ne|x|twork

persone, progetti, imprese

Piano di Comunicazione della Sostenibilità 2026-2028

Nextwork Soc. Coop.

Strategia di diffusione, trasparenza e accessibilità della Politica Aziendale Green
(Approvato 24 Gennaio 2026 – rev2)

1. Obiettivi Strategici e Visione

Il presente Piano di Comunicazione per il triennio 2026-2028 definisce le linee guida, i canali e le modalità operative attraverso cui Nextwork Soc. Coop. rende accessibile, trasparente e partecipata la propria politica di sostenibilità olistica. In linea con il percorso di certificazione Travelife e coerentemente con la nostra identità di cooperativa sociale basata sulla mobilità dolce (treno e treno+bici), la comunicazione non è intesa come mero strumento di marketing, bensì come un dovere di trasparenza verso gli stakeholder e una leva di sensibilizzazione culturale sul territorio pugliese.

2. Mappatura dei Target e Livelli di Accessibilità

Per garantire un'efficace divulgazione della sostenibilità aziendale, il piano suddivide i destinatari in tre categorie, stabilendo per ciascuna specifici strumenti di accesso alle informazioni:

Destinatari (Stakeholder)	Obiettivo di Comunicazione	Strumenti di Accesso Principali
Collaboratori e Guide sul Campo	Allineamento operativo, coinvolgimento etico e monitoraggio degli standard ecologici durante i tour.	Intranet aziendale, manualistica interna (Manuale Travelife), sessioni periodiche di formazione, comunicazioni dirette via chat di coordinamento.
Fornitori e Partner (PMI/Artigiani/Vettori)	Condivisione dei valori, sottoscrizione degli standard e monitoraggio delle performance tramite la *Green Checklist*.	Sezioni dedicate B2B, allegati contrattuali (Codice di Condotta), newsletter tecniche e incontri di filiera.
Pubblico, Clienti e Comunità Locale	Educazione al turismo lento, promozione degli itinerari sostenibili, trasparenza sui risultati e sugli impatti generati.	Siti web istituzionali/commerciali, canali social (Facebook, WhatsApp), infopoint fisici e materiale informativo digitale (PDF *paperless*).

3. La Comunicazione digitale: I due siti Web principali

Nextwork declina la propria presenza online attraverso due piattaforme web relative ai due brand/ linee di prodotto: Apulia by Train e Make it in Puglia (www.apuliabytrain.it; www.turismoindustriale.it destinate a segmenti di clientela differenti. Entrambe ospitano la politica di sostenibilità in modo permanente e facilmente accessibile:

3.1. Sito Web Istituzionale e di Turismo Culturale/Industriale

- **Focus:** Valorizzazione del patrimonio culturale, naturalistico, manifatturiero e dell'artigianato d'eccellenza della Puglia.
- **Sezione sostenibilità:** Una pagina dedicata (accessibile direttamente dal menu principale con un click) ospita la Dichiarazione d'Intenti, il bilancio sociale della cooperativa e i report annuali di conformità Travelife.
- **Accessibilità:** Il sito rispetta le linee guida WCAG per l'accessibilità digitale, garantendo la leggibilità e la fruizione dei contenuti anche a utenti con disabilità visive o cognitive.

3.2. Sito Web di E-Commerce e Booking degli Itinerari Intermodali (Treno + Bici)

- **Focus:** Prenotazione diretta di escursioni, tour guidati e noleggio mezzi per viaggiatori individuali e gruppi.
- **Integrazione della Sostenibilità:** Ogni scheda prodotto (itinerario) evidenzia in modo trasparente l'impatto ambientale risparmiato (es. calcolo indicativo della CO_2 non emessa grazie all'uso del treno e della bicicletta).
- **Accessibilità alle Informazioni:** Al momento della prenotazione, il cliente riceve un link alla politica ambientale di Nextwork e una guida digitale in formato PDF con i comportamenti ecologici da adottare sul campo.

4. Strategia Social Media: Facebook e WhatsApp

I social network sono utilizzati per trasformare la sostenibilità da concetto teorico a narrazione quotidiana e interattiva.

4.1. Facebook: La Narrazione della Sostenibilità (Storytelling)

- **Rubriche Dedicate:** Creazione di un piano editoriale mensile strutturato in rubriche fisse (es. *#StorieDiMade in Italy e #StorieDiMade in Puglia* per valorizzare le PMI sostenibili partner del turismo industriale , *#PugliaInTreno* per promuovere la mobilità dolce).
- **Trasparenza:** pubblicazione video dei dietro le quinte dei tour, interviste ai custodi dell'industria e dell' artigianato locale e condivisione dei traguardi ambientali raggiunti.
- **Campagne di Sensibilizzazione:** lancio di campagne informative periodiche sul "turismo responsabile" per educare la community al rispetto della natura e alla riduzione dei consumi e dei rifiuti.

4.2. WhatsApp: comunicazione diretta, assistenza e accessibilità Istantanea

- **WhatsApp Business e Canali ufficiali:** utilizzo dello strumento per l'invio automatizzato (previo consenso) dei dettagli di viaggio in formato rigorosamente digitale, eliminando l'uso di voucher cartacei.
- **Gruppi di Coordinamento dei Tour:** creazione di chat temporanee per i partecipanti alle escursioni guidate. La guida del tour utilizza la chat per condividere la "Green Checklist" comportamentale e il questionario di feedback dei partecipanti.
- **Accessibilità e Supporto:** canale diretto e inclusivo per assistere i clienti con esigenze specifiche (es. informazioni sull'accessibilità dei treni o delle officine artigianali per persone a mobilità ridotta).

5. Monitoraggio e revisione del Piano

Per garantire che la strategia di comunicazione non sia solo diffusa, ma generi un reale impatto in termini di coinvolgimento e sensibilizzazione, il Coordinatore della Sostenibilità traccerà trimestralmente i seguenti indicatori di efficacia (KPI):

5.1. Tasso di interazione e performance social (Facebook)

L'obiettivo è misurare la capacità dei contenuti editoriali di stimolare una conversazione attiva attorno al turismo responsabile e al patrimonio pugliese.

- **KPI 1: Engagement Rate (ER) della Community**
  - *Formula di calcolo:* (Totale interazioni: Like + Commenti + Condivisioni / Copertura totale del post) x 100.
  - *Target 2026-2028:* Mantenere un ER medio superiore al **4.5%** sui post contrassegnati dai tag *#StorieDiArtigiani* e *#PugliaInTreno*.
- **KPI 2: Condivisione dei Valori**
  - *Metrica:* Numero di condivisioni spontanee dei post legati al Codice di Condotta e alle pillole di sostenibilità.
  - *Target:* Almeno **50 condivisioni/mese** da parte di utenti unici o pagine partner (es. GAL o Manageritalia).

5.2. Download e fruizione delle guide digitali (Siti Web ed E-Commerce)

Questo indicatore misura l'efficacia del passaggio dalla carta al digitale (*paperless*) e il livello di interesse dei clienti nell'approfondire le regole ecologiche prima del viaggio.

- **KPI 3: Tasso di Conversione al download green**
  - *Metrica:* (Numero di download unici della guida PDF "Turista Responsabile" / Numero totale di prenotazioni e-commerce completate) x 100.
  - *Target:* Raggiungere il **90% di conversion rate** (l'obiettivo è l'adozione quasi totale del formato digitale prima della partenza).
- **KPI 4: Accessibilità della politica aziendale**
  - *Metrica:* Tempo medio di permanenza e click unici sulla pagina "Politica di Sostenibilità Travelife" presente sul sito istituzionale.
  - *Target:* Tempo di permanenza medio superiore a **1 minuto e 30 secondi**, a dimostrazione di una lettura consapevole e non superficiale.

5.3. Riscontri e customer satisfaction nei Questionari Post-Tour (WhatsApp)

Il canale WhatsApp viene monitorato per valutare la percezione reale del viaggiatore e l'efficacia dell'azione di sensibilizzazione svolta dalle guide sul campo.

- **KPI 5: Tasso di risposta al Questionario di Sostenibilità**
  - *Metrica:* (Numero di questionari compilati ricevuti via link WhatsApp / Numero di messaggi di follow-up inviati a fine tour) x 100.
  - *Target:* Mantenere un tasso di risposta superiore al **65%**.
- **KPI 6: Indice di percezione dell'Impegno Green (Green NPS)**
  - *Domanda chiave nel questionario: "Su una scala da 1 a 5, quanto ritieni che il tour a cui hai partecipato abbia rispettato l'ambiente e valorizzato l'economia locale?"*
  - *Target:* Ottenere un punteggio medio pari o superiore a **4.6 / 5**.
- **KPI 7: Consapevolezza comportamentale**
  - *Domanda chiave nel questionario: "Le indicazioni ecologiche fornite dalla guida nella chat WhatsApp prima del tour ti sono state utili per ridurre i tuoi rifiuti durante l'escursione?"*
  - *Target:* Almeno l'**80%** di risposte positive ("Sì, molto" / "Sì, abbastanza").

5.4. Registro dei report e azioni correttive

I dati raccolti attraverso questi KPI confluiranno in un **Report Semestrale di Efficacia della Comunicazione**. Nel caso in cui uno o più indicatori si posizionino al di sotto dei target stabiliti, il Coordinatore della Sostenibilità, in sinergia con i gestori dei due siti web e i partner locali, avvierà azioni correttive (es. semplificazione del layout di download, re-styling grafico dei post su Facebook o sessioni di allineamento aggiuntive con le guide turistiche per l'uso di WhatsApp).

Firma Dott. Ettore Ruggiero