Sezione 5

Sistemi di relazione
e strumenti di comunicazione

SISTEMA DELLE RELAZIONI E STRUMENTI DI COMUNICAZIONE

Questa sezione del documento è finalizzata ad illustrare gli interventi e le azioni intraprese dall'azienda per potenziare o qualificare il sistema delle relazioni sia con i soggetti interni, sia con i soggetti esterni ad essa (utenti, cittadini, loro rappresentanze sociali ed istituzionali).

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 ambiti distinti, ciascuno dei quali riferito ad uno specifico "contesto comunicazionale":

1. Ruolo e strategia comunicativa;
2. La comunicazione per l'accesso ai servizi;
3. La comunicazione per la gestione individuale dell'assistenza;
4. La comunicazione per le scelte di interesse per la comunità;
5. I rapporti con i mezzi di informazione;
6. La comunicazione interna aziendale;
5. L'attività comunicativa attraverso manifestazioni e convegni.

Ruolo e strategia comunicativa

La comunicazione per un'azienda sanitaria ha un ruolo cruciale, e si sviluppa nella produzione di strumenti e servizi integrati per tre ambiti di destinatari: l'utenza, la comunità di riferimento (stakeholders) e gli operatori aziendali.

Sul versante dell'utenza, lo sviluppo dei servizi comunicativi aziendali ha come obiettivi il corretto accesso/utilizzo dei servizi e l'informazione su prestazioni e percorsi di cura: l'attività di comunicazione contribuisce promuovere educazione alla salute e 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.

Sul versante degli stakeholders, o committenza istituzionale, la comunicazione aziendale si integra con quella degli enti territoriali, per promuovere informazione sanitaria sui servizi disponibili e l'adesione dei cittadini alle campagne di prevenzione.

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

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

- 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;
- 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 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.

Un ruolo, quest'ultimo, ben definito dal "Programma pluriennale di attività di comunicazione aziendale", approvato dal Collegio di Direzione nel 2009, dove obiettivo qualificante delle attività dell'Ufficio è 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, ovvero di co-responsabilizzazione 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.

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 Ufficio 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, per la restituzione pubblica dei risultati della partecipazione dei cittadini al miglioramento dei servizi, d'intesa con l'Ufficio qualità aziendale.

Nel corso del 2011 è stata inoltre definita una procedura operativa per la migliore efficacia comunicativa di azioni sviluppate in modo integrato tra Ufficio comunicazione aziendale e rete degli URP distrettuali, definendo ambiti e competenze a secondo delle necessità comunicative.

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 2011, 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 comunicativi per l'accesso

Nel corso del 2011 è proseguito il rafforzamento degli strumenti rivolti al cittadino sia nella produzione di documentazione (opuscoli, guide, locandine) sia e soprattutto nei servizi informativi via WEB.

Lo sviluppo del sito Internet, i servizi on line collegati e gli altri sotto-siti aziendali

Nel 2011 il **sito** ha ulteriormente ampliato i contenuti informativi e le sue funzioni, diventando così uno strumento in grado di informare tempestivamente i cittadini, e gli utenti in generale, in particolare con la sezione "news" aggiornata quotidianamente. Anche grazie a questi interventi, a fine 2011 il sito ha superato i 280mila visitatori unici durante l'anno, pari dunque ad oltre la metà della popolazione provinciale residente.

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

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 il 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),

la sezione con la rilevazione mensile dei tempi di attesa, la lista delle caselle aziendali di Posta elettronica certificata (PEC).

Nel 2011 si è consolidata la newsletter via e-mail **"Ausl Parma News"**, inviata ogni due settimane 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 cosi maggiormente visitato.

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 a questo 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.

Si è infine consolidata la collaborazione redazionale ai contenuti informativi del sito della Regione Emilia-Romagna www.saluter.it, interessato già nel 2010 da un restyling grafico-editoriale cui ha collaborato operativamente anche l'Ufficio comunicazione aziendale in raccordo con la redazione centrale presso l'Assessorato regionale Politiche per la Salute.

Documentazioni e pubblicazioni: guide, locandine e depliant informativi

Per favorire il corretto accesso e utilizzo dei servizi aziendali, oltre che per promuovere percorsi di cura e di presa in carico, l'Ufficio comunicazione ha realizzato numerosi prodotti informativi, tra cui guide, pieghevoli poster scientifici, distribuiti nelle sedi aziendali a disposizione dell'utenza. Alcuni di questi strumenti sono stati condivisi anche con i professionisti dell'Azienda Ospedaliero-Universitaria e con associazioni di volontariato di volta in volta interessate.

Sinteticamente si segnalano le iniziative e pubblicazioni principali:

- è stata realizzata la raccolta annuale di tutti gli "Informasalute" pubblicati nel 2010 sul quotidiano Gazzetta di Parma, e distribuita ai cittadini in oltre 50mila copie a inizio anno.
- sono state realizzate e distribuite le **Guide ai servizi distrettuali, per informare i cittadini sull'accesso ai servizi.**

La comunicazione per la gestione individuale dell'assistenza

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. In particolare le azioni informative riguardano lo sviluppo di comunicazioni tra medico di famiglia e strutture sanitarie per il miglioramento dei percorsi di cura (Progetto SOLE), 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'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. La rete informativa del Progetto SOLE è migliorata nell'estensione ed in altri aspetti attraverso la risoluzione dei problemi tecnici, l'estensione del numero di medici collegati e dei servizi attivi sul territorio. Per maggiori informazioni si rimanda alla Sezione 3 del presente documento.

La banca dati del Numero Verde Regionale

Nel corso del 2011 l'Azienda ha continuato il lavoro di allineamento e omogeneizzazione della banca dati del Numero Verde Regionale, un servizio fondamentale per poter fornire informazioni utili e precise ai cittadini del servizio sanitario regionale. 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 2011 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.

La comunicazione per le scelte di interesse per la comunità

La comunicazione integrata tra le due aziende Sanitari provinciali

Percorso elaborato in modo comune dalle due Aziende sanitarie

E' proseguito anche nel corso del 2011 il percorso di comunicazione integrato tra i servizi comunicazione delle due azienda sanitarie pubbliche 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, le normative sulla compartecipazione alla spesa dei cittadini, la donazione del sangue. La comunicazione intergrata 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, come ad esempio la settimana di prevenzione e sensibilizzazione cardiologica "Sette di cuore", 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. È 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 nei risultati validati 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 2011 è continuata l'attività di informazione e diffusione di campagne su numerose tematiche legate alla prevenzione e alla promozione di corretti stili di vita, quali screening oncologici, vaccinazione antinfluenzale, la lotta alla zanzara tigre, la prevenzione all'AIDS, i programmi di screening pediatrici, la donazione del sangue, ecc.

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).

I rapporti con i mezzi di informazione

Il 2011 ha dato continuità allo sviluppo dell'attività di tipo giornalistico in linea con le normative su stampa, informazione, trasparenza e riservatezza della comunicazione istituzionale degli enti pubblici. 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.

Nell'ambito della informazione-comunicazione con i cittadini, si segnala la realizzazione dell'inserto "Informa salute", inserto di mezza pagina a colori sul principale quotidiano parmense. La versione tv della rubrica "Informa salute" è proseguita con cadenza settimanale sull'emittente Teleducato, iniziativa che si affianca 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", un programma nato per presentare anche con approfondimenti i servizi e le prestazioni garantiti dai due ospedali aziendali per la cure di specifiche patologie. Questo programma è diffuso anche su Teleducato Piacenza e sull'emittente RTA Teletaro.

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 aggiunge la diffusione di spot radiofonici su Radio Parma sugli stessi temi.

Informasalute, Dottor Tv e gli Spot: rubriche e video per i media locali

Nell'ambito della informazione-comunicazione con i cittadini, si segnala la realizzazione dell'inserto "Informa salute", inserto di mezza pagina a colori sul principale quotidiano parmense.

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

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.

La versione tv della rubrica "Informa salute" è proseguita con cadenza settimanale sull'emittente Teleducato, iniziativa che si affianca 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", un programma nato per presentare anche con approfondimenti i servizi e le prestazioni garantiti dai due ospedali aziendali per la cure di specifiche patologie. Questo programma è diffuso anche su Teleducato Piacenza e sull'emittente RTA Teletaro.

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 aggiunge la diffusione di spot radiofonici su Radio Parma sugli stessi temi.

Nell'ambito degli spazi di Informasalute su TV Parma e su Teleducato si è posta l'attenzione in particolare ai 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.

L'attività di Ufficio 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 2011 l'Ufficio stampa ha realizzato oltre 300 interventi, suddivisi tra la produzione di testi per comunicati stampa, cartelle per conferenze stampa, risposte di lettere dei cittadini a quotidiani, risposte con fornitura dati alla stampa, e contatti tra giornalisti e professionisti aziendali.

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. Ulteriori informazioni sul tema sono presenti nella Sezione 4 di questo documento.

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.

Flash d'Azienda 68

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

Nuova UO di governo clinico
Diretta da Lombardi, l'Unità operativa è stata attivata in Direzione sanitaria

Rubriche tv aziendali al via la stagione 2012

Fiaso, tre progetti Ausl selezionati tra 69 italiani

La rete intranet aziendale

Nella rete Intranet è stato costante l'inserimento di notizie utili per consentire agli operatori di essere informati su 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'attività comunicativa attraverso manifestazioni e convegni

Regione Emilia Romagna
Assessorato Politiche per la Salute

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

21-22 Ottobre 2011
Hotel Parma & Congressi
Via Emilia Ovest, 281/A – Parma

CONVEGNO NAZIONALE
PERCORSI DI INNOVAZIONE NELLE CURE PRIMARIE

PROGRAMMA

Nel corso del 2011 l'Azienda ha organizzato vari convegni sia in ambito provinciale che nelle sedi distrettuali, quali occasioni di diffusione e condivisione più ampia sia per gli operatori che per la comunità di riferimento, di specifici progetti di innovazione organizzativa e sulla programmazione sanitaria.

Un esempio è stato il convegno nazionale, ospitato a Parma e organizzato dall'Azienda su richiesta della Regione Emilia-Romagna, dal titolo "Percorsi di innovazione nelle cure primarie" che ha visto la partecipazione del ministro della Salute, Ferruccio Fazio.