

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







Sistema di relazioni e strumenti di comunicazione

La comunicazione è testimonianza concreta dell'attività dell'Azienda. Oltre a trasmettere informazioni, ad attestare di fatto un risultato, una criticità risolta o in fase di risoluzione, l'azione comunicativa è elemento di comprensione della struttura stessa. I sistemi di relazione interni ed esterni che la struttura sanitaria instaura con il personale dipendente, il cittadino, le associazioni di volontariato, i media, con la collettività tutta, non solo esprimono il "carattere" dell'Ente, ma ne sono funzione strategica e di sviluppo. In tutte queste sue svariate espressioni la comunicazione è quindi elemento fondamentale per il funzionamento dell'Azienda perché ne è contemporaneamente risorsa e strumento organizzativo. In questa prospettiva l'Azienda Ospedaliero-Universitaria promuove lo sviluppo di un sistema di comunicazione diretta ai cittadini-utenti 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. Comunicazione che si diversifica a seconda dei destinatari a cui è diretta. Diversi sono infatti gli interlocutori dell'Azienda sia nelle dinamiche quotidiane sia in contesti più formali e istituzionali. Nelle pagine di questo capitolo saranno rendicontati gli obiettivi, le attività e gli strumenti messi in atto per garantire, oltre ad una informazione trasparente, una "buona comunicazione".

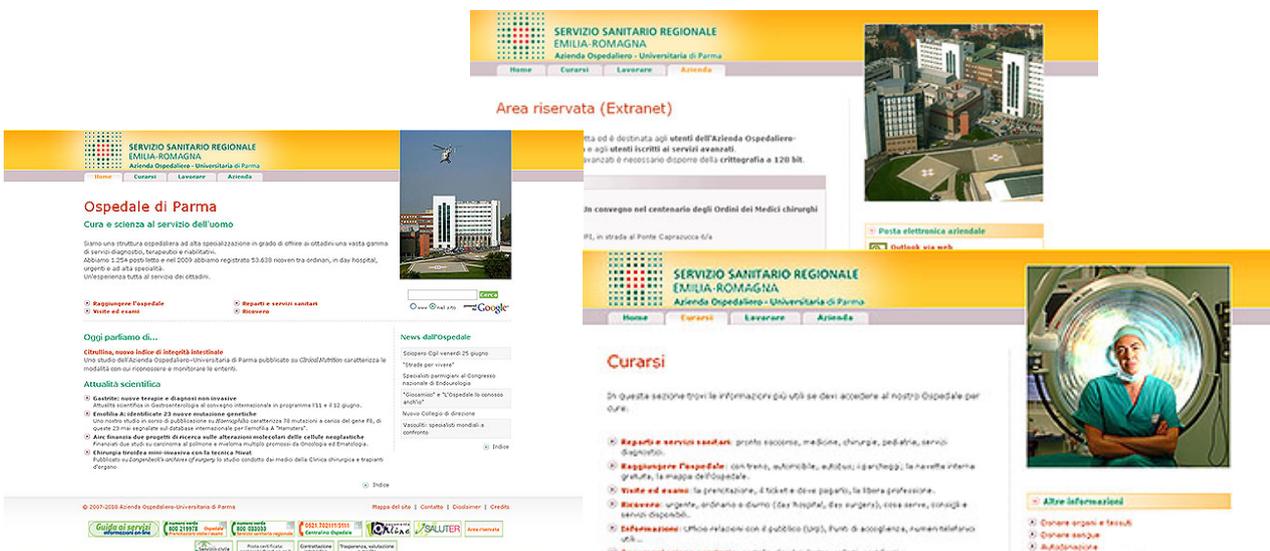
5.1 La comunicazione per l'accesso ai servizi

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 completa 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, particolare attenzione è stata riservata al sito web aziendale per l'importanza sempre crescente che questo tipo di comunicazione tende ad assumere.

Sito internet

Il sito dell'Azienda (www.ao.pr.it) ha caratteristiche di semplicità e chiarezza. Contiene 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.

Nel corso dell'anno, il sito è stato arricchito di nuovi contenuti, in conformità a quanto previsto dalle disposizioni in materia di trasparenza delle Pubbliche Amministrazioni, valutazione e merito: elenco alfabetico e curricula dei dirigenti, compensi percepiti, tassi di assenza, contrattazione integrativa.

Dal 1° gennaio al 31 dicembre 2009 sono state registrate in media 1.092,3 visite al giorno: 179.059 visitatori (indirizzi IP) hanno visitato 398.691 volte il nostro sito, "sfogliando" in totale 1.574.513 pagine.

Tabella 1 Statistiche generali 1° gennaio 2009 - 31 dicembre 2009

Statistiche generali 1° aprile 2008 - 31 dicembre 2008	
Pagine visualizzate	1.574.513
Visite complessive	398.691
Visitatori	179.059
Media pagine visualizzate	3,95
Tempo medio sul sito	00:02:06
Visite nuove	42,84 %

Tabella 2 Panoramica delle sorgenti di traffico

Panoramica delle sorgenti di traffico	
Traffico diretto	29,22%
Siti di provenienza	7,75%
Motori di ricerca	63,03%

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.

Tabella 3 Statistiche visitatori per singole pagine

Le pagine più consultate	Visite
Home page	343.523
Reparti e servizi sanitari	150.803
Area riservata	119.518
Lavorare: indice della sezione	101.328
Selezioni e concorsi	73.016
Azienda	67.363
Curarsi	35.495
Visite ed esami	26.925
Raggiungere l'ospedale	22.155
Ostetricia e ginecologia	19.198



Mappa del sito	11.409
Reparti e servizi sanitari (A-Z)	9.931
Organizzazione	9.860
Appalti e forniture economali	9.323
Numeri utili	9.300
Maxillo-facciale	8.964
Collaborazioni e incarichi professionali	8.768
Neurochirurgia	8.429
Oculistica	8.117
Otorinolaringoiatria e otoneurochirurgia	7.752
Contatto	7.474
Cardiologia	6.813
Appalti e forniture tecniche	6.639
Chirurgia plastica e Centro ustioni	6.386
Clinica pediatrica	6.355
Cardiochirurgia	6.316

Schede informative di reparto

Nel corso del 2009 è proseguito sul sito web aziendale l'aggiornamento delle schede di accoglienza di ciascuna unità operativa.

Tutte le unità operative che erogano attività di ricovero (reparti e day hospital) sono infatti dotate di schede informative di reparto in cui è presentata l'attività svolta. Le schede sono articolate in modo da consentire la lettura complessiva ma anche quella mirata all'interesse specifico. 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.

Il documento presenta le informazioni pratiche che agevolano la permanenza in ospedale e facilitano l'orientamento con l'obiettivo di anticipare le esigenze informative dell'ammalato e dei suoi familiari fin dal momento dell'accesso in ospedale.

La scheda propone al suo interno anche i nomi dei professionisti che operano all'interno della struttura: valorizzando il contributo apportato dall'équipe nel suo complesso e consentendo all'ammalato di individuare il professionista che lo ha seguito nel percorso di cura. In questa cornice, l'opera di manutenzione e aggiornamento dei contenuti del documento diventa importante ed è per questo che, anche nel corso del 2009, è stata svolta in modo continuativo, anche attingendo dalle banche dati aziendali.

Ufficio Relazioni con il Pubblico

L'Ufficio Relazioni con il Pubblico (U.R.P.) nel 2009 ha continuato il suo ruolo istituzionale di organizzare e coordinare attività al fine di garantire ai cittadini e alle loro associazioni di rappresentanza ascolto, partecipazione, orientamento, informazioni chiare e tempestive sulle modalità di accesso, sulle prestazioni e sugli strumenti di tutela.

È proseguita anche la gestione del processo aziendale delle segnalazioni, garantendo un'adeguata risposta ai cittadini e alle loro associazioni.

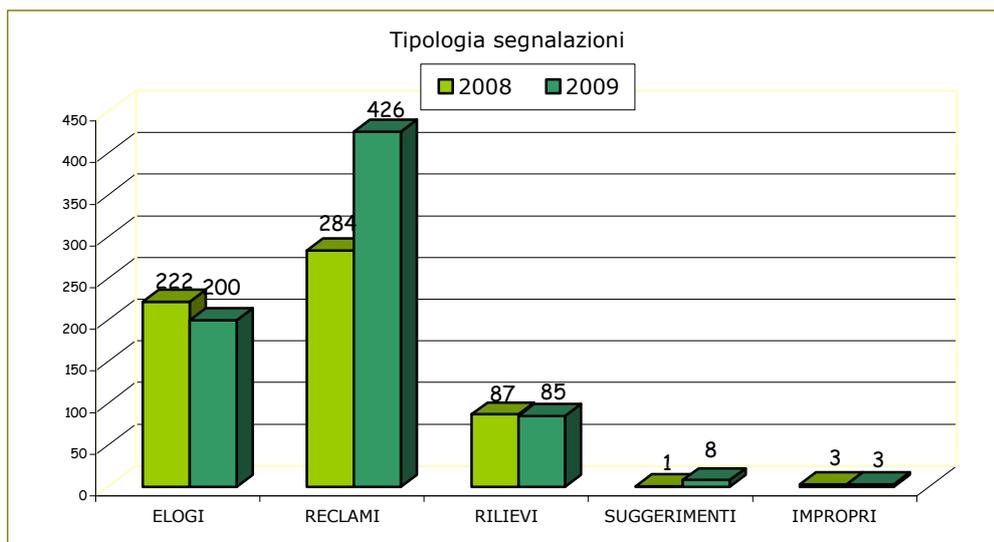
In particolare il sistema informatizzato per la rilevazione e gestione delle segnalazioni dei cittadini (reclami, rilievi, impropri e suggerimenti), operativo ormai da anni in tutte le Aziende sanitarie dell'Emilia-Romagna, ha consentito anche nell'anno 2009 all'U.R.P. dell'Azienda Ospedaliero-universitaria di Parma di acquisire dati e informazioni per migliorare i percorsi assistenziali, riconoscere i punti di forza e aumentare la fiducia del cittadino nei confronti del Sistema Sanitario. L'U.R.P. ritiene fondamentale che vengano rilevati interessi, gradimento e criticità emerse, attraverso l'analisi dei dati provenienti proprio dal Sistema Informatizzato. I risultati della statistica annuale, come di consueto, sono stati utilizzati per orientare le azioni di miglioramento dei servizi.

Di seguito si riportano i principali risultati delle segnalazioni dei cittadini riferite all'anno 2009, posti a confronto, nel grafico sottostante, con i dati dell'anno precedente:



Totale segnalazioni	Totale ricoveri	Totale attività ambulatoriale
200 elogi (27,70%)	53.638	4.207.354
426 reclami (59%)		
85 rilievi (11,77%)		
8 suggerimenti (1,1%)		
3 impropri (0,43%)		

Grafico 1 Tipologia di segnalazioni pervenute all'Urp, anni 2008-2009



Per quanto concerne il Servizio di Mediazione dei conflitti l'U.R.P., in collaborazione con il Medico Legale, ha gestito 40 incontri 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'U.R.P. ha continuato a costituire un importante punto di riferimento per l'ascolto, l'informazione e la partecipazione degli operatori interni.

Ha inoltre contribuito alla capillare divulgazione dei materiali informativi delle campagne di informazione regionali; in particolare ha contribuito alla gestione della fase acuta relativa alla campagna di prevenzione e vaccinazione della nuova influenza A H1N1, distribuendo in modo capillare i pieghevoli e le locandine in tutte le sale di attesa dell'ospedale e in tutti i luoghi di ampia affluenza.

URP, NUMERO VERDE regionale e influenza A H1N1

L'Azienda Ospedaliero-Universitaria di Parma ha garantito anche nel corso del 2009 il collegamento in rete per la gestione delle informazioni complesse che richiedono specifici approfondimenti, provenienti dal Numero Verde regionale 800.033.033. Sono stati inoltre garantiti l'implementazione e l'aggiornamento in modo costante e continuativo delle informazioni contenute nella banca dati per soddisfare bisogni informativi specifici, soprattutto in tema di accesso ai Servizi. Nel corso dell'anno sono stati raggiunti risultati importanti grazie anche all'utilizzo di un apposito programma informatico che consente di aggiornare quotidianamente la banca dati, in particolare per quanto concerne le prestazioni di specialistica ambulatoriale maggiormente richieste dagli utenti.

Con l'influenza A H1N1 il numero verde ha rispettato il suo ruolo informativo chiave, fornendo informazioni e riferimenti aggiornati sull'influenza A H1N1 e sulla relativa campagna di vaccinazione oltre ad indirizzare le persone ai Dipartimenti di Sanità Pubblica (DSP), attraverso il secondo livello aziendale.



È stata pertanto attivata, a livello regionale, una stretta collaborazione tra U.R.P. e DSP per l'informazione ai cittadini su questa malattia, anche per essere pronti e rodati nel caso la situazione di allarme si fosse estesa in maniera significativa.

Il numero verde del Servizio Sanitario Regionale ha ampliato la sua attività, nei mesi critici, garantendo l'apertura del servizio 7 giorni su 7, dalle ore 8,30 alle ore 17,30 di ogni giorno (festivi compresi). Ogni Azienda ha garantito la presenza di operatori sanitari negli orari di apertura del servizio di numero verde per rispondere ai cittadini rispetto a questioni personali specifiche, anche sull'opportunità della vaccinazione.

Il contatto con gli operatori sanitari aziendali che, negli orari di apertura del servizio numero verde, hanno risposto ai cittadini rispetto a questioni personali specifiche e sull'opportunità della vaccinazione è stato garantito dal secondo livello aziendale.

È stata, in pratica, adottata la procedura collaudata già utilizzata in diverse altre occasioni: il call center regionale, una volta verificato che il cittadino richiedeva una consulenza sanitaria individuale, trasferiva la telefonata al secondo livello aziendale, che provvedeva a mettere in contatto il cittadino con l'operatore sanitario disponibile quel giorno e in quell'orario, secondo le modalità e i programmi di reperibilità concordati a livello aziendale con il Dipartimento Sanità Pubblica.

La comunicazione per la gestione individuale dell'assistenza

Al fine di soddisfare sempre meglio il bisogno informativo dei singoli utenti e di facilitare l'accesso ai servizi e alle strutture sanitarie, l'Azienda ha proseguito nel corso del 2009 con azioni mirate alla personalizzazione della comunicazione, anche attraverso la predisposizione di brochure e materiale informativo per favorire l'orientamento.

In particolare, ad esempio, è stato presentato alla cittadinanza l'innovativo servizio "SMS di emergenza" rivolto alle persone sorde e, sulla nuova normativa odontoiatrica, è stato redatto un pieghevole ad hoc per informare capillarmente gli utenti sulle nuove norme introdotte.

È continuata, infine, la distribuzione dell'opuscolo "Noi per voi": la guida per una migliore permanenza in ospedale, rivolta agli utenti ricoverati e destinato ad informare il paziente e i suoi familiari circa le modalità organizzative che caratterizzano la degenza ospedaliera.





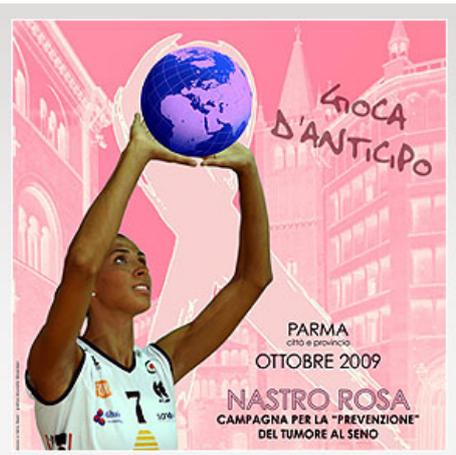
5.2 La comunicazione per le scelte di interesse per la comunità

L'Azienda 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 (donazione sangue, vaccinazione antinfluenzale, screening, eccetera) che vedono impegnati gli operatori degli Uffici Comunicazione delle Aziende direttamente coinvolte.

La comunicazione delle scelte di interesse per la comunità è veicolata spesso attraverso campagne informative di ampio respiro mirate alla promozione di specifiche iniziative aziendali, ma tese anche ad incidere su abitudini e comportamenti (non solo di salute).

Nel corso del 2009, l'Azienda ha aderito a numerose iniziative di sensibilizzazione alla prevenzione rivolte alla cittadinanza. Tra queste il mese dedicato alla prevenzione del tumore al seno "Nastro rosa", la settimana per la prevenzione delle malattie cardiovascolari "Sette di cuore" e le Giornate nazionali del Respiro, del Sollievo, per la prevenzione e la lotta alla sordità, del diabete e del Parkinson. Particolare risonanza è stata data ad alcuni eventi e progetti, come le inaugurazioni della nuova Risonanza Magnetica 3.0 Tesla e delle nuove sale parto, alla campagna di informazione dedicata a contrastare i fenomeni di violenza sulle donne e alla comunicazione dei più significativi risultati raggiunti dalla ricerca scientifica. Di particolare interesse per la comunità cittadina, la cerimonia di commemorazione del 30° anniversario del crollo dell'ala est del padiglione Cattani. Di tali iniziative vi diamo dettagliatamente conto nelle pagine di questo paragrafo.

Nastro Rosa



Incontri informativi, convegni scientifici, visite e mammografie gratuite e iniziative varie sul territorio provinciale per sensibilizzare le donne all'importanza della prevenzione per contrastare il tumore al seno. Nel mese di ottobre la campagna "Nastro Rosa", promossa da sezione provinciale della Lilt (Lega Italiana per la Lotta ai Tumori), Azienda Ospedaliero-Universitaria e Azienda UsI di Parma, ha raggiunto le donne per informarle sull'importanza della diagnosi precoce. Inaugurata con la simbolica "accensione in rosa" dei più importanti palazzi istituzionali della città e di numerosi comuni della provincia, la campagna si è conclusa con il concerto della cantante Milva al Teatro Regio di Parma. Lungo un itinerario territoriale attraverso i quartieri cittadini, i medici del Centro Senologico dell'Azienda hanno incontrato le donne delle comunità islamica, albanese, moldava, tunisina, rumena, filippina e indiana. Da segnalare

l'importante momento di approfondimento scientifico costituito dal convegno "Carcinoma alla Mammella: verso la personalizzazione del trattamento".

Sette di Cuore
8 - 14 FEBBRAIO 2010
SETTIMANA PER LA PREVENZIONE CARDIOLOGICA
 Roma "Sette di Cuore" la settimana di prevenzione e sensibilizzazione sulle malattie cardiovascolari.

Da lunedì a domenica i cardiologi incontrano i cittadini nella Tenda in piazza Garibaldi

È iniziativa di organizzazione in collaborazione con l'AIMC (Associazione per l'Assistenza e la Ricerca in Cardiologia) Sarà a disposizione, per quanti lo desiderano, materiale divulgativo sulla prevenzione cardiovascolare e sarà sempre presente un medico cardiologo che, alla luce dei dati di rischio individuali, selezionerà i pazienti per una visita cardiologica presso il Centro del Cuore dell'Azienda Ospedaliero-Universitaria, domenica 14 febbraio.

Programma

Lunedì 8 febbraio ore 10.30 - 18.30 Parma - Tenda in piazza Garibaldi Cardiologo dell'Azienda Ospedaliero-Universitaria	Venerdì 12 febbraio ore 10.30 - 18.30 Parma - Tenda in piazza Garibaldi Cardiologo dell'Azienda Ospedaliero-Universitaria
Martedì 9 febbraio ore 10.30 - 18.30 Parma - Tenda in piazza Garibaldi Cardiologo dell'Azienda Ospedaliero-Universitaria	Sabato 13 febbraio ore 10.30 - 18.30 Parma - Tenda in piazza Garibaldi Cardiologo dell'Azienda Ospedaliero-Universitaria
Mercoledì 10 febbraio ore 10.30 - 18.30 Parma - Tenda in piazza Garibaldi Cardiologo dell'Azienda Ospedaliero-Universitaria	Domenica 14 febbraio ore 10.30 - 18.30 Parma - Tenda in piazza Garibaldi Cardiologo dell'Azienda Ospedaliero-Universitaria
Giugno 11 febbraio ore 10.30 - 18.30 Parma - Tenda in piazza Garibaldi Cardiologo dell'Azienda Ospedaliero-Universitaria	Settimana di Educazione ore 10.30 - 18.30 Parma - Tenda in piazza Garibaldi Cardiologo dell'Azienda Ospedaliero-Universitaria

Il tempo è cuore

Sette di Cuore

Nel mese di febbraio si è svolta la terza edizione della campagna di prevenzione delle malattie cardiovascolari "Sette di Cuore": iniziative di sensibilizzazione lungo sette giorni con al centro l'incontro tra cittadini e medici nella tenda allestita nella piazza Garibaldi, dinanzi al Municipio.

Nel corso di questi colloqui sono stati selezionati i pazienti ritenuti idonei per una visita cardiologica in ambulatorio, da svolgersi nella giornata conclusiva della settimana di prevenzione.

L'iniziativa ha compreso un corso di educazione terapeutica e rianimazione cardiopolmonare di base per pazienti cardiopatici e familiari e un convegno scientifico rivolto a medici di medicina generale, cardiologi ed infermieri, oltre a due momenti formativi di approfondimento rivolti al personale del Dipartimento Cardio-polmonare aziendale.



Inaugurazione Risonanza Magnetica 3.0 Tesla

Nel corso del 2009 è entrata in funzione nei locali della Neuroradiologia dell'Ospedale la nuova Risonanza Magnetica 3.0 Tesla.



L'inaugurazione si è svolta lunedì 20 aprile alla presenza del sottosegretario alla Salute, dell'assessore regionale alle Politiche per la salute e delle autorità cittadine e provinciali. L'Azienda Ospedaliero-Universitaria di Parma è stata uno dei primi ospedali in Europa, in contemporanea con Londra e Parigi, a dotarsi di una Risonanza Magnetica 3.0 tesla ad alta intensità di campo.

Il taglio del nastro, come momento ufficiale della giornata, è stato preceduto da una visita guidata per la stampa e da un convegno, altamente partecipato. Ai giornalisti sono state illustrate funzioni e potenzialità della strumentazione diagnostica in un incontro

organizzato negli ambienti dove è installato il macchinario. Durante la visita sono state messe in luce le principali caratteristiche della 3 tesla, fondamentali per esplorare nuovi ambiti di studio e realizzare un ponte tra assistenza avanzata e ricerca innovativa.

Anno del Neonato

Una serie di eventi dedicati alla nascita e al bambino capaci di coinvolgere tutta la città: è questa l'idea che ha ispirato l'iniziativa "Anno del neonato", progetto organizzato dall'Azienda Ospedaliero-Universitaria e Azienda Usl in collaborazione con Comune e Provincia di Parma, con le adesioni dei Comuni di Fidenza, Salsomaggiore e Borgo Val di Taro. Un progetto di ampio respiro che ha voluto focalizzare l'attenzione della cittadinanza su una fase fondamentale della vita: la nascita.

Tra le iniziative sviluppate nel 2009 ricordiamo il convegno "prima e dopo la nascita: interdipendenza e continuità relazionale", con Michel Odent, il concerto di musica lirica "La vita nascente" tenuto al teatro Regio di Parma e il volume fotografico sul Percorso Nascita dell'Azienda Ospedaliero-Universitaria (cfr, capitolo 2; paragrafo 2.2: Impatto sul contesto territoriale)

Gli scatti sono stati realizzati in studio e all'interno dell'ospedale e ritraggono le mamme in attesa, durante alcune fasi del parto e insieme al neonato. L'Anno del neonato proseguirà nel 2010 con una serie di iniziative che vogliono contribuire a evidenziare l'importanza della nascita ed inserirla in un contesto collettivo e comunitario.

Le azioni di comunicazioni sviluppate con l'Anno del neonato sono l'espressione di un cambiamento che ha portato alla personalizzazione del servizio e un'attenzione alla persona che comprende il "prendersi cura" e non solo la "presa in carico" della gestante.

Ultimo tassello in ordine di tempo è stato la realizzazione delle **nuove sale parto**: stanze singole pensate e dedicate alla donna e al nucleo familiare. I cinque ambienti sono stati dotati di tutte le attrezzature per supportare il parto naturale e per effettuare le prime cure neonatali. L'inaugurazione e la presentazione alla cittadinanza delle nuove sale parte si è svolta a fine settembre, il taglio del nastro è stato preceduto da una visita per la stampa.

Azioni comunicative per contrastare i fenomeni di violenza sulle donne

Nel corso del 2009 l'Azienda ha redatto, insieme all'Azienda Usl di Parma, il codice di condotta per la prevenzione delle molestie sessuali sul lavoro. Il codice anti-molestie è stato presentato nel corso di un incontro pubblico organizzato in collaborazione con Comune e Provincia di Parma.

La comunicazione dei contenuti del codice di condotta è stata realizzata in considerazione della diffusione del fenomeno. Le molestie sessuali sono infatti una costante di genere molto frequente nei rapporti tra uomini e donne e rappresentano una forma di discriminazione sessuale endemica in tutte le organizzazioni di lavoro.

I media locali sono stati inoltre sensibilizzati a seguire l'evoluzione del progetto condotto dall'associazione di volontariato Centro Antiviolenza di Parma e supportato dall'Azienda Ospedaliera: nel corso del seminario "Insieme contro la violenza", compreso nel progetto omonimo e finanziato dal Ministero della Solidarietà sociale, sono state enunciate le azioni avviate dai soggetti coinvolti nel supporto alle donne che subiscono violenza e le prassi operative concordate ed è stato presentato l'opuscolo multilingue (italiano, inglese, francese, arabo e cinese) rivolto alle donne maltrattate e a chi sta loro vicino.

30° anniversario del crollo dell'ala est del padiglione Cattani

Il 13 novembre, in occasione del trentesimo anniversario del crollo dell'ala est del padiglione Cattani, l'Azienda, in accordo con Comune e Provincia di Parma, Università e Azienda Usl, ha organizzato una



cerimonia commemorativa per i 21 caduti che persero la vita nel tragico evento. In questa occasione gli Uffici Stampa dell'Azienda Ospedaliera e del Comune hanno provveduto in maniera congiunta a dare massima divulgazione all'appuntamento, molto sentito dalla città. Il risultato è stato un'ampia partecipazione di pubblico, richiamato dagli articoli e servizi televisivi di presentazione della cerimonia.

La comunicazione per la ricerca

Sono numerose le azioni comunicative svolte nel 2009 per valorizzare i convegni scientifici promossi dall'Azienda e le pubblicazioni su prestigiose riviste internazionali di articoli riguardanti studi di ricerca svolti dagli specialisti dell'Ospedale. Si tratta di forme di comunicazione semplici e dirette, finalizzate a valorizzare la connessione tra ricerca scientifica e pratica clinica.

L'attività di comunicazione volta a supportare la ricerca risponde 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.



L'Ufficio stampa, tramite la redazione di comunicati, interviste con i professionisti, supporto ai giornalisti di riviste divulgative, ha sostenuto l'attività di ricerca svolta dai professionisti dell'Ospedale.

Particolare rilievo comunicativo è stato dato all'approvazione di tutti gli studi di ricerca presentati per il biennio 2008-2009, nell'ambito del programma di ricerca Regione-Università. Quattro i progetti finanziati per complessivi 1 milione e 350 mila euro, riguardanti l'utilizzo della Pet in campo cardiovascolare e neurologico, l'ottimizzazione della gestione clinica dei pazienti con epatite B, la gestione dei farmaci ad alto costo nel diabete e l'assistenza nel trauma grave.

A fianco dell'azione volta a valorizzare la ricerca, l'attività di comunicazione ha cercato di dare adeguato risalto ai congressi scientifici promossi dall'Azienda. Tra questi segnaliamo la

giornata di studio con esperti internazionali "Cancro del colon-retto"; i convegni "Aggiornamenti sul carcinoma alla mammella" e "Carcinoma alla mammella: verso la personalizzazione dell'intervento", promosso dagli specialisti che compongono il gruppo multidisciplinare del "Percorso diagnostico terapeutico del tumore alla mammella" aziendale; il convegno sulle nuove linee di ricerca per la cura e la capacità di movimento delle persone che hanno subito lesioni al midollo spinale "L'impiego delle cellule staminali nel paziente mieleso" e il simposio "Cardiopatia e depressione. Un'interazione mente-corpo". Il Dipartimento Emergenza-Urgenza ha inoltre organizzato l'incontro con Thomas Pennarelli del Wisconsin Medical College, massimo esperto mondiale nell'ambito della gestione dei traumi cranici.

Influenza pandemica AH1N1

L'annunciata pandemia da Influenza AH1N1 ha generato nell'opinione pubblica aspettative, preoccupazioni e incertezze. Per questi motivi particolare attenzione è stata riservata alla comunicazione rivolta ai cittadini, diffuse per lo più a mezzo stampa. La campagna di informazione è iniziata nel maggio 2009. Nell'ottobre l'ospedale Maggiore è stato nominato polo regionale, insieme all'Azienda Ospedaliero-Universitaria Sant'Orsola-Malpighi di Bologna, per il trattamento dei casi di insufficienza respiratoria grave, con il contestuale arrivo di due apparecchiature ECMO, per la circolazione extracorporea. Nel frattempo si è intensificato il percorso di formazione del personale medico e paramedico sul trattamento delle complicazioni dell'infezione da virus AH1N1. Un importante momento di aggiornamento e confronto è stato il convegno "Pandemia da H1N1: dal caso conclamato all'ARDS (Acute Respiratory Distress Syndrome)", dedicato all'approfondimento degli aspetti tecnici, professionali, organizzativi e gestionali dei pazienti in età pediatrica e adulti che per insufficienza respiratoria grave potrebbero necessitare di cure intensive.

"La prevenzione è nelle tue mani" è lo slogan scelto per la campagna di sensibilizzazione organizzata dalla Regione, alla quale l'Azienda ha aderito distribuendo nelle sale d'attesa l'opuscolo multilingue con i consigli utili a prevenire la diffusione del contagio. Sullo stesso argomento l'Azienda ha siglato un accordo con la Croce Rossa Italiana per la diffusione di un filmato sulle buone pratiche da adottare, per l'individuo e la collettività. Particolare cura è stata riservata alla campagna informativa sui vantaggi della



vaccinazione, con l'esposizione del materiale fornito dall'Assessorato alla Sanità della Regione Emilia-Romagna e veicolando il messaggio nelle comunicazioni agli organi di stampa. Infine nel mese di dicembre è stato comunicato alla cittadinanza il calo di diffusione del contagio.

Bilancio di Missione 2009

Nel corso del 2009 l'Azienda Ospedaliero-Universitaria di Parma ha pubblicato il secondo numero del Bilancio di Missione relativo all'anno 2008.

Finalità del documento, previsto dalla normativa regionale di riforma del Servizio Sanitario Regionale, è il confronto con i referenti istituzionali, Regione e Conferenza territoriale in primo luogo, ma anche con chi collabora alla crescita dell'Ospedale: volontariato, organizzazioni dei cittadini e degli utenti, organizzazioni sindacali, istituzioni locali, fondazioni, e quanti altri, a qualunque titolo, offrono il loro contributo.

La costruzione di un documento così complesso e articolato ha rappresentato uno sforzo importante ma anche un'opportunità di lettura dell'organizzazione aziendale.

Nel 2008 il documento è stato arricchito da importanti aspetti di innovazione, come le parti elaborate in comune con l'Azienda Usi per i percorsi condivisi, gli indicatori inseriti nell'ottica del bilancio di genere, e alcune iniziative aziendali, tra le quali quella del Codice di condotta per la prevenzione delle molestie sessuali, mirate a far accrescere la consapevolezza e una nuova cultura delle relazioni.

Il Bilancio di missione ha cercato di riprodurre elementi di cultura, propri di professionisti che operano in una grande organizzazione, che condividono lo spazio del lavorare e del vivere insieme.



Novità importante del secondo numero è stata la sua distribuzione in formato CD. Una veste nuova che ha affiancato il formato cartaceo, rendendo il BdM il più possibile dinamico e di facile consultazione. La nuova confezione ha risposto all'impegno che si è data l'Azienda al fine di ridurre l'utilizzo di carta e soddisfare la volontà di compiere scelte improntate, oltre che al contenimento dei costi, anche alla tutela dell'ambiente.

Tra i progetti aziendali ampio spazio è stato dato alla realizzazione del nuovo pronto soccorso; la copertina del volume ha cercato di dare corpo proprio a questa importante struttura, entrata in funzione il 18 febbraio del 2010.

Comunicazione tramite emittenti televisive

L'Azienda, durante l'anno 2009, 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.

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 2009 l'attività di comunicazione dell'Azienda si è fatta più capillare e ha investito anche i media nazionali soprattutto in occasione di particolari eventi, come ad esempio la conferenza stampa per l'avvio dei lavori del nuovo Ospedale dei Bambini, 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 2009 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. Nel corso dell'anno l'attività di comunicazione dell'Azienda si è sviluppata anche attraverso un cospicuo numero di comunicati (144) e di 24 conferenze stampa, che hanno generato articoli e approfondimenti sui principali organi di stampa locali e, in alcuni casi, nazionali.



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.

Il sito intranet aziendale

Nel corso del 2009 è stata pubblicata la nuova Intranet, rivolta a tutti i dipendenti dell'azienda. Il portale consente ai singoli a ogni struttura l'autonomia nella condivisione e pubblicazione dei propri contenuti.

La rete 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, assicurando la garanzia di tempestività e capillarità dell'informazione. Lo strumento consente la diffusione delle informazioni di servizio a supporto dell'attività di assistenza dei reparti (Farmacia, Sistema informativo ospedaliero, eccetera), attraverso pagine a tema.

La sezione News ha subito un costante aggiornamento, comprendendo anche informazioni relative ad attività non strettamente connesse con la mission aziendale, ma che costituiscono opportunità di facilitazione per i dipendenti.

Quotidianamente sulla intranet è inoltre disponibile per gli operatori la rassegna stampa degli articoli di interesse sanitario che compaiono sui principali quotidiani locali e nazionali.



5. Sistema di relazioni e strumenti di comunicazione