

1. Il piano di comunicazione

Nella fase di progettazione e avvio del CID – Centro Informazione Disabili, occorre mirare, in prima battuta, ad una puntuale divulgazione degli obiettivi e delle finalità dello stesso, in modo da raggiungere coerentemente i destinatari finali. I valori alla base di un tale piano di comunicazione, non possono che ispirarsi innanzitutto a dei principi fondanti della nostra Costituzione quali: il rispetto per la dignità della persona che si trovi in situazioni di difficoltà personale, sociale ed economica; l'uguaglianza, l'imparzialità e le pari opportunità; la continuità assistenziale in funzione di una maggiore personalizzazione del servizio; il rispetto del diritto di scelta dell'utente e delle famiglie; l'avvio e mantenimento di pratiche di partecipazione democratica e sussidiarietà nella gestione del servizio; l'efficacia e l'efficienza, per garantire alta qualità e massima valorizzazione delle risorse della Pubblica Amministrazione; la trasparenza gestionale e operativa nel rispetto e tutela del trattamento di dati sensibili.

In particolare, nella prima fase, dello sviluppo del CID le azioni considerate veicoleranno le opportune informazioni riguardanti l'andamento del progetto di avvio del Centro Informazione disabili e il coinvolgimento degli stakeholders, attori, operatori e destinatari finali in modo da creare le condizioni affinché possano fornire il loro contributo al processo, anche in prossimità degli incontri e delle attività programmate. Interscambio e condivisione di informazioni sono alla base di tale processo, che viene costruito insieme da tutti gli attori interessati e che, anche nella fase di consolidamento dello sportello CID, prosegue nella sua azione "condivisa e mutevole" adattandosi all'evoluzione degli strumenti e dei bisogni degli utenti nel contesto di riferimento.

Comunicare accoglienza, trasparenza e inclusività è una priorità per il CID che intende dare nuovi strumenti e servizi rendendo partecipe e attivo il cittadino stesso, il tutto in un'ottica di ottimizzazione della PA e di miglioramento costante, grazie ai feedback da parte degli utenti.

La comunicazione di un progetto di avvio ad un nuovo sistema di servizi e opportunità, dovrà dunque fornire strumenti per mettere in rete competenze, conoscenze, richieste e bisogni, favorendo la divulgazione delle attività e dei nuovi servizi messi a disposizione al cittadino-utente. La costituzione del CID dovrà essere percepita come la realizzazione di uno dei vari e nuovi, importanti strumenti in grado di migliorare la qualità di vita dei cittadini disabili, a partire proprio dai loro bisogni, dalle mancanze e necessità.

La comunicazione gioca un ruolo chiave inoltre nel superamento delle barriere sociali, psicologiche ma anche fisiche, per questo, a seconda delle diverse esigenze, si cercherà di individuare gli approcci e gli strumenti giusti per fornire informazioni il più possibile chiare e funzionali agli obiettivi preposti.

2. Comunicazione interna ed esterna

La comunicazione relativa al progetto per la costituzione del CID si rivolge sostanzialmente a due tipologie di target: gli operatori del settore (comunicazione interna) e gli utenti – cittadini e le loro famiglie (comunicazione esterna).

2.1. Comunicazione interna

Ovvero la comunicazione riferita a tutti “gli addetti al settore” che verranno coinvolti. In questo caso è importante sintonizzare tutta la struttura sullo stesso stile di comunicazione. La comunicazione delle organizzazioni di servizio non deve dunque, essere pensata ad una logica meramente trasmissiva, bensì come strumento di condivisione e di coinvolgimento, sia del pubblico interno, che a diverso titolo è impegnato nel ruolo di erogatore di servizio, sia dei cittadini-utenti. Nella definizione degli obiettivi si seguiranno le linee guida di riferimento del CID, prestando particolare attenzione alla condivisione del processo di cambiamento, a favorire il senso di appartenenza e partecipazione ad un progetto condiviso, a facilitare il flusso informativo, ad informare e formare in merito alle attività multimediali e tecniche introdotte, a sensibilizzare gli operatori verso un nuovo approccio di rete che semplifichi i processi interni ed esterni di interazione con il pubblico disabile, a favorire processi di omogeneizzazione per la costruzione di una comunicazione integrata. Gli strumenti di comunicazione sono vari, nello specifico si possono suddividere in tre sottogruppi:

- Materiale grafico (guide, mappe e manuali di consultazione per il supporto informativo agli utenti finali)
- Eventi finalizzati alla divulgazione, informazione e formazione dei soggetti coinvolti (con il supporto grafico di inviti – save the date, dispense e brochure)
- Interfaccia interna (ma anche esterna) nel portale web CID

Tali strumenti seguiranno un unico registro comunicativo, coerente con l'identità visiva elaborata, volto alla semplificazione e alla facile consultazione di dati e contenuti raccolti, anche attraverso “elementi facilitatori” quali: indici, mappe concettuali e motori di ricerca.

2.2 Comunicazione esterna

Questo tipo di comunicazione riguarda un Target Group composto da: cittadini (nello specifico disabili), media, gli stakeholder, gli opinion leader ecc. che a diversi livelli e attraverso diversi canali verranno informati sul progetto CID. Il particolare riferimento è alle persone affette da disabilità ma anche le loro famiglie, gli operatori del terzo settore e i fornitori di servizi coinvolti a più livelli e con diverse professionalità. Ma la comunicazione non è esclusivamente rivolta ai cittadini di quell'area, bensì a tutti i coloro che per qualsiasi motivo (turistico, lavorativo, svago ecc.) si trovano nelle condizioni di usufruire di qualsiasi tipo di servizio, informazione o agevolazione proposta nel territorio interessato.

Fra gli obiettivi di comunicazione immediatamente individuabili: la chiarezza e la trasparenza nell'attività gestionale, l'efficienza e rapidità nell'erogazione dei servizi, accessibilità e facilitazione, ascolto dei bisogni del territorio, la divulgazione e sensibilizzazione per la costruzione di un sistema di reti che colleghi i servizi inerenti alla disabilità fra essi (favorendo il confronto, il miglioramento e nuove opportunità) e con il pubblico, l'accessibilità e la gratuità per il cittadino dei servizi proposti; il diritto del cittadino di accedere al sistema di servizi previsti dalla legge, di esprimere il proprio parere sulle prestazioni, di ottenere riservatezza e rispetto del segreto professionale da parte di tutti gli operatori. Gli strumenti di comunicazione sono da individuare nella realizzazione dell'identità visiva, dunque logo ed immagine coordinata, brochure, mappe e manuali veicolati all'esterno; ma anche supporto e adattamento grafico sul portale web, comunicazione in eventi pubblici, supporto e consulenza nella comunicazione alla stampa, social media marketing e viral marketing attraverso vari canali multimediali.