
Sezione 5

Sistemi di relazione e strumenti di comunicazione

Ruolo e strategia comunicativa

In un'azienda sanitaria lo sviluppo e l'implementazione di una strategia di comunicazione, supportata da appositi strumenti, è attività prioritaria per promuovere l'accesso ai servizi e contestualmente informare l'utenza su prestazioni e percorsi di cura, contribuendo così in modo determinante anche alla promozione dell'educazione alla salute e ai corretti stili di vita.

L'attività di comunicazione migliora il rapporto dei servizi aziendali con l'utenza, valorizzando il ruolo dei cittadini in quanto soggetti titolari di diritti inviolabili quali partecipazione, accesso, informazione, trasparenza, tutela.

In un contesto ampio come quello della provincia di Parma, la comunicazione riflette l'esigenza di migliorare gli interventi nell'universalità ed equità di accesso ai servizi in duplice prospettiva:

- da un lato l'azione comunicativa deve garantire efficacia, trasparenza e valore aggiunto alle azioni sanitarie promuovendo la salute nei contesti della programmazione negoziata che vede attori attivi i professionisti della salute, i cittadini e le istituzioni;
- dall'altro, la capacità di lettura del bisogno e l'orientamento delle azioni per la salute deve maturare attraverso la sensibilità d'ascolto dei professionisti e dell'Azienda valorizzando suggerimenti provenienti dall'esterno (cittadini, enti locali, associazioni, sindacati, opinione pubblica, mass media) e dall'interno (professionisti, operatori, collaboratori).

Sul versante della programmazione negoziata, ed in piena attuazione delle indicazioni contenute nella L.R. 29/2004, attraverso la comunicazione l'Azienda deve dare diffusione ad alcuni ambiti specifici:

- la promozione di stili di vita, atteggiamenti e comportamenti favorevoli alla salute;
- la promozione di un efficace ed efficiente utilizzo dei servizi sanitari che non si limiti alle informazioni relative all'accesso ma crei i presupposti, fra tutti gli attori della rete, per una fruizione appropriata.

L'Ufficio Comunicazione 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.

Sul versante della comunicazione interna, sono migliorati gli strumenti di diffusione delle scelte organizzative e gestionali, nella consapevolezza che solo tale processo favorisca la qualità del clima organizzativo e, di conseguenza, dell'assistenza.

Il "Programma pluriennale di attività di comunicazione aziendale", approvato dal Collegio di Direzione nel 2009, ha definito come obiettivo qualificante la ricerca di sinergie e modalità di lavoro integrate per ottimizzare l'attività di strutture ed operatori che si occupano di informazione e comunicazione, investendo sulle persone, su capacità e potenzialità comunicative confacenti alla complessità organizzativa aziendale ed alle caratteristiche del territorio.

La comunicazione per l'accesso ai servizi

La comunicazione per l'accesso ai servizi ha come fine ultimo la promozione di strategie di *empowerment* della popolazione e di corresponsabilizzazione del cittadino-utente nella gestione della propria salute.

La comunicazione serve a far conoscere i servizi, accoglie ed orienta l'utenza, garantisce l'informazione sui percorsi, facilita il corretto utilizzo dei servizi nonché la loro valutazione, con particolare attenzione agli anziani, immigrati, disabili, popolazione femminile, famiglie, adolescenti, definendo di volta in volta strumenti comunicativi mirati alle nuove esigenze delle suddette tipologie di utenza. Particolare attenzione, inoltre, è stata rivolta alla predisposizione di materiale informativo plurilingue.

I meccanismi di coordinamento

Il filone centrale dei meccanismi di coordinamento nell'azione comunicativa aziendale ha trovato un'importante consolidamento sul versante delle relazioni con i Comitati Consultivi Misti e con gli Uffici per le Relazioni con il Pubblico (URP).

L'impegno reciproco con i Comitati Consultivi Misti ha consentito la condivisione delle progettualità relative alle scelte organizzative ed ha posto attenzione alla promozione della salute e al miglioramento dei percorsi di accesso per i cittadini.

In questo quadro di collaborazione, oltre alle riunioni periodiche distrettuali, si segnalano attività quali: la distribuzione coordinata e condivisa di materiale informativo sulle campagne di comunicazione sanitaria promosse sia dall'Azienda che dalla Regione Emilia-Romagna; la somministrazione di questionari sulla qualità percepita, la realizzazione di campagne informative aziendali sia generali che specifiche sui temi della salute e sull'accesso ai servizi; la realizzazione di materiale informativo (deplianti, manifesti, ecc.) a supporto delle azioni comunicative ai cittadini.

D'altra parte anche l'azione di coordinamento degli Uffici Relazioni col Pubblico ha consentito di promuovere un'immagine unitaria dell'Azienda, accrescendone la visibilità e la trasparenza, con l'obiettivo di favorire una comunicazione efficace attivando percorsi per la gestione dei reclami e potenziando le iniziative di miglioramento del sistema nella qualità percepita.

Allo scopo, in questo ambito si segnala la continuazione della valutazione dei reclami presso gli Uffici Relazioni con il pubblico distrettuali e aziendali, con la produzione di una reportistica con cadenza semestrale che analizza tutte le segnalazioni dell'utenza. Inoltre, sempre nell'ambito della collaborazione e coordinamento operativo tra Ufficio Comunicazione aziendale e gli URP, è stata condiviso un modello grafico coordinato dell'immagine aziendale, da utilizzare per la realizzazione di materiali informativi per l'utenza, per il quale sono stati organizzati apposite iniziative di formazione tecnica per il corretto utilizzo dei suddetti modelli, estesi anche alla rete dei referenti aziendali Formazione.

Gli strumenti per l'accesso

La produzione informativa aziendale per la garanzia dell'accessibilità è stata caratterizzata nel corso del 2010 da un sensibile rafforzamento degli strumenti rivolti al cittadino sia sul versante tradizionale della produzione di documentazione, sia soprattutto sul versante dei servizi WEB.

Nell'ottica di facilitare l'accesso ai servizi e raggiungere un sempre maggior numero di cittadini, l'attività di informazione-comunicazione ha rafforzato il sito web aziendale www.ausl.pr.it. Al riguardo, è stata avviata

una revisione dei contenuti e della loro organizzazione, con lo scopo di facilitare l'accesso alle principali tipologie di utenti. Sono stati inoltre attivati specifici link a nuovi servizi on line (pagamento dei ticket, albo pretorio, guida ai servizi on line, ecc).

Lo sviluppo del sito Internet

Nel 2010 il sito ha ulteriormente ampliato le sue attività e le sue funzioni, dopo il precedente consolidamento, anche sotto il profilo informatico, diventando così uno strumento in grado di agevolare il dialogo interattivo con il cittadino.

Una serie di azioni di miglioramento e costante revisione dei contenuti hanno contribuito a far sì che a fine 2010 il sito abbia superato la soglia dei 200mila visitatori unici durante l'anno, pari poco meno della metà della popolazione provinciale residente.

Anche le richieste di informazioni dei cittadini, che pervengono tramite via e-mail tramite la funzione lo "Scrivici" in home-page del sito, sono in costante aumento. A queste l'Ufficio Comunicazione aziendale ha dato risposta via e-mail con l'ausilio del personale dei servizi aziendali interessati dagli stessi quesiti.



Il consolidamento e lo sviluppo dei progetti informativi on-line

A fronte di un crescente utilizzo del web da parte dei cittadini, l'Azienda ha realizzato anche nuovi servizi on line per facilitare l'accesso alle informazioni, anche di natura amministrativa. E' il caso di specifici link attivati in home page a nuovi servizi quali la possibilità del pagamento on line dei ticket con carta di credito, la pubblicazione degli atti deliberativi con l'attivazione dell'Albo pretorio on line, i link a servizi regionali di informazione e trasparenza quali Guida ai servizi on line e Tempi d'attesa Emilia-Romagna (www.tdaer.it).

Il sito dello Spazio Giovani

In una sottosezione del sito aziendale è possibile accedere alle informazioni e ai servizi offerti dallo Spazio Giovani, il consultorio dell'AUSL di Parma riservato agli adolescenti.

Grazie al sito vengono informati e coinvolti ogni anno centinaia di giovani, che utilizzano le tecnologie della comunicazione on line anche per esporre dubbi, problemi e condividerli nell'anonimato con i propri pari, in un ambiente dove comunque è mantenuta costante la supervisione e interazione a parte degli operatori dello Spazio Giovani. Un'iniziativa che viene ampiamente descritta è quella relativa al Meeting annuale dei

giovani: momento di incontro e di riflessione sui temi importanti del mondo giovanile e momento di condivisione culturale.

La newsletter e-mail "Ausl Parma News"

Nel 2010 ha debuttato un nuovo servizio informativo aziendale; la newsletter Ausl Parma News che ogni due settimane viene inviata a una mailing list di circa tremila indirizzi. Con questo strumento è stata così ulteriormente potenziata sia la comunicazione dell'Azienda verso i cittadini che verso la propria comunità istituzionale di riferimento (stakeholders). Le informazioni contenute nella newsletter sono collegate alla sezione news del sito aziendale: in questo modo grazie all'effetto di rimbalzo si genera un aumento di traffico anche sul sito aziendale, che risulta così maggiormente visitato.



Saluter

In occasione del profondo restyling grafico-editoriale deciso dalla Regione per il portale Saluter.it, si è consolidata la collaborazione redazionale che l'Ausl di Parma, che tramite l'Ufficio comunicazione ha condiviso il percorso di definizione della nuova grafica e organizzazione dei contenuti. E' stata così ulteriormente qualificata la collaborazione all'aggiornamento della parte dinamica del portale regionale Saluter con le informazioni aziendali: notizie, appuntamenti, argomenti all'ordine del giorno, newsletter, contatti con i navigatori e nella redazione delle sezioni "in esclusiva per", con particolare riferimento all'area riservata agli operatori sanitari.



La rassegna delle documentazioni e delle pubblicazioni

La carta dei servizi, le guide informative, i pieghevoli e le brochures

Sul versante della produzione degli strumenti di comunicazione l'Azienda ha cercato, anche per il 2010, di privilegiare quelli utili a favorire l'accesso ai servizi. In questa direzione oltre a guide e pieghevoli sono state realizzate anche locandine informative, distribuite nei vari punti di accesso ai servizi sanitari e presso gli studi dei medici di medicina generale e pediatri di libera scelta.

Tra i vari strumenti informativi realizzati, si segnala che a seguito del completamento di un percorso di partecipazione interno, e con i rappresentanti di professionisti anche dell'Azienda Ospedaliero-Universitaria, è stata realizzata, stampata e diffusa ai cittadini una Guida ai servizi di prevenzione secondaria assicurati dalle due Aziende per gli affetti da patologie cardio-vasco-circolatorie, dal titolo "Dopo una malattia coronarica...".



Sinteticamente si segnalano le iniziative e pubblicazioni principali:

- è stata realizzata una raccolta annuale di tutti gli "Informasalute" pubblicati nel 2009 in una rassegna che contiene anche una guida pratica con riferimenti, consigli, numeri e indirizzi, e distribuita ai cittadini in oltre 50mila copie a inizio anno.
- sono state predisposte e realizzate internamente decine di locandine informative sui temi della salute e sull'accesso ai servizi, oltre che per divulgare eventi formativi tra il personale dell'Azienda.
- si è inoltre consolidata la produzione documentale (pieghevoli, locandine, brochures, cd) che ha accompagnato eventi, convegni, inaugurazioni, anche attraverso la pubblicazione di atti e documenti sul sito aziendale.



La comunicazione per la gestione individuale dell'assistenza

La comunicazione per la gestione individuale dell'assistenza trova una sua importante collocazione nelle interazioni messe in atto dai cittadini (anche attraverso le proprie rappresentanze) per poter attuare scelte consapevoli.

In questa direzione l'Azienda è impegnata a mettere in campo azioni informative per orientare l'accesso ai servizi e alle prestazioni con correttezza ed appropriatezza, a seconda del bisogno sociosanitario espresso. I temi forti delle azioni informative riguardano lo sviluppo di comunicazioni tra medico di famiglia e strutture sanitarie per il miglioramento dei percorsi di cura (Progetto SOLE – maggiori dettagli nella Sezione 3 di questo documento), sulla prescrizione appropriata dei farmaci per la popolazione anziana, la disponibilità di informazioni e modulistiche per la semplificazione degli accessi, le potenzialità offerte agli attori del sistema dall'implementazione della banca dati del Numero Verde Regionale, l'erogazione del servizio di risposta del secondo livello aziendale dello stesso Numero Verde Regionale.

L'informazione al momento dell'accesso

Lo sviluppo del sistema di comunicazione verso l'utenza ha trovato piena concordanza con l'evoluzione del quadro normativo nazionale con particolare riferimento alla tutela dei diritti dei cittadini.

L'applicazione delle normative relative alla semplificazione amministrativa (DPR 445/2000) e di accesso alle prestazioni di assistenza specialistica ambulatoriale (DGR 2142/2000) ha comportato la revisione della modulistica relativa all'accesso, alle certificazioni e alla refertazione. Tale modulistica è presente nei vari punti di accesso dell'utenza ed è scaricabile via web (sottosezione sportello unico).

Un altro importante versante informativo sviluppato è stato quello del consenso informato.

Le potenzialità della banca dati del Numero Verde

Nel corso del 2010 l'Azienda ha continuato il lavoro di allineamento e omogeneizzazione della banca dati del Numero Verde Regionale: requisito fondamentale per poter fornire informazioni utili e precise ai cittadini. La banca dati regionale, alimentata da tutte le aziende sanitarie e ospedaliere, contiene informazioni sulle modalità di accesso alle prestazioni sanitarie e sociali erogate dal sistema sanitario, costituisce la base informativa a supporto del servizio di informazione telefonica "Numero Verde" 800 033 033, i cui dati di utilizzo da parte dei cittadini sono in costante aumento. La banca dati, quale riferimento informativo comune all'intero sistema, è centrale anche per gli URP dell'intera rete regionale e costituisce la base per il servizio on-line "Guida ai servizi – informazioni on line" accessibile tramite il portale regionale Saluter e anche sul sito web aziendale.

Nel corso del 2010 si è completato il percorso di riorganizzazione del secondo livello aziendale di risposta al Numero Verde, uniformando così il modello organizzativo alle direttive regionali. E' stato così attivato un punto unico di risposta presso l'Ufficio comunicazione aziendale, che si avvale della collaborazione parziale anche di personale di due Distretti, per la copertura dei turni di due sabati al mese.

La comunicazione per le scelte di interesse per la comunità

La comunicazione integrata tra le due Aziende sanitarie provinciali

Percorso elaborato in modo comune dalle due Aziende sanitarie

Tra i percorsi di integrazione di attività e servizi delle due Aziende sanitarie, anche nell'ambito della comunicazione esterna e delle relazioni con la stampa sono state sviluppate numerose azioni congiunte.

Alla base di questi percorsi vi è infatti l'esigenza di intervenire, con specifiche azioni di informazione integrata, per comunicare iniziative ed eventi promossi dal Servizio sanitario regionale, che a livello provinciale coinvolgono e integrano le due Aziende nei rispettivi ambiti. E' il caso, ad esempio, delle numerose campagne di informazione per la prevenzione realizzate nel corso dell'anno dall'Assessorato 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 prevenzione contro l'influenza, le normative sulla compartecipazione alla spesa dei cittadini, la donazione del sangue, la settimana "Sette di cuore", ecc. Altre iniziative di comunicazione congiunte sono state realizzate in accordo con alcune associazioni di volontariato locale, aderendo a campagne nazionali (Nastro Rosa), o locali (Anno del Neonato), 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. E' stato così possibile definire una procedura operativa comune da attivare in situazione specifiche come quelle descritte: nata dall'esperienza sul campo, la procedura è stata via via perfezionata e sono in definizione modalità e tempi per la sua formalizzazione.

La definizione di una procedura comune tra le due Aziende è uno strumento di comunicazione integrato che rientra anche negli risultati attesi dell'Obiettivo 10 dei Gruppi di lavoro sullo sviluppo e valorizzazione del capitale intellettuale delle due Aziende, parte integrante del Piano Attuativo Locale 2009-2011.

Le progettualità con la Conferenza Territoriale Sociale e Sanitaria

La Legge Regionale n. 29/2004 ha posto l'accento sul ruolo della Conferenza Territoriale Sociale e Sanitaria nella programmazione delle strategie e degli interventi, volti alla promozione della salute ed alla prevenzione con il supporto delle Aziende sanitarie. In pratica gli enti locali (attraverso la Conferenza Territoriale Sociale e Sanitaria con il sostegno delle Aziende Sanitarie) sono promotori delle strategie e degli interventi finalizzati alla promozione della salute ed alla prevenzione.

In questa direzione le azioni di programmazione, sia sotto il profilo dell'innovazione sia sotto quello del consolidamento delle attività, sono state caratterizzate da numerosi momenti di comunicazione all'interno delle Aziende, nei confronti degli altri Enti e portatori di interesse.

Alcuni esempi sono le azioni di comunicazione alla cittadinanza e agli Enti locali, decise e coordinate dall'ufficio di presidenza della Conferenza, 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 si importanti eventi pubblici di programmazione sanitaria (Case della Salute).

La comunicazione e la programmazione negoziata in ambito distrettuale

I momenti di programmazione in ambito distrettuale, caratterizzati prevalentemente dalla definizione dei Piani delle attività territoriali e dei Piani di zona, hanno visto come prima ricaduta la diffusione informativa nel contesto interistituzionale.

La comunicazione e la prevenzione

Nel corso del 2010 è continuata l'attività di informazione e diffusione degli screening oncologici: in particolare è stata realizzata una campagna di comunicazione ad hoc sugli screening oncologici, in rafforzamento di analoga iniziativa regionale, che ha potuto contare sul contributo economico della Fondazione Cariparma e sulla collaborazione di alcuni partner, tra i quali Teatro Regio, Parma Calcio, i teatri di Parma, oltre alle Associazioni di volontariato direttamente coinvolte.

E' stata intensa la collaborazione con il gruppo regionale "Informazione e comunicazione in sanità", in particolare per quel che riguarda la campagna di vaccinazione antinfluenzale, la lotta alla zanzara tigre, la prevenzione all'AIDS, i programmi di screening, la donazione del sangue, la condivisione del percorso condiviso di restyling grafico-editoriale del portale Saluter.it.

Specifiche iniziative di comunicazione sono poi state realizzate a favore dei malati di diabete, per la lotta all'obesità, malati di AIDS, la prevenzione all'alcolismo, e per promuovere l'accesso e la conoscenza dei servizi aziendali dedicati all'assistenza e cura dei malati di Alzheimer, e di altre malattie neurologiche (autismo).

Altra importante campagna di prevenzione realizzata anche a livello locale è quella dedicata alla lotta alla Zanzara Tigre, in stretto raccordo con la Cabina di regia istituita dalla Provincia di Parma.

SERVIZIO SANITARIO REGIONALE
EMILIA-ROMAGNA
Azienda Unità Sanitaria Locale di Parma

io ho cura di me

Quando ricevi a casa la lettera d'invito della Ausl scegli di volerti bene: partecipa allo screening contro i tumori femminili o al colon retto. Perché i tumori – come dimostrano tutte le statistiche internazionali – possono guarire se diagnosticati e curati in tempo. L'esame è in entrambi i casi gratuito, semplice e indolore. Non avere paura: la prevenzione è una battaglia che possiamo vincere, insieme.

FONDAZIONE CARIPARMA
TEATRO REGIO
Solares
LENZ
LILT
AVOFORIT

I rapporti con i mezzi di informazione

La rubrica "Informa salute" in edizione televisiva è continuata con cadenza quindicinale e varie repliche tra un'edizione e l'altra sulle emittenti televisive locali Tv Parma e Teletaro, sull'emittente Teleducato la rubrica da quindicinale è diventata settimanale da settembre. Sempre su quest'ultima emittente tv è stato realizzato un



nuovo programma “Dottor tv”, di presentazione e approfondimento sui servizi e prestazioni garantiti dai due ospedali aziendali per la cura di specifiche patologie.

In onda ogni due settimane, il programma è diffuso anche su Teleducato Piacenza e sull'emittente Talevideotaro.

E' proseguita anche la realizzazione di spot televisivi sulle campagne informative e di comunicazione, sia promosse dall'Azienda che dalla Regione Emilia-Romagna, ai quali si è aggiunta la diffusione di spot radiofonici su Radio Parma sugli stessi temi.

INFORMASALUTE: la rubrica per la stampa locale

Informasalute è la rubrica pubblicata, in mezza pagina a colori ogni quindici giorni, il mercoledì sulla Gazzetta di Parma, il giovedì su L'Informazione di Parma e il venerdì su Polis Quotidiano.

Altre due pagine sono pubblicate, con cadenza mensile, sul magazine Il Mese con capillare diffusione in tutta la provincia.

Nel corso del 2009 sono state realizzate e pubblicate 20 uscite sulla Gazzetta di Parma, 20 uscite su L'Informazione di Parma, 20 uscite su Polis Quotidiano (oltre a un relativo piè di pagina) e 24 pagine intere su Il Mese, 10 pagine intere su Il Mese magazine Piacenza.

Questi spazi sono dedicati ai cittadini, per presentare i servizi offerti in città e su tutto il territorio provinciale, anche con informazioni di dettaglio per sapere a chi rivolgersi e come accedere alle prestazioni offerte dall'Azienda USL di Parma. Tutte le pagine informative sono consultabili e scaricabili via web dal sito aziendale e dall'Intranet.

Gli argomenti trattati si rifanno essenzialmente a temi relativi a situazioni patologiche, ai percorsi di presa in carico per i pazienti cronici, alla sicurezza alimentare, alla prevenzione e agli aspetti di programmazione sociosanitaria generale e specifica.

Trasmissioni e spot per le emittenti radiotelevisive locali

La gamma dei servizi comunicativi che vengono prodotti in partnership e trasmessi dalle emittenti radiotelevisive locali sono:

- Informasalute sull'emittente televisiva locale TV PARMA: è una trasmissione quindicinale di 2 minuti in coda alle sei edizioni del Telegiornale dell'emittente del 1° e 3° giovedì del mese, trasmessa per 10 mesi l'anno. Si è rivelata una risorsa preziosa per diffondere in modo tempestivo e sistematico le notizie di apertura di nuovi servizi, trasferimenti, nuovi orari, eventi importanti, ed ogni notizia utile per i cittadini. Questo non è uno strumento utilizzato per dare una singola notizia, ma una rubrica i cui contenuti sono opportunamente coordinati con le altre tematiche della comunicazione esterna aziendale, rappresentando così un appuntamento atteso dai cittadini di Parma e provincia. Nel corso del 2010 sono state realizzate 20 trasmissioni.
 - Informasalute, sull'emittente televisiva locale Teleducato: si tratta di trasmissioni della durata di 15 minuti in onda (comprese le repliche) tutti i mercoledì e venerdì alle ore 19.10 circa, e trasmesse per nove mesi l'anno con cadenza settimanale. Un'ulteriore occasione di divulgazione delle attività della nostra Azienda e un'opportunità per far conoscere il volto degli operatori sanitari, promuovendo un'informazione sanitaria corretta e facilitando l'accesso ai servizi. Nel corso del 2010 sono state realizzate 30 trasmissioni.
 - Spot da 30 secondi in onda sette volte al giorno, su TV Parma, nei giorni che separano la messa in onda delle trasmissioni di Informasalute, come supporto dell'argomento trattato. Sono stati realizzati n. 15 spot. Nell'ambito della comunicazione attraverso i media televisivi sono realizzati spot relativi a servizi
-

nuovi e già avviati per le varie fasce di popolazione, uso corretto dei farmaci, donazioni, prevenzione, corretti stili di vita (zanzara tigre, influenza A H1N1, fumo, vaccinazioni, anoressia-bulimia, infertilità, percorso nascita, Guida MMG, ecc). Nel corso del 2010 sono stati realizzati 40 spot.

- Trasmissioni sull'emittente televisiva RTA – Video Taro: spazio informativo in onda settimanalmente sull'emittente RTA-Video Taro, il cui segnale è visibile nel Distretto Valli Taro e Ceno. La trasmissione è particolarmente seguita dalla cittadinanza per la specificità locale. La durata è di circa 3 minuti nel TG serale, riguardanti temi per la promozione della salute e l'offerta di servizi sanitari.

Nell'ambito degli spazi di Informasalute su TV Parma e su Teleducato si è posta l'attenzione in particolare sui temi relativi alla prevenzione (alcologica, infortuni sul lavoro, zanzara tigre, vaccinazioni influenzali, ecc), donazioni e trapianti, percorso nascita, presentazione dell'Ospedale di Fidenza-Vaio, Meeting con i giovani, ecc.

I comunicati stampa

Il comunicato stampa rappresenta uno degli strumenti di informazione esterna più diffusi, anche nella nostra Azienda. E' redatto in modo accurato, chiaro, completo: occorre, infatti, utilizzare lo stesso linguaggio giornalistico dei destinatari cui si rivolge (i giornalisti delle redazioni) per evitare possibili interpretazioni falsate, fuorvianti, allarmistiche. Nel corso del 2010 l'Ufficio Stampa ha realizzato oltre 250 tra comunicati stampa e interviste a professionisti per la stampa, comprese le risposte ai cittadini che si rivolgono alle testate della stampa quotidiana locale nella rubrica "Lettere al Direttore".

Le conferenze stampa

Nell'organizzazione complessiva dei rapporti con i mezzi d'informazione sono state organizzate conferenze stampa in riferimento a specifici contesti comunicativi che per la loro portata nei confronti della popolazione richiedevano un ampio ed articolato livello di diffusione. In relazione alle necessità di comunicare a specifici target viene curata la scelta dei relatori e dei materiali informativi per poter raggiungere in maniera chiara e tempestiva anche destinatari non addetti ai lavori. L'Ufficio Stampa nel corso del 2010 ha organizzato circa 40 conferenze stampa (erano 25 nel 2008).

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, al fine di stabilire una forma di conoscenza ampia rispetto all'organizzazione (meccanismi, strategie, obiettivi, ecc.);
- la comunicazione tendente a favorire la riduzione dell'incertezza e diffidenza per aspetti organizzativi non perfettamente conosciuti, anche attraverso progetti di qualificazione, informazione e formazione specifica.

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

La newsletter "Flash d'Azienda"

La newsletter "Flash d'Azienda" è un documento di sintesi che, a cura dell'ufficio comunicazione, viene redatto mensilmente ed allegato al cedolino del personale dipendente. Rappresenta un importante veicolo di trasmissione delle informazioni soprattutto sulla programmazione e sulle altre notizie riguardanti il contesto sanitario aziendale e provinciale. La newsletter, presente anche nell'intranet aziendale, ha consolidato la sua efficacia comunicativa, grazie anche alla sua nuova veste grafico-editoriale introdotta nel 2009.



La rete intranet aziendale

Nella rete Intranet è stato costante l'inserimento di notizie utili per consentire agli operatori di essere informati rispetto a documenti, atti deliberativi, convegni e seminari. Altre azioni di comunicazione interna hanno implementato sulla Intranet aziendale alcune nuove sezioni tematiche, oltre all'aggiornamento costante delle aree preesistenti, su temi quali la nuova organizzazione aziendale, il risparmio energetico, le azioni di prevenzione e di diffusione su normative specifiche.

La realizzazione della nuova Intranet aziendale risponde a requisiti informativi, divulgativi e di facilitazione (modulistica) per gli operatori, tra i quali sono stati resi tecnologicamente autonomi i referenti del Servizio personale per l'inserimento nell'apposita sezione interna dedicata ai concorsi, e i veterinari per gli inserimenti nella omonima sezione.

Tutta la modulistica disponibile in formato elettronico, inoltre, è stata inserita nell'apposita sezione della nuova rete Intranet facilmente raggiungibile dalla home page. La sezione modulistica per essere maggiormente fruibile è stata poi suddivisa in sezioni specifiche.

L'accesso alle biblioteche on-line

Nel corso del 2010, per rispondere ad esigenze sia formative che informative, è continuata la convenzione tra la nostra Azienda e l'Università degli Studi di Parma, per l'accesso del personale dipendente alla Biblioteca Centrale della Facoltà di Medicina e Chirurgia e alle sue risorse. I servizi previsti che comprendono l'accesso alle banche dati Cochrane Library e Clinical Evidence, ricerche bibliografiche su banche dati specialistiche a richiesta dei singoli utenti, nonché l'accesso alle postazioni multimediali della biblioteca stessa, hanno visto un notevole incremento. Maggiori dettagli sono presenti nella Sezione 4 nel paragrafo dedicato alla Formazione.

L'attività comunicativa attraverso manifestazioni e convegni

Nel corso del 2010 l'Azienda ha organizzato vari convegni sia in ambito provinciale che nelle sedi distrettuali. Il significato di questi momenti di confronto si colloca nella direzione della socializzazione dei contenuti con l'obiettivo di gestire e promuovere l'innovazione organizzativa ed il cambiamento culturale-istituzionale.

In particolare nel 2010, attraverso l'attività comunicativa, sono stati coinvolti i professionisti nella condivisione e nel raggiungimento degli obiettivi aziendali, valorizzando la crescita professionale, l'integrazione sociale e sanitaria. In questo ambito si distinguono gli eventi interni, in stretto raccordo con l'U.O Formazione, dedicati al percorso formativo sul Governo Clinico. Tra le manifestazioni più significative organizzate nel corso dell'anno si ricordano il convegno di presentazione della programmazione provinciale delle 26 Case della Salute, la giornata pubblica e ricreativa alla Fattoria di Vigheffio, per la presentazione dell'avvio di lavori di riqualificazione della residenza psichiatrica.

