



Piano di comunicazione strategica del Consorzio di Cooperative Sociali Sisifo

Il Piano di comunicazione aziendale è lo strumento che serve a programmare e coordinare le azioni di comunicazione istituzionale nel triennio di riferimento. Indica gli obiettivi, gli strumenti, gli attori, i target di riferimento e le modalità di reperimento delle risorse. Il presente Piano di comunicazione si pone quindi l'obiettivo di correlare logicamente fra di loro le variabili citate permettendo all'azienda di presidiare la comunicazione in modo professionale e con una visione strategica di insieme.



PRINCIPI FONDANTI DEL PIANO DI COMUNICAZIONE

Centralità della persona:

La persona nella sua globalità e nella pluralità dei fattori che concorrono al suo benessere psicofisico e sociale, è al centro degli interessi dell'Azienda ed è assunta a costante punto di riferimento per la programmazione, l'organizzazione, la gestione ed il controllo delle attività aziendali. Ogni strategia ed iniziativa nell'ambito della comunicazione deve tenere in primaria considerazione il presente principio;

Trasparenza:

Il sistema di comunicazione aziendale assicura trasparenza delle scelte aziendali informando gli utenti, gli stakeholder, le cooperative e i diversi partner.

OBIETTIVI E FINALITÀ



Comunicazione interna:

- Rispondere in modo coordinato ai bisogni informativi interni;
- Diffondere la cultura dell'appartenenza e della condivisione degli obiettivi aziendali;
- Assicurare le informazioni aziendali necessarie per il migliore svolgimento dei servizi;
- Favorire i rapporti interpersonali fra la Direzione aziendale, la Dirigenza e gli operatori coinvolti;
- Assicurare le informazioni sugli obiettivi, le strategie e la "mission" dell'Azienda;
- Fornire gli stimoli diretti verso comportamenti ed azioni connesse con il miglioramento della qualità dei servizi;
- Partecipare in modo razionale ed informato ai processi di razionalizzazione dell'attività svolta incrementando l'efficacia e l'efficienza organizzative;
- Diffondere le informazioni scientifiche e normative utili al perseguimento di attività in linea con l'innovazione ed il perseguimento dell'eccellenza;
- Assicurare la chiarezza dei ruoli attraverso la definizione e descrizione dei processi di comunicazione interna;
- Favorire la circolazione delle informazioni sulle scelte aziendali, sull'organizzazione, sugli obiettivi della direzione, sulle problematiche gestionali in corso di trattazione di particolare rilevanza aziendale.
- Consentire la conoscenza di iniziative e progetti di particolare rilevanza anche al fine di favorire l'attivazione di comportamenti emulativi delle eccellenze aziendali;
- Determinare la circolazione di informazioni sui fatti che accadono in ambito dei servizi gestiti mediante la diffusione di news e rassegne stampa a distribuzione capillare (Intranet).
- Progressiva abolizione comunicazioni cartacee a favore della comunicazione digitale.

OBIETTIVI E FINALITÀ

Comunicazione esterna:

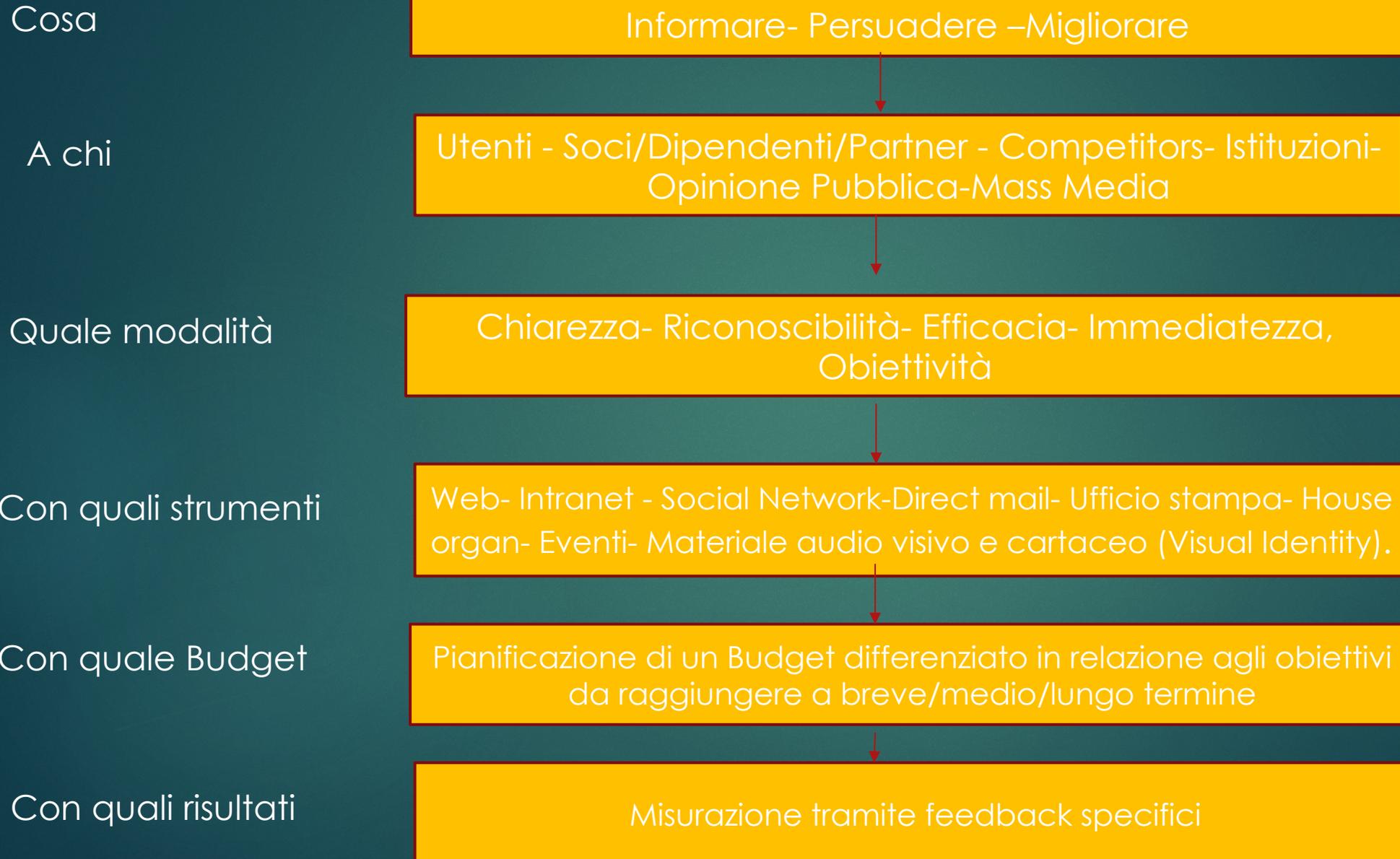
- Orientare gli utenti ad avvalersi in modo corretto, informato dei servizi erogati;
- Assicurare un' informazione immediata, costante ed aggiornata in tempo reale circa le novità organizzative e logistiche inerenti i servizi erogati;
- Contribuire nel promuovere l'adozione di comportamenti e stili di vita in grado di favorire la salvaguardia dello stato di salute;
- Assicurare un costante raccordo informativo con gli stakeholder del territorio anche al fine di attivare sinergie comunicative rispetto alla collettività degli assistiti;
- Realizzare azioni che valorizzino i territori in cui si svolgono i servizi erogati restituendo in tal modo valori;
- Rendicontare pubblicamente le azioni intraprese, la relativa l'efficacia e le modalità di intervento attraverso la predisposizione del bilancio sociale.



ANALISI DEL CONTESTO DI RIFERIMENTO

- *Circolazione di notizie e informazioni errate, inesatte, parziali, incomplete;*
- *Episodi di accanimento mediatico nei confronti del Consorzio e dei suoi Rappresentanti;*
- *Diffuso atteggiamento di sfiducia e sospetto nell'opinione pubblica nei confronti dei gestori di pubblici servizi nel settore socio sanitario e assistenziale;*
- *Insufficiente divulgazione e circolazione di notizie relative ai traguardi raggiunti dal Consorzio in termini di trasparenza ed efficienza dei servizi;*
- *Insufficiente grado di fidelizzazione aziendale;*
- *Oscillazione tra sovraesposizione e sottoesposizione mediatica;*
- *Insufficiente adesione alla politica del Consorzio in materia di qualità e monitoraggio dei servizi;*
- *Insufficiente adesione alla politica del Consorzio in materia di legalità, trasparenza ed eticità.*

Piano aziendale di comunicazione strategica





Obiettivo a breve termine (12/18 mesi)

Consolidare la Brand Reputation del Consorzio Sisifo

Strategia

- Puntare su trasparenza e autenticità del lavoro del Consorzio e sui sistemi di controllo.
- Valorizzare l'operato interno ai servizi.
- Implementare e valorizzare i momenti di confronto (interni ed esterni)
- Predisposizione linee difensive

Destinatari

- Utenti del servizio
- Soci/Dipendenti/Partner
- Sistema Bancario/Fornitori
- Opinione pubblica/movimenti di pressione/ Mass Media Competitor
- Istituzioni (Amministrazioni/ Stazioni Appaltanti/Anac/Associazioni di Categoria)

Azioni

- Diffondere il Codice Etico e Rimodulare e diffondere il Modello Organizzativo del Consorzio Sisifo
- Definire e Pubblicizzare Carta dei Servizi
- Incrementare la presenza dell'High Management e del Middle Management sui cantieri
- Acquisizioni Dati per Istituzione Vendor's List (Soci - Fornitori – Partner)
 - Acquisizione Reating e Pubblicizzazione dello stesso
 - Intensificare e catalogare la produzione della documentazione relativa alla Corporate Governance
- Pubblicare Bilancio Sociale e partecipare a Concorso Airces
- Diffondere Testimonianze dirette sui Servizi (Sezione Prospettive del Sito Internet)
- Organizzare un Evento- Seminario Itinerante nei territori interessati dai (ADI – Palliativa – RSA- ecc.)
- Pubblicizzare adeguatamente gli interventi formativi in Programma
- Realizzazione di un Docufilm prodotto dal Consorzio sui servizi di assistenza sanitaria a marchio Sisifo

Obiettivo a medio termine (18/24 mesi)



Strategia

- Apertura a nuove realtà cooperative
- Rafforzarle e rafforzare il Consorzio nel segmento di mercato di riferimento
- Estensione dell'ambito dei Partner
- Mutualità dei principi fondanti la sharing economy

Incremento delle competenze
Apertura a nuovi settori di intervento
Riqualificazione della compagine consortile

Destinatari

- Associazioni di Rappresentanza
- Imprese sociali operanti nei settori di intervento
- Partner Attuali e Potenziali

Azioni

Partecipazione Istituzionali a Workshop/ Convegni/ Manifestazioni di interesse specifico
Incrementare la collaborazione sul piano comunicativo con i Partner (Consorzio 45 etcc.)
Veicolare messaggi mirati
Pubblicare un Volume di Approfondimento sui Servizi Socio Sanitari del Consorzio con il patrocinio della Istituzione interessate



Obiettivo a lungo termine (24/36 mesi)

Miglioramento della Brand Reputation
Consolidamento e Rafforzamento economico del
Consorzio e delle Consorziate

Strategia

- Acquisizione e consolidamento di nuove competenze
- Estensione a nuovi partneriariati
- Consolidamento ed incremento di forme di collaborazione con Enti di ricerca e Sviluppo nei nuovi settori di riferimento

Destinatari

- Soci/Dipendenti/Partner
- Sistema Bancario/Fornitori
- Opinione pubblica/movimenti di pressione/ Mass Media
- Competitor
- Istituzioni (Amministrazioni/ Stazioni Appaltanti/Anac/Associazioni di Categoria)

Azioni

Organizzare Convegni ed Eventi Pubblici con focus specifico in materia
Coinvolgimento attivo dei Mass Media nel percorso di diffusione del percorso di crescita
Consolidamento della collaborazione sul piano comunicativo con i Partner
Veicolare messaggi mirati