

Sezione 5

Sistemi di relazione e strumenti di comunicazione

SISTEMA DELLE RELAZIONI E STRUMENTI DI COMUNICAZIONE

Questa sezione del documento illustra gli interventi e le azioni intraprese dall'azienda per potenziare e qualificare il sistema delle relazioni sia con i soggetti esterni (utenti, cittadini, loro rappresentanze sociali ed istituzionali) sia con i propri operatori.

L'obiettivo informativo specifico è dunque quello di fornire un quadro delle iniziative e degli interventi posti in essere dall'azienda in relazione ad un insieme di aspetti a così alta valenza strategica.

In essa vengono individuati tre ambiti distinti:

1. Ruolo e strategia comunicativa
2. La comunicazione verso la comunità di riferimento
3. La comunicazione interna aziendale

Ruolo e strategia comunicativa

La comunicazione è un'attività strategica per l'Azienda e si sviluppa nella produzione di strumenti e servizi integrati per due ambiti di destinatari: il "cliente" esterno, quindi il cittadino/utente, ma anche i rappresentanti di Istituzioni, Associazioni, ecc. e il "cliente" interno, ovvero gli operatori aziendali.

In particolare, sul versante dell'utenza, lo sviluppo dei servizi comunicativi ha come obiettivi il corretto accesso/utilizzo dei servizi, l'informazione su prestazioni e percorsi di cura, l'educazione alla salute e alla prevenzione. La capacità di informare, coinvolgere ed orientare i cittadini alla salvaguardia della propria salute è un passaggio indispensabile nel percorso di gestione aziendale. Un'efficace comunicazione, sia interna che esterna, consente infatti ricadute positive non solo sulla percezione della qualità del servizio reso, ma anche sul miglioramento reale della qualità dei servizi a cominciare dalla loro più razionale fruizione.

La comunicazione deve tendere a migliorare il rapporto tra i servizi aziendali e l'utenza, valorizzando il ruolo dei cittadini in quanto soggetti titolari di diritti inviolabili quali partecipazione, accesso, informazione, trasparenza e tutela.

L'attività di comunicazione rivolta all'esterno dell'Azienda è assicurata in modo integrato con le Istituzioni locali e gli organismi di rappresentanza di interessi diffusi (volontariato, organizzazioni sindacali, ecc) per ampliarne l'efficacia e per raggiungere un numero sempre maggiore di cittadini.

Infine, sul versante degli operatori aziendali, i servizi di comunicazione contribuiscono a rafforzare l'integrazione tra professionisti, il senso di appartenenza, la condivisione degli obiettivi, l'assunzione di responsabilità, l'innovazione organizzativa e clinica.

La strategia comunicativa dell'Azienda si basa dunque su due capisaldi:

- garanzia di efficacia, trasparenza e valore aggiunto alle azioni sanitarie promuovendo la salute nei contesti della programmazione negoziata che vede attori i professionisti, i cittadini e le Istituzioni;
- capacità di lettura del bisogno e orientamento delle azioni per la salute, valorizzando suggerimenti provenienti dall'esterno (cittadini, enti locali, associazioni, sindacati, opinione pubblica, mass media) e dall'interno (professionisti, operatori, collaboratori).

L'Ufficio Stampa, Comunicazione e Rapporti con l'Utenza aziendale è quindi il perno di una rete di informazione e di ascolto che contribuisce, in forma coordinata ed integrata, al miglioramento continuo dei servizi.

La comunicazione verso la comunità di riferimento

Ha come fine ultimo la promozione di strategie di *empowerment* della popolazione, ovvero di co-responsabilizzazione del cittadino/utente nella gestione della propria salute. Obiettivo questo raggiunto sempre con il coinvolgimento degli *stakeholders*, nostri partner fin dall'avvio delle varie progettualità.

Il coordinamento delle azioni di comunicazione

L'azione comunicativa aziendale si integra con quella distrettuale e di presidio ospedaliero grazie a due principali strumenti di coordinamento: il coordinamento aziendale degli Uffici Relazione con il Pubblico (URP) e il coordinamento aziendale dei Comitati Consultivi Misti (CCM).

Il coordinamento aziendale URP ha permesso di proseguire la promozione dell'immagine unitaria dell'Azienda, accrescendone la visibilità e la trasparenza, integrando i percorsi per la gestione delle segnalazioni dei cittadini con azioni di comunicazione ad hoc. Tra le attività del coordinamento aziendale URP, realizzata in collaborazione con l'Ufficio Qualità aziendale, si ricorda l'elaborazione del Rapporto annuale delle segnalazioni, messo a disposizione delle Direzioni dell'Azienda e delle sue articolazioni quale strumento funzionale al miglioramento della qualità e dell'efficacia dei servizi prestati all'utenza, integrandosi con i percorsi e le procedure di governo clinico e della gestione del rischio.

Il coordinamento aziendale dei Comitati Consultivi Misti ha consentito la condivisione di progettualità su scelte organizzative, promozione della salute e miglioramento dei percorsi di accesso per i cittadini. Su queste tematiche si rimanda alla Sezione 3 del presente Bilancio di Missione.

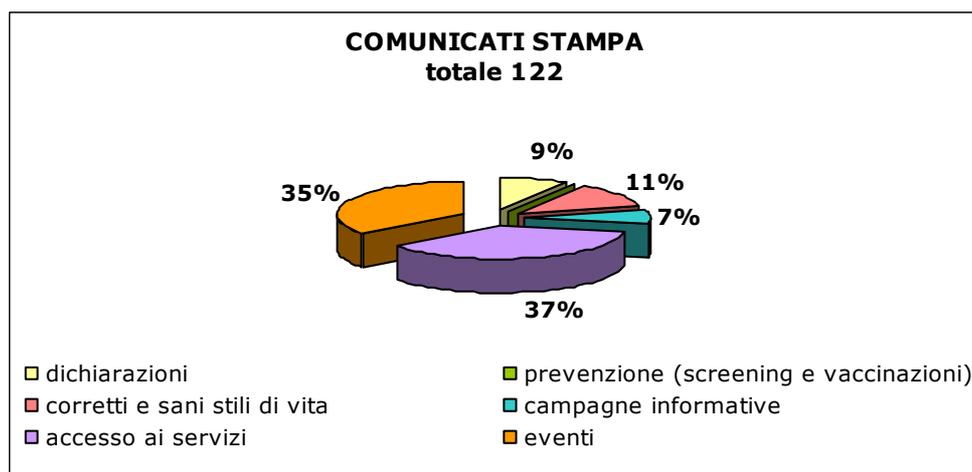
Entrambi gli strumenti di coordinamento aziendale qui delineati sono risultati, anche nel corso del 2013, particolarmente attivi ed efficaci nell'implementazione operativa sul territorio delle numerose campagne di comunicazione e prevenzione sanitaria, promosse sia dall'Azienda che dalla Regione Emilia-Romagna, oltre che di particolari eventi promossi o dalle organizzazioni di volontariato o dagli Enti Locali dei Comitati di Distretto.

I servizi aziendali di comunicazione esterna

Nel 2013, è stata ulteriormente sviluppata l'attività di informazione e comunicazione verso l'utenza e la comunità di riferimento, realizzando servizi e prodotti informativi applicando le normative su stampa, informazione, trasparenza e riservatezza della comunicazione istituzionale degli enti pubblici.

Perno della comunicazione verso l'esterno è l'attività di ufficio stampa, ovvero di relazione con le testate giornalistiche di ambito sia locale che extra provinciale. I grafici a seguire sintetizzano le attività di ufficio stampa dei due principali strumenti utilizzati: i comunicati stampa e le conferenze stampa, in relazione ai contenuti tematici.

FIGURA 1 COMUNICATI STAMPA



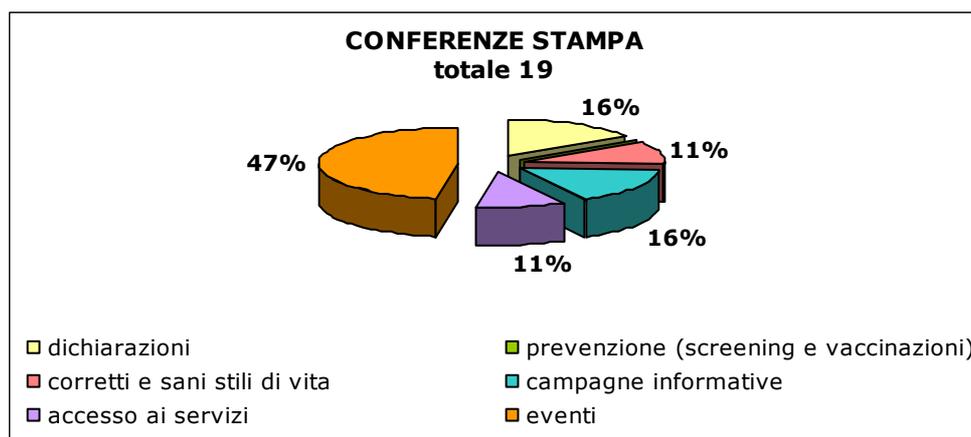
NOTA 1: Dichiarazioni si riferisce alle comunicazioni della Direzione aziendale; Corretti e sani stili di vita comprende tutta la promozione alla salute e l'educazione sanitaria; Accesso ai servizi si riferisce all'informazione sanitaria; Eventi alle iniziative di rilievo aziendale e interesse istituzionale, quali convegni o inaugurazioni; Prevenzione sono le campagne di screening e le vaccinazioni; Campagne informative comprende le azioni integrate di comunicazione su vari mezzi, sia aziendali che regionali; Performance si riferisce alla comunicazione di dati di attività dei servizi aziendali.

NOTA 2: I comunicati stampa conteggiati sono solo quelli aziendali, ovvero non includono quelli congiunti con altri soggetti istituzionali

Oltre ai comunicati aziendali, nel 2013 sono stati diffusi anche 36 comunicati stampa realizzati in modo congiunto con altri soggetti istituzionali, tra cui Azienda Ospedaliero-Universitaria (10 casi), Provincia di Parma (6) e altri enti locali o associazioni di volontariato provinciali.

COMUNICATI STAMPA CONGIUNTI	
Azienda Ospedaliero-universitaria	10
Provincia di Parma	6
Altri enti e associazioni	20

FIGURA 2 CONFERENZE STAMPA

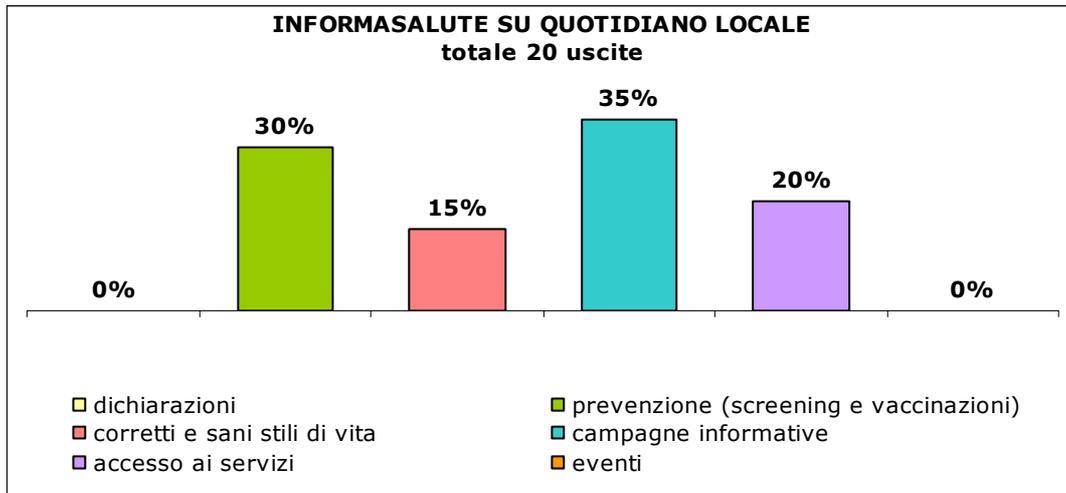


NOTA: Dichiarazioni si riferisce alle comunicazioni della Direzione aziendale; Corretti e sani stili di vita comprende tutta la promozione alla salute e l'educazione sanitaria; Accesso ai servizi si riferisce all'informazione sanitaria; Eventi alle iniziative di rilievo aziendale e interesse istituzionale, quali convegni o inaugurazioni; Prevenzione sono le campagne di screening e le vaccinazioni; Campagne informative comprende le azioni integrate di comunicazione su vari mezzi, sia aziendali che regionali; Performance si riferisce alla comunicazione di dati di attività dei servizi aziendali.

NOTA 2: Le conferenze stampa conteggiate nel grafico sono solo quelle organizzate in sedi aziendali, ovvero non includono quelle organizzate congiuntamente con altri soggetti istituzionali

Ai dati riassunti sopra, si aggiungono le risposte a lettere di cittadini sulla stampa (17 casi), fornitura dati e informazioni richiesti dalla stampa o contatti tra giornalisti e professionisti aziendali (72 casi complessivi). Un altro strumento informativo utilizzato è l'insero "Informasalute", pubbliredazionale, rispettivamente di mezza pagina a colori pubblicato ogni quindici giorni su Gazzetta di Parma e due facciate a colori pubblicate sulla rivista Il Mese di Parma. Nel grafico a seguire è evidenziata la frequenza dei vari contenuti informativi trattati (Informasalute su quotidiano locale).

FIGURA 3 INFORMASALUTE



NOTA: Dichiarazioni si riferisce alle comunicazioni della Direzione aziendale; Corretti e sani stili di vita comprende tutta la promozione alla salute e l'educazione sanitaria; Accesso ai servizi si riferisce all'informazione sanitaria; Eventi alle iniziative di rilievo aziendale e interesse istituzionale, quali convegni o inaugurazioni; Prevenzione sono le campagne di screening e le vaccinazioni; Campagne informative comprende le azioni integrate di comunicazione su vari mezzi, sia aziendali che regionali; Performance si riferisce alla comunicazione di dati di attività dei servizi aziendali.

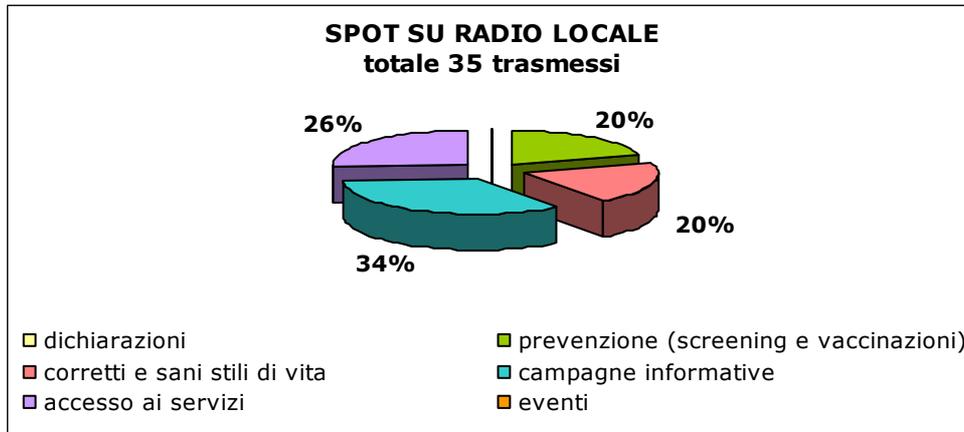
Come evidenziato nei grafici, le strategie comunicative implementate hanno privilegiato da un lato i temi di informazione sanitaria, legati all'accesso ai servizi e alla partecipazione dei cittadini ai processi di miglioramento degli stessi, dall'altro ambiti quali l'educazione alla salute, ovvero i programmi di prevenzione e la promozione di corretti stili di vita, tramite campagne informative o l'adesione ai programmi di vaccinazione e screening.

La comunicazione esterna su questi temi, nel corso del 2013, si è sviluppata anche sulla principale radio locale (radio Parma) e sulle tre emittenti tv provinciali (Tv Parma, Teleducato e RTA Teletaro). In questo ambito, sono stati prodotti spot radiofonici e televisivi, oltre a programmi di informazione aziendale quali la versione tv della rubrica settimanale "Informasalute" su Teleducato, iniziativa che si aggiunge ad analoghi servizi informativi televisivi su Tv Parma e su RTA Teletaro con cadenza quindicinale. Sempre su Teleducato, sono proseguite le trasmissioni quindicinali di "Dottor tv" (19 puntate trasmesse), il programma che presenta servizi e prestazioni dei due ospedali aziendali per la cura di specifiche patologie e che è trasmesso in differita anche su Teleducato Piacenza e su RTA Teletaro.

Nel 2013, sono state realizzate e trasmesse n. 15 trasmissioni dal titolo "La Casa della Salute", in onda su Teleducato Parma a cadenza settimanale. Obiettivo del programma è far conoscere ai cittadini la nuova organizzazione dei servizi della sanità territoriale a Parma, offrendo utili informazioni e approfondimenti sulle modalità di cura e di presa in carico dei bisogni di salute della popolazione garantite nelle Case della Salute. Tra gli argomenti delle puntate, le modalità di presa in carico e integrazione dei professionisti nei percorsi per le malattie croniche, i servizi di assistenza domiciliare, la riabilitazione e la medicina d'iniziativa, il ruolo dei medici di medicina generale e dei pediatri che lavorano in gruppo o associazione, la formazione ad hoc per gli operatori delle nuove strutture, gli incontri pubblici con i cittadini, il ruolo del volontariato, la continuità assistenziale H24 e tanto altro ancora.

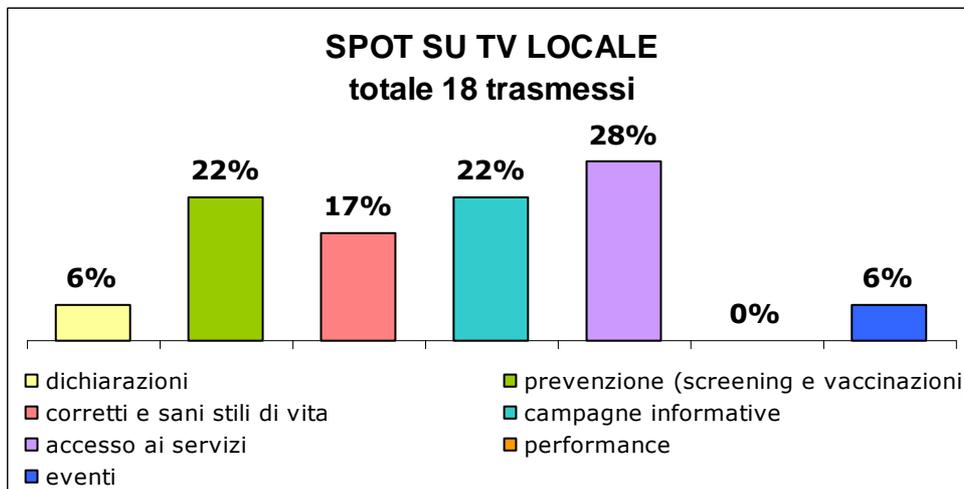
Nei grafici a seguire viene rappresentata la frequenza dei vari contenuti informativi trattati da questi strumenti.

FIGURA 4 SPOT SU RADIO LOCALE



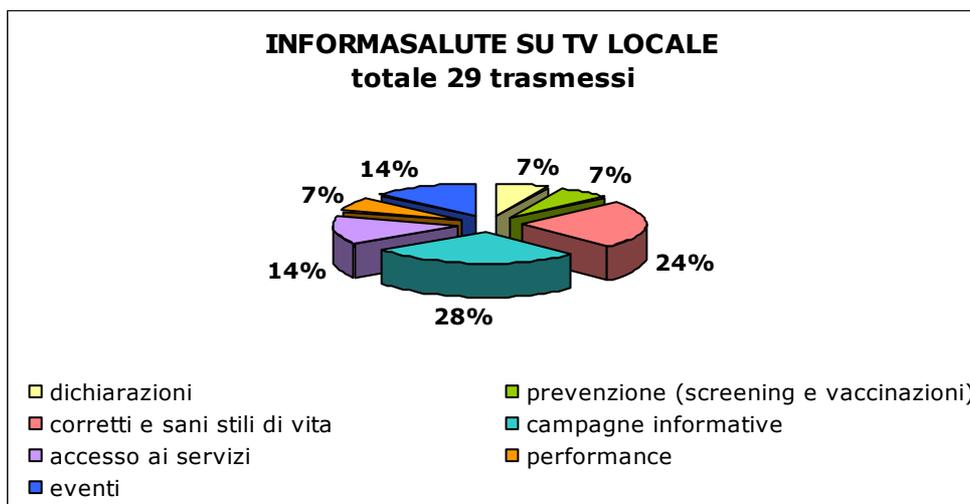
NOTA: Dichiarazioni si riferisce alle comunicazioni della Direzione aziendale; Corretti e sani stili di vita comprende tutta la promozione alla salute e l'educazione sanitaria; Accesso ai servizi si riferisce all'informazione sanitaria; Eventi alle iniziative di rilievo aziendale e interesse istituzionale, quali convegni o inaugurazioni; Prevenzione sono le campane di screening e le vaccinazioni; Campagne informative comprende le azioni integrate di comunicazione su vari mezzi, sia aziendali che regionali; Performance si riferisce alla comunicazione di dati di attività dei servizi aziendali.

FIGURA 5 SPOT SU TV LOCALE



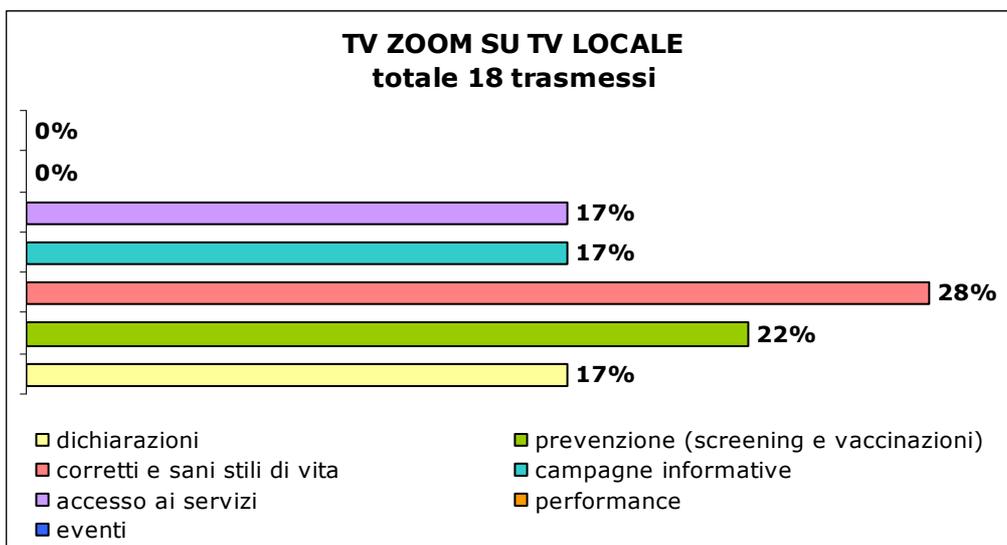
NOTA: Dichiarazioni si riferisce alle comunicazioni della Direzione aziendale; Corretti e sani stili di vita comprende tutta la promozione alla salute e l'educazione sanitaria; Accesso ai servizi si riferisce all'informazione sanitaria; Eventi alle iniziative di rilievo aziendale e interesse istituzionale, quali convegni o inaugurazioni; Prevenzione sono le campane di screening e le vaccinazioni; Campagne informative comprende le azioni integrate di comunicazione su vari mezzi, sia aziendali che regionali; Performance si riferisce alla comunicazione di dati di attività dei servizi aziendali.

FIGURA 6 INFORMASALUTE SU TV LOCALE



NOTA: Dichiarazioni si riferisce alle comunicazioni della Direzione aziendale; Corretti e sani stili di vita comprende tutta la promozione alla salute e l'educazione sanitaria; Accesso ai servizi si riferisce all'informazione sanitaria; Eventi alle iniziative di rilievo aziendale e interesse istituzionale, quali convegni o inaugurazioni; Prevenzione sono le campagne di screening e le vaccinazioni; Campagne informative comprende le azioni integrate di comunicazione su vari mezzi, sia aziendali che regionali; Performance si riferisce alla comunicazione di dati di attività dei servizi aziendali.

FIGURA 7 TV ZOOM SU TV LOCALE



NOTA: Dichiarazioni si riferisce alle comunicazioni della Direzione aziendale; Corretti e sani stili di vita comprende tutta la promozione alla salute e l'educazione sanitaria; Accesso ai servizi si riferisce all'informazione sanitaria; Eventi alle iniziative di rilievo aziendale e interesse istituzionale, quali convegni o inaugurazioni; Prevenzione sono le campagne di screening e le vaccinazioni; Campagne informative comprende le azioni integrate di comunicazione su vari mezzi, sia aziendali che regionali; Performance si riferisce alla comunicazione di dati di attività dei servizi aziendali.

La comunicazione on line: il sito Internet e la newsletter Ausl Parma News

Nel 2013 si è completata la realizzazione del nuovo sito web, pubblicato a inizio 2014, caratterizzato da una veste grafica rinnovata, un'organizzazione dei contenuti di più facile consultazione e una modalità di navigazione più semplice. Il restyling è stato realizzato con l'obiettivo di rendere le informazioni ancora più fruibili per i visitatori. Le aree del menù dei servizi per i cittadini sono caratterizzate da specifici contenuti: "Per la tua salute" - informazioni sui percorsi sanitari per bambini, donne, anziani, ecc. o suddivisi per malattie specifiche, come il diabete, la celiachia, le allergie -; "Dove curarsi" - informazioni sui principali punti di riferimento per la salute (medici di medicina generale, Case della Salute, ospedali, consultori, servizi per l'emergenza urgenza, servizi per l'assistenza domiciliare) con l'attivazione dell'opzione di georeferenziazione; "Servizi on line" - servizi disponibili sul web, alcuni già forniti dalla Regione Emilia-Romagna; "Come fare per" - informazioni generali su servizi. Semplificata e arricchita anche la possibilità di ricercare tutti i contenuti grazie ad un motore di ricerca potenziato. Da ricordare anche l'attività di risposta fornita ai cittadini tramite lo "Scrivici". Nel 2013 sono state inviate 539 risposte tramite e-mail alle domande pervenute di informazione sui servizi e sulle attività dell'Azienda. A tutte le comunicazioni inviate a questo servizio on line è data risposta nel più breve tempo possibile e comunque ampiamente al di sotto della tempistica di risposta (30 giorni) prevista dalla normativa sull'attività degli [Uffici Relazione con il Pubblico](#).

Sempre attiva la newsletter quindicinale "Ausl Parma news". La newsletter, spedita a una mailing list di oltre 5000 indirizzi (tra i dipendenti aziendali, stakeholders e cittadini) propone una selezione delle più importanti notizie del sito internet.

Nel 2013, il sito aziendale ha avuto quasi 650.000 visite, di cui circa 380.000 visitatori unici, con oltre 2.000.000 di pagine visualizzate. E' confermato, quindi, il costante trend di crescita.

E' proseguita l'attività di gestione e produzione dei contenuti del sito e l'aggiornamento delle informazioni presenti nelle varie sezioni. Migliorata anche l'organizzazione editoriale dei percorsi di accesso.

IMMAGINE 1 HOME PAGE DEL SITO INTERNET AZIENDALE

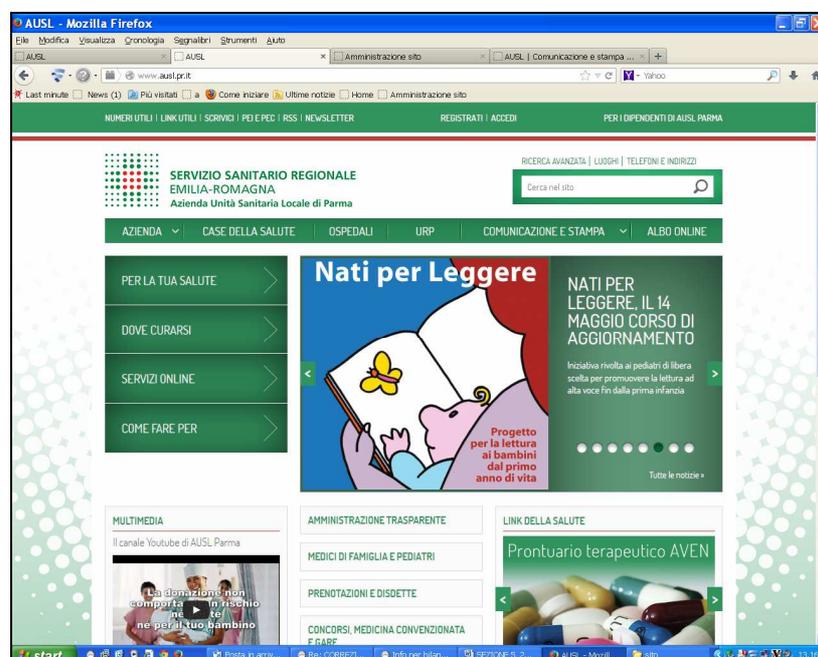


FIGURA 8 SITO INTERNET E NEWSLETTER E-MAIL

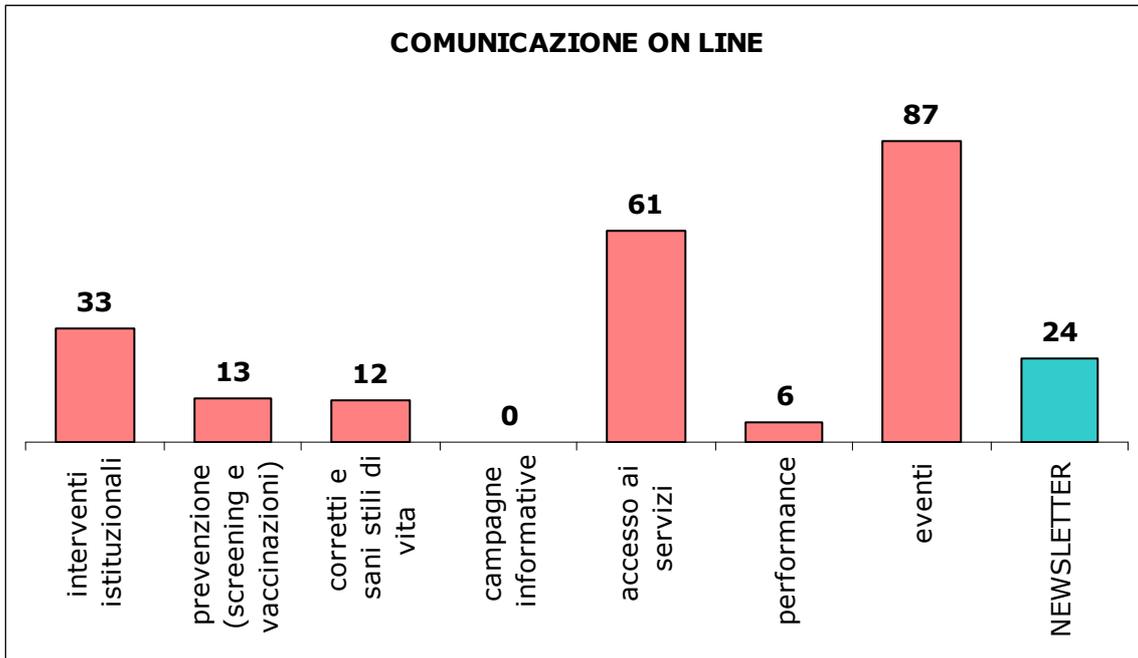


IMMAGINE 2 AUSL PARMA NEWS DEL 19 APRILE 2012



La comunicazione su altri supporti: monitor delle sale di attesa, prodotti grafico-editoriali, eventi

È continuata nel 2013 la comunicazione, avviata nel 2012, su 22 monitor nelle sale d'attesa aziendali in tutto il territorio provinciale, che trasmettono spot di educazione sanitaria, informazioni di attualità (anche meteo e sport) e annunci commerciali. In questo modo è migliorata l'accoglienza delle sale d'attesa ed è stata potenziata la diffusione degli spot di promozione della salute, già realizzati dall'Azienda per la tv locale. Tutta la rete monitor e i suoi sistemi di trasmissione sono stati installati a spese dell'aggiudicatario di gara, in cambio dei proventi ricavati dalla vendita degli spazi pubblicitari.

Anche nel 2013, sono stati realizzati numerosi prodotti grafico-editoriali per diffondere informazioni all'utenza, consolidando l'immagine grafica coordinata aziendale introdotta negli anni precedenti. L'Azienda ha inoltre organizzato vari convegni sia in ambito provinciale che nelle sedi distrettuali. Di rilievo nazionale i due convegni "Italia terra d'asilo" e "Il cervello che comunica: prospettive neuropsicologiche e cliniche in età evolutiva".



Con il coordinamento dell'Ufficio Stampa, Comunicazione e Rapporti con l'Utenza sono stati prodotti documenti istituzionali – es. Vademecum per operatori della rete di tutela alle donne vittime di violenza; Catalogo dell'offerta Ausl per la promozione ed educazione alla salute negli istituti scolastici provinciali – guide, opuscoli, depliant, poster e locandine per pubblicizzare eventi, convegni, corsi etc.

La banca dati del Numero Verde del Servizio Sanitario Regionale

L'Azienda ha continuato il lavoro di allineamento con la banca dati CUP relativamente a prestazioni, luoghi e modalità di erogazione dell'attività specialistica; in quest'ambito è stata avviata, su indicazione del coordinamento regionale, anche l'attività di omogeneizzazione con il catalogo SOLE.

La Banca Dati del Numero Verde Regionale, di cui l'Azienda USL cura l'aggiornamento continuo, rappresenta uno strumento fondamentale per poter fornire informazioni utili e precise ai cittadini, da parte del call center telefonico 800.033.033 del SSR ed è anche la fonte su cui si basa la sezione "guida ai servizi on line" del portale regionale "Saluter".

La comunicazione e le relazioni istituzionali: CTSS e Azienda Ospedaliero-Universitaria

Anche il 2013 è stato caratterizzato da numerosi momenti di attività comunicativa congiunta tra l'Azienda, insieme anche ad Azienda Ospedaliero-Universitaria, e la Conferenza Territoriale Sociale e Sanitaria (CTSS), spesso condivise con altri Enti locali.

Alcuni esempi sono le azioni di comunicazione alla cittadinanza e agli Enti locali, decise e coordinate dall'Ufficio di presidenza CTSS, e attuate con strategie operative e azioni integrate dalle due Aziende sanitarie parmensi in stretto raccordo – quando previsto – con gli uffici stampa e comunicazione degli Enti locali interessati, sia in occasione di presentazioni di bilanci di attività che di importanti eventi pubblici di programmazione sanitaria (Case della Salute), o campagne di prevenzione di rilevanza provinciale (zanzara tigre, vaccinazioni).

La comunicazione integrata tra le due aziende Sanitari provinciali

Percorso elaborato in modo comune dalle due Aziende sanitarie

E' proseguito anche nel corso del 2013 il percorso di comunicazione integrato tra i servizi comunicazione delle due Aziende sanitarie parmensi. Alla base di questi percorsi vi è infatti l'esigenza di intervenire, con specifiche azioni di informazione congiunta, per informare la cittadinanza su iniziative ed eventi promossi dal Servizio sanitario regionale, che a livello provinciale coinvolgono e integrano le due Aziende nei rispettivi ambiti. È il caso, ad esempio, delle numerose campagne di informazione per la prevenzione realizzate nel corso dell'anno dall'Assessorato alle Politiche per la Salute della Regione Emilia-Romagna, e condivise all'interno del Gruppo comunicatori per la salute costituito presso l'Ufficio comunicazione e stampa dello stesso Assessorato, cui partecipano operativamente anche i referenti della comunicazione delle due Aziende. In questa sede vengono infatti approfondite le modalità di implementazione a livello provinciale delle campagne regionali, con un ruolo attivo dei referenti comunicazione e stampa aziendali di proposta e ricerca delle migliori soluzioni. Un esempio sono le campagne informative sugli screening oncologici, l'emergenza caldo, la donazione del sangue, la donazione e il trapianto di organi. La comunicazione integrata si è sviluppata inoltre in stretto raccordo con le azioni di comunicazione previste dalla programmazione annuale della Conferenza Territoriale Socio Sanitaria (Ctss).

Altre iniziative di comunicazione congiunte sono state realizzate in accordo con alcune associazioni di volontariato locale, aderendo a campagne nazionali (Nastro Rosa) o locali o per intervenire sulla stampa parmense con chiarimenti o approfondimenti anche su richiesta dei cittadini (per esempio con risposte congiunte alle "Lettere al Direttore").

In tutti questi ambiti, gli Uffici comunicazione e stampa delle due Aziende hanno condiviso e integrato le rispettive procedure operative, realizzando in modo congiunto, e tempestivo in base all'occorrenza, materiali e strumenti di comunicazione specifici quali comunicati e conferenze stampa, locandine ed opuscoli.

Infine, nel 2013 è continuata la collaborazione operativa delle due strutture di comunicazione aziendali nell'ambito del progetto di ricerca scientifico "Trial clinico randomizzato per valutare l'effetto di una strategia di educazione della comunità sui tempi di accesso ospedaliero in corso di ictus acuto" (Progetto EROI), finanziato dalla Regione Emilia-Romagna nell'ambito del Programma Regione-Università 2010-2012, che vede l'Azienda Ospedaliero-Universitaria di Parma quale capofila e l'Azienda Usl tra le unità operative coinvolte insieme alle Aziende Usl di Piacenza e Modena, e le Aziende Ospedaliere di Reggio Emilia e Modena.

La comunicazione e le relazioni istituzionali: le risposte agli eletti in assemblee rappresentative

L'Ufficio Stampa, Comunicazione e Rapporti con l'Utenza aziendale ha proseguito la piena operatività del coordinamento delle risposte alle istanze dei rappresentanti dei cittadini che compongono le assemblee elettive: Consigli comunali, provinciali, regionali e nazionali.

La comunicazione interna aziendale

Il sistema della comunicazione interna si è strutturato attraverso due direttrici: lo sviluppo di strumenti per la diffusione delle informazioni a tutti gli operatori, per offrire la più ampia condivisione di conoscenza e informazione sull'organizzazione (meccanismi, strategie, obiettivi, ecc.); la comunicazione per favorire la promozione di innovazioni organizzative, l'adesione a specifici programmi di prevenzione aziendale, l'attività formativa.

Un ulteriore progetto di diffusione informativa, per il miglioramento delle competenze interne, si è realizzato grazie al consolidamento del servizio di accesso on-line a biblioteche scientifiche.

Rete Intranet

L'intranet aziendale è un vero e proprio spazio di lavoro, di comunicazione e di condivisione per tutti gli operatori aziendali. Il suo obiettivo fondamentale è quello di mettere a fattor comune il capitale di sapere generato e conseguentemente di migliorare il lavoro.

Partendo da questo presupposto, un gruppo di lavoro interaziendale ha progettato il nuovo sito Intranet aziendale, come previsto da capitolato siglato nel 2012, che andrà on-line entro il 2014. Il progetto prevede un rinnovamento grafico, la riorganizzazione e l'implementazione dei contenuti e l'attivazione di nuovi servizi web 2.0 per gli operatori. Contestualmente si è provveduto al costante e quotidiano aggiornamento delle informazioni presenti nella intranet in uso, la cui redazione centrale è affidata all'Ufficio comunicazione, in modo tale da offrire agli operatori notizie tempestive e corredate da eventuali documenti utili di approfondimento.

Resta comunque attivo un altro importante strumento di comunicazione interna, il servizio di newsletter via e-mail "Ausl Parma News", descritto nelle pagine precedenti, le cui notizie raggiungono ogni quindici giorni tutti i dipendenti aziendali tramite le proprie caselle di posta elettronica.

Inoltre è stata garantita piena collaborazione ai servizi aziendali richiedenti, per la progettazione e realizzazione editoriale di blog professionali o rivolti ai cittadini, come Spazio giovani, Sert Parma, Ortopedia Borgotaro attualmente on line.