

PROGETTO PRELIMINARE

“OCCASIONI E STRUMENTI PER IL POTENZIAMENTO DELLE STRATEGIE E DEGLI INTERVENTI DI PROMOZIONE DELLA SALUTE DELLA ATS MILANO CITTÀ METROPOLITANA”

Il Progetto “Occasioni e Strumenti per il potenziamento delle strategie e degli interventi di promozione della salute della ATS Milano Città Metropolitana” (d’ora in poi “il Progetto”) si articola nelle seguenti aree di intervento:

- 1 -Promozione della Salute e Social media- Sperimentazione di modalità innovative di utilizzo delle potenzialità dei principali social (con particolare riferimento a Instagram e Tiktok,) per promuovere l’adozione di specifici comportamenti di salute (ad es. adesione alle campagne vaccinali o di screening) nella popolazione generale, nonché per puntare a target mirati di popolazione (ad es. categorie svantaggiate o poco sensibili ai temi di interesse).
- 2 - Realizzazione di un percorso laboratoriale di Ricerca-formazione-intervento finalizzato alla progettazione esecutiva del concept-format comunicazionale “ATS Health Promotion Corner“, che caratterizzi in modo omogeneo e coerente la presenza territoriale e la rilevanza social-mediatica della ATS/SC Promozione Salute nei setting di intervento (scuola, luoghi di lavoro, comunità locali ecc.), in occasione di iniziative (convegnistica di settore, fiere, mostre, rassegne, ecc.) e di momenti pubblici (Sagre, feste territoriali) rivolti alla cittadinanza e/o co-organizzati.

Il Progetto – della durata prevista di 18 mesi - si inserisce nella cornice metodologica e strategica in tema di Comunicazione e Marketing sociale definita nel pgf. 1.7 del Piano Integrato Locale per la Promozione della Salute e la prevenzione dei fattori di rischio comportamentali (allegato A alla deliberazione ATS n. 194 del 24.02.2023) che si riporta di seguito integralmente:

1.7 Comunicazione e Marketing sociale

La comunicazione per la salute rappresenta una leva strategica delle politiche di Tutela della Salute di ATS. Il Piano Nazionale Prevenzione 2020-2025 (PNP), in linea con il Piano Sanitario Nazionale e con il Rapporto Salute 2020, evidenzia l’importanza di:

- *ridurre le disuguaglianze;*
- *agevolare la partecipazione dei cittadini ai processi che riguardano la propria salute;*
- *favorire le modifiche di norme sociali;*
- *sostenere l’accesso e l’adesione ai programmi di prevenzione e di cura presenti nel proprio territorio;*
- *coinvolgere attivamente il cittadino;*
- *stimolare e rendere efficaci il confronto e lo scambio di buone prassi, dati, informazioni e linee di lavoro.*

D’altro canto, l’azione di promozione della salute deve raggiungere le persone nei loro contesti di vita: le persone stanno sempre più abitando in luoghi virtuali, è necessario continuare a promuovere politiche di prevenzione e d’informazione capaci di integrare, interagire e codificare i messaggi di salute con i nuovi linguaggi digitali. Per muoversi in questa direzione gli stakeholder della salute devono sfruttare la strategia comunicativa per condividere il loro sapere con gli altri attori presenti sul territorio. Gli interlocutori di questo processo sono molti e diversi in base agli obiettivi che si vogliono raggiungere: popolazione generale o specifici target di popolazione a rischio, operatori sanitari o policy-maker. I destinatari della comunicazione diventano i protagonisti attivi e consapevoli della strategia comunicativa creando un percorso di costruzione

sociale della salute partecipato in quanto condiviso. La SC Promozione Salute in collaborazione con SC Coordinamento Servizi di Supporto al Cittadino- SS Comunicazione, URP e Uff. Stampa è impegnata nel percorso progettuale per aggiornare la propria presenza online. Da questa cooperazione si sviluppa la logica condivisa che ha permesso l'elaborazione dei messaggi di salute mirati in linea con gli obiettivi strategici dell'Agenzia. In quest'ottica si inserisce anche il rinnovamento delle pagine dedicate alla Promozione della Salute all'interno del progetto del nuovo sito di ATS in corso di elaborazione.

Con queste finalità la comunicazione deve delinearli come un'azione strategica che faciliti la creazione e l'implementazione delle reti istituzionali e allo stesso tempo la collaborazione tra le organizzazioni sanitarie e non sanitarie su focus di intervento comuni e il dialogo con i cittadini.

In questa prospettiva, il 2023 rappresenterà un anno di riprogettazione e di rilancio dell'azione di comunicazione e marketing sociale nell'area Stili di vita per la prevenzione e Promozione della Salute.

Anche con la finalizzazione di specifiche risorse professionali, strutturali ed economiche, ATS promuoverà per il tramite della SC Promozione Salute alcuni progetti mirati:

Promozione della Salute e Social

Sperimentazione di modalità sperimentali di utilizzo delle potenzialità dei principali social (con attenzione specifica a tiktok) per raggiungere target mirati di popolazione e/o per promuovere l'adozione di specifici comportamenti di salute (ad es. adesione alle campagne vaccinali o di screening) da parte di categorie svantaggiate o poco sensibili.

Health Literacy, Equità e Promozione della Salute

Sperimentazione dell'integrazione fra le strategie di promozione della salute, i programmi di intervento preventivo, la definizione dei profili di salute delle comunità, i processi di stratificazione della popolazione, in modo da migliorare la qualità della programmazione di settore, a vantaggio del migliore utilizzo delle risorse (scarse) disponibili, con particolare attenzione all'equità (un esempio già definito è rappresentato dal Progetto "Promozione della Vaccinazione Antinfluenzale tra Adulti Residenti nel Nucleo di Identità Locale 28, attraverso l'applicazione della "Precision Public Health Campaign Framework")

Laboratori e Art Up

Realizzazione, nell'ambito della consolidata collaborazione in atto con Istituto Europeo di Design di Milano, di Laboratori e Workshop finalizzati allo sviluppo di strumenti di comunicazione diversificati, volti a valorizzare i servizi e i programmi di promozione della salute e prevenzione di ATS incentivando l'utilizzo di metodologie e strumenti innovativi per il monitoraggio dello stato di salute, l'aumento dell'interazione e dell'engagement con gli abitanti dei Distretti del territorio

ATS Health Promotion Corner

Progettazione del concept-format comunicazionale che caratterizzi in modo omogeneo e coerente la presenza della ATS/SC Promozione Salute nei setting di intervento (scuola, luoghi di lavoro, comunità locali ecc.), in occasione di iniziative (convegnistica di settore, fiere, mostre, rassegne, ecc.) e di momenti pubblici (Sagre, feste territoriali) rivolti alla cittadinanza e/o co-organizzati.

Mediante la costituzione di un team multiprofessionale ad hoc in seno alla SC Promozione Salute, l'interazione stabile con la SC Coordinamento Servizi di Supporto al Cittadino e la collaborazione con Soggetti del Terzo settore già attivi nel campo (mediante l'avvio di un apposito processo di co-progettazione) sarà sviluppato un concept-format, caratterizzato da elevata riconoscibilità, bassi costi di installazione e gestione, alta possibilità di replicazione e personalizzazione in relazione ai target e setting di volta in volta individuati.

Health literacy nel setting scolastico

In linea con quanto già esplicitato, alla luce dell'emergenza COVID e del suo impatto psicologico sulla popolazione, in continuità con le azioni avviate fin dal 2020, nel 2023 sarà ulteriormente implementato il processo di costruzione di una strategia di comunicazione sociale finalizzata a sensibilizzare l'intera popolazione sull'importanza di non ridurre le azioni preventive volte alla tutela di sé e degli altri.

Iniziative educational rivolte al grande pubblico

Accanto alle già consolidate attività di pubblicistica tecnico scientifica sviluppate dalla ATS a supporto dello sviluppo dei diversi Programmi preventivi (ad es. edizione italiana dei Sussidi didattici LST Lombardia e Unplugged Lombardia), saranno sviluppate iniziative (mostre didattiche, seminari pubblici, incontri rivolti alla popolazione) finalizzate alla sensibilizzazione e alla corretta informazione della popolazione.

Fra queste, sarà curato il riallestimento a Milano e Lodi della Mostra “Bandiera Gialla – Le epidemie e le cure nella storia, nella scienza, nell’arte”, ideata e promossa dall’Università di Torino.

Portale www.ats-milano.it

Nel corso del 2023, a partire dalla pubblicazione della nuova Carta dei Servizi di ATS, rinnovata nella forma e nelle modalità di accesso dell’utenza agli specifici contenuti tematici, saranno completamente riorganizzati i contenuti della sezione “Promozione della Salute” del portale www.ats-milano.it. Ciò permetterà, tra l’altro di razionalizzare la produzione e la pubblicazione di contenuti a cura delle SC Promozione della Salute e SC Servizio regionale di supporto ai Piani e Programmi di Promozione della Salute e alle attività di Documentazione sulla Salute, e di conseguenza fra quelli pubblicati da ATS e quelli resi disponibili da UO Prevenzione di DG Welfare attraverso il portale web www.promozionesalute.regione.lombardia.it

Le due direzioni verso cui si sviluppa la comunicazione della salute sono quella sanitaria con i dati sullo stato di salute della popolazione e quella per la prevenzione e la promozione della salute, entrambe con l’obiettivo di promuovere l’empowerment delle persone e di supportare e indirizzare decisioni politiche a favore della salute.

La prima si finalizza nella mappatura e nella diffusione delle opportunità di salute presenti sul territorio, mentre la seconda produce e condivide conoscenze sui problemi di salute socialmente rilevanti all’interno della comunità di riferimento.

Per aumentare la visibilità della Promozione della Salute, inserendo in un’ottica sistemica i contenuti online in tema di prevenzione, è necessario rendere più fruibile l’esperienza di navigazione agli utenti, che siano essi cittadini o amministratori e associazioni del Terzo settore. Le pagine tematiche del sito ATS dedicate alla promozione della salute hanno lo scopo di diventare il punto di riferimento delle politiche di prevenzione e promozione della salute di fronte a tutti gli stakeholder, creando un flusso di comunicazione costante, completo e accessibile.

Un progetto così delineato si declina concretamente in menù semplificati che permettono la consultazione delle diverse aree di lavoro di SC Promozione Salute nella comunità, nella scuola e nell’azienda, promuovendo allo stesso tempo specifiche call to action in linea con gli obiettivi che si vogliono ottenere.

Il Marketing Sociale mira a risolvere un problema d’interesse collettivo attraverso il cambiamento di comportamenti individuali e/o di gruppo, prospettando l’interconnessione dei benefici individuali di interesse collettivo con i benefici sociali derivanti da comportamenti individuali. È lo strumento principale per declinare sul piano operativo la strategia comunicativa.

Questo si avvale dei principi e delle tecniche del Marketing tradizionale ma con la finalità di influenzare un gruppo target ad accettare, rifiutare, modificare o abbandonare un comportamento in modo volontario.

Gli strumenti

L’emergenza Covid-19 ha accelerato la diffusione e l’utilizzo di strumenti tecnologici per la comunicazione ed ha avviato ampie trasformazioni comunicative e relazionali nelle comunità.

Le politiche di distanziamento fisico hanno reso evidente anche a tutte le organizzazioni che operano nella promozione della salute la necessità di implementare e considerare nello specifico le forme e le metodologie comunicative digitali non più come residuali bensì come azioni da progettare e da strutturare.

Le strategie di promozione della salute devono evolvere adattandosi ai cambiamenti della nostra società, reinventando di continuo strumenti e registri di comunicazione per poter parlare in modo efficace alla collettività.

Si tratta di progettare la comunicazione per la promozione della salute verso un progetto narrativo comune e coerente, che coniughi gli obiettivi ai nuovi strumenti e in modo integrato e intersettoriale con le diverse voci e linguaggi della rete, con il superamento delle logiche di frammentazione e di autoreferenzialità delle diverse agenzie in una visione olistica dell’individuo e del benessere.

In questa prospettiva giocano un ruolo cruciale i già citati Accordi/Protocolli di collaborazione; con questi protocolli si condividono accordi operativi finalizzati ad attuare azioni mirate a oggetti e soggetti di lavoro di competenza comune ma soprattutto si stringono alleanze fondamentali per la diffusione online delle stesse.

Per quanto riguarda la Prevenzione e il contrasto al gioco d'azzardo, in particolare rispetto all'obiettivo specifico 1.1- Promuovere conoscenze, competenze e consapevolezza mediante opportunità di comunicazioni "protette", di informazione agli EELL, ecc in attesa del perfezionamento della strategia delineata nelle pagine precedenti, si è proceduto con:

- Produzione di materiale informativo mirato e aggiornato sull'offerta di Sportelli e Servizi per la diagnosi, la cura del gioco d'azzardo presenti sul territorio di ATS. La comunicazione è pertanto coordinata, di facile aggiornamento, permette l'accesso da parte della popolazione a informazioni corrette, riconoscibili e uniformi relativamente alla rete dei servizi di aiuto messa in campo a livello regionale.*
- Aggiornamento periodico, a cadenza settimanale, della sezione relativa al Gioco d'azzardo Patologico presente sul sito di ATS. In sinergia con SS Comunicazione, URP e Ufficio stampa, nella logica della comunicazione efficace per la promozione del benessere, altri dipartimenti ATS hanno avviato lo sviluppo della comunicazione digitale e di strumenti per agevolare l'accesso alle informazioni, alle prestazioni e ai servizi sociosanitari rivolti alla popolazione e ai Servizi, riguardo i bisogni di salute emergenti ed attuali e per la promozione del benessere. Secondo una logica di strategia di comunicazione efficace sono stati sviluppati strumenti dedicati e personalizzati per linguaggio, per target di età e tematica, al di fuori della piattaforma istituzionale necessariamente più generali.*

In questa cornice, la Proposta progettuale si articolerà in due filoni di attività:

1 - Promozione della Salute e Social media

La proposta progettuale dovrà prevedere la realizzazione nel periodo oggetto del presente Avviso – di modalità innovative di utilizzo delle potenzialità dei principali social (con particolare riferimento a Instagram e Tiktok,) per promuovere l'adozione di specifici comportamenti di salute (ad es. adesione alle campagne vaccinali o di screening) nella popolazione generale, nonché per puntare a target mirati di popolazione (ad es. categorie svantaggiate o poco sensibili ai temi di interesse), in coerenza con quanto previsto e specificato nel Piano Regionale Prevenzione 2020-2025 di Regione Lombardia e nel Piano Locale Promozione della Salute dell'ATS di Milano, ed in particolare

OBIETTIVO SPECIFICO	AZIONI	INDICATORI
Ideazione, realizzazione e disseminazione di un piano di comunicazione social (con particolare riferimento a Instagram e Tik tok) finalizzato a raggiungere la popolazione generale per promuovere l'adozione di specifici comportamenti di salute (ad es. stili di vita salutari, adozione di comportamenti protettivi adesione alle campagne vaccinali o di screening ecc.), nonché target mirati di popolazione (ad es. categorie svantaggiate o poco sensibili ai temi di interesse).	<p>Collaborare con la SC Servizio Regionale Supporto Piani e Programmi di Promozione della Salute e Documentazione della Salute della ATS di Milano al fine di</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizzare un Piano di comunicazione social integrato con i programmi preventivi implementati nei diversi ambiti di intervento (scuola, luoghi di lavoro, comunità locali, setting sociosanitario ecc.) • Individuare specifici target di popolazione svantaggiate e definire piani mirati di comunicazione social 	<p>Costituzione di un gruppo di lavoro multiprofessionale integrato ATS – ETS per l'attuazione del progetto</p> <p>Articolazione del Piano editoriale digitale in coerenza con programmazione PIL entro 30 giorni dall'avvio del progetto</p> <p>Definizione delle modalità/strumenti/meccanismi organizzativi utili alla periodica ridefinizione del Piano editoriale digitale anche sulla base dell'analisi dei feedback dei target</p> <p>Progettazione, realizzazione di almeno 2 contenuti social/mese (per un totale di almeno 36 nei 18 mesi di progetto)</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • Concettualizzare e allestire un set “riconoscibile” del progetto, utilizzabile per la realizzazione delle produzioni video, e per la realizzazione di iniziative/eventi rivolti alla popolazione e/o a Organizzazioni attive sul territorio • diffondere i contenuti social <p>In partnership con ATS, nell’ambito della cornice programmatica PIL:</p> <ul style="list-style-type: none"> • raccogliere e analizzare i feedback da parte dell’utenza social • realizzare iniziative di formazione delle figure di sistema e dirigenti dell’Agenzia relativamente a linguaggi e potenzialità dei social, utili al rafforzamento delle strategie e delle iniziative di promozione della salute/prevenzione 	<p>Realizzazione di uno Studio di fattibilità entro 90 giorni dall’avvio del progetto</p> <p>Definizione delle modalità di condivisione dei contenuti dei feedback per la successiva analisi</p> <p>Realizzazione di almeno 2 eventi formativi entro la scadenza del progetto</p>
--	--	---

2 - ATS Health Promotion Corner

La proposta progettuale dovrà prevedere la progettazione e la realizzazione di un percorso laboratoriale di Ricerca-formazione-intervento che, coinvolgendo attivamente la direzione strategica, dirigenti e operatori di ATS Milano (ed eventuali figure con analoghi ruoli delle ASST e degli Ambiti Sociali), approfondisca linguaggi e potenzialità dei social media, in quanto strumenti utili al rafforzamento – attraverso l’opportuna integrazione fra la presenza territoriale e la rilevanza social-mediatica - delle Strategie e delle iniziative di Promozione della Salute/Prevenzione del SSR (con particolare riguardo alle aree di intervento presidiate dalla SC Promozione Salute e dalla SC Servizio Regionale Supporto Piani e Programmi di Promozione della Salute).

Il processo dovrà essere finalizzato alla progettazione esecutiva del concept-format comunicazionale “ATS Health Promotion Corner “. Tale format dovrà contribuire a caratterizzare in modo omogeneo e coerente l’immagine della ATS nei setting di intervento (Scuole, luoghi di Lavoro, comunità locali, servizi sociosanitari), in occasione di Iniziative a tema (convegnistica di settore, fiere, mostre, rassegne ecc.) e di Eventi pubblici (sagre, feste territoriali ecc.) rivolti alla cittadinanza.

La proposta progettuale dovrà essere declinata in coerenza con quanto previsto e specificato nel Piano Regionale Prevenzione 2020-2025 di Regione Lombardia e nel Piano Locale Promozione della Salute dell’ATS di Milano, ed in particolare

OBIETTIVO SPECIFICO	AZIONI	INDICATORI
Progettazione e del Laboratorio di formazione-ricerca- intervento	Collaborare con SC Servizio Regionale Supporto Piani e Programmi di Promozione della Salute e Documentazione della	Costituzione di un gruppo di lavoro multiprofessionale integrato ATS – ETS per la definizione del percorso

<p>Progettazione esecutiva del concept-format "ATS – Health Promotion corner"</p>	<p>Salute e SC Promozione della Salute della ATS di Milano al fine di definire articolazione, soggetti coinvolti e contenuti del percorso laboratoriale</p> <p>Attuare, nella cornice programmatica del Piano Formativo, le sessioni laboratoriali</p> <p>Elaborare – in collaborazione con SC Servizio Regionale Supporto Piani e Programmi di Promozione della Salute e Documentazione della Salute e SC Promozione della Salute della ATS di Milano – il concept-format</p> <p>Individuare eventuali ulteriori Soggetti portatori di competenze specifiche per il raggiungimento dell'obiettivo coinvolgibili nel percorso</p> <p>Coordinare e gestire il percorso di progettazione esecutiva del concept-format</p> <p>Formalizzare gli esiti della progettazione esecutiva</p>	<p>laboratoriale (entro 60 giorni dall'avvio del progetto)</p> <p>Avvio del percorso laboratoriale di formazione-ricerca-intervento</p> <p>Organizzazione e conduzione delle sessioni laboratoriali con il coinvolgimento delle figure individuate</p> <p>Produzione di materiale didattico e della documentazione di sintesi delle sessioni del Laboratorio</p> <p>Costituzione di un gruppo di lavoro multiprofessionale integrato ATS – ETS per la progettazione esecutiva del concept format (in coerenza con la tempistica prevista per la realizzazione del percorso laboratoriale di cui sopra)</p> <p>Organizzazione e conduzione del percorso di progettazione esecutiva laboratoriale di formazione-ricerca-intervento</p> <p>Produzione di elaborati preliminari e elaborati tecnici di sintesi degli step di progettazione esecutiva</p> <p>Produzione del Report conclusivo "Progetto esecutivo del concept-format"</p>
---	---	--