

**LINEE GUIDA PER L' ORGANIZZAZIONE E LA GESTIONE DEGLI EVENTI
AZIENDALI**

1. SCOPO

Lo scopo della procedura è quello di regolamentare la modalità di organizzazione e gestione di tutte le iniziative aziendali, siano essi convegni, conferenze, inaugurazioni, *open-day* o cerimonie che non siano ricompresi nel Programma formativo aziendale.

2. CAMPO DI APPLICAZIONE

La procedura deve essere applicata da tutte le strutture che intendono realizzare un evento aziendale così come definito al seguente punto 3 “Definizioni e acronimi”.

3. DEFINIZIONI ED ACRONIMI

Evento aziendale = manifestazione pubblica indirizzata ai cittadini/utenti, finalizzata ad attirare l'attenzione e a suscitare interesse nei confronti dell'Azienda. Tra le più frequenti iniziative aziendali rivolti a cittadini/utenti si ricordano:

- a) Convegni = sono riunioni organizzate per discutere su un argomento specifico. In ambito sanitario, il target può essere costituito da professionisti, utenti, cittadini, ecc. che, di norma, possiedono le conoscenze sufficienti per interagire efficacemente con i relatori sul tema specifico.
- b) Conferenze = sono forme di riunioni organizzate in cui un gruppo di persone/professionisti ascolta il discorso/relazione di persone illustri o esperti di settore ai quali vengono successivamente rivolte delle domande dai partecipanti. Vengono realizzate quando si intende creare un'occasione di informazione su un tema specifico rivolta a partecipanti di norma meno esperti del/dei relatore/i.
- c) Inaugurazioni = sono cerimonie, di norma aperte al pubblico, alle autorità e agli organi di stampa, con cui si solennizza l'inizio di un'attività rilevante (nuovo ospedale, nuova RMN, ecc.).
- d) Open Day = è una giornata in cui uno o più servizi “aprono le proprie porte” a visitatori/utenti. Ha come obiettivo quello di far conoscere il servizio per attrarre gli utenti e, nel caso di open day sanitari, spesso ha la funzione di promuovere comportamenti o pratiche che tutelano la salute.
- e) Conferenze stampa = sono conferenze in cui i partecipanti sono costituiti dai rappresentanti degli organi di stampa. È lo strumento di cui si avvale l'Azienda quando desidera informare la popolazione di fatti rilevanti per l'utenza (apertura di nuovi di servizi o reparti, progetti con elevato impatto sulla popolazione o sull'organizzazione, ecc.).

Essendo le conferenze stampa strumenti destinati ai giornalisti, l'invito deve essere motivato da alcuni fattori:

- importanza della notizia per l'Asl;

- comunicazioni istituzionali della Direzione Strategica;
- necessità di incontrare i giornalisti per approfondimenti e interviste che vanno oltre il comunicato stampa;
- necessità di presentare la notizia in presenza di stakeholders, enti e istituzioni.

4. PROCESSO DI ORGANIZZAZIONE

Il processo di organizzazione dell'evento inizia con una istanza indirizzata al Direttore Generale da parte di un soggetto che intende promuovere un evento, denominato nel prosieguo delle presenti Linee Guida "Referente dell'iniziativa".

Tale processo si compone di 4 fasi:

- fase preliminare di pianificazione;
- fase di organizzazione;
- fase di gestione;
- fase di monitoraggio.

4.1 Fase preliminare di pianificazione

Il "Referente dell'iniziativa", dovrà preliminarmente individuare:

- la data o, almeno, il periodo in cui si svolgerà la manifestazione (es: 1-15 maggio);
- la tipologia dell'evento (area sanitaria o amministrativa);
- eventuale presenza di istituzioni (es: Presidente della Regione, Consiglieri regionali etc.);
- il titolo dell'evento;
- il target di riferimento ovvero i destinatari dell'iniziativa;
- eventuale partecipazione di sponsor.

A seguito dell'individuazione dei punti precedenti, il Referente dell'iniziativa trasmette una richiesta di valutazione (Allegato Modulo 1 – Richiesta realizzazione di evento aziendale) alla Direzione Generale. La richiesta deve essere controfirmata dal Direttore della Macrostruttura in cui il Referente dell'iniziativa è incardinato e viene inviata tramite il sistema gestionale documentale (GEDOC).

La Direzione Generale valuta:

- la compatibilità dell'iniziativa con i fini aziendali;
- l'opportunità di effettuare rispetto all'iniziativa un comunicato stampa. In tal caso, le proprie direttive all'addetto Stampa che trasmetterà il comunicato agli organi di stampa e contestualmente all' UOC Relazioni con il Pubblico nel quale è incardinato per la pubblicizzazione sul portale e sui social aziendali;
- l'eventuale presenza di istituzioni. Qualora presenti, la Direzione Generale informa il Direttore dell'UOC Affari Istituzionali che provvederà ad effettuare le necessarie comunicazioni alla Polizia Locale e alla Questura.

La Direzione Generale rilascia il nulla osta apponendo la propria decretazione alla richiesta,

che verrà trasmessa al Referente e all'UOC Relazioni con il Pubblico per le rispettive competenze.

Per consentire l'organizzazione dell'evento e l'opportuna pubblicizzazione, la richiesta deve essere trasmessa almeno 45 giorni prima della data dell'evento.

4.2 Fase di organizzazione

La fase di organizzazione si compone di una parte logistica, di competenza del Referente dell'iniziativa, e una parte legata alla pubblicizzazione dell'evento, di competenza dell'UOC Relazioni con il Pubblico.

Nella fase organizzativa il Referente dell'iniziativa redige il Piano Operativo (Allegato modulo 2) che deve essere trasmesso all'UOC Relazioni con il Pubblico.

Negli eventi aventi anche natura formativa, si applica il Regolamento aziendale vigente in tema di organizzazione delle attività di aggiornamento e formazione del personale.

La fase organizzativa si svolge con le seguenti modalità:

- Predisposizione della mailing list: il Referente dell'iniziativa predispone la mailing list attraverso la quale far pervenire gli inviti. Tale operazione è di fondamentale importanza per raggiungere il target destinatario dell'evento e dovrà essere accuratamente predisposta.
- Definizione precisa della data e ora: tra gli elementi da tenere in considerazione per la scelta, il Referente evita date in prossimità di festività o in pieno periodo di ferie nonché orari in prima mattinata o tarda serata (salvo casi particolari). La data viene comunque definita d'accordo con la Direzione Strategica in caso di diretta partecipazione da parte di quest'ultima.
- Scelta della sede e della location: la sede individuata dal Referente deve essere consona, facilmente raggiungibile e deve possedere i requisiti adatti al tipo di evento. La sala deve contenere posti sufficienti per il numero di persone che si presume possano partecipare in modo da evitare spazi vuoti che creano un effetto poco gradevole. Nel caso in cui sia previsto un rinfresco o un *coffee break*, per l'individuazione del fornitore, il Referente dell'iniziativa dovrà alternativamente o dare incarico all'UOC Acquisizione Beni e servizi o provvedere tramite sponsorizzazione ai sensi del Regolamento aziendale vigente in tema di organizzazione delle attività di aggiornamento e formazione del personale. Se l'evento si svolge in una sala aziendale, il Referente contatta la Struttura Responsabile della sala per la prenotazione della stessa. Nel caso in cui si preveda una conferenza stampa è necessario che la struttura sia dotata di un tavolo per i relatori fornito di microfoni, eventuali "cavalieri" per il nome del relatore ed eventualmente di videoproiettore e pc.
- Individuazione di sponsor: qualora siano coinvolti degli sponsor, il Referente sceglie lo sponsor nel rispetto della normativa vigente in materia di contratti pubblici e delle disposizioni aziendali.
- Individuazione di eventuali patrocini per l'apposizione del logo di enti terzi (esempio Regione): se necessario, il Referente inoltra apposita richiesta all'ente terzo secondo i

regolamenti da questo adottati.

- Predisposizione del programma dell'evento: il Referente attraverso il programma indica la successione delle diverse attività (es. ore 8:30 arrivo dei partecipanti, ore 9:00 saluti Autorità etc.)¹.
- Individuazione del materiale di supporto. Il Referente comunica all'UOC Relazioni con il Pubblico la dotazione necessaria ai relatori (quantità carta per gli appunti), sia eventuale altro materiale (quantità cartelline, *Block notes*, opuscoli informativi, locandine, manifesti, brochure e roll up), nonché il registro per le firme (è sempre obbligatorio nel caso di eventi per i quali è previsto anche il rilascio di crediti formativi di competenza della UOSD Formazione e aggiornamento del Personale);
- Progettazione grafica e slogan/titolo dell'evento. L'UOC Relazioni con il Pubblico definisce l'idea grafica che serve a caratterizzare l'identità di un evento che deve essere coerente rispetto all'obiettivo comunicativo da raggiungere, rappresentativa, unica e facilmente riconoscibile. Un numero eccessivo di elementi grafici e informativi si traduce in una sorta di ridondanza comunicativa che, spesso, inficia la chiarezza e la precisione dei messaggi che si vogliono trasmettere. La linea grafica prescelta deve essere riportata su tutti i materiali che si intendono produrre (opuscoli, locandine, manifesti, inviti ed eventuale programma dell'iniziativa). Oltre l'idea grafica, viene individuato lo "slogan". Lo slogan deve essere una frase breve, sintetica e di impatto (dalle 3 alle 5 parole al massimo) che punta ad essere facilmente memorizzabile e deve esprimere il messaggio che l'Azienda vuole comunicare. In tale materiale va sempre inserito: il logo aziendale, l'indirizzo del portale, i loghi dei canali social, QR code, la data, l'ora e il luogo in cui si svolge l'evento, i recapiti telefonici, le mail.
- L'UOC Relazioni con il Pubblico individua la modalità più appropriata di pubblicizzazione dell'evento. Se per esempio si tratta di un evento a cui dare la massima pubblicità, è necessario che vengano utilizzati tutti i canali disponibili (sito web e altri canali digitali di pubblicizzazione);
- Il materiale pubblicitario cartaceo sarà consegnato presso la sede indicata dal Referente che ne gestirà la distribuzione in uno con la trasmissione degli inviti, il programma dell'iniziativa, l'eventuale scheda di registrazione (rilasciata dall'UOSD Formazione ai fini del riconoscimento dei crediti formativi) al target destinatario dell'evento;
- Qualora il Referente dell'iniziativa abbia necessità di effettuare servizi fotografici, inoltra specifica richiesta ai seguenti indirizzi di posta elettronica: ufficiostampa@aslnapoli3sud.it e relazionipubbliche@aslnapoli3sud.it (per competenza).

Nel caso in cui non si realizzi l'evento o in caso di rinvio, il Referente ne dà immediata

¹ È sempre necessario che venga predisposta nel programma una scaletta di interventi che viene impostata seguendo il "Cerimoniale" calato nella realtà dell'evento. Il primo a parlare è sempre il Direttore Generale che saluta le autorità e presenta brevemente l'iniziativa. A seguire intervengono di norma le Autorità politiche (in ordine di importanza) e i relatori. Per quanto riguarda la predisposizione dei posti a sedere al tavolo dei relatori, si segue sia la gerarchia dei convenuti (il Direttore Generale al centro e l'ospite più importante alla sua destra) sia la logica degli interventi (es. se un relatore deve illustrare delle slide è opportuno che venga fatto sedere in prossimità del pc onde evitare scomodi e spiacevoli spostamenti in corso di evento).

comunicazione alla Direzione Generale, all'UOC Relazioni con il Pubblico, all'Ufficio Stampa e agli invitati.

Sarebbe opportuno che il Referente effettuasse un recall telefonico qualche giorno prima dell'evento alle segreterie delle eventuali istituzioni invitate a partecipare e lo comunichi tramite mail alla Direzione Generale.

4.3 Gestione

La fase di gestione si compone di due momenti: pre-evento e giornata/giornate dell'evento, entrambe a cura del Referente dell'iniziativa.

Nella fase pre-evento, se l'evento si svolge in una sala aziendale, il Referente dell'Iniziativa verifica:

- con la Struttura presso la quale la sala è ubicata, l'apertura del locale che deve avvenire con congruo anticipo, accertandosi altresì delle condizioni dei servizi igienici;
- con l'UOC Sistemi informatici, il giorno dell'evento, il funzionamento di tutti gli impianti audio/video (microfoni, pc, videoproiettore, ecc.);
- con l'UOC Gestione e Manutenzione del Patrimonio Immobiliare, il regolare funzionamento degli impianti di condizionamento e/o areazione.

Giornata dell'evento:

- Accoglienza: al momento dell'arrivo degli invitati il personale (segreteria d'aula) individuato dal Referente dell'iniziativa si attiva per accogliere gli invitati e farli accomodare nella postazione riservata. Le alte cariche e/o le istituzioni vanno fatti accomodare in prima fila.
- Registrazione dei partecipanti: può essere utile predisporre un registro in cui a fianco del nominativo dell'invitato sia possibile apporre una firma di presenza (obbligatorio in caso di ECM o altra tipologia di accreditamento).
- Fotografie: l'Ufficio Stampa provvederà a scattare qualche fotografia dell'evento da inviare all'UOC Relazioni con il Pubblico.
- Rilascio attestati di presenza all'evento (anche eventualmente per crediti formativi).

4.4 Monitoraggio

Dopo lo svolgimento dell'evento, il Referente predisponde apposito modulo riepilogativo (modulo n. 3) da trasmettere all'UOC Relazioni con il Pubblico per il monitoraggio annuale delle iniziative, indicando:

- il Referente dell'iniziativa
- il titolo dell'evento;
- il numero degli invitati;
- il numero dei partecipanti;
- i costi effettivamente sostenuti.

L'UOC Relazioni con il Pubblico, a seguito dell'elaborazione dei dati, predisponde apposita

relazione annuale che viene trasmessa alla Direzione Generale entro il 31 marzo dell'anno successivo.

5. ABROGAZIONI

Ogni disposizione contenuta in regolamenti, linee guida, disciplinari o altri atti amministrativi che sia incompatibile e precedente con le disposizioni delle presenti Linee Guida si intende espressamente abrogata.