



ISTITUTO ZOOPROFILATTICO
SPERIMENTALE DELLA SARDEGNA
"G. PEGREFFI"

PIANO DI COMUNICAZIONE

2023/2024

<i>Il piano</i>	4
<i>Gli stakeholder</i>	6
<i>I temi</i>	7
<i>Gli obiettivi strategici</i>	8
<i>I flussi di comunicazione</i>	9
<i>Il logo e l'immagine coordinata</i>	10
<i>La carta etica</i>	11
<i>Le relazioni con i legacy media</i>	12
<i>Il sito internet</i>	13
<i>Le piattaforme social media</i>	14
<i>I modelli grafici</i>	16
<i>I piani editoriali - Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube</i>	17
<i>I video</i>	21
<i>La mailing list e la newsletter</i>	22
<i>Le liste broadcast</i>	23
<i>Il materiale editoriale</i>	24
<i>Le infografiche</i>	25
<i>La comunicazione interna - La newsletter interna e gli eventi</i>	26

Le attività di comunicazione hanno un valore strategico per il perseguimento dei fini dell'Istituto Zooprofilattico Sperimentale della Sardegna, per **consentire all'Ente di proporsi, nelle arene mediali e nei confronti dei pubblici, come riferimento qualificato per l'ambito agro-zootecnico, agro-alimentare, ambientale** e per la promozione della cultura scientifica e dell'approccio **One health**.

Al fine di conseguire vantaggi rilevanti per l'intera Organizzazione e orientare in modo strategico le attività di comunicazione, le finalità di questo documento sono:

- l'individuazione degli **obiettivi di comunicazione prioritari**;
- l'identificazione e l'adozione del **media mix più efficace** - anche in termini di rapporto costi/benefici - per il raggiungimento degli obiettivi;
- la **pianificazione dei flussi di comunicazione e informazione** tramite i canali istituzionali.

A partire dagli obiettivi strategici, **verranno delineate le azioni di comunicazione finalizzate a diffondere l'immagine e i punti di forza dell'IZS Sardegna, a divulgare una corretta informazione sulle attività**, a valorizzare e promuovere i servizi. Attraverso canali e attività strutturate verrà comunicata la storia dell'Izs, le attività svolte, le professionalità che operano in Istituto e i prodotti e servizi realizzati, le attività di ricerca, le opportunità formative, i valori guida in ottica One Health.



Si propone l'adozione di un planning che, in una logica multimediale e multicanale, consenta la pianificazione e la costruzione di un filone narrativo unitario che rappresenti l'Istituto e ne racconti identità e attività.

La progettazione delle attività di comunicazione ha tenuto conto di diversi fattori, tra i quali le attività svolte, il contesto territoriale, i target, il personale, le risorse, i bisogni comunicativi dell'Ente e dei diversi pubblici.

Al fine di **promuovere l'immagine coordinata dell'Istituto come elemento strategico per lo sviluppo futuro dell'Ente, i diversi strumenti, organizzati in ottica sinergica, sono stati inseriti nella pianificazione dei flussi di comunicazione, dei tempi e dei formati.**

Si propone questo documento nella consapevolezza che solamente con la **partecipazione attiva di tutte le componenti dell'Istituzione e con un reale coinvolgimento degli stakeholder, il Piano di comunicazione potrà** realizzarsi in modo efficace e produttivo ed **essere in grado di agire come leva di innovazione e trasparenza.**

Sarà pertanto fondamentale che le attività di comunicazione siano riconosciute come un reale valore aggiunto per l'intera Organizzazione e per i singoli, come azioni in grado di valorizzare le professionalità e i risultati raggiunti.



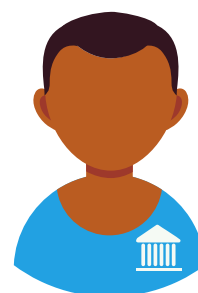
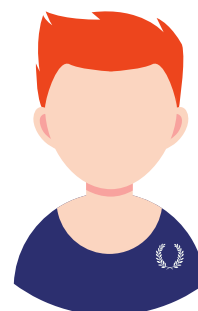
Al fine di definire il corretto media mix per diffondere efficacemente i messaggi dell'Ente si è proceduto, sulla base delle attività dell'Istituto, alla **mappatura degli stakeholder**.

A partire da gruppi omogenei sono poi stati individuati i pubblici target, identificati in gruppi specifici che possono avere interesse ad essere destinatari delle attività di comunicazione di IZS Sardegna e che l'Ente stesso intende raggiungere, informare, coinvolgere.

Al fine di progettare e realizzare efficacemente le attività di comunicazione per il raggiungimento di ciascun gruppo e a partire dall'analisi dei bisogni comunicativi dei pubblici, le attività di comunicazione saranno orientate ad un **approccio multilivello, al fine di realizzare dei flussi di comunicazione e informazione coerenti e organizzati** – in termini di linguaggio, strumenti utilizzati e tempi di realizzazione – per ciascun target.

Di seguito i **pubblici target** individuati:

- Gli utenti che fruiscono dei prodotti e dei servizi dell'IZS;
- Le associazioni di categoria;
- La comunità scientifica;
- Le Istituzioni;
- I dipendenti dell'IZS;
- I cittadini comuni.



A partire dalle attività istituzionali, **sono stati individuati i macro temi che verranno declinati** nei messaggi che costituiranno i flussi di comunicazione dell'Istituto attraverso i diversi media.

Di seguito lo schema riassuntivo dei macro temi:

ONE HEALTH E
ATTIVITÀ DI
SENSIBILIZZAZIONE

STORIA IZS

ATTIVITÀ, PRODOTTI
E SERVIZI

FORMAZIONE,
CORSI E
OPPORTUNITÀ

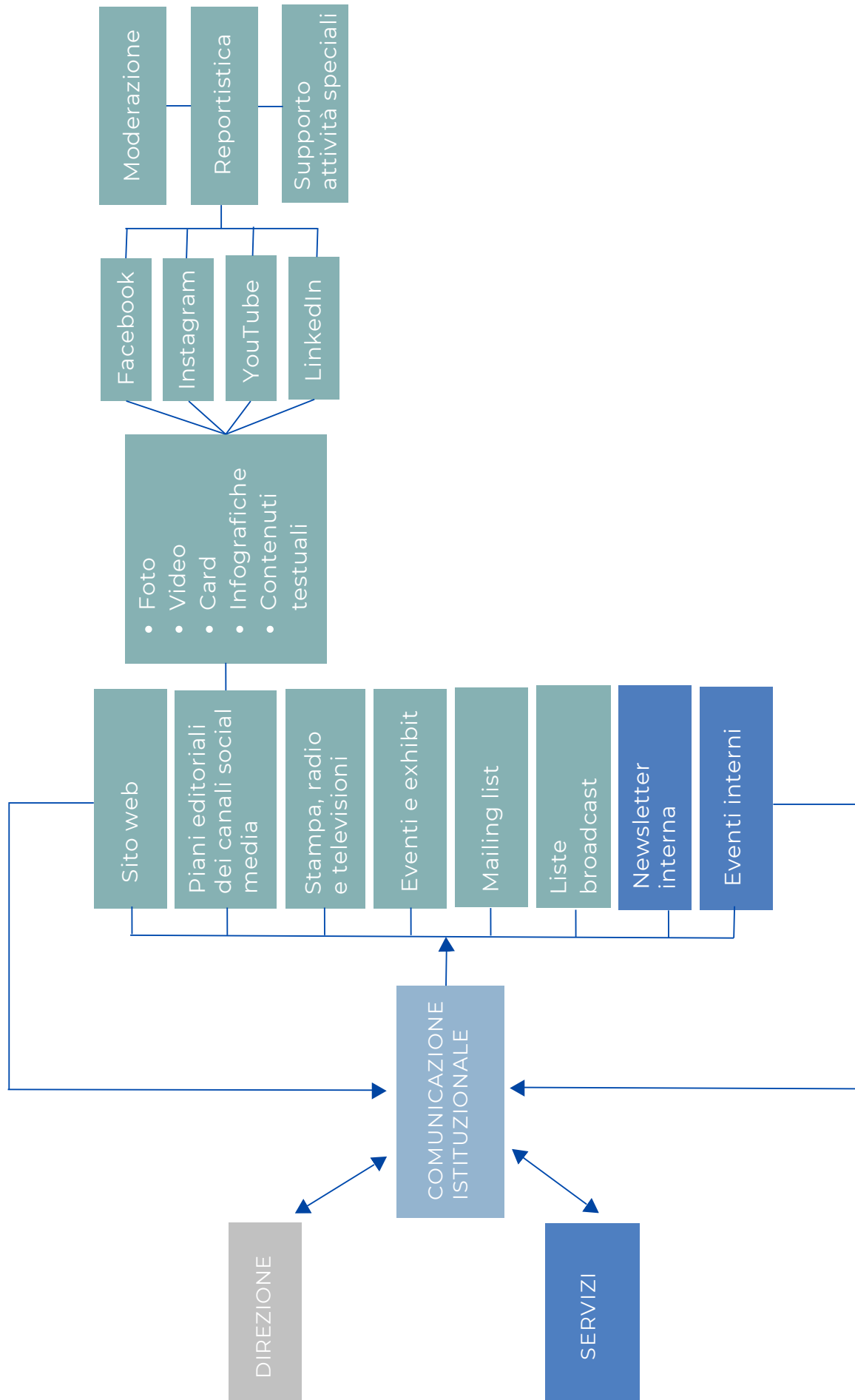
RICERCHE E
PROGETTI

EVENTI E MEDIA

Alla luce dello scenario delineato, dei pubblici target individuati, dei macro temi indicati e al fine di diffondere l'immagine, le attività e i punti di forza dell'Istituto, sono stati evidenziati e condivisi i **macro obiettivi strategici delle attività di comunicazione**:

- Organizzazione, strutturazione e diffusione **del flusso comunicativo**;
- Diffusione di una **informazione articolata e regolamentata sulle attività, i prodotti e i servizi** dell'Istituto;
- **Miglioramento dell'immagine** dell'IZS nei confronti sia dei pubblici coinvolti nelle attività dell'Istituto che dell'opinione pubblica nel suo complesso;
- **Potenziamento dei flussi e degli strumenti** di comunicazione interna e di condivisione delle informazioni rilevanti;
- **Promozione dei valori e di buone pratiche** in ottica One health.



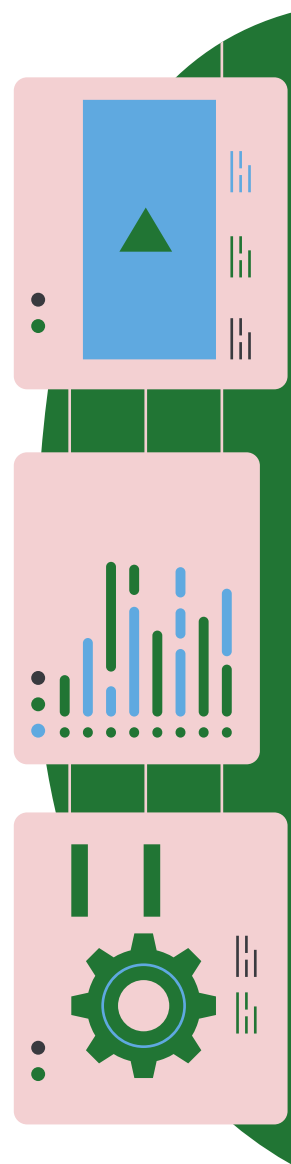


L'identità visiva è un sistema sistematizzato e strutturato che rappresenta l'identità dell'Istituto e ne migliora la visibilità e la riconoscibilità. L'Istituto Zooprofilattico Sperimentale della Sardegna, al fine di essere sempre riconoscibile e identificabile nelle sue attività, ha necessità di **essere chiaramente rappresentato attraverso una identità visiva strutturata.**

L'identità visiva verrà realizzata e declinata nei diversi materiali - carta intestata, format base per le presentazioni ppt, biglietti da visita, layout per i prodotti editoriali e multimediali e per la comunicazione online, format grafico per i verbali - e saranno fornite **indicazioni operative, al fine di regolamentare e unificare l'uso interno ed esterno delle componenti grafiche** nelle attività realizzate dalle Strutture.

Tre fasi:

- realizzazione e approvazione degli elementi grafici e dei materiali;
- pubblicazione e promozione del sistema di immagine coordinata;
- diffusione delle indicazioni per l'utilizzo del logo e dei materiali.



L'Istituto Zooprofilattico Sperimentale della Sardegna, come Ente sanitario di diritto pubblico che eroga servizi e prestazioni, ha la responsabilità di fornire all'utenza una informazione completa, corretta ed esaustiva sulle attività svolte.

La comunicazione dell'Izs Sardegna assume in tal senso un ruolo proattivo nella promozione della salute e nel favorire l'adozione di buone pratiche in ottica One Health. In questo scenario si colloca **la Carta etica della comunicazione dell'Istituto che intende illustrare i valori guida e i principi ispiratori della comunicazione dell'IZS e rappresentare il fondamento etico del patto comunicativo tra l'Istituto e i diversi pubblici.**

Tre fasi:

- individuazione dei principi ispiratori della comunicazione di IZS Sardegna;
- redazione;
- approvazione, pubblicazione e divulgazione.

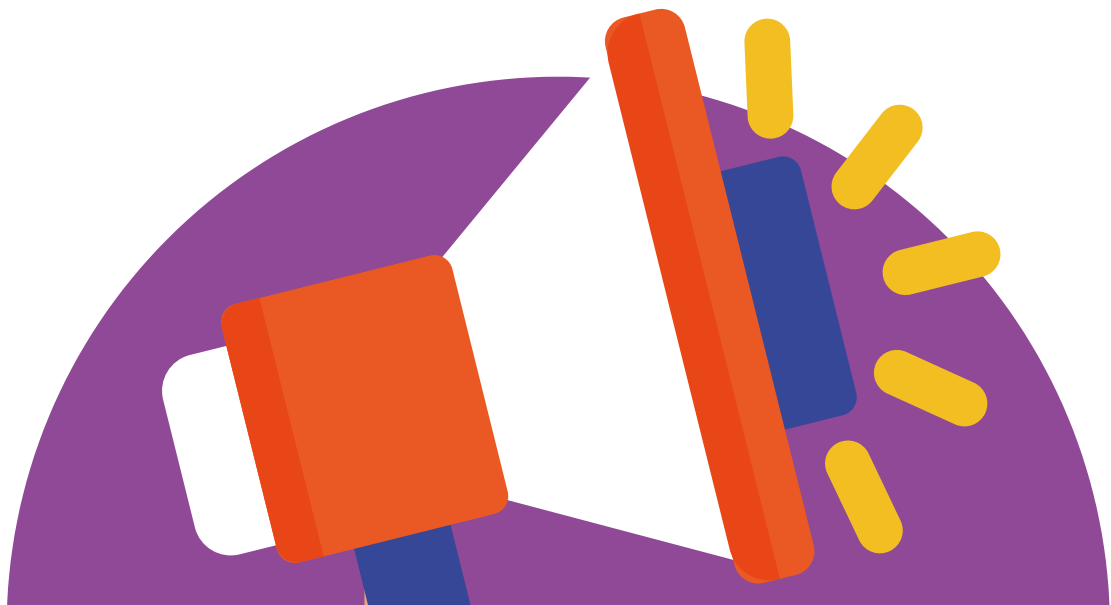


Le azioni di comunicazione sui media generalisti rispondono alla necessità di **far conoscere le attività e i servizi di IZS Sardegna, essere presenti in maniera sistematica e non episodica su questi canali e rendere chiaramente riconoscibile la voce dell'Istituto nel dibattito pubblico** su temi connessi alla sua mission.

L'obiettivo di questa attività è diffondere una **informazione circostanziata, corretta e autorevole** sui servizi erogati, **promuovere sui media un dibattito pubblico informato**, improntato su criteri scientifici, anche al fine di contrastare la diffusione di notizie inesatte e potenzialmente dannose e diffondere buone pratiche. Le attività di comunicazione tramite i media generalisti avranno come interlocutori la stampa locale (testate cartacee e digitali), le reti televisive locali e la stampa nazionale di settore di natura divulgativa.

Tre fasi:

- mappatura delle testate;
- reperimento dei contatti delle redazioni;
- attivazione flusso di informazione.



Tanto sotto il profilo dell'organizzazione dei contenuti nelle sezioni, che rispetto al linguaggio adottato, **il sito internet verrà progressivamente aggiornato e integrato al fine di favorire il reperimento e la fruizione delle informazioni rilevanti**, sia da parte del pubblico che dei dipendenti dell'Istituto.

Tre fasi:

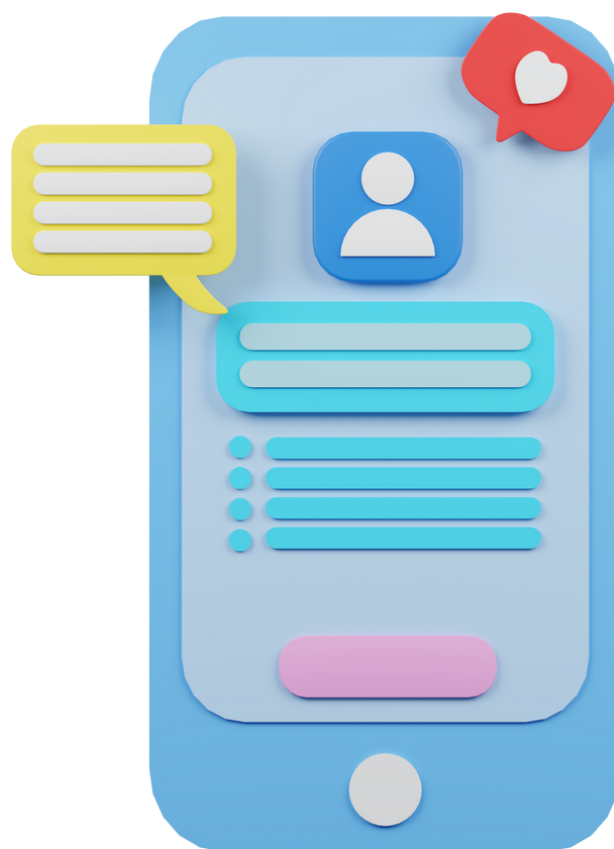
- individuazione di un responsabile delle informazioni per ciascun Servizio che si interfacci con la struttura di comunicazione, al fine di assicurare la correttezza dell'informazione e la rispondenza rispetto alle attività svolte;
- stesura e approvazione di una procedura gestionale per l'aggiornamento e la revisione periodica delle informazioni;
- revisione dei testi e verifica periodica delle informazioni.



I media digitali rappresentano per l'Ente una risorsa strategica al fine di **diffondere una informazione completa e trasparente sui temi connessi alle attività dell'Istituto e realizzare uno scambio**, sia in termini informativi che relazionali, **con i pubblici di riferimento**.

I canali social verranno alimentati da materiali realizzati **sulla base di piani editoriali strutturati** e veicoleranno i flussi di comunicazione verso i diversi pubblici, **alla luce delle specifiche affordances di ciascuna piattaforma**.

In linea con un approccio multimediale e multicanale, i contenuti saranno costituiti da immagini, testo, materiali audio-video e link di approfondimento. I messaggi così declinati avranno lo scopo di **raggiungere i diversi pubblici all'interno degli ambienti mediali che abitualmente frequentano** e creare con questi una dinamica relazionale che costituisce il vero potenziale rilevante di questi strumenti.

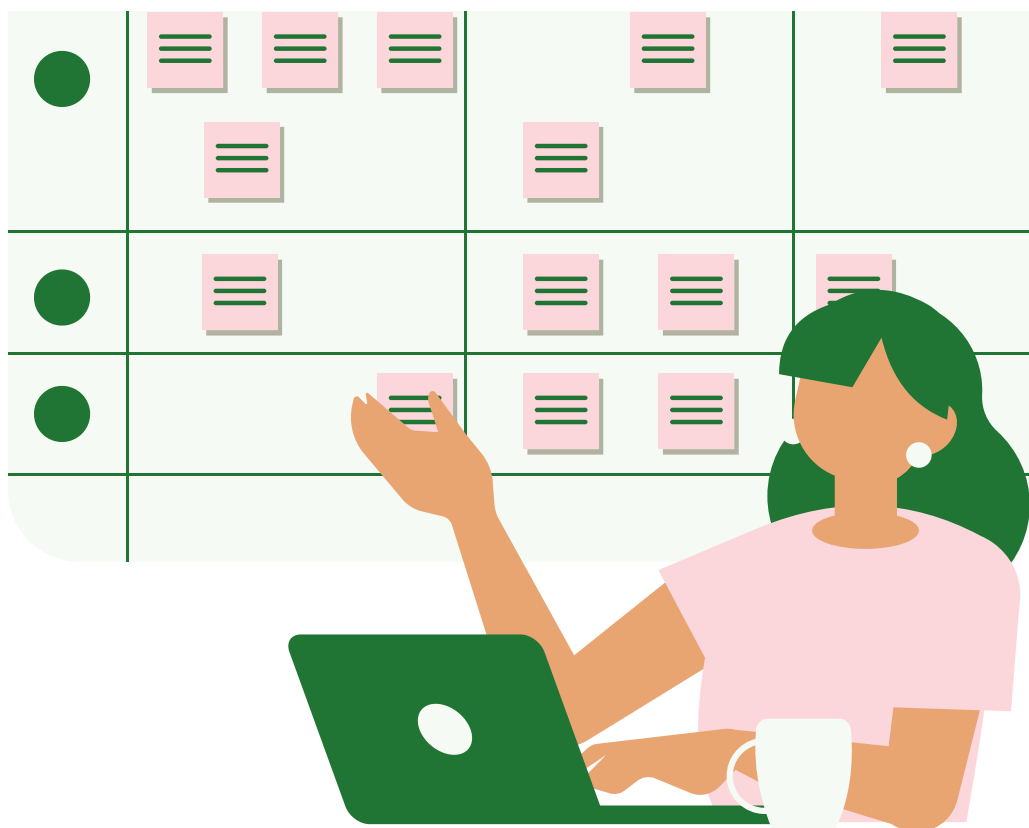


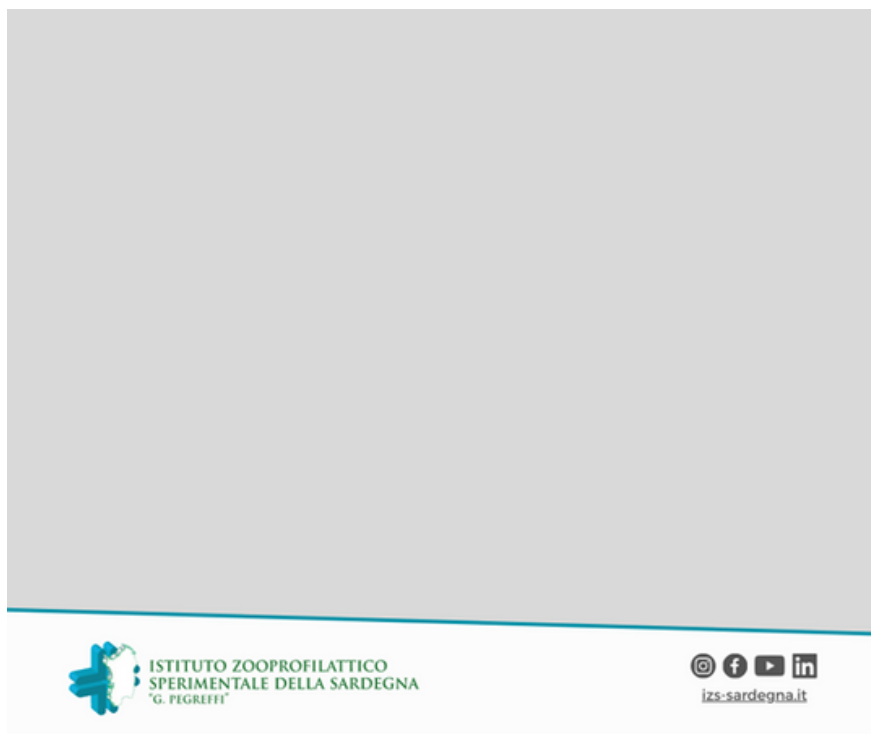
I testi di accompagnamento verranno declinati attraverso un **linguaggio specifico rispetto al target** al quale i singoli contenuti saranno indirizzati e alla piattaforma.

Le piattaforme adottate saranno: Facebook, Instagram, LinkedIn e YouTube.

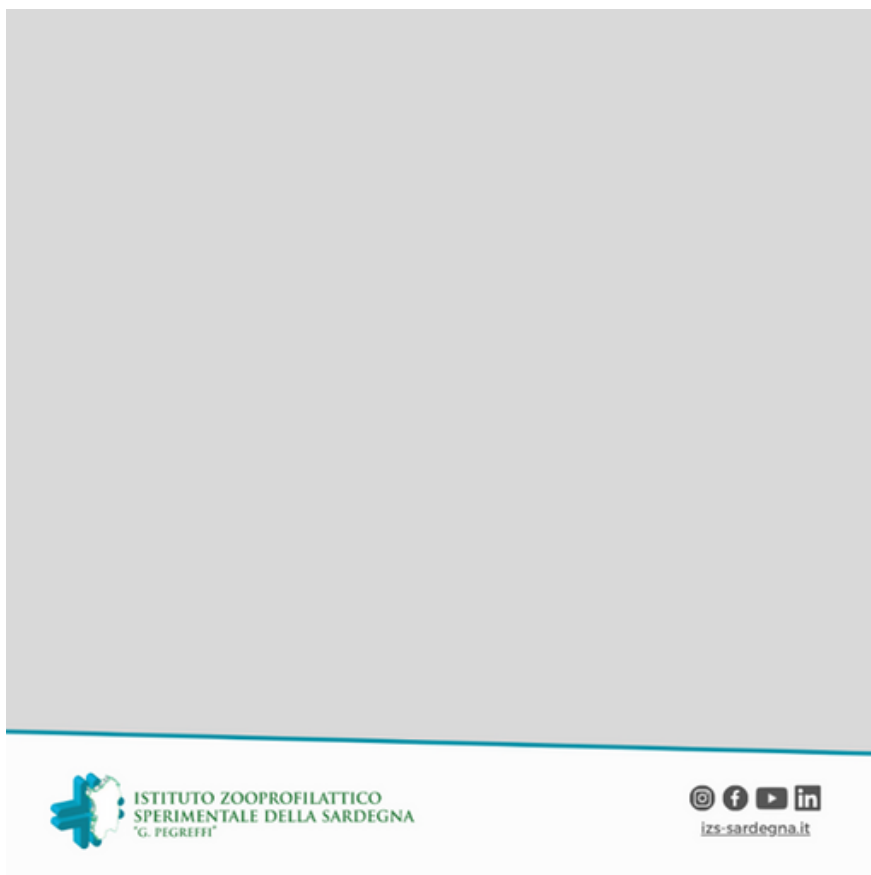
Tre fasi:

- revisione della social media policy e applicazione dei piani editoriali;
- creazione e pubblicazione di materiali e contenuti specifici per ciascuna piattaforma e attività di community management;
- monitoraggio e reportistica sull'andamento dei canali.





Modello grafico - Facebook



Modello grafico - Instagram

Tema	Contenuto	Mention	Formato	Hashtag
Attività	Informazioni relative alle attività e ai servizi Link al sito IZS	Ordini professionali e Associazioni di categoria	Testo Card Infografiche	#zsSardegna Hashtag specifici declinati sulla base del tema trattato
Eventi	Open Day Eventi e exhibit Link al sito IZS	Partner dell'evento	Testo Card Video Immagini	#zsSardegna Hashtag specifici declinati sulla base del tema trattato
Campagne tematiche e di prevenzione	Campagne di prevenzione Campagne di promozione della salute Link al sito IZS	Ministero della Salute Istituti di ricerca Istituzioni	Card Testo	#zsSardegna #prevenzione #salute Hashtag specifici declinati sulla base del tema trattato
Ricerche e progetti	Ricerche e personale addetto Premi Finanziamenti Link al sito IZS	Ministero della Salute Partner della ricerca	Testo Immagini	#zsSardegna #ricerca Hashtag specifici declinati sulla base del tema trattato

Tema	Contenuto	Mention	Formato	Hashtag
Campagne tematiche e di prevenzione	Campagne di prevenzione Campagne di promozione della salute Link al sito IZS	Ministero della Salute Istituti di ricerca Istituzioni	Card Testo Reel	#izsSardegna #prevenzione #salute Hashtag specifici declinati sulla base del tema trattato
Giornate mondiali e ricorrenze	Giornate mondiali o nazionali dedicate a temi affini all'attività IZS Link al sito IZS	Ministero della Salute Istituti di ricerca Istituzioni	Card Testo Reel	#izsSardegna Hashtag specifici declinati sulla base del tema trattato
Storia IZS	Storia dell'IZS Link al sito IZS	Ministero della Salute Istituti di ricerca Istituzioni	Card Immagini Video Testo	#izsSardegna Hashtag specifici declinati sulla base del tema trattato

Tema	Contenuto	Mention	Formato	Hashtag
Concorsi e selezioni	Concorsi Posizioni aperte Borse di studio Collaborazioni Link al sito IZS	Aspal	Testo Link al sito IZS	#izsSardegna #concorso #selezione Hashtag specifici declinati sulla base del tema trattato
Rassegna stampa	Articoli su IZS pubblicati su stampa locale, stampa nazionale, agenzie di stampa Servizi e interviste televisive	Ministero della Salute Regione Sardegna Ordini professionali e Associazioni di categoria	Testo Video Link all'articolo	#izsSardegna #rassegnastampa Hashtag specifici declinati sulla base del tema trattato
Attività e progetti di ricerca	Ricerche in corso Personale della ricerca Premi Finanziamenti Link al sito IZS	Ministero della Salute Regione Sardegna	Testo Video Link al sito IZS	#izsSardegna #ricerca Hashtag specifici declinati sulla base del tema trattato
Attività formative	Corsi Progetti Webinar Link al sito IZS	Regione Sardegna Aspal	Testo Video Link al sito IZS	#izsSardegna #formazione Hashtag specifici declinati sulla base del tema trattato

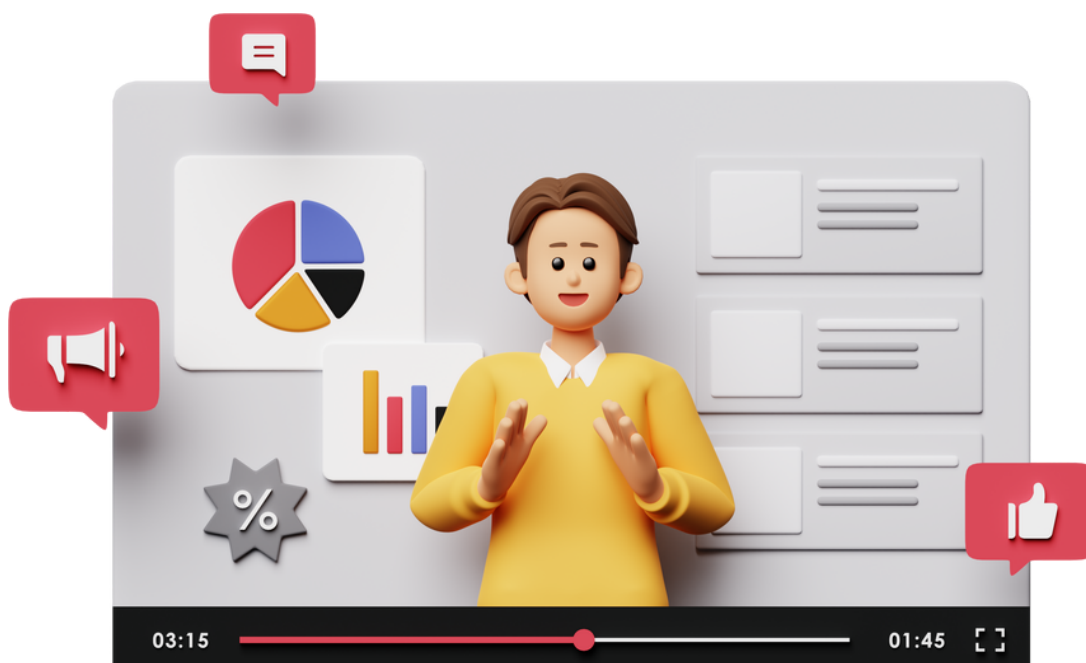
Tema	Contenuto	Formato
Formazione	Corsi Webinar Link al sito IZS	Video Testo Link al sito IZS
Media	Interviste rilasciate dal personale IZS Televisivi	Video Testo Link al sito IZS
Eventi	Eventi e exhibit	Video Testo Link al sito IZS
Campagne	Campagne di prevenzione e promozione della salute	Video Testo Link al sito IZS

I video realizzati saranno organizzati in playlist tematiche, tra le quali: IZS, media, corsi e formazione, eventi, One Health. Le playlist avranno lo scopo di illustrare le attività realizzate dall'Istituto, i servizi offerti e promuovere e diffondere buone pratiche.

I video **conterranno il logo di IZS e i sottotitoli**, al fine di promuovere una più ampia fruizione di questi contenuti. Ciascun video verrà titolato, attraverso una espressione chiaramente indicativa del tema trattato e sarà inserita una breve descrizione del contenuto. Al termine di ciascuna descrizione verrà inserito il link al sito dell'Istituto per approfondimenti.

Tre fasi:

- sistematizzazione e classificazione del patrimonio video esistente, attraverso la titolazione e descrizione dei video secondo linee guida unitarie;
- creazione di nuove playlist tematiche;
- realizzazione e caricamento di nuovi contenuti video.



Al fine di diffondere in maniera diretta, in particolar modo nei confronti degli utenti che usufruiscono dei servizi erogati dall'istituto, una comunicazione puntuale, corretta e aggiornata **verrà proposto all'utenza e ai pubblici di aderire alla mailing list dell'Istituto.**

Gli utenti avranno la possibilità di **iscriversi alla mailing list per ricevere comunicazioni sulle attività dell'IZS Sardegna** negli ambiti della sanità animale, della sicurezza alimentare e della prevenzione delle zoonosi.

Tre fasi:

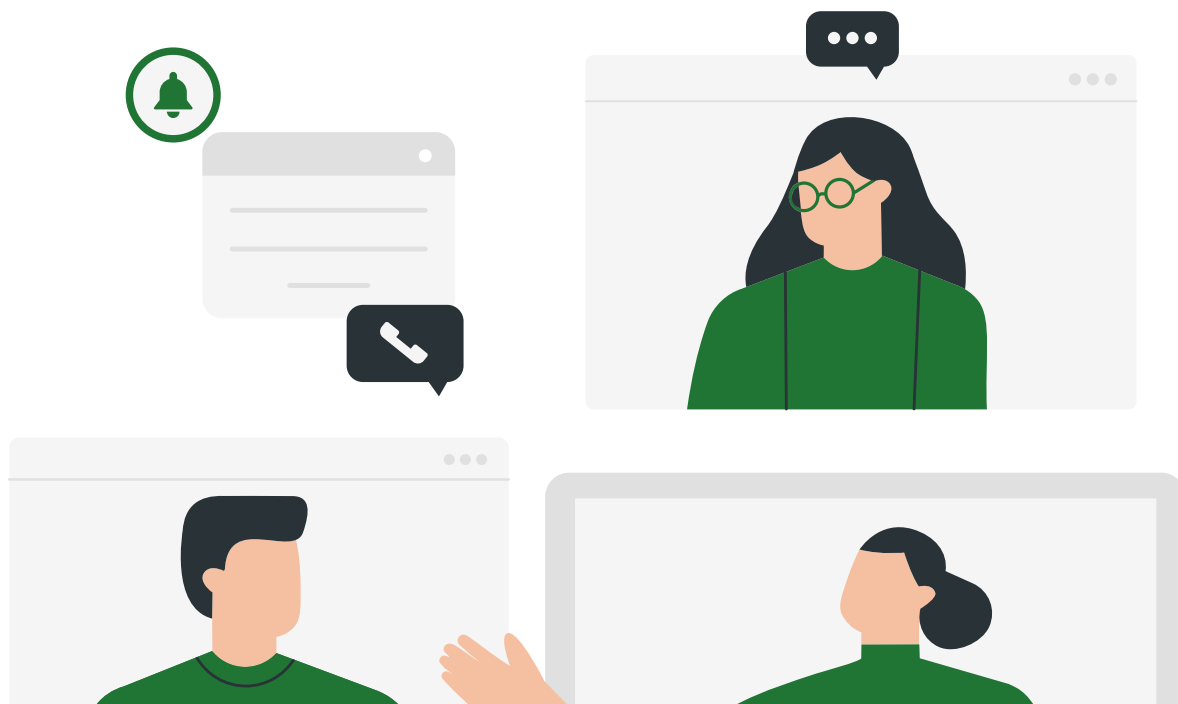
- strutturazione del modello di newsletter;
- creazione del sistema di memorizzazione dei contatti e pubblicazione del form di iscrizione sul sito;
- pubblicizzazione e avvio del sistema di invio di mail informativa periodiche.



Lo smartphone è lo strumento che maggiormente viene utilizzato dagli utenti per informarsi, inviare e ricevere comunicazioni. La possibilità di **raggiungere gli utenti tramite le applicazioni di messaggistica** - da loro abitualmente impiegate in altri ambiti - **rappresenta un vantaggio rilevante per realizzare una comunicazione tempestiva e diretta**. Le liste broadcast sono elenchi di contatti ai quali è possibile inviare in tempi ridotti messaggi contenenti testo, immagini, link, video. Come ampiamente documentato in letteratura questi strumenti si rivelano essenziali per comunicare con gli utenti nell'eventualità si ponga la necessità di diffondere con rapidità una comunicazione. Si è scelto pertanto di procedere alla **creazione di liste broadcast tramite WhatsApp** che rappresenta attualmente la applicazione di messaggistica più diffusa.

Tre fasi:

- adozione del sistema di memorizzazione e gestione dei contatti;
- pubblicizzazione dello strumento;
- invio periodico di informazioni.



L'Istituto realizza, in diverse occasioni, materiale grafico ed editoriale. Tutti i materiali realizzati saranno in linea con l'identità visiva dell'IZS, al fine di risultare sempre riconoscibili e connessi alla linea editoriale definita.

I materiali realizzati saranno: manuali, linee guida, report, brochure e flyer, poster.

I materiali prodotti, **pubblicati su licenza Creative Commons, saranno contenuti in una specifica sezione del sito collegata all'account dell'IZS Sardegna sulla piattaforma Issuu**, al fine di essere facilmente reperibili, scaricabili, riutilizzabili dagli utenti, interni ed esterni e continuare ad alimentare il patrimonio informativo e comunicativo dell'Ente.

Tre fasi:

- individuazione delle aree tematiche e coinvolgimento del personale dei Servizi;
- elaborazione dei testi e delle immagini;
- realizzazione e diffusione del materiale editoriale tramite la creazione di un account istituzionale sulla piattaforma Issuu



I dati rappresentano una fondamentale risorsa per illustrare al pubblico fenomeni complessi e raccontare l'Istituzione e le sue attività, come ampiamente dimostrato in diversi casi di studio. A tal fine verranno **realizzate delle infografiche tematiche** che, nell'ottica di una più ampia strategia di comunicazione, siano in grado di illustrare concetti e processi articolati, **a partire dai dataset in possesso dell'Istituto**.

I Servizi verranno invitati a elaborare, in collaborazione con la comunicazione, dati e materiali per la costruzione delle rappresentazioni. Le infografiche realizzate potranno essere connesse a specifiche attività istituzionali e andranno ad arricchire il patrimonio comunicativo e informativo dell'Ente, oltre a poter essere proposte come contenuti autonomi in altri contesti.

Tre fasi:

- individuazione delle aree tematiche e coinvolgimento del personale dei Servizi;
- raccolta ed elaborazione dei dati e dei materiali;
- realizzazione e diffusione delle infografiche.



La comunicazione interna sarà **strutturata e pianificata al fine di condividere le informazioni rilevanti all'interno dell'Istituto, migliorare l'organizzazione e coinvolgere maggiormente il personale nelle attività.** In quest'ottica, la comunicazione interna agirà **per favorire la condivisione, la collaborazione, la partecipazione del personale alla crescita e innovazione dell'Ente**, nell'ottica di una costante valorizzazione del capitale umano. Verrà individuato un referente per ciascuna area che possa condividere le informazioni rilevanti con la comunicazione che declinerà le informazioni in un messaggio strutturato per gli utenti interni.

Tre fasi:

- ideazione del modello grafico e identificazione delle sezioni tematiche;
- adozione del modello;
- diffusione periodica della newsletter interna.



Al fine di **migliorare la comunicazione interna e favorire momenti di confronto, anche informali, far emergere idee e suggerimenti**, verrà organizzato, con cadenza annuale, un **piano di eventi interno, che contribuisca a far crescere il senso di appartenenza** all'Istituzione, nell'ottica di un miglioramento continuo delle relazioni tra le persone.

Il piano di eventi verrà integrato sulla base dei suggerimenti e delle proposte avanzate dal personale che sarà consultato e coinvolto nella scelta dei temi per gli eventi stessi, anche tramite la newsletter. La finalità sarà incentivare le persone ad essere parte attiva nella vita dell'Istituto e far sentire il personale coinvolto nel processo di pianificazione della attività. Gli eventi interni potranno consistere, a titolo di esempio, in: cineforum tematici, attività sportive di beneficenza, giornate con le famiglie in Istituto, ecc.

Tre fasi:

- individuazione dei temi per gli eventi interni;
- elaborazione e approvazione del piano degli eventi interni;
- realizzazione degli eventi.





ISTITUTO ZOOPROFILATTICO
SPERIMENTALE DELLA SARDEGNA
"G. PEGREFFI"