

Sezione 5

Sistemi di relazione e strumenti di comunicazione

SISTEMA DI RELAZIONE 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 rivolti a due ambiti di destinatari: esterni, quindi i cittadini/utenti e i rappresentanti di Istituzioni, Associazioni, ecc, e interni, ovvero gli operatori aziendali.

In particolare, sul versante dell'utenza, gli obiettivi sono il corretto accesso/utilizzo dei servizi, produrre e diffondere informazione su prestazioni e percorsi di cura, promuovere l'educazione alla salute e alla prevenzione. Verso gli 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 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.

Gli obiettivi ultimi dell'attività di comunicazione sono contribuire all'*empowerment* di comunità nella gestione responsabile della propria salute la promozione del miglioramento continuo della qualità di servizi e prestazioni.

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 co-responsabilizzazione del cittadino/utente nella gestione della propria salute. Obiettivo questo raggiunto grazie al coinvolgimento degli *stakeholders*, nostri partner delle varie progettualità fin dal loro avvio..

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.

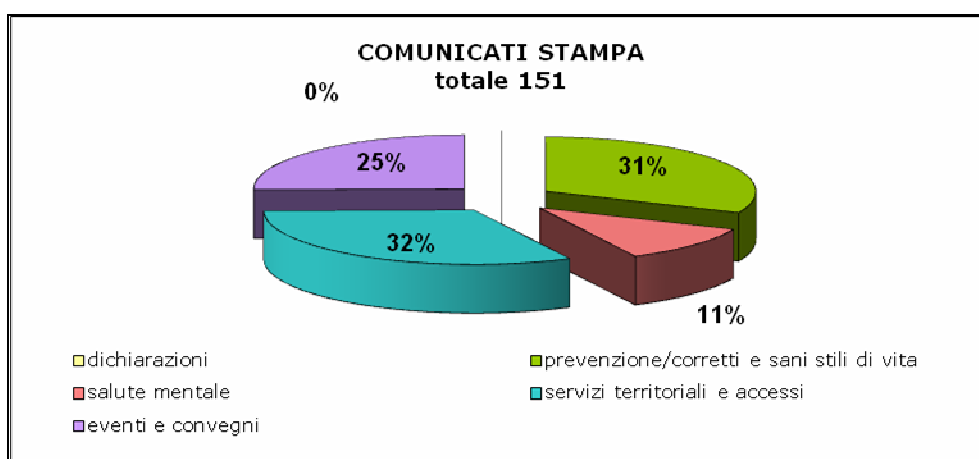
Entrambi gli strumenti di coordinamento aziendale qui delineati sono risultati, anche nel corso del 2015, particolarmente attivi ed efficaci nell'implementazione operativa sul territorio delle numerose campagne di comunicazione e prevenzione sanitaria, promosse sia dall'Azienda che dalla Regione Emilia-Romagna, 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 2015 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 la normativa 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.

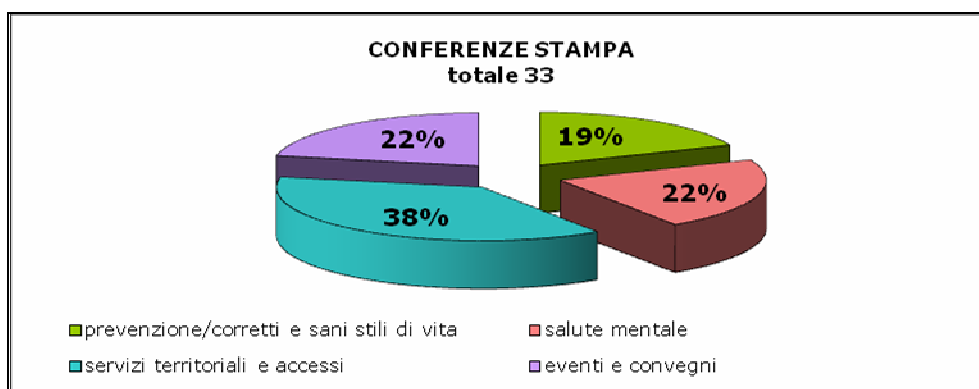
FIGURA 1 COMUNICATI STAMPA



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 Azienda Ospedaliero-Universitaria, Università, Comuni, Enti e Associazioni.

FIGURA 2 CONFERENZE STAMPA

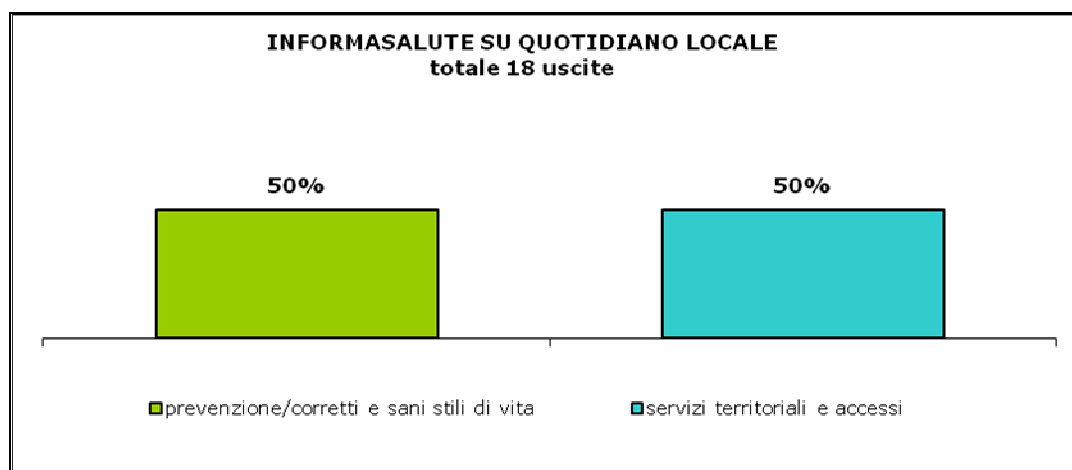


NOTA 1: *Prevenzione/Corretti e sani stili di vita* comprende tutta la promozione alla salute, l'educazione sanitaria e l'attività di prevenzione; *Servizi territoriali e accessi* si riferisce all'informazione sanitaria e ai servizi presenti sul territorio; *Eventi* alle iniziative di rilievo aziendale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

NOTA 2: Comprendono anche quelli realizzati in collaborazione con Azienda Ospedaliero-Universitaria, Università, Comuni, Enti e Associazioni.

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. Un altro strumento informativo utilizzato è l'inserito "Informasalute", pubbliredazionale 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

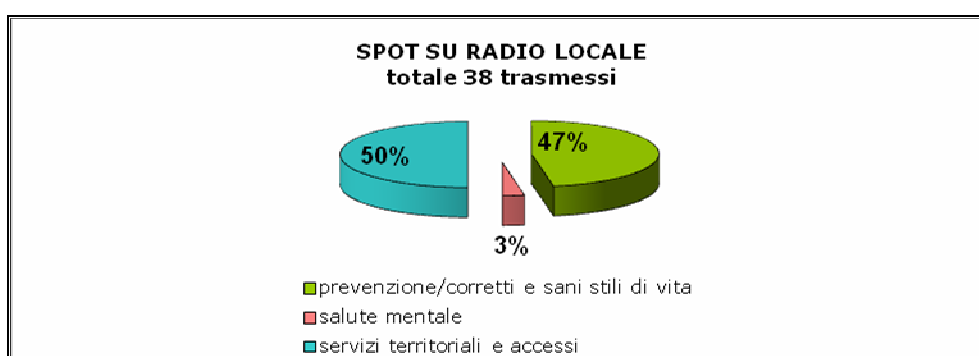


Come evidenziato nei grafici, le strategie comunicative implementate hanno privilegiato da un lato i temi di informazione sanitaria, legati all'accesso ai servizi e alla partecipazione dei cittadini ai processi di miglioramento degli stessi, dall'altro ambiti quali l'educazione alla salute, ovvero i 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 2015 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, programmi di informazione aziendale quali la rubrica settimanale tv "Informasalute" su Teleducato, TvZoom servizio informativo televisivo su Tv Parma, uno spazio di informazione sanitaria su Radio Parma nell'ambito del programma "Non ci sto più dentro", realizzato in collaborazione con utenti dei servizi del DAISM-DP, una rubrica al Tg di RTA Teletaro con cadenza quindicinale. Sempre su Teleducato, sono proseguite le trasmissioni quindicinali di "Dottor tv", il programma che presenta servizi e prestazioni dei due ospedali aziendali per la cura di specifiche.

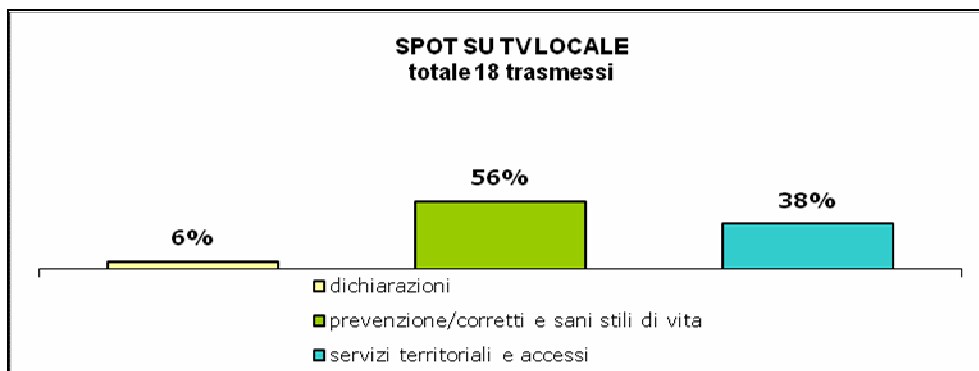
Nei grafici a seguire viene rappresentata la frequenza dei vari contenuti informativi trattati da questi strumenti.

FIGURA 4 SPOT SU RADIO LOCALE



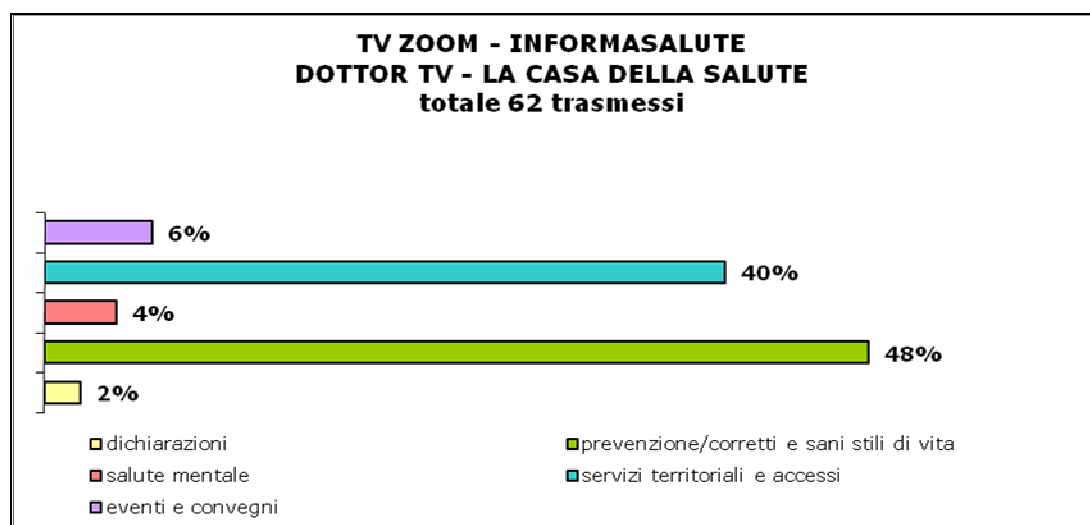
NOTA 1: *Prevenzione/Corretti e sani stili di vita* comprende tutta la promozione alla salute, l'educazione sanitaria e l'attività di prevenzione; *Servizi territoriali e accessi* si riferisce all'informazione sanitaria e ai servizi presenti sul territorio; *Eventi* alle iniziative di rilievo aziendale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

FIGURA 5 SPOT SU TV LOCALE



NOTA 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;

FIGURA 6 PROGRAMMI E RUBRICHE SU TV LOCALI

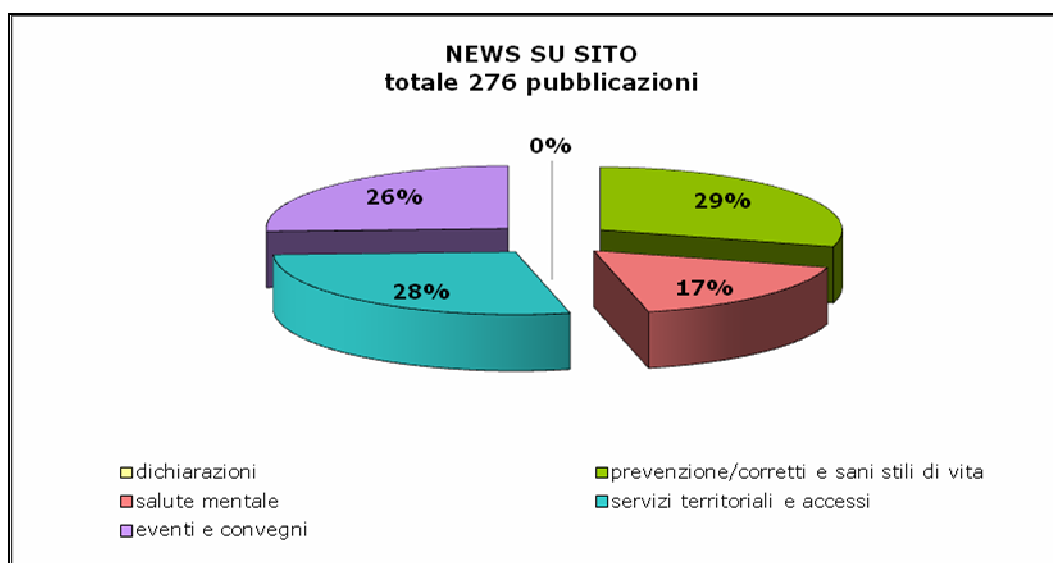


NOTA 1: *Dichiarazioni* si riferisce alle comunicazioni della Direzione aziendale; *Prevenzione/Corretti e sani stili di vita* comprende tutta la promozione alla salute, l'educazione sanitaria e l'attività di prevenzione; *Servizi territoriali e accessi* si riferisce all'informazione sanitaria e ai servizi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

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

Nel 2015 il sito aziendale ha registrato un afflusso di oltre 410.000 visitatori unici e più di 750.000 sessioni. 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 279 (erano state 215 nel 2014) suddivise per argomenti come illustrato nella Figura 7. Inoltre, tramite il servizio "scrivici" del sito Internet è stato possibile dialogare e rispondere via e-mail a 539 richieste informative di altrettanti cittadini.

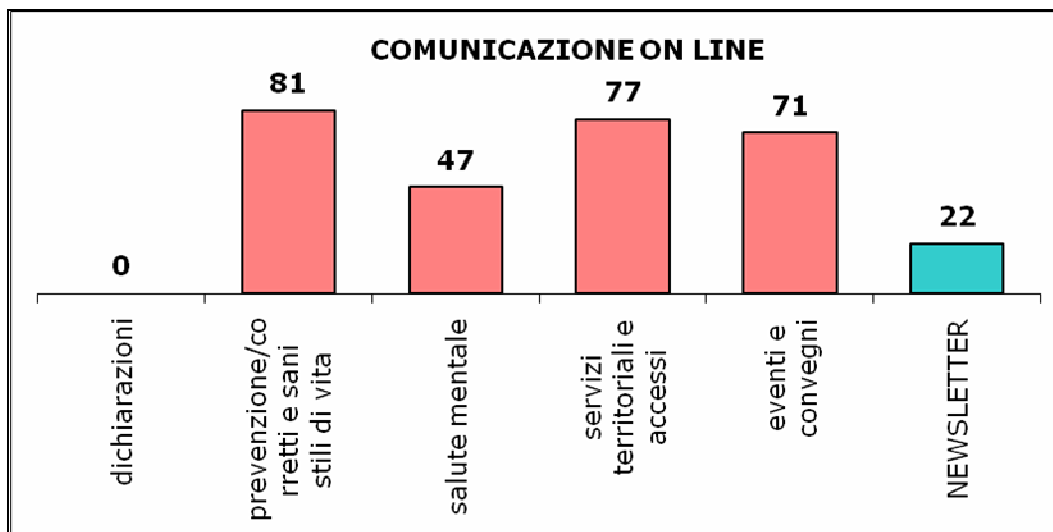
FIGURA 7 NEWS E COMUNICATI SUL SITO AZIENDALE



Sono state realizzate 13 campagne informative (prevenzione, screening, vaccinazioni, sani stili di vita, etc), alcune a carattere regionale, altre interaziendali e aziendali, altre rivolte al personale, in raccordo con la programmazione di tutte le attività dell'Ufficio.

Sempre attiva la newsletter quindicinale via e-mail "Ausl Parma News", che propone una selezione delle più importanti notizie del sito internet: è aumentato il numero degli iscritti, ora a quota 5.806 (tra dipendenti aziendali, *stakeholders* e cittadini) e i numeri di newsletter inviati nel 2015 sono stati 22, con tassi di lettura per ogni numero inviato dal 25 al 35% sul totale dei destinatari.

FIGURA 8 SITO INTERNET E NEWSLETTER VIA E-MAIL



Un altro strumento di comunicazione on line particolarmente efficace è il canale YouTube aziendale, attivo dal 2012, per la diffusione dei video realizzati per le trasmissioni tv dell'Azienda. Sono state messe on line 48 trasmissioni e 16 spot, suddivise nelle *play list* Informasalute, Dottor Tv e Spot tv. Nel 2015 gli utenti iscritti al canale sono saliti a 102 e le visualizzazioni dei video pubblicati sono aumentate significativamente, raggiungendo quota 53.474.

YOUTUBE - canale aziendale

TRASMISSIONI	48
SPOT	16
VISUALIZZAZIONI	53.474

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

E' proseguita la piena operatività dei palinsesti di 21 monitor installati in altrettante sale d'attesa in tutti i Distretti, quale strumento per diffondere informazioni e video di educazione sanitaria. Sul versante grafico-editoriale, invece, nel 2015 sono stati realizzati o aggiornati numerosi prodotti per diffondere informazioni all'utenza, adottando per molti di questi le tecniche della *Health Literacy*, secondo le linee guida dell'omonima progettualità della Regione Emilia-Romagna, per migliorare la comprensibilità delle informazioni sanitarie e facilitare l'accesso ai servizi offerti alla popolazione.



Sono stati oltre 40 i prodotti grafico-editoriali realizzati, tra locandine, poster, depliant, adesivi pubblicazioni varie per promuovere l'attività di servizi aziendali, convegni, seminari, o eventi di rilievo aziendale.

La comunicazione interna aziendale

Nel corso del 2015 è andato on line il nuovo portale della Intranet aziendale, grazie al quale il sito è diventato un vero e proprio spazio di lavoro, di comunicazione e di condivisione per tutti gli operatori aziendali. Il progetto della nuova Intranet è stato realizzato da un Gruppo di lavoro specifico e ha previsto sia un rinnovamento grafico che la riorganizzazione e l'implementazione di contenuti, anche nuovi. Nel 2015 sono state pubblicate 100 notizie (erano state 94 nel 2014) rivolte ai dipendenti aziendali, oltre ai richiami in *homepage* delle notizie pubblicate sul sito Internet.

Sempre nell'ambito della comunicazione interna aziendale, rientra anche l'altro importante strumento della newsletter via e-mail "Ausl Parma News", descritto nelle pagine precedenti, le cui notizie raggiungono ogni quindici giorni anche tutti i dipendenti aziendali tramite le proprie caselle di posta elettronica.

La comunicazione integrata tra le due Aziende sanitarie provinciali*Percorso elaborato in modo comune dalle due Aziende sanitarie*

Le attività di comunicazione realizzate in modo integrato dalle due Aziende sanitarie parmensi sono proseguite anche nel 2015, raggiungendo l'obiettivo di comunicare opportunamente tutte le iniziative del Servizio sanitario regionale che a livello provinciale hanno coinvolto entrambe le Aziende. È il caso, ad esempio, delle numerose campagne di informazione e prevenzione realizzate nel corso dell'anno dalla Regione Emilia-Romagna tra le quali si ricordano quelle sugli screening oncologici, l'emergenza caldo, la donazione del sangue, la donazione e il trapianto di organi, la lotta all'Aids.

Altre iniziative congiunte di comunicazione sono state realizzate in collaborazione con alcune associazioni di volontariato parmense, aderendo a campagne nazionali o locali, oltre che per intervenire sulla stampa con chiarimenti o approfondimenti anche su richiesta dei cittadini (per esempio le 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 servizi di comunicazione specifici quali comunicati e conferenze stampa, locandine ed opuscoli (è il caso dell'evento interaziendale del Centenario della fondazione dell'Ospedale di Parma).

I percorsi integrati di comunicazione, che già da alcuni anni costituiscono una realtà operativa consolidata, nel 2015 si sono ulteriormente rafforzati e intensificati con l'avvio della progettazione dell'integrazione dell'area tecnico-amministrativa delle due Aziende decisa dalle Direzioni aziendali. In questo ambito, d'intesa con le rispettive Direzioni, sono state condivise funzioni e attività del futuro sistema di comunicazione interaziendale integrato.