

Il mondo del soccorso disvelato da un occhio attento

Si chiama SOS EMERGENZA ed è comunicazione a tutto tondo, "olistica" si direbbe oggi. Un sito, una pagina facebook, un canale youtube e poi ancora twitter e instagram. Insomma, un dispiegamento di "mezzi" per un solo obiettivo: condividere e trasmettere, attraverso il web, la cultura del soccorso sanitario, raccontando in modo avvincente e puntuale il mondo del soccorso, svelarne tecniche e segreti, invitando allo "spettacolo" milioni di utenti, spesso mostrando il dietro alle quinte, per poi raccoglierne i commenti e rispondere alle domande più interessanti

di Daniele Rigo

«Abbiamo poco più di due anni di vita, ma ormai ci conoscono tutti e soprat-

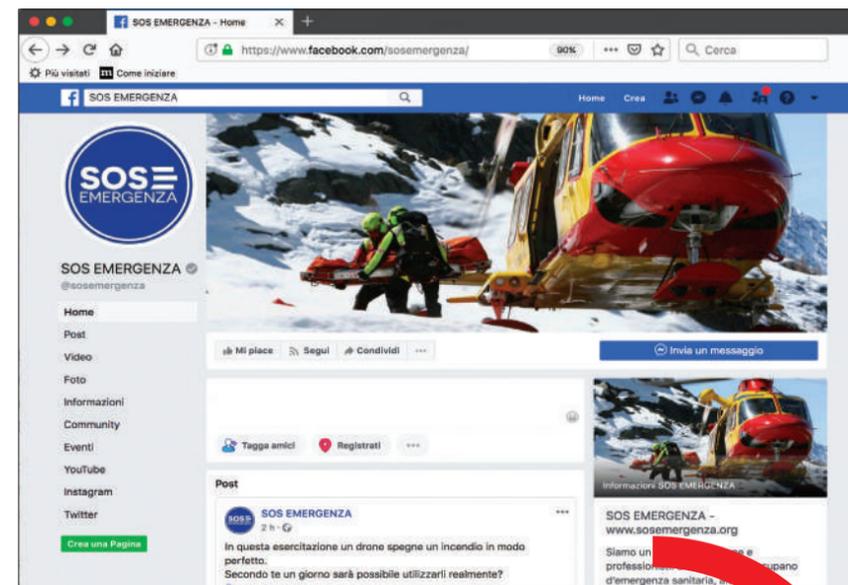
tutto ci considerano una fonte attendibile», spiega Simone Bedon, ideatore del progetto SOS EMERGENZA, al quale si dedica al progetto auto finan-

ziandolo e che nella vita si occupa di social media management. Una vera passione la sua, che condivide con un team di colleghi, tra cui medici d'emergenza e infermieri che insieme a lui gestiscono i contenuti sui vari canali social.

«Abbiamo creato questo progetto con lo scopo iniziale di informare la popolazione sulla presenza del numero unico emergenza 112», racconta Simone, «e poi per condividere e trasmettere la cultura del soccorso sanitario». Con un'altissima visibilità, a giudicare dalle 100 mila visite mensili al sito, o dai 10 milioni di utenti mensili presenti nella pagina facebook.

Sono state fatte varie dirette video sulla pagina facebook: alla scoperta delle centrali operative, i mezzi di soccorso e visibilità alle associazioni creando dirette didattiche riservate alla popolazione.

Simone Bedon, ideatore del progetto SOS EMERGENZA



La home page facebook di SOS EMERGENZA e nelle immagini seguenti alcuni dei post delle dirette video

Le ultime dirette live sono state effettuate dalla centrale operativa del numero unico emergenza 112 di Milano, dalla Pubblica Assistenza di Vimodrone (MI) alla scoperta del BLS, dal "cuore" di una esercitazione dell'Esercito per una Maxi Emergenza insieme al Crimedim, alla base Elisoccorso AREU Bresso (Milano), e dall'interno di un'ambulanza per scoprire tutto ciò che contiene e come viene attivata per un'emergenza. Ogni video ha la caratteristica del racconto dal vivo, riuscendo a trasmettere la percezione dei "battiti" del cuore pulsante del mondo del soccorso e raccogliendo decine di migliaia di visualizza-

«Abbiamo creato il progetto SOS EMERGENZA con lo scopo iniziale di informare la popolazione sulla presenza del Numero Unico di Emergenza 112», racconta Simone Bedon, «e per condividere e trasmettere la cultura del soccorso sanitario». Con un'altissima visibilità, a giudicare dalle 100 mila visite mensili al sito, o dai 10 milioni di utenti mensili presenti nella pagina facebook





zioni. Viene anche dato spazio alle numerose domande degli spettatori, rispondendo a dubbi e curiosità.

Un moltiplicatore di contatti

«Ci occupiamo anche di Social Media in Emergency Situations, attraverso i nostri canali social, che offrono un'altissima visibilità, contribuiamo anche a una rapida diffusione di importanti notizie alla popolazione, che ormai usa in modo massiccio questi strumenti di comunicazione», racconta Bedon, esperto in Social Media Managmanet. «La comunicazione naturalmente è a due vie, perché

i canali sono a loro volta alimentati in tempo reale dai visitatori». C'è la passione da parte del team di Simone Bedon, ma le note dolenti riguardano i costi del sistema e progetto, che per la sua architettura complessa necessita di continui aggiorna-

menti e, soprattutto, pesano i costi di trasferta, di visual merchandising per darne visibilità durante gli eventi, del materiale per le risposte video, finora completamente autofinanziati. «Ma i canali social potrebbero rappresentare un'occasione

di visibilità straordinaria per aziende legate al mondo del soccorso e che volessero contribuire al sostegno dei costi di trasporto, dei materiali di produzione video o delle altre attività legate al progetto SOS EMERGENZA», conclude Bedon e ci auguriamo che l'appello venga raccolto perché la best practice di SOS EMERGENZA possa continuare.

I canali social e i contatti di SOS EMERGENZA

Web: <https://www.sosemergenza.org>

Email: sos@sosemergenza.org

Facebook: <https://www.facebook.com/sosemergenza>

Twitter: <https://twitter.com/sosemergenza>

Instagram: <https://www.instagram.com/sosemergenza>

YouTube: <https://www.youtube.com/sosemergenza>