

REGIONE DEL VENETO



ULSS7  
PEDEMONTANA

Via dei Lotti, n. 40  
36061 Bassano del Grappa (VI)  
Codice fiscale e partita IVA 00913430245

N. 2356 DEL 19/12/2025

DELIBERAZIONE  
del

## ***DIRETTORE GENERALE***

Nominato con D.P.G.R. n. 13 del 26/02/2024

Coadiuvato dai sigg.:

DIRETTORE AMMINISTRATIVO

dott.ssa MICHELA CONTE

DIRETTORE SANITARIO

dr. ANTONIO DI CAPRIO

DIRETTORE DEI SERVIZI SOCIO – SANITARI

dott. EDDI FREZZA

OGGETTO: UFFICIO RELAZIONI CON IL PUBBLICO E COMUNICAZIONE - ADOZIONE  
PIANO DELLA COMUNICAZIONE ANNO 2026

IL DIRETTORE GENERALE  
DELL'AZIENDA ULSS 7 PEDEMONTANA  
dott. Carlo Bramezza

*Documento informatico firmato digitalmente ai sensi del D. Lgs n. 82/2005, del T.U. n. 445/2000 e norme collegate, il quale  
sostituisce il documento cartaceo e la firma autografa; il documento informatico è conservato digitalmente negli archivi  
informatici dell'Azienda.*

Proponente: DIREZIONE SANITARIA  
Anno Proposta: 2025    Numero Proposta: 2353/25

*Il titolare incarico di funzione organizzativa “Ufficio Relazioni con il pubblico e Comunicazione”, Responsabile del procedimento, attesta che la presente proposta di deliberazione è stata regolarmente istruita nel rispetto della vigente normativa nazionale, regionale e regolamentare: f.to Mariateresa Bordin*

---

Il titolare incarico di funzione organizzativa “Ufficio Relazioni con il pubblico e Comunicazione”, responsabile del procedimento, riferisce quanto di seguito.

Premesso che la Legge n. 150/2000 disciplina le attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni individuandone le seguenti finalità:

- a) illustrare e favorire la conoscenza delle disposizioni normative, al fine di facilitarne l'applicazione;
- b) illustrare le attività delle istituzioni e il loro funzionamento;
- c) favorire l'accesso ai servizi pubblici, promuovendone la conoscenza;
- d) promuovere conoscenze allargate e approfondite su temi di rilevante interesse pubblico e sociale;
- e) favorire processi interni di semplificazione delle procedure e di modernizzazione degli apparati nonché la conoscenza dell'avvio e del percorso dei procedimenti amministrativi;
- f) promuovere l'immagine delle amministrazioni, nonché quella dell'Italia, in Europa e nel mondo, conferendo conoscenza e visibilità ad eventi d'importanza locale, regionale, nazionale ed internazionale;

Dato atto che con Delibera del Direttore Generale n. 779/2022 di approvazione del regolamento del sito aziendale è stato definito anche il modello organizzativo per la comunicazione aziendale;

Preso atto che l'attuale attività di comunicazione delle iniziative dell'ULSS7 Pedemontana avviene principalmente tramite canali tv, stampa e social per la comunicazione esterna (sito web, comunicati stampa, rubrica e pubblicità televisiva, stampa locale, social media) e tramite intranet e Angolo del Dipendente per la comunicazione interna;

Dato atto che il Direttore Generale ha individuato i seguenti obiettivi strategici di sviluppo per la comunicazione aziendale per il 2026:

1. tempestività informativa;
2. conoscenza nuova organizzazione dei servizi previsti dal D.M. 77/2022;
3. partecipazione a progetti strategici a valenza regionale (es. Fascicolo Sanitario Elettronico);

dando mandato all'Ufficio Comunicazione di redigere il Piano di Comunicazione aziendale 2026, con evidenza dei costi previsti;

Tutto ciò premesso, si propone di adottare, per le motivazioni espresse in premessa e qui integralmente richiamate, il Piano della Comunicazione 2026 e dei relativi costi previsti, il cui testo, allegato al presente provvedimento, ne forma parte integrante e sostanziale.

#### IL DIRETTORE GENERALE

Vista la relazione e la proposta del Responsabile del procedimento;

Dato atto che il Responsabile del servizio competente ha attestato l'avvenuta regolare istruttoria della pratica, in ordine alla compatibilità con la vigente legislazione statale, regionale e regolamentare;

Acquisito il parere favorevole dei Direttori Amministrativo, Sanitario e dei Servizi Socio Sanitari, per quanto di rispettiva competenza.

#### DELIBERA

1. di adottare il Piano della Comunicazione 2026 con i relativi costi previsti, il cui testo, allegato al presente provvedimento, ne forma parte integrante e sostanziale;

2. di incaricare l'Ufficio Comunicazione (referente dott.ssa Mariateresa Bordin, titolare incarico di funzione organizzativa "Ufficio Relazioni con il pubblico e Comunicazione") di dare attuazione al piano e garantire la più ampia diffusione dello stesso;
3. di dare atto che la presente deliberazione viene pubblicata all'albo del sito istituzionale dell'Azienda per 10 gg. continuativi, inviata contestualmente al Collegio Sindacale e diventa esecutiva il giorno stesso della sua pubblicazione, come da norma regolamentare approvata con deliberazione n. 1386 del 22/7/2022.

# PIANO COMUNICAZIONE 2026

A cura dell'Ufficio Comunicazione

## Introduzione

Il presente Piano della Comunicazione per l'anno 2026 è redatto in piena aderenza ai principi della Legge 150/2000 – "Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni" – secondo la quale la comunicazione rappresenta uno strumento fondamentale per realizzare una pubblica amministrazione aperta, trasparente e al servizio del cittadino.

I principi cardine della legge, che ispirano e guidano ogni attività descritta in questo documento, sono:

1. **Trasparenza e Diritto all'Informazione:** La comunicazione è finalizzata a garantire il diritto dei cittadini a essere informati sull'operato dell'Azienda, sulle prestazioni erogate, sui servizi disponibili e sulle scelte amministrative. Questo principio si traduce nell'impegno a divulgare dati, rendiconti e informazioni in modo chiaro, tempestivo e accessibile a tutti.
2. **Collaborazione e Partecipazione:** La comunicazione è concepita come un processo bidirezionale, non una mera diffusione top-down di notizie. L'Azienda si impegna a promuovere forme di ascolto, dialogo e partecipazione con la comunità di riferimento, i pazienti, i loro familiari e tutti i portatori di interesse.
3. **Efficienza ed Efficacia:** Le attività di comunicazione sono pianificate e realizzate secondo logiche di economicità, valutazione dei risultati e ottimizzazione delle risorse. Ogni azione è progettata per raggiungere obiettivi precisi e misurabili, contribuendo al miglioramento continuo della qualità dei servizi e della patient experience. Comunicare in modo corretto, trasparente ed empatico significa costruire e mantenere un rapporto di fiducia con la comunità, oltre che promuovere la tutela della salute ponendo il cittadino-paziente al centro di ogni iniziativa.

## Destinatari della Comunicazione

L'identificazione degli interlocutori rappresenta la base fondante del Piano della Comunicazione. Definire con precisione i destinatari della comunicazione aziendale è fondamentale per elaborare messaggi mirati e selezionare i canali più idonei alla loro diffusione.

La comunicazione di un' Azienda Sanitaria può essere rivolta all'esterno (alla cittadinanza, agli organi di informazione, agli enti e istituzioni pubbliche, alle associazioni di volontariato e organismi di tutela, alle imprese) ma anche al proprio interno (al personale dipendente e ai liberi professionisti in convenzione).

Per ciascuna di queste tipologie di destinatari, l'approccio comunicativo dovrà essere declinato in termini di canali, contenuti e toni comunicativi, al fine di instaurare relazioni funzionali ed efficaci, improntate al dialogo e finalizzate all'acquisizione di feedback costanti.

## Le aree di intervento e gli obiettivi generali del Piano

La conoscenza dei destinatari permette di definire le macro-aree di intervento del Piano, a ciascuna delle quali viene assegnato un obiettivo generale per orientare la programmazione.

### **1. Comunicazione rivolta all'esterno**

#### **a. Comunicazione sociale e promozione della salute**

Obiettivo generale: Sensibilizzare la comunità e promuovere stili di vita sani, sostenendo attivamente campagne di prevenzione e iniziative sul territorio.

#### **b. Reputazione aziendale**

Obiettivo generale: Consolidare e valorizzare l'immagine dell'Azienda come istituzione affidabile, trasparente e di riferimento, basata su risultati e competenze.

#### **c. Progetti strategici aziendali**

Obiettivo generale: governare la comunicazione al servizio dei progetti strategici aziendali.

### **2. Comunicazione rivolta all'interno**

Obiettivo generale: favorire la coesione e un clima di fiducia tra l'Azienda e i suoi collaboratori

## Mezzi di comunicazione aziendali

La comunicazione esterna delle attività e delle iniziative della ULSS7 Pedemontana viene attualmente veicolata attraverso i seguenti canali:

- Sito web aziendale
- Account social media (Facebook, Instagram)
- Comunicati stampa e conferenze stampa
- Rubrica “Al centro la Salute” su TVA (con cadenza settimanale il martedì)
- Insero sul Giornale di Vicenza (con cadenza mensile)
- Rassegna stampa telematica
- Pubblicità tramite Reti Televisive Locali (es. campagne di prevenzione)

La comunicazione interna delle attività e delle iniziative della ULSS7 Pedemontana viene attualmente veicolata attraverso i seguenti canali:

- Intranet aziendale
- Angolo del Dipendente
- Mail Aziendale

## Strategia

Le strategie di comunicazione rappresentano il ponte fondamentale tra gli obiettivi definiti e le azioni concrete.

Per il conseguimento degli obiettivi, si rende necessario potenziare la qualità dei contenuti multimediali destinati ai canali di comunicazione mediante:

- l’acquisizione di dispositivi più efficienti, per la creazione di contenuti ad alto impatto visivo (software Canva, attrezzatura per la realizzazione di foto e video);
- la formazione del personale afferente all’Ufficio Comunicazione all’utilizzo degli strumenti.

Il piano d’azione prevede le seguenti attività:

- modifiche al Sito Aziendale, per rendere l’accesso più intuitivo e permettere una maggiore fruibilità;
- campagne di comunicazione aziendali su specifiche tematiche:

- Interventi legati al PNRR (Case della Comunità, Ospedali di Comunità)
  - Punto Unico d'Accesso (PUA);
  - Servizi Online: servizi digitali dell'Azienda che aumentino la soddisfazione degli utenti, riducendo il carico di lavoro del front-office e consolidando l'immagine di un'istituzione moderna, trasparente e al servizio della comunità;
  - Progetti Finanziati: iniziative formative, culturali e di divulgazione, progettate e realizzate dai vari servizi dell'Azienda, resi possibili grazie a fondi pubblici o privati, programmate sulla base dei bisogni socio-sanitari degli utenti.
- supporto alle campagne di comunicazione regionali su specifiche tematiche:
    - 116117
    - Fascicolo Sanitario Elettronico (FSE)
    - Campagne di prevenzione (vaccinali e di screening)
- diffusione degli esiti dell'indagine di clima organizzativo prevista per il 2026 e la comunicazione delle eventuali azioni di miglioramento che l'azienda metterà in atto a seguito di quanto emergerà dall'indagine.

## Progetti regionali legati ad obiettivi del Direttore Generale.

- Diffusione dell'utilizzo del Fascicolo Sanitario Elettronico (FSE)
- Aggiornamento Carte dei Servizi

Entrambe le attività, che rientrano tra gli obiettivi del Direttore Generale, sono svolte in collaborazione con i Sistemi Informativi in quanto prevedono l'implementazione del Portale Regionale.

## Piano Editoriale

Il **Piano Editoriale (PE)** rappresenta lo strumento operativo fondamentale per l'organizzazione e la programmazione della pubblicazione di contenuti, siano essi quelli di un blog, un sito aziendale, una newsletter, dei profili social, ...

Il Piano Editoriale utilizzato dall'Ufficio Comunicazione è annuale e organizzato in trimestri, per favorire il monitoraggio e la rendicontazione delle attività svolte.

Il Piano Editoriale combina due diverse modalità di programmazione:

- **Programmazione statica:** permette di pianificare in anticipo la pubblicazione di contenuti ricorrenti e prevedibili (es. campagne vaccinali o di screening periodiche)
- **Programmazione dinamica:** legata a contenuti tempestivi, reattivi a eventi emergenti, notizie di attualità, opportunità non prevedibili e risposte a emergenze sanitarie.

Mezzo	Attività	Periodo contrattuale	2025 (iva inclusa)	2026 (iva inclusa)	2026(iva inclusa) FINANZIATI	Note 2026	2026 - 2025
LP	Esperto eventi	21/12/2023 - 31/03/2026			3.000,00	Proroga di 3 mesi	
	Social Media Manager	15/05/2024 - 14/05/2026			28.000,00		
LP totale					31.000,00		
Stampa	Addetto Stampa	08/01/2025 - 07/01/2026	27.406,08	34.989,60			7.583,52
	Rassegna stampa telematica +10 licenze comprese	03/02/2025 - 02/02/2026	7.686,00	7.686,00			0,00
	Giornale	01/04/2025 - 31/03/2026	24.400,00	24.400,00			0,00
Stampa totale			59.492,08	67.075,60			7.583,52
TV	Rubrica TV	01/01/2026 - 31/12/2026	42.700,00	34.160,00		50 puntate (contratto 1+1)	-8.540,00
	Campagna FSE	01/01/2026 - 31/03/2026			24.400,00		
TV Totale			42.700,00	34.160,00	24.400,00		-8.540,00
TOTALE			102.192,08	101.235,60	55.400,00		-956,48
Ricavi da Pubblicità	Concessione della Gestione degli spazi pubblicitari	01/04/2023 - 31/03/2027	28.000,00	28.000,00		la concessione prevede: - 28000 €/anno - royalties sul fatturato annuo dichiarato pari al 45%	0,00