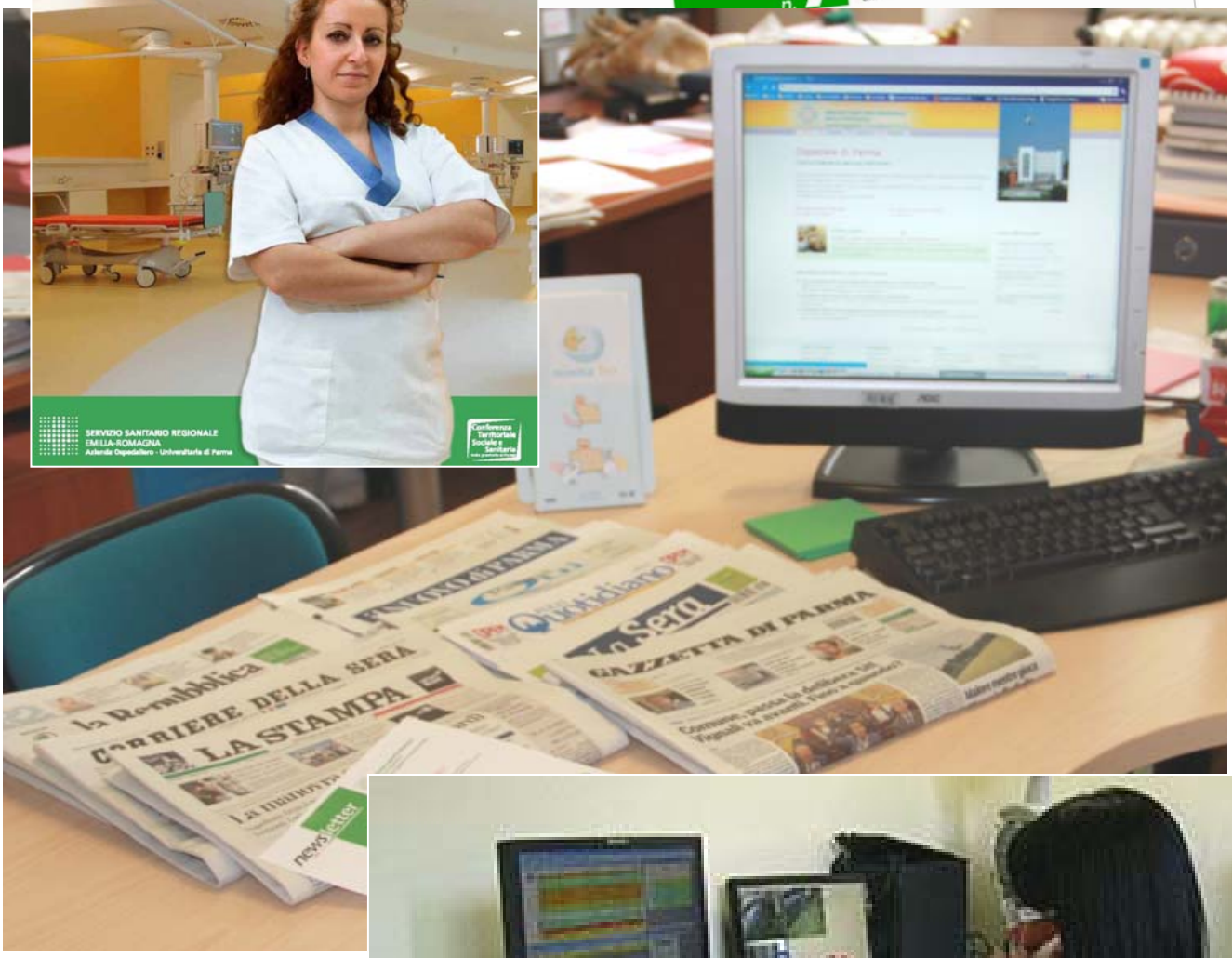
5 Sistema di relazioni e strumenti di comunicazione

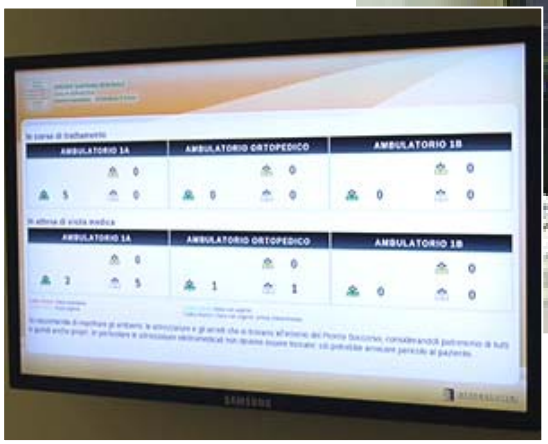
Il presente capitolo è finalizzato a presentare gli interventi realizzati e le azioni intraprese dall'Azienda per potenziare o qualificare il sistema delle relazioni e gli strumenti di comunicazione sia con i soggetti interni sia coi soggetti esterni ad essa (utenti, cittadini, loro rappresentanze sociali e istituzionali) con particolare riferimento a tre ambiti.

- La comunicazione per l'accesso ai servizi
- La comunicazione per le scelte di interesse per la comunità
- La comunicazione interna aziendale

IL TUO NUOVO
PRONTO SOCCORSO
Accogliente, moderno, a misura di persona.
dal 18 febbraio a Parma
SERVIZIO SANITARIO REGIONALE
EMILIA-ROMAGNA
Azienda Ospedaliero - Universitaria di Parma

newsletter
SERVIZIO SANITARIO REGIONALE
EMILIA-ROMAGNA
Azienda Ospedaliero - Universitaria di Parma
n. 7
LUGLIO 2011
Mensile per i dipendenti
dell'Azienda Ospedaliero - Universitaria di Parma
Gruppo di redazione c/o Ufficio Stampa - tel.0521.703010
ufficiostampa@ao.pr.it


la Repubblica
CORRIERE DELLA SERA
LA STAMPA
GAZZETTA DI PARMA


AMBULATORIO 1A
AMBULATORIO ORTOPEDICO
AMBULATORIO 1B

Sistema di relazioni e strumenti di comunicazione

La comunicazione è testimonianza concreta dell'attività dell'Azienda e fattore di comprensione della struttura ospedaliera. Ma oltre a svolgere una funzione essenziale di *raccordo fra cittadini e servizi sanitari,* a garanzia dei valori di equità, accessibilità, efficacia ed appropriatezza dell'assistenza, i sistemi di relazione interni ed esterni che l'Azienda instaura con il personale dipendente, il cittadino, le associazioni di volontariato, gli enti locali e i media esprimono il "carattere" dell'ente e ne sono funzione strategica e di sviluppo. In questa prospettiva la comunicazione favorisce il realizzarsi di un'azione comune fra i diversi attori e diventa strumento importante per la *promozione della salute.*
Nel corso del 2010, l'Azienda Ospedaliero-Universitaria ha promosso lo sviluppo di un sistema di comunicazione diretta ai cittadini e il miglioramento delle capacità relazionali tra gli operatori delle strutture e dei programmi sanitari, al fine di garantire un messaggio corretto ed il più possibile esaustivo. Nelle pagine di questo capitolo saranno rendicontati le attività e gli strumenti messi in atto per garantire, oltre ad una informazione trasparente, una "buona" comunicazione.

5.1 La comunicazione per l'accesso ai servizi

Promuovere la conoscenza e l'uso corretto dei servizi è una delle necessità e delle finalità dell'Azienda Ospedaliero-Universitaria. Diversi sono gli strumenti utilizzati e attivati che mirano ad avvicinare i cittadini all'Ospedale. Fondamentale è la realizzazione di un sistema di garanzie che soddisfi la domanda di informazione, la richiesta di accesso ai servizi, e che dia risposta a dubbi e quesiti che il cittadino avverte al momento in cui entra in contatto con la struttura. Infatti, più il cittadino si sente sicuro e orientato all'interno dell'ente, più si sentirà garantito nel suo diritto all'assistenza; per questo risulta essenziale una comunicazione che sviluppi una conoscenza esaustiva e che ascolti la percezione di soddisfazione dell'utente.
In questo paragrafo sono illustrati gli strumenti e i servizi messi in atto dall'Azienda per promuovere e migliorare la qualità e l'accesso alle strutture. Tra questi, come strumenti, segnaliamo i video-wall, schermi informativi installati nella sala d'attesa del Pronto soccorso che consentono di migliorare la comunicazione con l'utenza e di fornire al paziente informazioni utili sui tempi della visita.

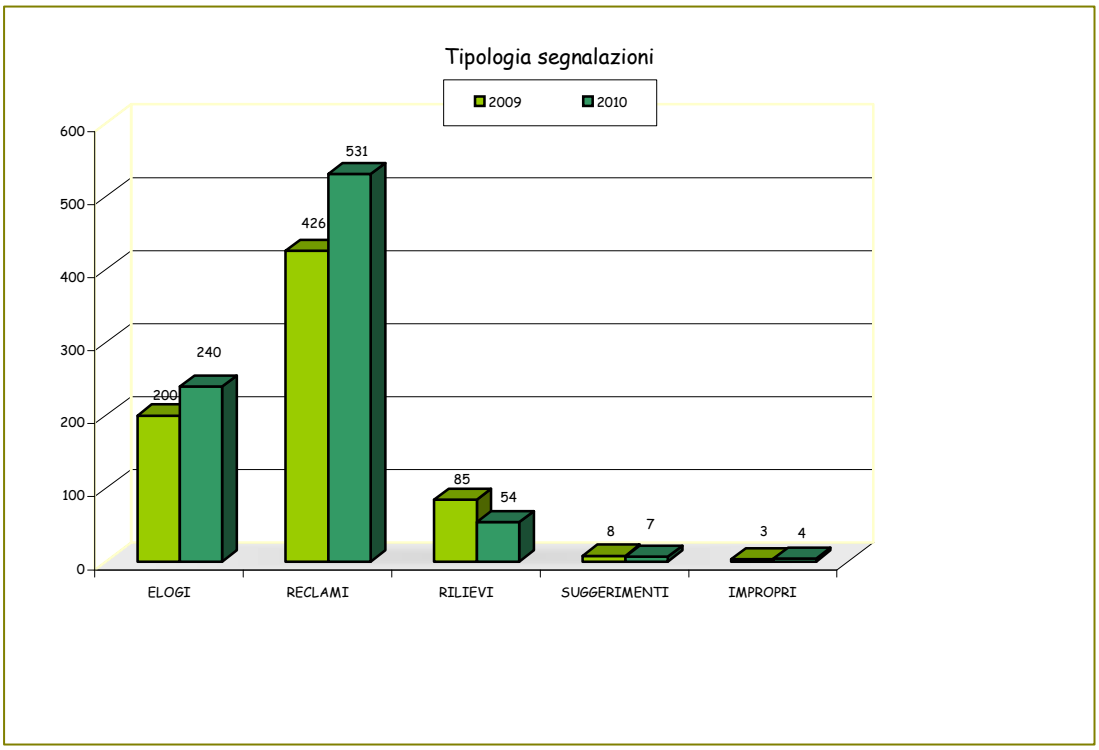
Ufficio Relazioni con il Pubblico

Nell'anno 2010, l'Ufficio Relazioni con il Pubblico (U.R.P.) ha mantenuto il suo peculiare stile di rapporto con gli utenti garantendo un corretto flusso di informazioni capace di migliorare la qualità del servizio e il rapporto di fiducia tra il cittadino-utente e l'Azienda collaborando alle politiche per l'accoglienza e la partecipazione. Ha supportato la Direzione generale nella comunicazione e nelle relazioni esterne ed interne, nell'esercizio dell'attività istituzionale verso gli Enti di riferimento ed i diversi soggetti portatori di interessi nei confronti dell'attività aziendale. Strumento integrante nello sviluppo aziendale ha agito in modo diretto sull'immagine e sulla cultura dell'Azienda consentendo, da un lato, lo sviluppo di un sistema di relazione diretta ai cittadini-utenti e alle associazioni di volontariato e, dall'altro, il rafforzarsi delle capacità di relazioni interne tra gli operatori delle strutture e dei programmi sanitari al fine di garantire una comunicazione corretta ed il più possibile esaustiva.
Ha continuato a pianificare e monitorare un sistema di garanzia equo e solidale per l'accesso ai servizi al fine di soddisfare prioritariamente la domanda di informazione sul come muoversi per risolvere un determinato problema, soddisfare una determinata richiesta, affrontare uno specifico percorso di salute. Nella strategia aziendale ha concretizzato relazioni più forti con la cittadinanza incrementando la fedeltà e la fiducia dell'utente, a cui l'Azienda intende fornire tutte le occasioni utili per riceverne reclami, rilievi e suggerimenti, al fine di incidere sul miglioramento della qualità del servizio erogato. Le problematiche più complesse del cittadino-utente sono state analizzate e verificate, sono stati elaborati i dati pervenuti ed attuate strategie al fine di ottimizzare i servizi e di soddisfare i bisogni sanitari e sociali emersi.
I dati delle segnalazioni dell'anno 2010 sono riportati nello schema sottostante e relativo grafico interpretativo.

Tabella 1 ***Le segnalazioni pervenute all'Urp, nel 2010***

Totale segnalazioni	Totale ricoveri	Totale attività ambulatoriale
240 elogi (28,71%)	52.803	4.169.359
531 reclami (63,52%)		
54 rilievi (6,46%)		
7 suggerimenti (0,84%)		
4 impropri (0,48%)		

Grafico 1 ***Tipologia di segnalazioni pervenute all'Urp, anni 2009-2010***



Nell'ambito della mediazione dei conflitti sono stati gestiti 26 incontri, in collaborazione con il Medico Legale, mirati a ristabilire il dialogo tra utenti e professionisti, con il raggiungimento dell'obiettivo primario, ovvero la realizzazione di un processo di riattivazione delle relazioni. I benefici ottenuti dall'attivazione della funzione di mediazione hanno consentito di favorire la creazione di un clima di ascolto e attenzione tra professionisti del sistema sanitario, pazienti e loro familiari, nonché di stimolare l'adozione, da parte dei professionisti, di comportamenti relazionali che riducano il rischio di conflittualità con i pazienti e i loro familiari, giungendo così ad una diminuzione di procedure giudiziarie e richieste di risarcimento.
L'attività di diffusione di materiali informativi delle campagne di informazione regionali è proseguita anche nel 2010 con la distribuzione minuziosa di pieghevoli e locandine in tutti i luoghi di maggiore affluenza di cittadini. In particolare è continuata la distribuzione dei pieghevoli relativi alla campagna di prevenzione e vaccinazione dell'influenza A H1N1.

Numero verde

L'Azienda Ospedaliero-Universitaria di Parma nel corso del 2010 ha aggiornato costantemente le informazioni contenute nella banca dati del Numero Verde regionale, garantendo dati corretti e validi sia per l'attività informativa del call center che per la consultazione on-line da parte dei cittadini vista la recente pubblicazione del nuovo portale "Saluter" della Regione Emilia-Romagna che vede la banca dati distribuita nelle varie pagine del portale, attraverso link diretti alle specifiche prestazioni collegate ad ogni area. Quest'ulteriore sviluppo del portale ha aumentato l'accessibilità della Guida e le consultazioni delle singole prestazioni e dei relativi luoghi di erogazione.

L'Urp ha inoltre garantito con la consueta attenzione le risposte alle domande di secondo livello pervenute dal call center regionale.

Sito internet

Il sito dell'Azienda (www.ao.pr.it) ha caratteristiche di semplicità e ricchezza di contenuti e immagini. Presenta in maniera chiara le schede di accoglienza di ciascuna unità operativa, la descrizione delle principali caratteristiche organizzative dei reparti e informazioni utili alla cittadinanza, atte a facilitare l'accesso ai servizi, oltre alla descrizione dei servizi amministrativi e tecnici dell'azienda.

Sono tre i principali percorsi da seguire: Curarsi, Lavorare e Azienda. Hanno l'obiettivo di rendere più immediata per i visitatori la percezione e l'individuazione della via da seguire per giungere alle informazioni che interessano. Inoltre in home page sono direttamente presenti quattro collegamenti alle informazioni più richieste dagli utenti: Raggiungere l'ospedale, Reparti e servizi, Visite ed esami, Ricovero. Il sito pubblica, inoltre, regolarmente news di servizio e di approfondimento scientifico.

Nel corso del 2010 è proseguito l'aggiornamento delle schede di accoglienza di ciascuna unità operativa e di tutte le sezioni interessate da dati in evoluzione (contrattazione integrativa; valutazione, trasparenza e merito; eccetera).

Il sito è stato implementato con la pubblicazione di approfondimenti scientifici, delle schede del servizio Bilancio e della struttura complessa Ricerca e innovazione, dei codici disciplinari, delle istruzioni per l'utilizzo della Posta elettronica certificata istituzionale (PEI) dell'Azienda (protocollo@cert.ao.pr.it), della pagina di ricerca delle prestazioni in libera professione, di istruzioni e link al servizio di pagamento del ticket online e degli atti deliberativi e provvedimenti amministrativi (cosiddetto albo pretorio online).

È stata effettuata la revisione e riorganizzazione delle pagine dedicate alla policy: informazioni legali e copyright, protezione dei dati personali (privacy).

La home page è stata significativamente riorganizzata, sempre secondo criteri di usabilità e trasparenza, per aumentare la visibilità di alcune sezioni e accogliere nuovi link in ottemperanza degli obblighi di legge. È stato inserito il collegamento alla banca dati sui tempi d'attesa nella Regione Emilia-Romagna.

L'utilizzo del sito per la diffusione di informazioni di base ai cittadini è stato promosso attraverso una *landing page* ("Pillole di informazioni sul nostro Ospedale") appositamente progettata e realizzata, e rilanciata da un nostro banner grafico sul sito del quotidiano online Parma La Repubblica.

Dal 1° gennaio al 31 dicembre 2010 sono state registrate in media 1.347,35 visite al giorno: 215.216 visitatori (indirizzi IP) hanno visitato 491.782 volte il nostro sito, "sfogliando" in totale 1.811.433 pagine.

Tabella 2 Statistiche generali 1° gennaio 2010 - 31 dicembre 2010

Statistiche generali 1° gennaio 2010 - 31 dicembre 2010	
Pagine visualizzate	1.811.433
Visite complessive	491.782
Visitatori	215.216
Media pagine visualizzate	3,67
Tempo medio sul sito	00:02:05
Visite nuove	44,82 %

Tabella 3 Panoramica delle sorgenti di traffico

Panoramica delle sorgenti di traffico	
Traffico diretto	23.56%
Siti di provenienza	8,53%
Motori di ricerca	67,91%

Traffico diretto: *visite degli utenti che, per raggiungere il sito, hanno fatto clic su un segnalibro o hanno digitato l'Url del sito direttamente nel browser.*
Siti di riferimento: *visite degli utenti che hanno fatto clic sul link al sito da un altro sito.*
Motori di ricerca: *visite degli utenti che hanno fatto clic sul link al sito da una pagina dei risultati di un motore di ricerca.*

Le pagine più consultate, dopo la home page, sono quelle di servizio: l'indice dei reparti, quelli delle tre macrosezioni del sito (Curarsi, Lavorare e Azienda), l'area riservata (da cui si accede a posta elettronica, agende libera professione, eccetera), la pagina dei concorsi, le informazioni su visite ed esami, le indicazioni su come raggiungere l'Ospedale.
Suscitano grande interesse anche le informazioni relative all'organizzazione aziendale, alle collaborazioni attivate dall'Azienda, alle forniture, nonché quelle relative alle modalità di contatto con l'Ospedale: numeri telefonici utili e riferimenti generali. Piuttosto utilizzata è anche la mappa del sito.

Schede informative di reparto

Dopo la redazione delle schede di accoglienza dei reparti nel corso del 2010 è proseguito sul sito web aziendale l'aggiornamento dei contenuti delle schede per ciascuna unità operativa.

Tutte le strutture che erogano attività di ricovero (reparti e day hospital) sono infatti dotate di schede informative di reparto in cui è presentata l'attività svolta: l'individuazione delle schede è stata fatta secondo il criterio delle unità operative complesse e strutture semplice dipartimentali.
Le schede sono articolate in modo da consentire la lettura complessiva ma anche quella mirata all'interesse specifico.
Infatti i singoli capitoli guidano la lettura in modo veloce: chi siamo, cosa facciamo, dove telefonare, dove andare, ricovero, orari di visita ai degenti, orari di ricovero in modo da consentire la lettura delle informazioni pratiche che agevolano la permanenza in ospedale e facilitano l'orientamento. Il menu è proposto come insieme di informazioni da leggere a uso e consumo dell'utente a seconda del bisogno.
L'opera di manutenzione e aggiornamento dei contenuti del documento risulta fondamentale in considerazione della rilevanza nella diffusione delle informazioni sulla salute e sui suoi professionisti tramite la rete Internet. L'aspetto rilevante su cui è concentrato lo sforzo concerne le **informazioni di carattere pratico** per la messa a disposizione dell'utenza al fine di consentirne una fruizione personalizzata. Nel corso del 2010, in particolar modo, è stata inserita all'interno delle schede di accoglienza una informazione di dettaglio relativa alla collocazione dei padiglioni nell'area ospedaliera, in modo da fornire all'utente esterno una guida sicura per l'orientamento. I numeri dei padiglioni sono riportati, nel loro insieme, anche nella planimetria complessiva aziendale collocata nei tre principali ingressi aziendali: via Volturno, via Abbeveratoia e via Gramsci, scaricabile dal sito aziendale (e riprodotta nell'immagine a fianco).
Le sedi dei reparti e degli ambulatori infatti sono state censite, nel corso del 2009, grazie alla introduzione della segnaletica aziendale e dei percorsi colore, con un codice numerico che consente di individuarne con facilità la collocazione. L'inserimento dell'informazione all'interno delle schede di reparto sul sito aziendale diventa un efficace raccordo di comunicazione, utile al fine dell'orientamento del cittadino all'interno dell'area ospedaliera, anche in considerazione del considerevole numero degli

ambienti e della complessità con cui si sviluppano i percorsi. Analogo inserimento era stato predisposto nel corso del 2009 nel modulo di prenotazione ambulatoriale.
Nel corso del 2010 l'importante riorganizzazione dipartimentale realizzata nel maggio ha prodotto una conseguente riorganizzazione delle informazioni.
In particolare, nascono nuovi dipartimenti, frutto di diverse aggregazioni delle Unità operative e delle Strutture semplici dipartimentali: il Cardio-nefro-polmonare, il dipartimento Medico polispecialistico, l'Onco ematologico internistico e quello della Prevenzione e sicurezza. La riorganizzazione dipartimentale ha comportato una nuova edizione delle schede di accoglienza pubblicate, riviste proprio in considerazione del nuovo assetto organizzativo: un nuovo impulso è stato dato, in particolare, agli approfondimenti relativi alle informazioni pratiche utili per gli utenti. In questa logica, si è ritenuto di pubblicare una scheda specifica per la Struttura semplice di Unità operativa della Cardiologia, in quanto reparto autonomo funzionante a tutti gli effetti come una struttura analoga alle altre e riconosciuta dall'utenza come un reparto vero e proprio.

I video-wall

La comunicazione ai pazienti e agli accompagnatori in un'area sensibile quale la sala d'attesa del Pronto Soccorso è stata potenziata con l'installazione di strumenti di comunicazione tecnologici, che trasmettono contenuti informativi e di intrattenimento.
Nella nuova ampia sala d'ingresso della struttura di emergenza sono stati collocati 2 *video wall*, posizionati nella hall principale e nell'area attigua riservata agli ambulatori. Gli schermi a parete, rispettivamente 2x3 e 3x4 metri, sono visibili simultaneamente da gran parte dei posti a sedere, oltre che dai passaggi pedonali. Nella sala d'attesa degli ambulatori sono inoltre posizionati, rivolti verso le sedute, 2 monitor 52". Uno schermo al plasma è infine installato nell'emiciclo dedicato ai bambini.
I *video wall*, grazie al sistema *Digital Signage*, consentono la trasmissione di news, programmi televisivi, informazioni di servizio, orario e meteo. Il sistema consente di potenziare e migliorare la comunicazione con le persone in attesa, catturandone l'attenzione con contenuti sempre aggiornati, utili e di intrattenimento. Il software permette la definizione di un palinsesto lungo le 24 ore e aggiornamenti in tempo reale dei contenuti in remoto, attraverso il web.
I grandi schermi sono divisi in aree indipendenti. Il *video wall* principale è ripartito in sezioni che comprendono: la visualizzazione della lista d'attesa per codice colore (verde e bianco) degli ambulatori dedicati ai pazienti deambulanti e di quelli ortopedici; la chiamata visiva e acustica del paziente (identificato da un codice alfanumerico rilasciato al *triage*); 3 linee con scorrimento del testo per la visualizzazione di informazioni relative ai principali servizi ospedalieri, di servizio e comunicazioni urgenti da parte della struttura; un'ampia area centrale per la proiezione di contenuti multimediali di intrattenimento (filmati, fotografie, telegiornale). Il *video wall* di dimensioni più ridotte riporta in simultanea alcuni contenuti del precedente: la chiamata visiva e acustica del paziente e l'ampia area per la visualizzazione di contenuti multimediali di intrattenimento. I monitor collegati all'ala del grande schermo visualizzano invece la lista d'attesa ripartita per codice colore.
La diffusione delle informazioni attraverso le "pareti video" sarà implementata nel corso del 2011 con un progetto che prevede la definizione di un palinsesto multicontenuto. Tra gli obiettivi del progetto c'è la riduzione della comunicazione a mezzo carta verso i pazienti e gli accompagnatori (e dei suoi costi), la diffusione di una mirata informazione nella sala di attesa e la sensibilizzazione ad una migliore educazione all'interno della struttura. La centralizzazione della comunicazione consentirà inoltre al personale dedicato di migliorare il servizio, favorendo la riduzione delle duplicazioni o inefficienze dei messaggi. Grande attenzione sarà, inoltre, riservata alla comunicazione istituzionale, con informazioni sui servizi e le attività svolte in Azienda o promosse dal Servizio Sanitario Regionale e la proposta dei video delle campagne regionali di prevenzione e sensibilizzazione.

5.2 La comunicazione per le scelte di interesse per la comunità

La comunicazione delle scelte di interesse per la comunità è veicolata spesso attraverso campagne informative di ampio respiro sia a livello locale che su scala regionale o nazionale, mirate alla promozione di specifiche iniziative e tese ad incidere su abitudini, comportamenti e corretti stili di vita. Al fine di soddisfare sempre meglio il bisogno informativo dei singoli utenti e di facilitare l'accesso ai servizi all'interno della strutture sanitarie è proseguita nel corso del 2010 la predisposizione di brochure e materiale informativo.

L'Azienda, inoltre, partecipa al coordinamento regionale per la comunicazione e l'informazione in sanità della Regione Emilia-Romagna. In questa sede vengono proposte, discusse ed elaborate le campagne di informazione a vasto raggio (donazione sangue, vaccinazione antinfluenzale, screening, eccetera) che vedono impegnati gli operatori degli Uffici Comunicazione delle Aziende direttamente coinvolte. Nel corso del 2010 si sono svolte numerose iniziative di sensibilizzazione e prevenzione rivolte alla cittadinanza.

La comunicazione integrata tra aziende sanitarie

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. È il caso, ad esempio, delle numerose campagne di informazione per la prevenzione realizzate nel corso dell'anno dall'Assessorato alle Politiche per la Salute della Regione Emilia-Romagna, e condivise all'interno del Gruppo comunicatori per la salute costituito presso l'Ufficio comunicazione e stampa dello stesso Assessorato, cui partecipano operativamente anche i referenti della comunicazione delle due Aziende. In questa sede vengono infatti approfondite le modalità di implementazione a livello provinciale delle campagne regionali, con un ruolo attivo dei referenti comunicazione e stampa aziendali di proposta e ricerca delle migliori soluzioni.
Un esempio sono le campagne informative sugli screening oncologici, l'emergenza caldo, la prevenzione contro l'influenza, le normative sulla compartecipazione alla spesa dei cittadini, la donazione del sangue, la settimana "Sette di cuore", eccetera. 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. 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 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 .

Nastro Rosa

Nel mese di ottobre è ritornata la campagna di sensibilizzazione "Nastro Rosa", promossa dalla sezione provinciale della Lilt (Lega Italiana per la Lotta ai Tumori), Azienda Ospedaliero-Universitaria e Azienda Usl di Parma. Un evento consolidato che riscuote molto seguito dai media locali. Oltre ad un programma dedicato alle visite senologiche e alle mammografie gratuite, organizzate dalle aziende sanitarie e dalla Lilt, gli eventi della Campagna Nastro Rosa 2010 di Parma e provincia sono stati di tipo culturale, ricreativo e formativo con mostre, concerti e incontri sul tema delle prevenzione.
Come ogni anno la manifestazione ha avuto un tocco di colore, con l'illuminazione in rosa, colore simbolo della lotta contro il tumore al seno, di alcuni dei principali palazzi e monumenti sia a Parma che in tanti centri della provincia. Tra le manifestazione di carattere ricreativo ricordiamo la sfilata di moda all'Auditorium Paganini e il concerto all'auditorium del Carmine "In coro per la prevenzione - Le più belle pagine del melodramma verdiano".

Il nuovo pronto soccorso

Nel corso del 2010 particolare rilevanza comunicativa è stata data all'attivazione del nuovo Pronto soccorso, inaugurato lunedì 15 febbraio, alla presenza del ministro della Salute Ferruccio Fazio e del

presidente della Regione Emilia-Romagna Vasco Errani. Con una superficie triplicata rispetto alla precedente, la nuova struttura dedicata all'emergenza ha rappresentato un cambiamento importante sia per la concezione degli spazi che per le modifiche introdotte rispetto all'assistenza.

Il modello architettonico è infatti espressione dell'organizzazione clinica, basata sulla gradualità delle cure, con la suddivisione dell'area in "macrozone": ricoveri molti gravi (area rossa), gravi (area gialla) e di media gravità (area verde).
Vista l'importanza dell'opera, i cambiamenti introdotti e le **aspettative** dei cittadini la campagna di comunicazione è stata quindi particolarmente incisiva e non si è esaurita al momento del inaugurazione. Tre le fasi in cui si è sviluppata l'informazione: una fase di annuncio dell'opera attraverso l'affissione di manifesti in città, la parte dell'inaugurazione vera e propria con un convegno rivolto agli addetti ai lavori (preceduto da una visita guidata per la stampa) e infine una terza fase dove è stata data notizia sull'attivazione e sul funzionamento della nuova struttura.

Piano delle azioni comunicative per il nuovo Pronto soccorso

Cronologia / Azione	Strumenti
1 – 20 febbraio: campagna informativa	Affissione manifesti in città
13 – 15 febbraio : inaugurazione	13/ 2 Visita guidata per la stampa 15/2 Convegno: Il nuovo Pronto soccorso di Parma
20 febbraio – 15 Marzo : attivazione della struttura e monitoraggio di eventuali problematiche	Conferenza stampa Visita fotografi Comunicato stampa post attivazione

La comunicazione per la ricerca

L'attività di ricerca costituisce condizione essenziale per lo sviluppo e il miglioramento della qualità dei servizi sanitari. L'attività di comunicazione volta a supportare la ricerca risponde inoltre alle disposizioni della Regione Emilia-Romagna, che ha fornito indicazioni per migliorare nelle Aziende la capacità di gestire la funzione di ricerca e innovazione come attività istituzionale al pari di quella assistenziale, sottolineando la necessità di valorizzare l'impegno professionale anche attraverso la diffusione dei progetti di ricerca condotti in Azienda.
Nel corso del 2010, l'attività di ricerca svolta dai professionisti dell'Ospedale è stata sostenuta tramite la redazione di comunicati, interviste con i professionisti, supporto ai giornalisti di riviste divulgative. Si tratta di forme di comunicazione semplici e dirette, finalizzate a valorizzare la connessione tra ricerca scientifica e pratica clinica.

Sono numerose le azioni comunicative svolte nel 2010 per valorizzare sia le pubblicazioni su prestigiose riviste internazionali di articoli riguardanti studi di ricerca svolti dagli specialisti dell'Ospedale che progetti di finanziamento sostenuti dalle istituzioni regionali, nazionali ed europee.
A fianco dell'azione volta a valorizzare la ricerca, l'attività di comunicazione ha cercato di dare adeguato risalto ad interventi di particolare importanza clinica e a congressi scientifici promossi dall'Azienda.

L'ufficio stampa e comunicazione

L'Azienda Ospedaliero-Universitaria di Parma tramite il proprio Ufficio stampa cura i collegamenti con i mezzi di comunicazione di massa. La funzione principale è quindi quella di veicolare il flusso delle informazioni provenienti dall'interno dell'ente verso gli organi di informazione, assicurando il massimo grado di trasparenza, chiarezza e tempestività delle comunicazioni.
I principali interlocutori sono prevalentemente i quotidiani, le riviste, i siti web, le radio e le tv locali. Nel corso del 2010, l'attività di comunicazione dell'Azienda si è fatta più capillare e ha investito anche i media nazionali soprattutto in occasione di particolari eventi, significative ricerche in campo medico scientifico o impegnativi interventi terapeutici eseguiti dai medici del Maggiore. Iniziative a cui l'Azienda ha cercato di dare la massima risonanza possibile, agevolando la realizzazione di articoli su quotidiani e periodici, servizi televisivi e approfondimenti.
Nel 2010 è continuata la collaborazione con il magazine cittadino il "Mese di Parma", attraverso la pubblicazione di articoli riguardanti soprattutto le attività assistenziali e di ricerca svolte al Maggiore.

Comunicazione tramite emittenti televisive

L'Azienda, durante l'anno 2010, ha proseguito nell'azione di diffusione e divulgazione di notizie di interesse sanitario, attraverso le televisioni locali, per una sempre più parcellizzata informazione alla comunità in ordine alle potenzialità ed alle caratteristiche della propria capacità di offerta prestazionale.
In particolare si segnala la trasmissione Serata Salute, con 30 puntate in onda dall'autunno alla primavera sull'emittente Teleducato, che ospita gli specialisti dell'Azienda e tratta argomenti inerenti le patologie più diffuse in un'ottica di educazione alla salute e di appropriatezza della diagnostica e delle cure.

5.3 La comunicazione interna aziendale

La comunicazione interna ha come destinatari e protagonisti gli operatori e i professionisti dell'Azienda, i quali dalla condivisione delle informazioni traggono beneficio per l'organizzazione del loro stesso lavoro.
Il processo di comunicazione interna assume rilevanza in ragione del fatto che il personale da una parte usufruisce dei messaggi che l'Azienda divulga e dall'altra ne diventa mezzo di diffusione verso l'esterno. Inoltre, la partecipazione e il senso di appartenenza dei dipendenti si riflettono in modo positivo anche sull'immagine dell'Azienda percepita all'esterno

La newsletter

newsletter

SERVIZIO SANITARIO REGIONALE
EMILIA-ROMAGNA
Azienda Ospedaliero - Universitaria di Parma

MAGGIO 2010
n.23

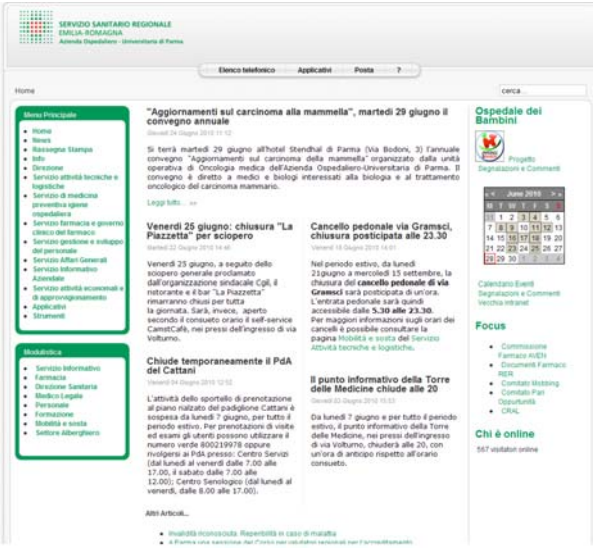
SALUTE E SICUREZZA
NEGLI AMBIENTI DI LAVORO
Pubblicato un opuscolo informativo sui rischi e le modalità di prevenzione

Nel mese di marzo è ripresa la pubblicazione della newsletter aziendale, il giornalino mensile riservato ai dipendenti. La nuova edizione grafica prevede un solo foglio in formato A4. La newsletter viene allegata al cedolino del dipendente e distribuita all'interno di circa 3800 "buste paga" ogni mese.
Si tratta di un **foglio informativo** che riporta novità aziendali di interesse generale, notizie di utilità e informazioni sulle attività dei Servizi, ritenute importanti per tutti operatori o riservate ad alcune categorie di professionisti. Tra gli argomenti trattati segnaliamo la privacy, la percezione del rischio, la sicurezza degli ambienti di lavoro, ma anche le nomine di nuovi professionisti e le inaugurazioni di strutture aziendali, i diritti e gli obblighi del personale e la didattica ospedaliera.
La veste grafica semplice e duttile, consente una rapida lettura e l'immediata visualizzazione dei contenuti di maggiore interesse. L'impaginazione degli articoli e delle notizie brevi viene modificata ogni mese, per agevolare la ripartizione degli argomenti per significatività degli argomenti e aree di interesse.

Le notizie pubblicate contengono talvolta un rimando alla news omologa presente sull'Intranet aziendale e, in caso di avvisi o informazioni di servizio, i contatti personali utili per approfondimenti.
Il collegamento con l'Intranet indica al lettore interessato il luogo nel quale reperire un maggiore dettaglio delle informazioni contenute nell'articolo e insieme costituisce una sensibilizzazione all'utilizzo puntuale della rete di comunicazione interna.
Nel corso dell'anno la newsletter ha avuto un riscontro positivo presso i destinatari, testimoniato dalle telefonate, con richieste di approfondimento, giunte ai Servizi aziendali indicati nei singoli articoli.

Il sito intranet aziendale

Dopo la pubblicazione della nuova intranet aziendale avvenuta nel 2009, nel corso nel 2010 ha assunto sempre maggiore importanza la comunicazione interna attraverso la rete Intranet.
In particolare all'Ufficio Stampa, responsabile dell'inserimento delle news nella home page del portale, sono giunte nel corso dell'anno un numero crescente di richieste di pubblicazione per eventi formativi rivolti a tutto il personale, avvisi di servizio e iniziative di vario genere. L'home page ha inoltre assunto il ruolo di "vetrina" delle informazioni caricate dai Servizi aziendali titolari di pagina propria. Il portale consente infatti ai singoli e ad ogni struttura l'autonomia nella condivisione e pubblicazione dei propri contenuti, diffondendo, nelle pagine a tema, le informazioni di servizio a supporto dell'attività di assistenza dei reparti.



La Intranet assume nella nostra Azienda un ruolo di primo piano e consente il superamento delle difficoltà legate alla dislocazione dei servizi e dei reparti su un'area molto vasta, garantendo tempestività e capillarità dell'informazione.
Quotidianamente, inoltre, sull'Intranet è disponibile la rassegna stampa degli articoli di interesse sanitario che compaiono sui principali quotidiani locali e nazionali.