

---

## **Sezione 5**

### **Sistemi di relazione e strumenti di comunicazione**

---

## **Ruolo e strategia comunicativa**

In un'Azienda Sanitaria il tema degli strumenti di comunicazione e dei modelli relazionali è centrale per lo sviluppo e la qualificazione dei servizi rivolti ai cittadini.

La comunicazione migliora il rapporto con l'utenza valorizzando il cittadino come soggetto attivo con diritti inviolabili (partecipazione, accesso, informazione, trasparenza, tutela) attraverso un'azione sanitaria volta agli obiettivi di salute.

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.

In ambito aziendale l'Ufficio Comunicazione è quindi il perno di una rete di informazione e di ascolto che deve tendere, 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 "Piano di comunicazione aziendale", approvato dal Collegio di Direzione, 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

Il contesto della comunicazione per l'accesso ai servizi richiede molta attenzione: in esso si stanno consolidando 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.

La corretta integrazione dei sistemi informativi, in particolare fra tematiche sanitarie e sociali, avvicina l'organizzazione e il cittadino. In tal senso la comunicazione per l'accesso ai servizi si sviluppa, da un lato nella crescita delle funzioni di coordinamento e di collegamento con il cittadino-utente per la condivisione della programmazione, dall'altro nello sviluppo di strumenti informativi capaci di cogliere le necessità dell'utenza con particolare attenzione agli anziani, immigrati, disabili, popolazione femminile, famiglie, badanti 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, a supporto di servizi di mediazione culturale per facilitare l'accesso ai servizi.

### 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: il "coordinamento di gruppi di lavoro distrettuali per la realizzazione di guide ai servizi sanitari di distretto"; il "coordinamento di un gruppo di lavoro per la realizzazione di una guida ai Medici di Medicina Generale", 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", la "realizzazione di campagne informative aziendali sia generali che specifiche sui temi della salute e sull'accesso ai servizi"; la "realizzazione di materiale informativo (depliant, 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.

## Gli strumenti per l'accesso

La produzione informativa aziendale per la garanzia dell'accessibilità è stata caratterizzata nel corso del 2009 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](http://www.ausl.pr.it).

Al riguardo, oltre alla fase di armonizzazione/aggiornamento costante dei contenuti già presenti nel sito, sono state realizzate macro-sezioni su diversi temi, tra le quali si segnala il motore di ricerca per i cittadini sui Medici di medicina Generale e Pediatri di libera scelta accessibile in home-page. Si è inoltre supportata la creazione, attivazione e aggiornamento di sotto-siti tra i quali: progetto Sical ([www.sical.ausl.pr.it](http://www.sical.ausl.pr.it)), progetto Prove di Volo (<http://provedivolo.ausl.pr.it>). Infine, sono stati attivati nuovi collegamenti banner in home-page sia alle campagne informative regionali sia a enti no profit quali le Pubbliche Assistenze e la Croce Rossa Italiana

## Lo sviluppo del sito Internet

Nel 2009 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.

I dati del 2009, riguardanti gli accessi alle pagine del sito dell'Azienda USL, mostrano un elevato gradimento degli utenti: in un anno le visite sono state superiori alle 300mila (erano poco più di 226mila nel 2008), delle quali sono oltre 200mila i contatti singoli per un totale di circa 100mila visitatori fidelizzati (pari a poco meno di un quarto del totale del bacino di utenza provinciale dell'Azienda). 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 fine anno sono di poco inferiori ai 300 messaggi. Ad ognuna di queste richieste l'Ufficio Comunicazione aziendale ha dato risposta via e-mail con l'ausilio del personale dei servizi aziendali interessati dagli stessi quesiti.

Tra gli altri servizi on line disponibili dal sito aziendale, ricordiamo il bimestrale di informazione sui farmaci "Farmanotizie" visibile sul sito web nella parte riservata ai Medici di Famiglia e Pediatri Libera scelta, e inviato via e-mail attraverso i Dipartimenti di Cure primarie; l'attivazione di una macro-sezione dove sono stati pubblicati nominativi, numeri telefonici, indirizzi e-mail, curricula, stipendi dei dirigenti aziendali, così come dei dati sulle presenze di tutto il personale, in ottemperanza alla normativa ministeriale ("Decreto Brunetta").

## Il consolidamento e lo sviluppo dei progetti informativi on-line

### Sito web "Informarsi è Formarsi"

La Rete dei Servizi provinciali, aziendali ed ausiliari, che fa riferimento al Dipartimento Salute Mentale e Dipendenze Patologiche dell'Azienda Ausl di Parma, ha attivato un sito web per la formazione come strumento a favore delle opportunità informative, formative e di comunicazione degli operatori della rete dei servizi. Tale strumento vuole essere innanzitutto uno spazio che permetta alle diverse parti del sistema dei servizi di comunicare tra loro. Sono infatti pubblicati tutti gli eventi formativi appositamente dedicati agli operatori che lavorano in questo ambito. In secondo luogo si pone come un mezzo per facilitare la memoria e l'auto-osservazione di ciò che l'équipe formazione e la rete dei servizi hanno costruito, e vanno costruendo, negli anni. L'intento è di far crescere la consapevolezza della rete e le possibilità di confronto con gli altri attori del sistema. Il progetto è stato co-finanziato dalla Regione Emilia Romagna in quanto progetto di modernizzazione.



### Il sito dello Spazio Giovani

In un'altra sottosezione del sito aziendale è possibile accedere alle informazioni e ai servizi offerti dallo Spazio Giovani: Consultorio dell'AUSL di Parma, riservato agli adolescenti. Le informazioni che si possono reperire riguardano in particolare le consulenze specialistiche sui temi dell'affettività, sul rapporto con genitori e pari, su sessualità, contraccezione e gravidanza, abuso di alcol e droghe, disturbi del comportamento alimentare, fornendo anche specificazioni per l'accesso ai servizi, oltre che uno spazio on line (chat) utilizzato dagli utenti giovani per scambiare opinioni ed esperienze, oltre che per dialogare, anche in anonimato, con i professionisti dei servizi aziendali.

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.



### Il Progetto Prove di volo

In una sottosezione del sito aziendale <http://www.ausl.pr.it/provedivolo> è possibile accedere all'evoluzione delle informazioni del progetto Prove di volo che si pone l'obiettivo di offrire risposte efficaci e innovative alle diverse forme di disagio che interessano la popolazione giovanile di Parma e provincia.

### I servizi di sportello unico

Attraverso il sito aziendale si può accedere (link utili) alla sottosezione autonoma dello Sportello Unico Distrettuale. Tale portale web, costantemente aggiornato, consente ai cittadini e agli operatori di disporre di informazioni sugli orari, sulle sedi e sulle modalità per l'accesso ai servizi di Sportello Unico. E' presente anche un'area riservata agli ambulatori per scaricare modulistica e certificazioni utili agli utenti al momento dell'accesso ambulatoriale.

### Saluter

Si è data continuità alla collaborazione che l'Ausl di Parma realizza nell'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. E' attivo anche il collegamento con il sito internet dell'Azienda, non solo da punto di vista informatico, ma anche sul piano dell'impostazione logica e dei contenuti.

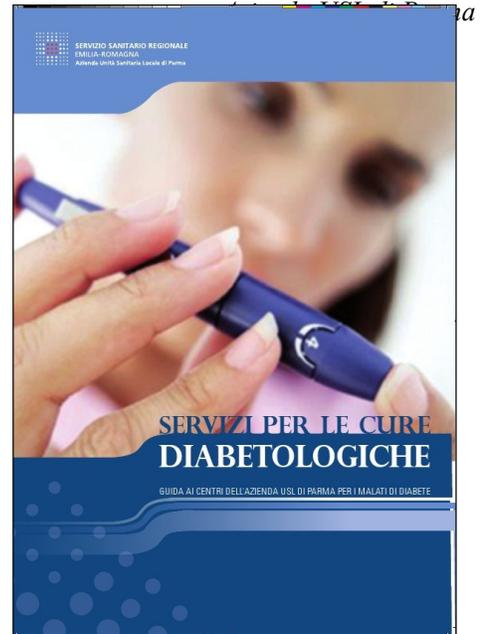
## La rassegna delle documentazioni e delle pubblicazioni

### 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 2008, 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. A seguito del completamento di un percorso di partecipazione interno e con i rappresentanti dei Medici di famiglia, è stata realizzata, stampata e diffusa ai cittadini la Guida ai Medici di Medicina Generale, e terminata la stesura delle Guide Distrettuali, con uguali contenuti e formati in tutti i Distretti.



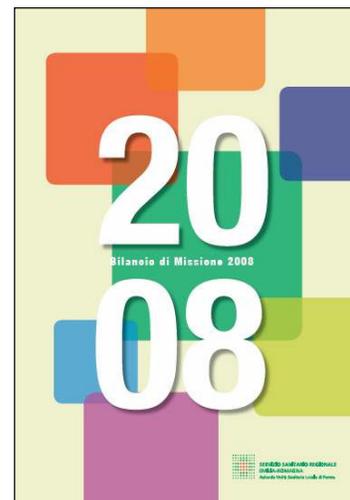
E' stata inoltre stampata e diffusa la pubblicazione L'appropriatezza prescrittiva nella popolazione anziana, e sono stati realizzati internamente all'Ufficio Comunicazione aziendale e diffusi gli opuscoli Servizi per le cure diabetologiche - Guida ai centri dell'Ausl di Parma per i malati di diabete e Diagnosi e terapie senologiche-Guida ai servizi dell'Ospedale di Fidenza-San Secondo.



Un'importante rilevanza è stata data alla pubblicazione "Il Bilancio di Missione dell'AUSL di Parma. Anno 2008" distribuito all'interno e all'esterno dell'Azienda, con la successiva pubblicazione sul sito aziendale e sul sito Web.

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.
- 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), 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.

### Il consolidamento del Progetto SOLE

Nel corso del 2009 la rete del progetto SOLE è stata estesa ai medici pediatri di libera scelta (PLS) e contestualmente è proseguita l'attività di attivazione dei medici di medicina generale MMG, che hanno raggiunto un grado di copertura pari al 91% del totale.

Il servizio di prenotazione CUP in SOLE è stato esteso alla rete delle farmacie tramite l'attivazione di un primo gruppo sperimentale di 9 farmacie della provincia di Parma distribuite fra il Distretto di Parma (3) e gli altri Distretti (6).

Il canale di trasmissione via rete dei referti informatizzati è stata ampliata ed estesa ai servizi di radiologia di tutte le sedi provinciali dell' Azienda UsL di Parma.

L'attività formativa dei medici è stata rivolta prevalentemente ai medici PLS a cui sono stati erogati 4 corsi di formazione base all'uso del PC e della cartella clinica. E' proseguita anche l'attività di ripresa formativa nei confronti degli operatori Cup finalizzata a migliorare e completare le modalità di prenotazione Cup in SOLE.

Per il progetto "Carta Operatore" sono state richieste complessivamente 1.144 carte operatore per il personale dirigente medico e amministrativo e per i medici MMG e PLS di cui ne sono state attivate circa il 50%.

Sono stati collegati in SOLE i 4 centri diabetologici dei Distretti aziendali, ognuno rispettivamente con una medicina di gruppo individuata in accordo con le Direzioni Distrettuali dei Dipartimenti di Cure Primarie. Inoltre ai medici specialisti ed MMG coinvolti nella sperimentazione sono state erogate sessioni formative orientate all'utilizzo delle nuove funzionalità software di scambio dati. Sono state definite le

modalità tecniche ed organizzative per l'applicazione delle nuove linee guida regionali sulla raccolta del consenso e l'applicazione delle norme sulla privacy in SOLE.

Sono stati attivati i nuovi servizi di visualizzazione del cedolino del medico MMG/PLS sul portale del progetto SOLE e la gestione informatizzata della campagna vaccinale per l'influenza HI-N1, sia per i medici specialisti del Distretto di Sanità Pubblica, che per i medici MMG/PLS che hanno aderito.

### **Le potenzialità della banca dati del Numero Verde**

Nel corso del 2009 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 il sito web aziendale.

### **La comunicazione per le scelte di interesse per la comunità**

La comunicazione in questa prospettiva, mira alla definizione ed attuazione di modelli di educazione sanitaria con strategie preventive e di promozione della salute ad hoc, per la graduale modifica dei comportamenti e degli stili di vita. In questo ambito si possono collocare da un lato le attività comunicative rivolte agli utenti al fine di promuovere specifiche azioni di promozione della salute, dall'altro studi e valutazioni svolti (anche in maniera deduttiva) rispetto ai bisogni della popolazione (es. analisi della domanda e del case-mix).

In questo ambito sono state realizzate numerose campagne di comunicazione e informative, tra le quali si segnalano per macro-aree tematiche: Accordo con le organizzazioni sindacali dei Medici di medicina generale e con i Pediatri di Libera Scelta, Appropriatezza sull'uso dei farmaci, Piani per la salute, Accesso alle esenzioni ticket per prestazioni e benefici all'acquisto dei farmaci a favore di lavoratori colpiti dalla crisi, Campagne di prevenzione e promozione di corretti stili di vita, ecc.

### **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 momenti di comunicazione all'interno delle Aziende, nei confronti degli altri Enti e portatori di interesse.

In tal senso si collocano le fasi relative alla condivisione di progettualità sul tavolo provinciale della programmazione sociosanitaria e quelle di verifica dell'andamento dei progetti relativi ai Piani per la salute. Ognuna di queste fasi ha avuto evidenze comunicative dedicate, con l'attivazione di specifici strumenti in

raccordo e sinergia operativa con i servizi e uffici di comunicazione attivi sia presso al Conferenza Territoriale Sociale Sanitaria che presso la Provincia di Parma, oltre che presso le Amministrazioni comunali parmensi direttamente coinvolte dalle progettualità negli ambiti indicati.

### 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. E' rilevante sottolineare come il processo di comunicazione nei suddetti ambiti territoriali possa essere un importante supporto alla condivisione e all'attuazione dell'integrazione istituzionale e soprattutto professionale.

### La comunicazione e la prevenzione

Nel corso del 2009 è continuata l'attività di informazione e diffusione degli screening oncologici: in particolare è stata progettata, con implementazione nell'anno successivo, 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.

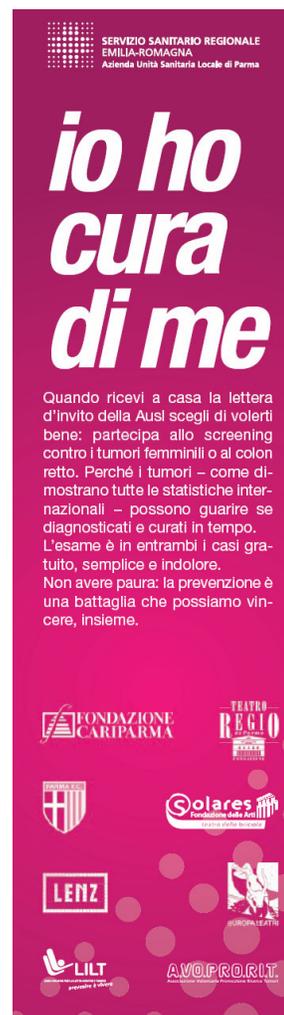
E' stata intensa la collaborazione con il gruppo regionale "Informazione e comunicazione in sanità", in particolare per quel che riguarda la campagna di vaccinazione antinfluenzale, la lotta alla zanzara tigre, la prevenzione all'AIDS, i programmi di screening, la donazione del sangue.

In questo ambito si segnala con particolare evidenza il supporto operativo dell'Ufficio Comunicazione azienda alla definizione e realizzazione di campagne di comunicazione, nell'ambito delle azioni del Gruppo inter-aziendale (Azienda Usl e Azienda Ospedaliero-Universitaria) sulla pandemia dell'influenza A H1N1. Le azioni comunicative a livello provinciale sono state realizzate in stretto raccordo con i piani di comunicazione sulla pandemia influenza della Regione Emilia-Romagna.



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.

Altra importante campagna di prevenzione realizzata anche a livello locale è quella dedicata alla lotta alla Zanzara Tigre.



## La comunicazione esterna per l'identificazione dell'Azienda

Nel 2009 è continuato il lavoro di ricognizione e revisione della segnaletica esistente nelle principali sedi aziendali tenendo conto del processo di miglioramento dell'accoglienza, dando la precedenza, per quanto possibile, alle sedi che erogano prestazioni all'utenza. In particolare le installazioni di segnaletica dell'anno 2009 hanno riguardato: la sede Direzionale aziendale, il completamento del Presidio Ospedaliero di Borgo Val di Taro; il completamento dei servizi di Neuropsichiatria infantile di Parma, il completamento del Polo sanitario Parma Ovest (Pintor), il nuovo Polo sanitario di Medesano, il nuovo Polo sanitario di Felino, il completamento Presidio Ospedaliero di San Secondo.

## I rapporti con i mezzi di informazione

Il 2009 ha dato continuità allo sviluppo dell'attività di tipo giornalistico in linea con le normative su stampa, informazione, trasparenza e riservatezza. Le linee delle strategie comunicative implementate hanno privilegiato da un lato 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'insero "Informa salute", la raccolta di tutto il materiale prodotto nel corso del 2009, che ha consentito di realizzare una pratica guida, con riferimenti, consigli, numeri e indirizzi, che può essere conservata e utilizzata all'occorrenza, divulgata insieme al quotidiano Gazzetta di Parma in circa 55.000 copie. L'insero inoltre è stato distribuito a tutti i medici di famiglia ed è disponibile nelle principali sale d'attesa delle sedi aziendali.

E' proseguita la produzione della rubrica "Informa salute", a mezza pagina a colori, sui quotidiani parmensi, estendo nel corso dell'anno la pubblicazione anche su un terzo quotidiano.

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 il programma "Vaio in tv", sulla presentazione e approfondimento dei servizi e delle prestazioni del Presidio ospedaliero di Fidenza-San Secondo, per un totale di cinque puntate.

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 (40 spot realizzati).



### 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. In autunno sono inoltre state pubblicate due pagine per cinque uscite mensili su Il Mese magazine di Piacenza.

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 2009 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 (da settembre 2009). 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 2009 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 2009 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 (alcolologica, infortuni sul lavoro, zanzara tigre, vaccinazioni influenzali e A H1N1, ecc), donazioni e trapianti, percorso nascita, presentazione dell'Ospedale di Fidenza-Vaio, Meeting con i giovani.

### **I comunicati stampa**

Il comunicato stampa rappresenta uno degli strumenti di informazione 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 2009 l'Ufficio Stampa ha realizzato 249 tra comunicati

stampa e interviste a professionisti per la stampa (erano 196 nel 2008), comprese le risposte ai cittadini che si rivolgono alla tre 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 2009 ha organizzato 37 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.

Nella fase operativa è stata data continuità all'uso di strumenti consolidati (Newsletter e Intranet) e sul versante comunicativo si è operato nella direzione della diffusione della programmazione aziendale e dell'accoglienza.

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, nel corso dell'anno è stata interessata da un progetto di restyling grafico-editoriale, per migliorare l'efficacia comunicativa dello strumento.

### La rete intranet aziendale e la rassegna stampa on-line

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. In collaborazione con il Servizio Risorse Informatiche e Telematiche, è stata attivata la "nuova rete Intranet" al fine di renderla più ricca di informazioni e facilmente consultabile. Al contempo, nella stessa, si è



consolidata la divulgazione, disponibile giornalmente, della rassegna stampa on-line non solo per i livelli dirigenziali aziendali ma anche a tutto il personale. Altre azioni di comunicazione interna hanno implementato sulla Intranet aziendale alcune nuove sezioni tematiche, oltre all'aggiornamento costante delle aree persistenti, 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 2009, 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 nella Sezione 4).

### L'attività comunicativa attraverso manifestazioni e convegni

Nel corso del 2009 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 2009, 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 nazionale sui Centri diurni per la salute mentale e due eventi con spiccata valenza comunicativa esterna, per promuovere l'accesso e la conoscenza dei servizi prestati: una mostra con tre giorni di iniziative sul progetto di riqualificazione della residenza psichiatrica Fattoria di Vigheffio e una mostra fotografico-informativa in occasione dei cinque anni della costruzione del Presidio ospedaliero di Fidenza-San Secondo a Vaio.

**2004 - 2009**  
**Da 5 anni**  
**curiamo**  
**l'eccellenza**  
 Iniziativa  
 per il quinto anniversario  
 dell'Ospedale di Vaio

**Sabato 24 ottobre 09**  
**ore 9**  
 Fidenza - Ospedale di San Michele  
 Via G. Carducci 51  
**III Giornata Nazionale**  
 sull'obesità in età evolutiva  
 "Prevenzione delle complicanze  
 dell'obesità in età pediatrica"  
 Convegno per personale sanitario,  
 mondo della scuola e genitori

**ore 11:30**  
 Ospedale di Vaio - Regione  
 Emilia-Romagna, via Fieschi  
**I luoghi e i gesti della cura**  
 Le eccellenze dell'ospedale  
 l'inaugurazione della mostra

**ore 15**  
 Ospedale di Vaio - Cappella  
**Concerto Orchestra Mozart**  
 progetto TAMINO sostenuto  
 dalla Regione Emilia-Romagna  
 Per pazienti e familiari

Info Ufficio Relazioni con il Pubblico  
 Direttore di Fidenza  
 Tel. 0524 315230  
 Ufficio Comunicazione ASL di Parma  
 Tel. 0521 392344/344  
 Mail: comunicazione@aslparma.it  
 www.aslparma.it  
 Area di Ufficio Comunicazione  
 e Relazioni con il Pubblico