

PIANO DI COMUNICAZIONE TRIENNIO 2027-2029



“Per una comunicazione efficace, siate brevi.” – Jim Rohn

Approvato con Deliberazione della Giunta Esecutiva n. 21 del 13/10/2026

Premessa

Il presente Piano di Comunicazione per il triennio 2027-2029 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 n. 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 "Comunicazione Istituzionale", intesa come un sistema di comportamenti intenzionali e consapevoli finalizzati al buon funzionamento dell'Istituzione al suo interno e verso l'esterno (art.1, comma 4, Legge n. 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.

Società della Salute dell'Area Pratese: analisi del contesto

La Società della Salute dell'Area Pratese è un consorzio pubblico costituito tra i Comuni di Prato, Poggio a Caiano, Montemurlo, Carmignano, Vaiano, Vernio e Cantagallo e l'Azienda USL Toscana Centro. Il territorio della Zona Pratese, attraversato dalla valle del fiume Bisenzio, coincide con la Provincia di Prato ed è caratterizzato dalla più alta densità abitativa fra le province toscane e tra le più elevate in Italia. La Zona Pratese è in costante crescita demografica, con un alto tasso di immigrazione, soprattutto da paesi asiatici e cinesi, e giovani coppie dai comuni limitrofi. La natalità (numero nuovi nati/popolazione residente x 1.000 abitanti) nell'area Pratese è da sempre bassa, peraltro come nella quasi totalità delle altre zone toscane. L'indice di vecchiaia è il più basso dell'AUTC e della Regione, indicando una popolazione relativamente giovane. La percentuale di studenti stranieri nelle scuole primarie e secondarie è tra le più elevate della Toscana, a testimonianza di una lunga tradizione di multiculturalità del territorio. Il territorio mostra una buona capacità di offerta dei servizi educativi 0-3 anni. La prevalenza di anziani assistiti dai servizi per la non autosufficienza (presa in carico domiciliare o residenziale) è superiore ai valori di riferimento aziendale e regionale, con buona capacità di presa in carico e di continuità assistenziale a domicilio.

Gli Obiettivi

Obiettivi 2027-2029

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 Area Pratese 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 Pratese, 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 Pratese, 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.

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 l'utilizzo dei social network per una comunicazione più dinamica e interattiva.
- 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.

- 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 Area Pratese 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 (2027-2029)

Comunicazione Interna

- Piattaforme digitali dedicate: per favorire l'informazione, la formazione e il coinvolgimento utilizzo di strumenti di videoconferenze (es. Microsoft Teams).
- Riunioni e incontri partecipativi: incontri periodici per condividere obiettivi e buone pratiche.

Comunicazione Esterna

- Aggiornamento del sito WEB della Società della Salute Area Pratese con particolare riferimento, anche se non esclusivo, alle sezioni "News" e "Comunicati stampa".
- Contatti con la stampa, organizzazione di conferenze stampa e realizzazione di cartelle stampa ed altre iniziative promozionali.
- Partnership e reti territoriali: collaborazione con enti locali, associazioni, scuole e terzo settore per diffondere messaggi chiave e promuovere iniziative congiunte.
- Comunicazioni relative a nuove progettualità finanziate con fondi regionali, nazionali ed europei.

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 dell'Area Pratese sono molteplici e diversificati:

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

Tecnologie digitali e online: sito internet, videoconferenze.

Attività di promozione e coinvolgimento: organizzazione di riunioni, incontri, conferenze stampa e campagne di comunicazione.

L'obiettivo principale è la costruzione, la diffusione e la gestione della presenza istituzionale della SdS sui principali social network e organi di informazione ai fini della disseminazione e valorizzazione dei contenuti operativi, dei risultati conseguiti nonché dell'attività amministrativa e delle iniziative dell'Ente. Gli eventi e le iniziative devono essere comunicati in modo chiaro e comprensibile, con canali univoci e coordinati gerarchicamente. I contenuti condivisi devono essere aggiornati e conformi alle fonti ufficiali, sia nazionali che regionali. Il materiale cartaceo o digitale deve integrare, ma non sostituire, le fonti ufficiali di riferimento.

La comunicazione esterna sarà curata da un addetto stampa, selezionato tramite selezione pubblica per titoli e colloquio.

TABELLA DI SINTESI

TIPOLOGIA REFERENTI	STRUMENTI
Referenti Esterni (Cittadini, Enti locali, Associazioni, Enti del Terzo Settore, altre P.A., Comunità Europea)	– Conferenze stampa – Consulta Terzo settore – Comitato di Partecipazione – Incontri con i cittadini in rapporto alle diverse problematiche sociosanitarie (stakeholder) – Assemblea dei Soci e Giunta Esecutiva
Referenti Interni (Tutti gli operatori dell'Ente)	– Incontri periodici settore professionale e settore amministrativo – Riunioni di staff

Conclusioni

Il Piano di Comunicazione 2027-2029 mira a rendere la Società della Salute dell'Area Pratese 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 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.