flussi di comunicazione interna con la comunicazione esterna rivolta ai cittadini, alle associazioni, alle istituzioni, al mondo scientifico, ecc. Pertanto è necessario che il **Servizio di Comunicazione, Relazioni Esterne Aziendali, Ufficio Stampa** sia coinvolto e informato tempestivamente di quanto avviene all'interno dell'Azienda, per essere messo nelle condizioni di poter programmare e coordinare le attività di comunicazione sui diversi canali aziendali, rispondere tempestivamente alle esigenze dei cittadini attraverso la corretta informazione o la risoluzione delle segnalazioni.

Il Servizio Comunicazione, Relazioni Esterne Aziendali, Ufficio Stampa

Attività del Servizio

Il Servizio Comunicazione, Relazioni Esterne Aziendali, Ufficio Stampa ha il mandato di assicurare le relazioni interne ed esterne all’Azienda, nell’ambito dell’indirizzo strategico delineato dalla Direzione Generale, attraverso la gestione ed il coordinamento della comunicazione aziendale ed interaziendale, il corretto funzionamento dell’Ufficio Relazioni con il Pubblico e la gestione dell’Ufficio Stampa.

Le funzioni previste per il Servizio nell’Atto Aziendale di ASUITs sono:

- attivazione e realizzazione di strumenti idonei alla raccolta dei reclami, suggerimenti ed informazioni e monitoraggio delle azioni correttive attuate in seguito ai reclami e suggerimenti raccolti;
- redazione del piano della comunicazione in base all’analisi del fabbisogno dei cittadini, rilevato attraverso l’esame di reclami e segnalazioni pervenute direttamente all’URP e/o rilevate attraverso altri canali (es. focus group);
- agevolazione dell’utilizzo dei servizi offerti ai cittadini, mediante l’informazione diretta sulle strutture e sui compiti dell’Azienda e la gestione del Numero Verde Sanità;
- assicurazione della realizzazione di proficui rapporti con le Associazioni rappresentative dei cittadini;
- rilevazione in maniera sistematica (valutazione della qualità percepita) del grado di soddisfazione degli utenti, promuovendo indagini di soddisfazione degli stakeholder interni ed esterni e predisponendo report informativi da sottoporre all’attenzione della Direzione Strategica, al fine di consentire la realizzazione di interventi correttivi e migliorativi;
- realizzazione, aggiornamento e diffusione della Carta dei Servizi;
- organizzazione della Conferenza dei Servizi;
- redazione di comunicati stampa a supporto della Direzione e delle Strutture, organizzazione delle conferenze stampa e cura dell’informazione televisiva, tramite la stampa locale ed eventuali Blog;
- gestione dei contenuti dei social network aziendali in sinergia con altri Enti;
- supporto all’organizzazione di eventi e di specifiche campagne di informazione, prevenzione e promozione della salute;
- gestione del sito web aziendale;
- cura della rassegna stampa.

Comunicazione interna

Rilevazione del fabbisogno di comunicazione delle Strutture di ASUITs

Nel 2018 è stata effettuata la prima rilevazione del fabbisogno di comunicazione esterna delle Strutture aziendali. Tramite l'invito a compilare un breve questionario online, è stato chiesto di indicare le iniziative di comunicazione previste durante l'anno, comprensive di eventi, congressi, campagne di prevenzione e promozione della salute, tipologia di argomento e modalità di comunicazione che si propone di utilizzare (conferenza stampa, materiale cartaceo, campagna specifica, articoli, comunicazione web, social media ecc...). In via sperimentale sono state coinvolte 33 Strutture, delle quali soltanto 4 hanno risposto.

Nel corso dell'anno verranno attuate azioni di miglioramento per aumentare la sensibilità di tutti i dipendenti rispetto all'importanza della comunicazione interna ed esterna, con l'obiettivo di costruire nel tempo una "cultura della comunicazione aziendale" che risulta essere al momento troppo poco presente.

- presentazione delle attività del Servizio e dei canali di comunicazione aziendali da attuarsi tramite:
 - corso di formazione
 - brevi interventi a margine di eventi formativi
 - presentazione del Servizio presso i Direttori di SC
 - offerta di consulenze per i singoli casi
- identificazione dei processi (tempi e modalità) e dei referenti di riferimento per l'utenza interna.

Newsletter

Per migliorare la comunicazione interna, su richiesta della Direzione Generale, verrà attivata una newsletter quindicinale o settimanale che informerà tutti i dipendenti sui seguenti temi:

- Riassunto delle circolari di maggiore rilevanza
- Eventi formativi
- Contenuti aziendali pubblicati sui media
- Sezione riservata al personale (assunzioni, pensionamenti ecc..)
- Proposte dei dipendenti
- Altro...

Format e modalità tecniche di realizzazione verranno messe a punto a seguito di un confronto interno al gruppo di lavoro, compatibilmente con le risorse tecniche e umane a disposizione.

Intranet

Sono ancora presenti due intranet, visibili da tutti i computer della rete. Per ovviare alla ridondanza di informazioni e garantire maggior praticità di utilizzo tanto agli utenti quanto agli operatori addetti al caricamento dei contenuti, si è deciso per quanto possibile di creare sulla rete intranet ex AAS1, dei “punti di atterraggio” convergenti sull’intranet ex AOUST, in modo tale da fornire un reperimento unico delle stesse informazioni. Attualmente non sono ancora note le modalità e le tempistiche di un progetto di unificazione delle due intranet, da parte dell’attuale fornitore di servizio (INSIEL). Da ultimo, in tempi auspicabilmente brevi, nel corso del 2019 sarà possibile avere una **rubrica aziendale unificata**, che consentirà di ricercare i riferimenti da un unico punto di richiesta.

Formazione

L’aggiornamento del personale dedicato alle attività di comunicazione continua nel 2019 con il corso “Sviluppare competenze e metodi di comunicazione per generare relazioni efficaci, incisive e pragmatiche – comunicazioni istituzionali e rapporti con media, web e social – i nuovi profili professionali per le attività di comunicazione e di informazione introdotti dai CCNL 2018” organizzato da SISSA - Scuola Internazionale Superiore di Studi Avanzati (Trieste) in collaborazione con EBIT - Scuola di Formazione e Perfezionamento per la P.A..

Vengono inoltre proposti la formazione sul campo “Analisi delle attività di comunicazione interna e con il cittadino e attuazione delle azioni di miglioramento” e il percorso formativo residenziale “Comunicazione online: definire la strategia, diffondere i contenuti e misurare i risultati”. Entrambi i corsi costituiscono un momento di confronto e analisi critica delle azioni di comunicazione messe in campo finora, per identificare i margini di miglioramento, soprattutto negli aspetti organizzativi e per quanto attiene ai flussi della comunicazione interna.

Si propone di inserire nel Piano della Formazione Aziendale del 2020 un percorso formativo articolato composto da più corsi dedicati ai tanti aspetti della comunicazione con il cittadino, che potranno essere tenuti da personale interno ad ASUITs.

Comunicazione interna in caso di sciopero ed eventi imprevisti

La comunicazione interna è stata organizzata efficacemente per trattare con tempestività richieste periodiche da parte dei media. Nel caso in cui venga annunciato lo sciopero del personale aziendale, ne viene data preventiva comunicazione attraverso l’Ufficio Stampa e i canali web, il giorno dello sciopero gli uffici competenti forniscono all’Ufficio Stampa i dati di adesione alle ore 12 (parziali) e la mattina del giorno successivo (totali). Ciò consente di dare pronta evidenza ai media, che regolarmente richiedono questo dato.

Analogamente, in caso di eventi imprevisti come incidenti di vario tipo che implicano il ricovero del paziente, l’Ufficio Stampa contatta il referente della Direzione Medica di Presidio o il medico reperibile, che fornisce prontamente le informazioni del caso.

In situazioni di emergenza a forte ricaduta mediatica, eventi avversi, eventi sentinella, emergenze di carattere sanitario, maxi emergenze la Comunicazione, la Struttura Comunicazione, Relazioni Esterne aziendali, Ufficio stampa interviene nel sistema di allerta interno come previsto dalla procedura “Gestione delle Maxiemergenze” di ASUITS. Il Dirigente Medico Reperibile di Direzione Medica convoca l’unità di crisi, informa la Direzione aziendale su mandato del Direttore Sanitario, informando CREAUS e fornendo gli aggiornamenti successivi.

Le richieste che i giornalisti pongono all’Ufficio Stampa possono riguardare diversi temi, pertanto è fondamentale che sia sempre attiva un’ottima rete di contatti interni all’Azienda in modo tale che si riesca sempre a identificare il professionista che può meglio rispondere ai quesiti sui temi specifici, e che sia riconosciuta l’importanza del ruolo svolto dall’Ufficio Stampa.

In particolare si ritiene fondamentale e necessaria la ottima collaborazione tra i servizi coinvolti per la realizzazione di grandi eventi, conferenze stampa e manifestazioni.

Immagine coordinata aziendale

A seguito di una ricognizione dei loghi ancora esistenti su documenti, volantini, brochure e sito aziendale, è emerso che vengono utilizzati una quindicina di loghi non più autorizzati. Nel 2018 sono state emanate specifiche circolari a seguito delle quali verranno predisposti il “Regolamento per l’uso del logo aziendale” e il “Regolamento per la concessione del gratuito patrocinio” che confluiranno, in un secondo momento, nelle linee guida per l’immagine coordinata aziendale.

Rilevazione della soddisfazione degli utenti

L’indagine di *customer satisfaction* inerente alle attività di comunicazione e informazione al cittadino è un’attività fondamentale per il miglioramento della qualità e la risoluzione delle criticità e viene svolta in modo continuativo grazie alla presenza, in un unico Servizio, degli operatori che si occupano di URP, reclami, numero verde, sito internet, intranet, comunicazione esterna.

URP e numero verde sanità

URP e Numero Verde Sanità, rapportandosi quotidianamente con il cittadino, riescono a intercettare immediatamente le carenze di informazione, risolvendo in maniera proattiva piccoli disagi che potrebbero altrimenti dare luogo a reclami e segnalazioni. Il confronto quotidiano tra gli operatori a diretto contatto con il pubblico e quelli impegnati in attività di comunicazione permette di fornire le informazioni nel momento in cui sono necessarie e ottenere feedback immediato.

Canali web e social

ASUITs consente l'interazione tramite i social network Twitter e Facebook. L'utente riceve immediatamente una risposta automatizzata e successivamente, entro 48 ore, una risposta da parte degli operatori. La gestione dei social media lavora strettamente a contatto con gli operatori di URP e numero verde per fornire le risposte più appropriate. Va sottolineato che l'interazione su questi canali ha bisogno di moderazione e di impegno crescente proporzionale, anche nel monitoraggio, al numero di follower. ASUITs si è dotata nel 2018 di una Social Media Policy e si propone la formalizzazione di un Social Media Team, come già avviene nelle altre P.A. che utilizzano questo canale.

Focus group

A seguito del percorso formativo specifico sull'utilizzo di questo strumento, si propone di utilizzare i focus group per rilevare il risultato delle azioni di comunicazione intraprese.

Comunicazione al cittadino

Le iniziative di comunicazione dirette alla cittadinanza e ai suoi organismi rappresentativi avvengono attraverso i seguenti strumenti.

Conferenza dei Servizi

Incontro annuale dedicato ai cittadini e alle associazioni con lo scopo di illustrare i servizi aziendali e confrontarsi su possibili miglioramenti. L'incontro, che si svolge abitualmente nella prima parte dell'anno, costituisce un importante momento di ascolto dei bisogni delle persone volto al miglioramento dei Servizi.

Carta dei Servizi

Le carte dei Servizi vengono costantemente aggiornate e sono disponibili in forma digitale scaricabili in pdf dal sito internet aziendale e in formato cartaceo presso le singole Strutture.

ASUITs conta al momento una carta dei servizi generale e 46 Carte dei Servizi delle singole Strutture, per la quasi totalità ospedaliere, mentre le restanti sono in via di perfezionamento, tutte corrispondenti agli standard di certificazione Accreditation Canada, come attestato nel corso dell'Audit svoltosi a fine del 2018.

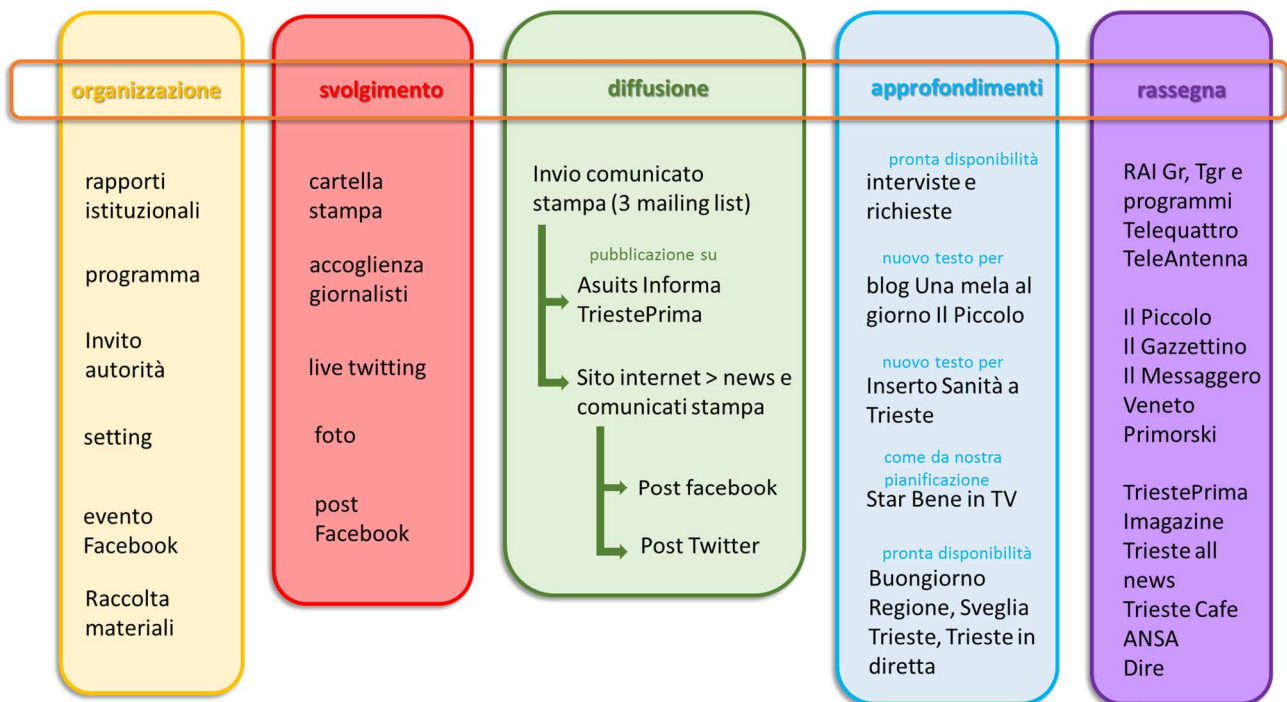
Ulteriore revisione, anche grafica, verrà effettuata una volta compiuta la riorganizzazione del sistema sanitario dell'area Giuliano-Isontina.

Comunicazione ai media

Diffusione dell'informazione

Come descritto nel report annuale e semestrale, ASUITs attua una strategia di **comunicazione integrata**. L'**Ufficio Stampa** organizza conferenze stampa e incontri di divulgazione delle iniziative di promozione della salute e tiene i rapporti con tutti gli organi di informazione locali e nazionali.

Viene data ampia diffusione dei comunicati stampa attraverso tutti i canali disponibili, adattando la forma testuale al mezzo utilizzato, come descritto nell'immagine sottostante.



Stati generali della comunicazione in sanità nell'area Giuliano-Isontina

Per proseguire la proficua collaborazione con gli operatori dell'informazione esterni all'azienda, anche per confrontarsi e impostare le linee condivise per la comunicazione della nuova Azienda Giulio Isontina, si prevede di organizzare un evento a carattere formativo sulla comunicazione in ambito sanitario che possa coinvolgere diversi ordini professionali sanitari e operatori dei media, come già avvenuto in passato. L'organizzazione dell'evento potrà essere effettuata nel 2019 per consentire di svolgere l'evento nella prima parte del 2020.

Comunicazione ai professionisti

Federsanità ANCI

Continua anche quest'anno l'invio di contributi per la pubblicazione "Sanità 4.0", nato come forum di discussione per le Aziende Sanitarie.

Comunicazione online

Sito internet aziendale

Nel corso del primo quadrimestre del 2019 verrà messo on line il nuovo sito internet di ASUITs. Il sito nuovo prevede alcune novità:

- Layout migliorato e strutturato secondo un'impostazione "mobile first", che lo rende facilmente accessibile a smartphone e tablet;
- Motore di ricerca più efficiente, che consente risultati più precisi nel reperimento di informazioni;
- Schede descrittive dei servizi più sintetiche, che raccolgono le informazioni principali delle strutture in una pagina unica, con eventuali snodi di approfondimento;
- Possibilità di raggruppamento delle informazioni per aree tematiche;
- Maggior interazione grazie alla possibilità di inserire elogi, segnalazioni e reclami direttamente on line.

Come è noto, il nuovo sito verrà posto on line durante un periodo che vedrà – presumibilmente – alcuni significativi mutamenti nell'assetto aziendale. Il sito, quindi, sarà da considerarsi come un elemento del sistema, caratterizzato da processi di miglioramento "in progress", nell'ottica di fornire contenuti sempre migliori e informazioni di accesso ai servizi sempre più chiare. A questo scopo sarà di primaria importanza l'interazione con tutte le strutture aziendali: si ritiene auspicabile l'individuazione – da parte dei responsabili delle varie strutture – di un **referente unico per i contenuti del sito internet**, responsabile del rapporto con la redazione web per quanto attiene le richieste di pubblicazione/integrazione/modifica dei contenuti.

Rete per la lingua slovena

ASUITs aderisce alla "Rete per la lingua slovena nella P.A. del Friuli Venezia Giulia" e partecipa al relativo bando che ha assegnato i finanziamenti per una o più risorse dedicate ad attività di traduzione per il triennio 2019-2021. ASUITs partecipa inoltre ai singoli progetti specifici promossi dalla Regione FVG per la lingua slovena (ad esempio per la traduzione delle Carte dei Servizi in lingua slovena).

Progetti pluriennali

ConTatto

ConTatto è un progetto dedicato al disagio giovanile, in collaborazione con il Comune di Trieste, Televita e Gruppo Pragma. Attraverso il portale www.contatto.me, recentemente rinnovato, i ragazzi possono trovare risposta ai problemi più frequenti quali ansia, depressione, difficoltà relazionali o relative all'alimentazione ed essere eventualmente indirizzati ai Servizi di ASUITs dagli operatori specializzati che rispondono al numero verde gratuito e sono presenti in chat. E' stato istituito un tavolo di lavoro per la diffusione del progetto e durante l'anno verrà predisposta una campagna pubblicitaria sia offline (piccoli volantini o biglietti da visita) sia online, per la maggior parte tramite post sponsorizzati altamente targettizzati sui social network. Oltre agli operatori di diversi Enti, il progetto comprende azioni di alternanza scuola lavoro, incontri nelle scuole e focus group.

Valutazione delle attività di comunicazione

Le attività di comunicazione potranno essere valutate tramite la somministrazione di un questionario interno ed eventualmente con l'utilizzo di focus group per quanto riguarda la comunicazione esterna.

Piano Editoriale

Temi rilevanti e programmazione regionale

Sono stati identificati alcuni temi rilevanti che occorrerà presidiare, in quanto oggetto di attenzione da parte dei media:

- **Fascicolo Sanitario Elettronico**, per il quale è in corso di predisposizione una campagna formativa dedicata agli operatori e di comunicazione su indicazione della Regione FVG e in collaborazione con Insiel;
- stato di attuazione dei lavori di riqualificazione del comprensorio ospedaliero di Cattinara;
- situazione del Pronto Soccorso;
- assunzioni di personale;
- donazioni di sangue;
- influenza;
- emergenza caldo;
- stato di attuazione della riforma sanitaria;
- nuove nomine dirigenziali
- ecc...

Alcuni appuntamenti del 2019

Febbraio

- Campagna “per il tuo cuore”
- Attività area emergenza per il Carnevale

Aprile

- Pneumo Trieste
- Trieste in movimento
- Prevenzione alcolologica
- Prevenzione zecche
- Bullismo

Maggio

- Bandi servizio civile
- Convegno Urologia
- Miramar Family
- Giornata internazionale ipertensione
- Giornata Mondiale donazione organi
- Giornata igiene mani
- Giornata nazionale contro ictus cerebrale
- Giornata del sollievo
- Giornata senza tabacco

Giugno

- Visite dermatologiche gratuite
- Prevenzione tumori maschili
- Convegno internazionale Salute Mentale
- Overnight
- Fuori percorso

Luglio

- Sensibilizzazione donazioni sangue

Agosto

- Iniziative di Lunga vita attiva

Settembre

- Congresso annuale Medicina Interna

- ONDA

Ottobre

- Prevenzione tumore al seno
- Obesity Day
- Giornata della Salute Mentale
- Barcolana
- Banca del Cuore (Truck Tour)

Novembre

- Campagna antinfluenzale
- Movember
- Giornate mediche triestine

Dicembre

- Sensibilizzazione HIV

Canali

Star Bene in Tv, Telequattro

La partecipazione viene pianificata con almeno un mese di anticipo e registrata su file excel assieme ad argomento della puntata e contatti. Viene redatto un testo sull'argomento oggetto della puntata e inviato ai giornalisti di Telequattro con almeno una settimana di anticipo.

OGNI VENERDÌ viene dato annuncio degli ospiti su Facebook e Twitter, tramite format fisso.

OGNI MERCOLEDÌ viene caricata su Youtube e su Facebook la puntata del venerdì precedente, inviata da Telequattro, e ne viene data notizia sui social.

Sanità a Trieste, inserto mensile, Il Piccolo

Da dicembre 2018 c'è la possibilità di scegliere la pubblicazione mensile di due pagine o la pubblicazione settimanale di un quarto di pagina. Gli argomenti e il taglio della pubblicazione per il 2019 deve essere concordato con la Direzione Generale sia per quanto riguarda i contenuti (programmazione) che per la veste grafica (uso di foto o infografiche).

Asuits Informa, banner e canale su TriestePrima

Per l'utilizzo di questo canale non è necessario un piano editoriale specifico, in quanto vengono pubblicati tutti i comunicati stampa e gli avvisi, corredati di immagini, abstract e tag.

Sono disponibili tre post sponsorizzati sulla pagina Facebook di TriestePrima da utilizzare per gli eventi più rilevanti.

Una mela al giorno, blog su Il Piccolo

Attualmente il blog è utilizzato per brevi approfondimenti, anche prevalentemente visivi, di temi o eventi che hanno già avuto rilevanza mediatica e offre un punto di vista più agile e informale.

Si propone di creare una sezione che descriva, in pillole e per mezzo di immagini e testimonianze degli operatori, le Strutture aziendali, per diminuire la diffidenza del cittadino che si appropria alle strutture aziendali per un problema di salute.

Twitter

Come descritto nella Social Media Policy, i tipi di post utilizzati attualmente sono: retweet di post istituzionali (mai di personaggi politici); live twitting in caso di eventi o conferenze stampa; informazioni di servizio; tweet che rimandano a news del sito aziendale o sul blog.

OGNI LUNEDÌ vengono postati gli orari delle #farmacie a #Trieste

OGNI MERCOLEDÌ vengono postati link al video della puntata di Star Bene in TV caricata su Youtube

OGNI VENERDÌ viene postato l'ospite a Star Bene in TV

OGNI MESE/SETTIMANA vengono postati gli argomenti trattati sull'insero Sanità a Trieste

Facebook

Facebook è il canale più utilizzato dagli utenti. Vengono creati post per eventi, slideshow e gallerie di immagini. I post comprendono informazioni di servizio, eventi, informazioni di carattere scientifico. I contenuti si differenziano leggermente da quelli di Twitter, poiché Facebook mette a disposizione più strumenti per differenziare i post e organizzare i contenuti. Tuttavia, il piano editoriale di base è sovrapponibile a quello usato su Twitter:

OGNI LUNEDÌ vengono postati gli orari delle #farmacie a #Trieste

OGNI MERCOLEDÌ viene caricato il video della puntata di Star Bene in TV

OGNI VENERDÌ viene postato l'ospite a Star Bene in TV

OGNI MESE/SETTIMANA vengono postati gli argomenti trattati sull'insero Sanità a Trieste

Youtube

Youtube costituisce attualmente una sorta di archivio delle puntate di Star Bene in TV. Il canale può essere maggiormente valorizzato con l'aggiunta di playlist mutate da altri canali, ad esempio tramite la condivisione dei servizi Tg di Telequattro, che è attivamente presente su questa piattaforma. Da valutare anche la possibilità di effettuare

dirette streaming delle conferenze stampa o produrre brevi video-interviste, compatibilmente con la presenza di mezzi e personale adeguato.

Elenco firmatari

ATTO SOTTOSCRITTO DIGITALMENTE AI SENSI DEL D.P.R. 445/2000 E DEL D.LGS. 82/2005 E SUCCESSIVE MODIFICHE E INTEGRAZIONI

Questo documento è stato firmato da:

NOME: ADELE MAGGIORE

CODICE FISCALE: MGGDLA54D55B428P

DATA FIRMA: 27/02/2019 12:21:31

IMPRONTA: 9DDA9DE4C4F5A93B740E9B3BE897C7B82686E961B9B1AF203E1ED24D304362BB
2686E961B9B1AF203E1ED24D304362BBA665D5A99C4F95FD7E758D53D4481EFA
A665D5A99C4F95FD7E758D53D4481EFA3B7E4CFFB002CA2C8B5A51D410E5E4B8
3B7E4CFFB002CA2C8B5A51D410E5E4B8C44821914C07834A4DE0DE1B8AA5E499

NOME: FRANCO SINIGOJ

CODICE FISCALE: SNGFNC56B14L424X

DATA FIRMA: 27/02/2019 12:50:46

IMPRONTA: 15F859439A7F3C4A93E8421CBC0697CA7BFEBDCB3F1DBEA0494A3482C331282D
7BFEBDCB3F1DBEA0494A3482C331282D875B703A659975326BE8E9A23C44AA0F
875B703A659975326BE8E9A23C44AA0FB1F9AAB290C7EA699E147115EB24A236
B1F9AAB290C7EA699E147115EB24A236246C234B5FB32CE4958D680FFC20174C

NOME: ANTONIO POGGIANA

CODICE FISCALE: PGGNTN64M30C743F

DATA FIRMA: 27/02/2019 13:14:32

IMPRONTA: 20B2337C8E88EE38D3E10C47370FE8684395C53ABA7CE57495A39B1952458BB2
4395C53ABA7CE57495A39B1952458BB2D07612F7F367F34D831BABD6873FAC4E
D07612F7F367F34D831BABD6873FAC4E4E947062E75EE69FCF112D540CE952C5
4E947062E75EE69FCF112D540CE952C5CB838CBB51364D6D0C331F5EB7B44072

NOME: MARA PELLIZZARI

CODICE FISCALE: PLLMRA61H53G284H

DATA FIRMA: 27/02/2019 15:15:23

IMPRONTA: 28C2B9FCA117AE0430A1B5FD0B6CD0C3A362F925A7227E0FA2D877E334697C99
A362F925A7227E0FA2D877E334697C992025C5935EA5426CDFC9BA0EFBFE405C
2025C5935EA5426CDFC9BA0EFBFE405CD2C6AF5330EB3815CD5E2D5B6ACF45E2
D2C6AF5330EB3815CD5E2D5B6ACF45E215C5C55A5B8A922DB302074DF391A424