

Il Piano di Comunicazione triennio 2026 – 2028



“La comunicazione efficace è il ponte tra confusione e chiarezza”
Nat Turner

Premessa

Il presente Piano di Comunicazione per il triennio 2026-2028 si inserisce in un contesto di profonda trasformazione digitale e sociale, riconoscendo l'evoluzione rapida degli strumenti di comunicazione e l'importanza di adattarsi alle nuove modalità di interazione con cittadini, stakeholder e internamente all'organizzazione. Pur mantenendo salda la cornice normativa della Legge 150/2000, si intende rafforzare e innovare gli strumenti e le strategie comunicative, promuovendo una comunicazione più partecipativa, trasparente e integrata.

All'interno di quella che è l'organizzazione dell'Ente, il Piano di Comunicazione, è uno strumento di connessione fondamentale tra gli obiettivi strategici, le azioni, i servizi della Società della Salute stessa e trasmette quella che viene definita dalla legge stessa Comunicazione Istituzionale “intesa come un sistema di comportamenti intenzionali e consapevoli finalizzati al buon funzionamento dell'Istituzione al suo interno e verso l'esterno” (comma 4 art.1 L.150/2000).

In questo contesto, la comunicazione assume un'importanza strategica nella definizione e identificazione dei valori dell'Ente e nella loro declinazione sia interna sia esterna; intendendo, con la prima, il riferirsi ai destinatari interni dell'organizzazione (dipendenti e collaboratori) e, con la seconda, ai destinatari esterni (cittadini, enti locali, associazioni ecc.). Ne deriva pertanto la necessità di una forte tendenza alla coerenza fra comunicazione esterna e comunicazione interna sino ad arrivare alla formulazione di una nuova definizione, quella di comunicazione organizzativa.

Lunigiana: analisi del contesto

La Lunigiana è una regione di confine nel nord della Toscana, tra Liguria e Emilia Romagna, caratterizzata da un territorio prevalentemente montuoso e collinare attraversato dal fiume Magra. Comprende 14 comuni e presenta un clima mediterraneo e montano con numerosi microclimi. Con circa 52.000 abitanti, è la sesta zona più piccola dell'Azienda Usl Toscana Nord Ovest, con una densità abitativa di 53,11 abitanti/km². La popolazione è invecchiata, con un indice di vecchiaia molto alto (311,12), e il tasso di natalità più basso rispetto alla regione, mentre la mortalità e la percentuale di over 74enni sono superiori alla media regionale. La società della Salute, istituita nel 2004 e riconosciuta ufficialmente nel 2017, coordina i servizi sociosanitari, favorendo l'integrazione tra assistenza sanitaria e sociale e rispondendo alle esigenze di una popolazione sempre più anziana.

Gli Obiettivi

Obiettivi Strategici 2026-2028

1. Consolidare e innovare la comunicazione interna: rafforzare la cultura organizzativa, favorire la partecipazione e la condivisione di valori e obiettivi tra tutti gli operatori.

2. Potenziare la comunicazione esterna: aumentare la trasparenza, la conoscenza dei servizi e la partecipazione della comunità attraverso strumenti digitali e tradizionali.
3. Sviluppare una comunicazione inclusiva e accessibile: garantire che le informazioni siano comprensibili, fruibili e raggiungano tutte le fasce della popolazione, con attenzione alle persone più fragili.
4. Promuovere una comunicazione proattiva e di co-costruzione: coinvolgere cittadini, associazioni, terzo settore e stakeholder in processi partecipativi e consultivi.
5. Integrare strumenti di monitoraggio e valutazione: verificare costantemente l'efficacia delle azioni comunicative e adattare le strategie in modo agile.

Il presente Piano di Comunicazione della SdS Lunigiana si propone di delineare le strategie e le azioni volte a migliorare la comunicazione interna ed esterna, favorendo la conoscenza, l'accesso e la partecipazione ai servizi offerti. Di seguito, si illustrano gli obiettivi strategici, gli obiettivi comunicazionali e le linee guida operative.

Obiettivi Strategici

- Illustrare e promuovere le attività e il funzionamento della SdS Lunigiana, rafforzandone la visibilità e la trasparenza.
- Favorire la conoscenza e l'accesso ai servizi da parte dei cittadini, semplificando le modalità di fruizione.
- Promuovere l'immagine della SdS Lunigiana, valorizzando eventi di rilevanza locale, regionale e nazionale.
- Programmare campagne di comunicazione periodiche su temi di interesse prioritario, sviluppando un percorso continuo di informazione.
- Avviare e sostenere iniziative di indagine sulla qualità dei servizi erogati, coinvolgendo utenti e stakeholder.
- Potenziare le attività di comunicazione interna, favorendo il flusso di informazioni tra gli operatori e i vari livelli dell'organizzazione.
- Informare costantemente la stampa locale e i media, promuovendo le attività del consorzio e coinvolgendo attivamente la cittadinanza.
- Promuovere iniziative di partecipazione diretta, come l'Agorà della Salute, per avvicinare i cittadini alla SdS.

Obiettivi Comunicazionali

- Rispondere ai bisogni informativi e di partecipazione dell'utenza, ascoltando e interpretando le loro esigenze.
- Coordinare efficacemente le fonti di informazione interne, garantendo coerenza e aggiornamento costante.
- Assicurare risposte uniformi, fondate e prive di contraddizioni, rafforzando la credibilità dell'ente.

- Pubblicizzare e valorizzare il servizio di informazione tramite canali appropriati.
- Valutare e potenziare l'utilizzo di strumenti digitali, come social network, blog e newsletter, per una comunicazione più dinamica e interattiva.
- Aggiornare regolarmente il sito internet e la Carta dei Servizi, affinché siano strumenti efficaci di orientamento.
- Progettare e implementare una rete zonale di comunicazione e informazione, coinvolgendo Comuni, Enti e associazioni del territorio.

Linee Guida Operative

- La realizzazione di un'efficace comunicazione interna rappresenta il cuore di tutto il sistema, poiché gli operatori informati sono i principali veicoli di diffusione per l'esterno.
- Le attività di comunicazione devono essere integrate e coordinate, coinvolgendo tutti gli attori del sistema, dalla direzione ai collaboratori.
- È fondamentale sviluppare azioni di coinvolgimento diretto della cittadinanza, favorendo momenti di confronto, come l'Agorà della Salute e altri eventi pubblici.
- Si prevede l'utilizzo di strumenti digitali e tradizionali per raggiungere un'ampia platea, garantendo un'informazione tempestiva, chiara e accessibile.
- La valutazione periodica delle iniziative di comunicazione sarà fondamentale per migliorare continuamente le strategie adottate.

Il Piano di Comunicazione della SdS Lunigiana intende favorire una cultura della comunicazione aperta, partecipativa e trasparente, che coinvolga tutti gli attori del sistema, con particolare attenzione alla formazione e all'aggiornamento degli operatori, poiché sono loro i principali mediatori tra l'ente e i cittadini. Solo attraverso un'efficace informazione interna ed esterna si potrà rafforzare la fiducia e la collaborazione tra tutti i soggetti coinvolti.

Linee guida per le attività di comunicazione (2025-2027)

Comunicazione Interna

- Piattaforme digitali dedicate: per favorire l'informazione, la formazione e il coinvolgimento utilizzare strumenti di videoconferenze (es. Microsoft Teams, Jitsi).
- Formazione continua: corsi di aggiornamento sulla comunicazione efficace, digital literacy e sensibilizzazione alla partecipazione.
- Riunioni e incontri partecipativi: incontri periodici con rappresentanze del personale e delle strutture per condividere obiettivi e buone pratiche.

Comunicazione Esterna

- Sito web e social media: aggiornamento continuo e strategico del sito istituzionale (www.sdslunigiana.it) e potenziamento delle piattaforme social (Facebook, Instagram, TilTok) con contenuti multimediali, storytelling e coinvolgimento diretto.

- Campagne digitali e tradizionali: promozione di servizi e iniziative con campagne mirate, utilizzando video, podcast, infografiche, flyer digitali e cartacei.
- Eventi e incontri pubblici virtuali e in presenza: organizzare webinar, open days, agorà della salute, tavoli di confronto con cittadini e stakeholder.
- Partnership e reti territoriali: collaborazione con enti locali, associazioni, scuole e terzo settore per diffondere messaggi chiave e promuovere iniziative congiunte.

Strumenti per il Piano di Comunicazione

Gli strumenti impiegati per raggiungere gli obiettivi e svolgere le attività del piano di comunicazione della Società della Salute della Lunigiana sono molteplici e diversificati:

Forme tradizionali: comunicati stampa, radio, manifesti, brochure, flyer.

Tecnologie digitali e online: sito internet, videoconferenze.

Attività di promozione e coinvolgimento: organizzazione di riunioni, incontri, convegni, campagne di comunicazione e prevenzione, open day dei servizi, agorà della salute.

L'obiettivo principale è incrementare sia la qualità che la quantità delle attività informative, utilizzando sia i media tradizionali (giornali, radio, eventi pubblici) sia strumenti di comunicazione diretti al cittadino (locandine, opuscoli, flyer, manifestazioni, agorà della salute e incontri tematici).

In particolare, il sito web (www.sdslunigiana.it) rappresenta un punto di riferimento costante per l'informazione alla comunità locale, offrendo notizie sui servizi, i progetti in corso e la programmazione della SdS Lunigiana. È uno strumento di partecipazione e coinvolgimento, complementare alle iniziative dell'agorà della salute.

La comunicazione esterna sarà curata da un pubblicista, selezionato tramite procedura pubblica attualmente in corso.

Per favorire l'informazione e l'accoglienza del cittadino, nel 2016 è stato attivato presso la Casa della Salute di Aulla un punto informativo con un numero dedicato, gestito da personale qualificato: tel. 0187406126.

TABELLA DI SINTESI

	TIPOLOGIA REFERENTI	STRUMENTI
	<p>Referenti Esterni (Cittadini, Enti locali, Associazioni...)</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Convegni – Riunioni con organizzazioni sindacali – Consulta Terzo settore – Comitato di Partecipazione – Incontri con cittadini in rapporto alle diverse problematiche socio-sanitarie (stake holder) – Agorà della salute – Pitagorà
	<p>Referenti Interni (Tutti gli operatori dell'Ente di appartenenza)</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Riunioni di servizio mensili – Assistenti Sociali – Riunioni di staff – Formazione continua obbligatoria e facoltativa

	CONTENUTI	OBIETTIVI
	<p>Definizione e descrizione comprensibile dell'evento.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Gli eventi e le iniziative devono essere comunicati in modo chiaro e comprensibile, con canali univoci e coordinati gerarchicamente (ad esempio, un'unica interfaccia della SdS Lunigiana)
	<p>Indicazioni temporali e spaziali della distribuzione e diffusione dell'evento</p>	<ol style="list-style-type: none"> 2. I contenuti condivisi devono essere aggiornati e conformi alle fonti ufficiali, sia nazionali che regionali. 3. Il materiale cartaceo o digitale deve integrare, ma non sostituire, le fonti ufficiali di riferimento.

Azioni di Comunicazione interna.

- Comunicazione costante con l'Assemblea dei Soci.
- Incontri con componenti dell'Ufficio di Direzione, Ufficio di Coordinamento e Collegio Sindacale.
- Riunioni di staff e di equipe con le unità funzionali.
- Attività di formazione in presenza e online.

Azioni di Comunicazione Esterna

Il sito istituzionale e la stampa locale sono stati costantemente aggiornati su servizi attivi e nuove azioni implementate, tra cui:

- Campagne vaccinali.
- Comunicazioni relative a nuove progettualità finanziate con fondi regionali, nazionali ed europei.
- Promozione dei vari percorsi aziendali attivi.
- Aggiornamento e pubblicizzazione della Carta dei Servizi.
- Organizzare tavoli tematici per la condivisione e costruzione del Piano Integrato di Salute (PIS).
- Comunicazione rivolta al Comitato di Partecipazione, alla Consulta del Terzo Settore e ai Sindacati.
- Attivate nuove campagne informative delle tematiche rilevanti rispetto a nuovi e vecchi progetti e campagne di pubblicizzazione dei servizi territoriali.

Monitoraggio e valutazione

- Indicatori di performance: numero visualizzazione sui social, partecipazione agli eventi, feedback dei cittadini.
- Sondaggi di soddisfazione: periodici e strutturati per raccogliere opinioni su servizi e comunicazione.
- Rapporti semestrali: analisi dei risultati delle campagne e delle iniziative, con report di miglioramento continuo.

Amministrazione digitale: Innovazione e Trasparenza al Servizio del Cittadino

Lo sviluppo del progetto di e-government rappresenta un elemento centrale nel più ampio processo di innovazione e riorganizzazione della Pubblica Amministrazione, avviato negli anni '90 con le riforme amministrative volte a modernizzare il settore pubblico. L'obiettivo principale è migliorare l'efficienza, la trasparenza e la semplificazione amministrativa, elevando la qualità dei rapporti con i cittadini e le imprese.

L'e-government si configura come l'insieme di soluzioni tecnologiche applicate ai processi amministrativi, con l'obiettivo di offrire servizi più efficaci, accessibili e rispondenti alle nuove esigenze di una società in continua evoluzione, caratterizzata da rapide trasformazioni sociali e stili di vita innovativi. L'introduzione di strumenti digitali rappresenta anche un'opportunità per riorganizzare i processi burocratici, ridurre la complessità amministrativa e migliorare l'efficienza operativa, favorendo sia gli utenti interni che quelli esterni.

Attraverso l'adozione delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT), la Pubblica Amministrazione si impegna a offrire servizi pubblici di qualità superiore, riducendo allo stesso tempo i costi e ottimizzando le risorse a disposizione della collettività. La digitalizzazione permette di semplificare le procedure, velocizzare le risposte e garantire maggiore trasparenza nelle attività amministrative.

Per facilitare la transizione al digitale, la Società in House (SdS) ha individuato, con delibera della Giunta Esecutiva n. 20 del 26/08/2021, il Responsabile della Transizione Digitale. Questa figura avrà il compito di coordinare e guidare le iniziative di innovazione digitale, garantendo un percorso di trasformazione efficace e condiviso.

Conclusioni

Il Piano di Comunicazione 2026-2028 mira a rendere la Società della Salute della Lunigiana una realtà più trasparente, partecipativa e innovativa, capace di rispondere alle esigenze di un territorio complesso e di una popolazione sempre più digitalizzata e diversificata. La comunicazione diventa così un vero e proprio strumento di co-costruzione dei servizi, di rafforzamento dell'identità organizzativa e di partecipazione attiva dei cittadini, contribuendo alla costruzione di una comunità più consapevole, inclusiva e resiliente.