

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 obiettivo 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, associazioni di categoria, 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.

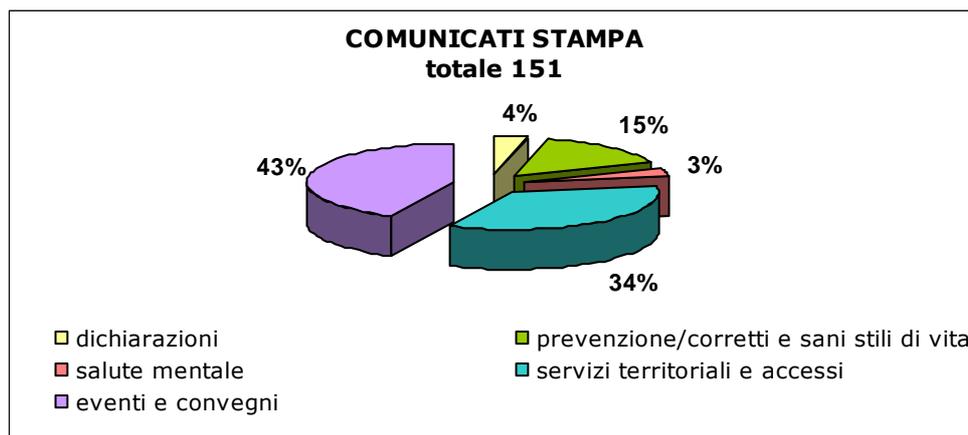
Entrambi gli strumenti di coordinamento aziendale qui delineati sono risultati, anche nel corso del 2014, particolarmente attivi ed efficaci nell'implementazione operativa sul territorio delle numerose campagne di comunicazione e prevenzione sanitaria, promosse sia dall'Azienda che dalla Regione Emilia-Romagna, 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 2014, è stata ulteriormente sviluppata l'attività di informazione e comunicazione verso l'utenza e la comunità di riferimento, realizzando servizi e prodotti informativi, in linea con le norme su stampa, informazione, trasparenza e riservatezza della comunicazione pubblica.

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.

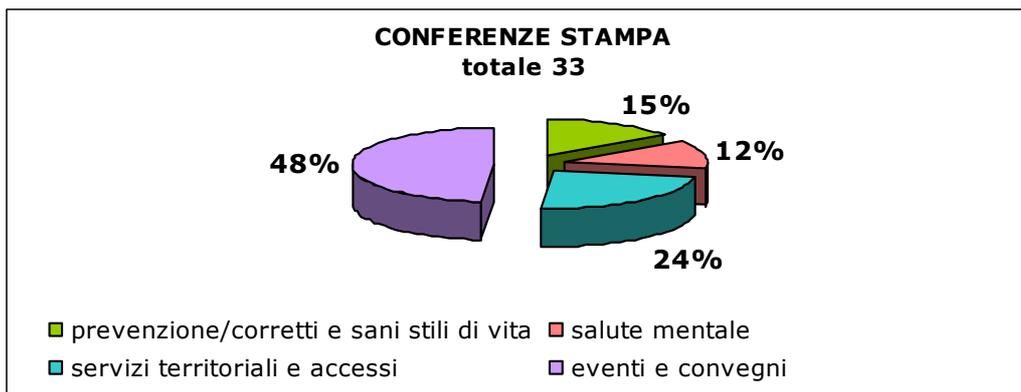
FIGURA 1 COMUNICATI STAMPA



NOTA 1: Dichiarazioni si riferisce alle comunicazioni della Direzione aziendale; Prevenzione/Corretti e sani stili di vita comprende tutta la promozione alla salute, l'educazione sanitaria e l'attività di prevenzione; Servizi Territoriali e accessi si riferisce all'informazione sanitaria e ai servizi presenti sul territorio; Eventi alle iniziative di rilievo aziendale e interesse istituzionale, quali convegni o inaugurazioni, incontri.

NOTA 2: i comunicati stampa comprendono anche quelli realizzati in collaborazione con AOSP, Università, Comuni, Enti e Associazioni.

FIGURA 2 CONFERENZE STAMPA

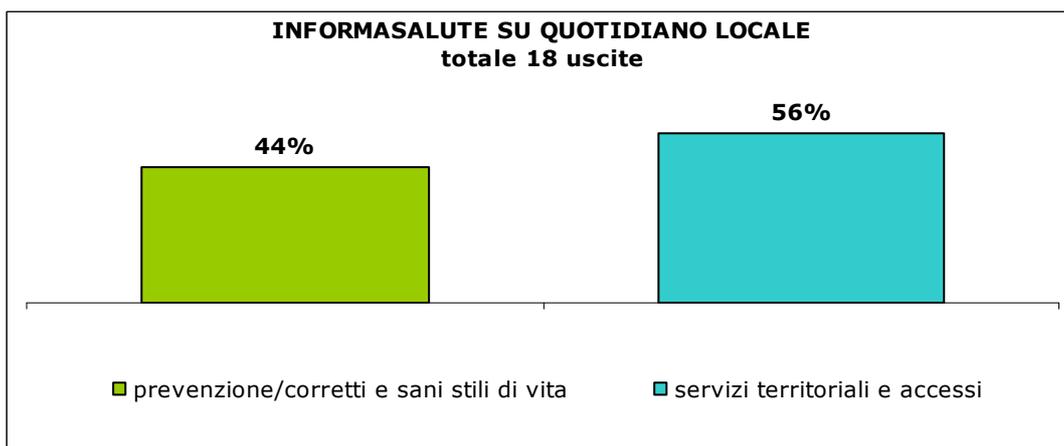


NOTA 1: Dichiarazioni si riferisce alle comunicazioni della Direzione aziendale; Prevenzione/Corretti e sani stili di vita comprende tutta la promozione alla salute, l'educazione sanitaria e l'attività di prevenzione; Servizi Territoriali e accessi si riferisce all'informazione sanitaria e ai servizi presenti sul territorio; Eventi alle iniziative di rilievo aziendale e interesse istituzionale, quali convegni o inaugurazioni, incontri.

NOTA 2: Le conferenze stampa comprendono anche quelle realizzate in collaborazione con AOSP, Università, Comuni, Enti e Associazioni.

Ai dati riassunti sopra, si aggiungono le risposte a lettere di cittadini sulla stampa (23 casi), fornitura dati e informazioni richiesti dalla stampa o contatti tra giornalisti e professionisti aziendali (113 casi complessivi). Un altro strumento informativo utilizzato è l'inserito "Informasalute", pubblicredazionale, 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



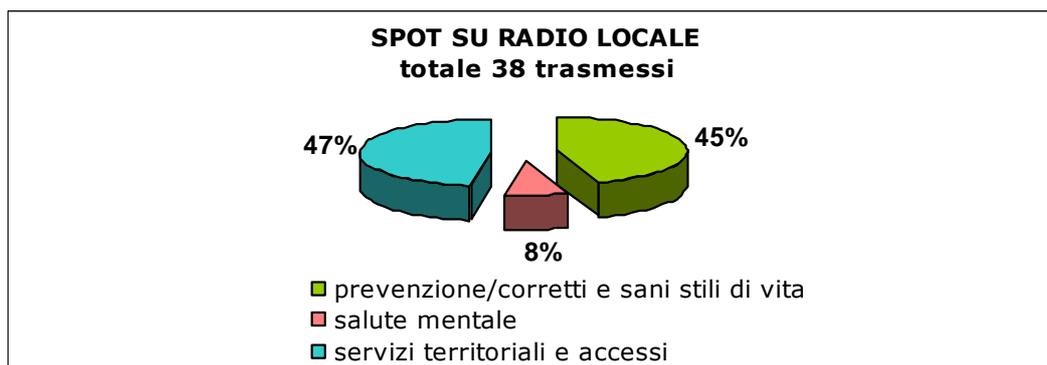
Come evidenziato nei grafici, le strategie comunicative implementate hanno privilegiato da un lato i temi di informazione sanitaria, legati all'accesso ai servizi e alla partecipazione dei cittadini ai processi di miglioramento degli stessi, dall'altro ambiti quali l'educazione alla salute, ovvero i 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 2014, si è sviluppata anche sulla principale radio locale (Radio Parma) e sulle tre emittenti televisive provinciali (Tv Parma, Teleducato e RTA Teletaro). In questo ambito, sono stati prodotti spot radiofonici e televisivi (18 spot televisivi), oltre a programmi di informazione aziendale quali la rubrica settimanale tv "Informasalute" (25 puntate trasmesse) su Teleducato, TvZoom servizio informativo televisivo su Tv Parma (19 servizi) e programmi su RTA Teletaro con cadenza quindicinale. Sempre su Teleducato, sono proseguite le trasmissioni quindicinali di "Dottor tv" (12 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 2014, sono state realizzate e trasmesse n. 6 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 e provincia, 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.

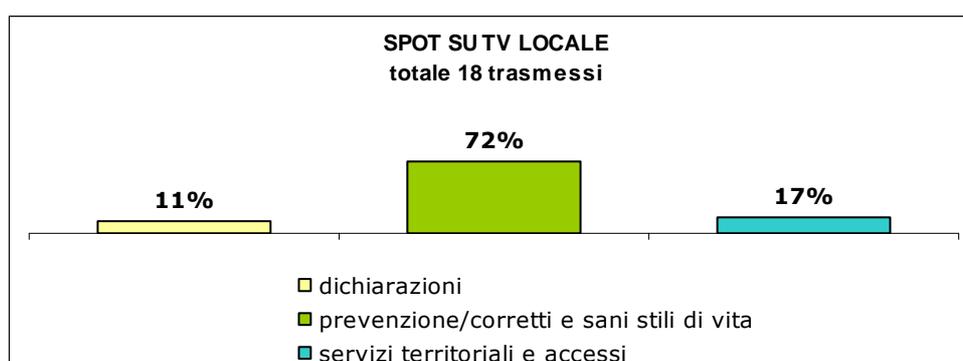
Nei grafici a seguire viene rappresentata la frequenza dei vari contenuti informativi trattati da questi strumenti.

FIGURA 4 SPOT SU RADIO LOCALE



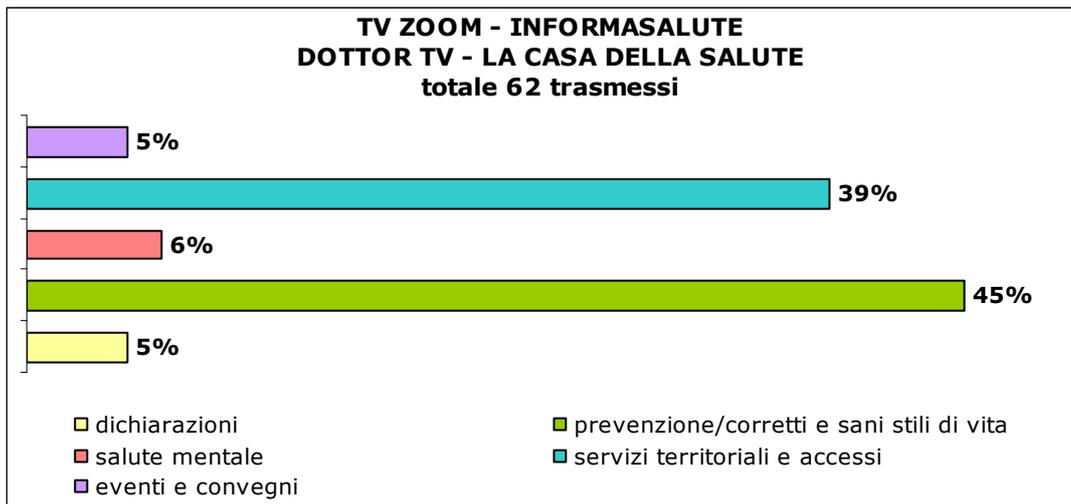
NOTA I: Dichiarazioni si riferisce alle comunicazioni della Direzione aziendale; Prevenzione/Corretti e sani stili di vita comprende tutta la promozione alla salute, l'educazione sanitaria e l'attività di prevenzione; Servizi Territoriali e accessi si riferisce all'informazione sanitaria e ai servizi presenti sul territorio; Eventi alle iniziative di rilievo aziendale e interesse istituzionale, quali convegni o inaugurazioni, incontri.

FIGURA 5 SPOT SU TV LOCALE



NOTA I: Dichiarazioni si riferisce alle comunicazioni della Direzione aziendale; Prevenzione/Corretti e sani stili di vita comprende tutta la promozione alla salute, l'educazione sanitaria e l'attività di prevenzione; Servizi Territoriali e accessi si riferisce all'informazione sanitaria e ai servizi presenti sul territorio; Eventi alle iniziative di rilievo aziendale e interesse istituzionale, quali convegni o inaugurazioni, incontri.

FIGRUA 6 INFORMASALUTE SU TV LOCALE

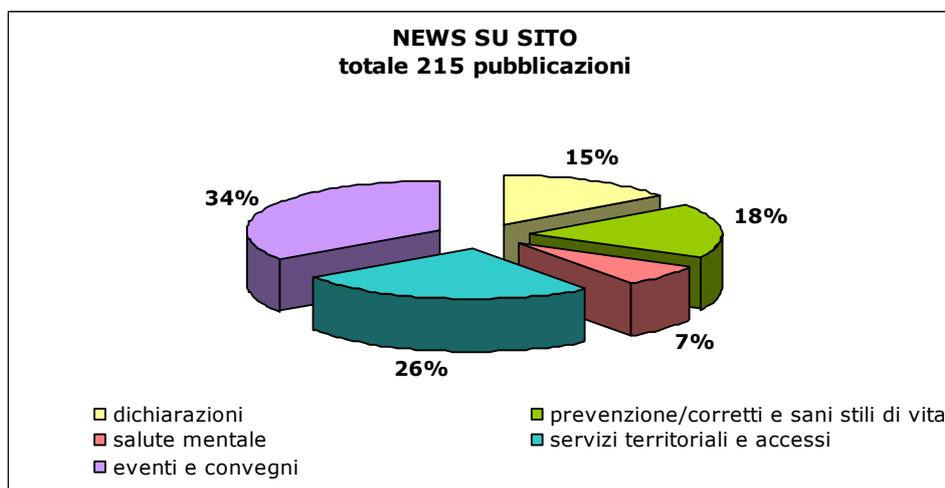


NOTA I: Dichiarazioni si riferisce alle comunicazioni della Direzione aziendale; Prevenzione/Corretti e sani stili di vita comprende tutta la promozione alla salute, l'educazione sanitaria e l'attività di prevenzione; Servizi Territoriali e accessi si riferisce all'informazione sanitaria e ai servizi presenti sul territorio; Eventi alle iniziative di rilievo aziendale e interesse istituzionale, quali convegni o inaugurazioni, incontri.

La comunicazione on line: sito Internet, newsletter Ausl Parma News, canale aziendale YouTube

Nel 2014, il sito aziendale, che nel 2013 è stato oggetto di un completo restyling, ha registrato un afflusso di oltre 347.000 visitatori unici e 557.719 visite, con circa 1.800.000 pagine visualizzate. Aumenta la durata media della visita, di 2.26 minuti: un segnale che chiaramente mostra un maggiore interesse da parte dei lettori e una maggiore utilità del sito. E' proseguita l'attività di gestione e produzione dei contenuti delle pagine sito, che conta oltre 8.000 elementi, e l'aggiornamento delle informazioni presenti nelle varie sezioni. In particolar modo per quanto riguarda l'attività redazionale nella sezione "News e comunicati", le notizie pubblicate nel 2014 sono state 215 di cui:

FIGRUA 7 NEWS E COMUNICATI SUL SITO AZIENDALE

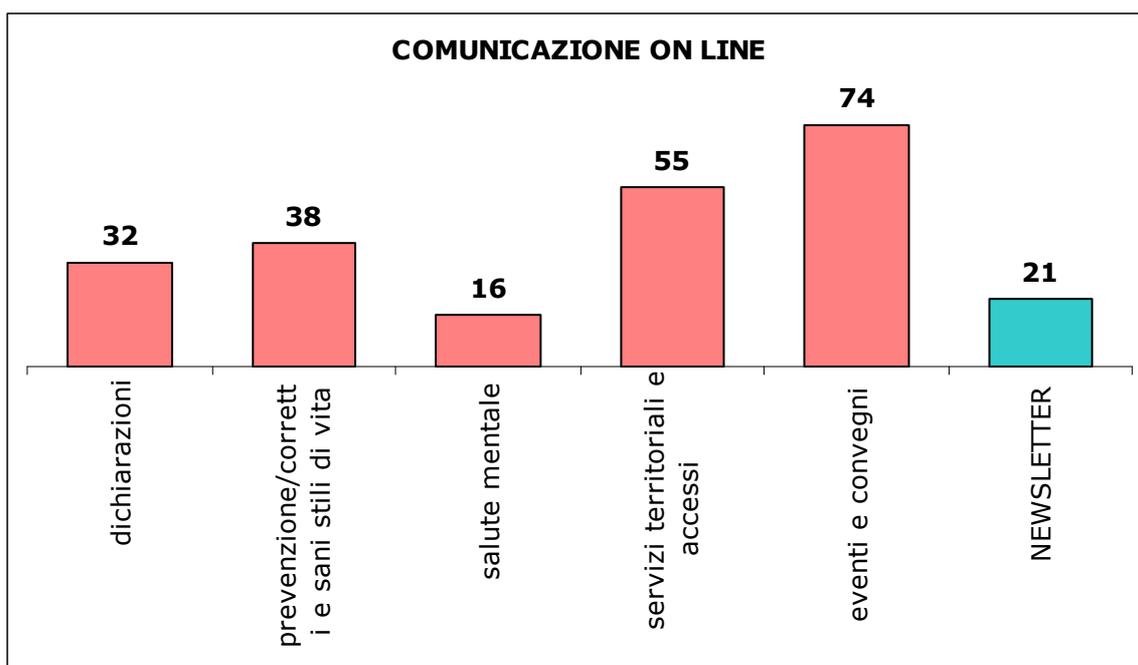


Sono state lanciate e riprese 20 campagne informative (prevenzione, screening, vaccinazioni, sani stili di vita, etc), alcune a carattere regionale, altre interaziendali e aziendali, in raccordo con la programmazione di tutte le attività dell'Ufficio.

Merita una particolare attenzione la sezione del sito "Amministrazione trasparente", a pieno regime dal 2014. La sezione, obbligatoria in tutti i siti delle pubbliche amministrazioni (decreto legislativo 14 marzo 2013, n. 33), costituisce uno strumento efficace per avvicinare le istituzioni ai cittadini, consentire il controllo sociale sull'operato delle pubbliche amministrazioni e prevenire e contrastare i fenomeni di illegalità e di corruzione. Gli inserimenti e gli aggiornamenti dei dati e documenti amministrativi che riguardano l'Ausl di Parma sono curati dall'Ufficio stampa, comunicazione e rapporti con l'utenza dell'Ausl di Parma e vengono eseguiti tenendo conto delle disposizioni normative e del Programma triennale per la trasparenza e l'integrità a cura del Responsabile aziendale per la Trasparenza. In base alla ricognizione della Bussola della Trasparenza, strumento predisposto dal Dipartimento della Funzione Pubblica per monitorare l'attuazione delle linee guida dei siti nelle PA, la sezione web "Amministrazione trasparente" dell'Ausl di Parma risulta completamente conforme alle richieste di legge, con tutti gli indicatori soddisfatti.

Sempre attiva la newsletter quindicinale via e-mail "Ausl Parma news", che propone una selezione delle più importanti notizie del sito internet. Aumenta il numero di iscritti, oltre 5.600 (tra i dipendenti aziendali, stakeholders e cittadini). Le newsletter inviate nel 2014 sono state 21.

FIGURA 8 SITO INTERNET E NEWSLETTER VIA E-MAIL



Prosegue anche il popolamento nel canale YouTube dell'Azienda Usl di Parma con i video realizzati per le trasmissioni Tv. Grazie al canale YouTube, potente *social media* che offre il vantaggio di aumentare la visibilità e l'accessibilità dei video a tutti gli utenti della rete e di intercettare anche quelli che non guardano la televisione o che non si sintonizzano sulle reti locali, sono state messe in rete 62 trasmissioni e 18 spot, suddivise nelle *play list* Informasalute, Dottor Tv e Spot tv, con un totale di 16.163 visualizzazioni (+50,3% rispetto al 2013).

YOUTUBE - canale aziendale		
TRASMISSIONI	62	
SPOT	18	
VISUALIZZAZIONI	16.163	+50,3%

La comunicazione integrata tra le due aziende Sanitari provinciali

Percorso elaborato in modo comune dalle due Aziende sanitarie

È proseguito anche nel corso del 2014 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 lotta all'Aids.

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 2014 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 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 che andrà on-line entro il 2015. 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 nell'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. Nell'anno 2014, sono state pubblicate 94 notizie rivolte ai dipendenti aziendali, oltre ai richiami in *homepage* delle notizie pubblicate sul sito Internet.

Sempre nell'ambito della comunicazione interna aziendale, rientra anche un altro importante strumento: 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.