

COMUNICAZIONE PUBBLICA E RENDICONTAZIONE SOCIALE: il Bilancio di missione dell’Azienda USL di Modena

Presentazione

Giuseppe Fattori*, Giuseppe Caroli**

*Direttore Sistema Comunicazione e Marketing Azienda USL di Modena

**Direttore Generale Azienda USL di Modena

Il ruolo della comunicazione pubblica nell’ambito della rendicontazione sociale

La crescente attenzione ai temi della responsabilità sociale e della relativa rendicontazione, non solo nelle imprese *profit oriented* ma anche nelle pubbliche amministrazioni, rappresenta un’interessante opportunità per riflettere sul ruolo che la comunicazione pubblica riveste in tale ambito (Figura 1).

Figura 1 – Schema di sintesi sul rapporto tra la comunicazione pubblica e la rendicontazione sociale



Per una struttura pubblica che è “responsabile socialmente per definizione”, dotarsi di strumenti di rendicontazione sociale risponde ad un’esigenza di ri-legittimazione, cioè “serve a misurare e *comunicare* ai cittadini la ricaduta sociale degli interventi” realizzati [Hinna, 2004, p. 31]. Il concetto chiave è *accountability*, vale a dire “l’attitudine a rendere conto, a raccontare, a informare soggetti diversi; in altre parole significa essere trasparenti nelle relazioni” [Hinna, 2005, p.5].

È questo un approccio imprescindibile per un’azienda sanitaria territoriale che ha come principale finalità la tutela e il miglioramento della salute dei cittadini tramite l’erogazione di servizi e prestazioni per la prevenzione, la diagnosi, la cura delle malattie e la riabilitazione, nonché la partecipazione ad un percorso condiviso con la società di promozione della salute, nel significato più ampio di “stato di completo benessere fisico, mentale e sociale” [Costituzione dell’Organizzazione Mondiale della Sanità, 1948].

Se rendicontazione sociale e comunicazione sono pertanto due concetti tra loro profondamente legati, gli aspetti più innovativi risiedono nell’oggetto – le attività socialmente

responsabili – e nei destinatari – gli *stakeholder*, tutti i soggetti portatori d'interesse dei confronti delle attività svolte dalla struttura pubblica [Hinna, 2005]. Nel caso di un'azienda sanitaria territoriale essi sono numerosi; si tratta ad esempio, dell'amministrazione regionale, degli Enti Locali, del terzo settore, dell'Università, della Scuola, dei fornitori, del sistema bancario, del settore imprenditoriale, dei cittadini singoli e associati. Ne consegue che presupposto indispensabile per un'adeguata rendicontazione sociale è la corretta individuazione degli *stakeholder* e la messa in atto di una metodologia di costruzione del bilancio sociale partecipata con i destinatari. Tale documento diventa così strumento di collegamento tra il presente, il passato e il futuro dell'azienda sanitaria, perché consente di trarre dalle attività già realizzate e da quelle in corso gli elementi per una pianificazione condivisa e coerente con i bisogni di salute e le opportunità locali.

La comunicazione assume pertanto due significati rispetto a questi temi (Figura 1).

Il primo – la comunicazione *nel* documento di rendicontazione sociale – è relativo al rendere conto delle attività di comunicazione svolte dalla struttura pubblica e del loro impatto, che costituiscono un capitolo importante del bilancio sociale. È in questo ambito che viene introdotto il tema della valutazione della comunicazione in termini di ricadute sociali e, nel caso di un'azienda sanitaria territoriale, di salute.

Il secondo – la comunicazione *del* documento di rendicontazione sociale – riguarda la promozione del bilancio sociale per la condivisione dei suoi contenuti con i destinatari.

Il bilancio di missione nelle aziende sanitarie dell'Emilia-Romagna

Con l'entrata in vigore della Legge regionale n. 29/2004 “Norme generali sull'organizzazione ed il funzionamento del Servizio sanitario regionale”, la Regione Emilia-Romagna ha introdotto una nuova forma di rendicontazione sociale per le aziende sanitarie: il bilancio di missione, da presentare insieme al bilancio di esercizio per rendere conto del perseguimento degli obiettivi di salute assegnati dalla Regione e dalle rispettive Conferenze Territoriali Sociali e Sanitarie (art. 6, comma 1). Ha inoltre elaborato un documento (il Dossier 107 del 2005 dell'Agenzia Sanitaria Regionale – Regione Emilia-Romagna) in cui definisce le caratteristiche generali del bilancio di missione. In particolare, ne esplicita:

- A. le finalità:
 - “illustrare gli esiti dell'attività istituzionale svolta dall'Azienda;
 - supportare in modo attivo e dinamico il sistema delle relazioni fra l'Azienda e i suoi principali interlocutori istituzionali, Regione e Conferenza territoriale sociale e sanitaria”;
- B. i destinatari, individuando tra i diversi *stakeholder*:
 - la Regione stessa, in quanto “conferisce il mandato, assegna le risorse e deve garantire i livelli essenziali di assistenza (LEA) ai cittadini”;
 - gli Enti Locali, in quanto “hanno un ruolo di indirizzo e verifica dei risultati ottenuti dalle Aziende”;
- C. la struttura:
 - Presentazione del Direttore generale;
 - capitolo 1. Contesto di riferimento;
 - capitolo 2. Profilo aziendale;
 - capitolo 3. Obiettivi istituzionali e strategie aziendali;
 - capitolo 4. Condizioni di lavoro, competenze del personale ed efficienza dell'organizzazione;
 - capitolo 5. Sistema di relazioni e strumenti di comunicazione;
 - capitolo 6. Ricerca e innovazione;

- capitolo 7. Obiettivi specifici di particolare rilevanza istituzionale;
 - Conclusioni del Direttore Generale;
- D. la rilevanza della comunicazione nel bilancio di missione, in quanto si articola nei seguenti quattro ambiti caratterizzati dalla “elevata valenza strategica, nel condizionare il grado di conseguimento degli obiettivi istituzionali aziendali”:
- la comunicazione per l’accesso ai servizi;
 - la comunicazione per la gestione individuale dell’assistenza;
 - la comunicazione per le scelte di interesse della comunità;
 - la comunicazione interna aziendale;

[Agenzia Sanitaria Regionale – Regione Emilia-Romagna, 2005, pp. 9 e 59].

L’introduzione del bilancio di missione rappresenta un’importante innovazione che la Regione ha introdotto per favorire una maggiore trasparenza nelle attività delle aziende sanitarie, indicando loro un cammino che andrà ulteriormente sviluppato e potenziato. I destinatari indicati non sono infatti esaustivi di tutti gli *stakeholder*, ma il lavoro svolto rappresenta un rilevante passo in avanti verso un servizio sanitario pubblico che sappia migliorare il rapporto di fiducia con la comunità in cui è inserito.

È in questo contesto che l’Azienda USL di Modena nel 2006 ha presentato il proprio bilancio di missione relativamente alle attività svolte nel 2005. Nelle pagine seguenti ne viene presentato un estratto del capitolo 5 “Sistema di relazioni e strumenti di comunicazione”. Un sentito ringraziamento va agli operatori dell’Azienda che con il loro impegno hanno contribuito all’elaborazione ed alla diffusione dell’intero documento.

Alcuni suggerimenti bibliografici

1. Cerana N., 2004 *Comunicare la responsabilità sociale – Teorie, modelli, strumenti e casi d’eccellenza*. Milano, FrancoAngeli (collana “Impresa, comunicazione, mercato”).
2. Hinna L., 2004 *Il bilancio sociale nelle amministrazioni pubbliche – Processi, strumenti, strutture e valenze*. Milano, FrancoAngeli.
3. Hinna L., 2005. *Come gestire la responsabilità sociale dell’impresa*. Milano, Il sole 24 ORE.
4. Rusconi G., Dorigatti M. (a cura di), 2005 *Modelli di rendicontazione etico-sociale e applicazioni pratiche*. Milano, FrancoAngeli.
5. Naldi G. (a cura di), 2005 “Il bilancio di missione, un’opportunità per le agenzie ambientali?” *ARPA Rivista* n. 2. Documento online: www.arpa.emr.it/documenti/arparivista/pdf2005n2/naldiBilancioAR2_05.pdf (sito visitato il 13/12/2006).
6. Agenzia Sanitaria Regionale – Regione Emilia-Romagna, 2005. *Il bilancio di missione per il governo della sanità dell’Emilia-Romagna*. Dossier 107/2005. Documento online: http://asr.regione.emilia-romagna.it/wcm/asr/collana_dossier/doss107/link/doss107.pdf (sito visitato il 13/12/2006).

Responsabile del progetto Bilancio di missione - Azienda USL Modena: Giuseppe Grandi

Gruppo di lavoro: Alessandro Badiali, Ubaldo Bonacorsi, Marco Chiari, M. Monica Daghio, Silvio Di Tella, Carlo Alberto Goldoni, Atos Miozzo, Diana Molesini

Hanno collaborato alla stesura del capitolo 5: Paola Artoni, Francesca Ballardini, Giuliana Bulgarelli, Marcello Burgoni, Alessia Canale, Paolo Capurso, Franca Capotosto, Manuela Carobbi, A. Paola Cavazzuti, Barbara De Cicco, Alessandra De Palma, Chiara De Rosa, Mauro De Rosa, Guido Federzoni, M. Rita Fontana, Lorenza Gamberini, Massimo Garagnani, Pierfrancesco Ghedini, Maurizia Gherardi, Adriana Giannini, Paolo Giuliani, Simona A.A. Giuliano, Andrea Guerzoni, Massimiliano Laviola, Giampaolo Marino, Francesca Novaco, Luciana Orlandi, Nicoletta Poppi, Massimiliano Ranellucci, Giulio Sighinolfi, Lia Tassi, Alberto Tripodi, Gabriella Tritta, Marco Vanoli

SISTEMA DI RELAZIONI E STRUMENTI DI COMUNICAZIONE

Indice

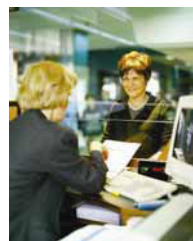
5.1. Premessa

Illustra, da un punto di vista istituzionale, il ruolo che svolge il Sistema Comunicazione e Marketing all'interno dell'Azienda, definisce la sua composizione organizzativa, presenta, sinteticamente, gli obiettivi stabiliti dal Piano di comunicazione triennale 2005-2007.



5.2. La comunicazione per l'accesso ai servizi

Offre uno sguardo panoramico su ciò che è stato messo in atto per facilitare l'accesso ai servizi ed alle informazioni, sia per i cittadini che non hanno particolari difficoltà sia per coloro che si trovano in situazioni di disagio.



5.3. La comunicazione per la gestione individuale dell'assistenza

Molte azioni concorrono al perseguimento di questo obiettivo: la formazione del personale, il consenso informato, il trattamento dei dati personali, l'audit civico, la gestione dei reclami, le diverse modalità d'informazione su sani stili di vita, ecc.



5.4. La comunicazione per le scelte di interesse per la comunità

Il paragrafo si articola in diverse sezioni che mostrano come siano stati forniti strumenti ai cittadini competenti per metterli in grado di fare scelte per la comunità e quali azioni si sono compiute per promuovere l'Azienda come referente di salute.



5.5. La comunicazione interna aziendale

È la visione strategica dell'Azienda che usa diversi canali per esprimersi: dai contatti interpersonali, agli strumenti informatici a quelli scritti.



5.1 Premessa

Comunicazione dei servizi e comunicazione per la salute: il ruolo strategico della comunicazione nell'Azienda USL di Modena

Per un'Azienda Sanitaria territoriale la comunicazione ed il sistema delle relazioni hanno un ruolo strategico: sono i canali attraverso cui costruisce una vera e propria rete di alleanze con i cittadini e con la comunità; rappresentano, inoltre, il presupposto necessario per realizzare una sanità in grado di rispondere in modo appropriato ed efficace ai reali bisogni delle persone, capace di curare le malattie, ma anche di promuovere la salute nel suo complesso.

Nelle Aziende Sanitarie è possibile distinguere due processi comunicativi distinti, che presentano profonde aree di integrazione e di sinergia:

- la **comunicazione dei servizi**, che è incentrata principalmente sulle attività e coinvolge tutti i livelli dell'assistenza: dalla prevenzione, alla diagnosi ed alla cura fino alla riabilitazione delle malattie. In questo ambito, particolare importanza assumono le iniziative volte a potenziare la partecipazione e l'autonomia di scelta dei cittadini, nonché a favorire una più diffusa cultura dell'appropriatezza e la facilitazione dell'accesso per incrementare l'efficacia, l'efficienza e la trasparenza dei servizi;
- la **comunicazione per la salute**, elemento costitutivo e leva strategica delle politiche di promozione della salute. I diversi settori della società – Aziende Sanitarie, Enti Locali, Istituzioni, Terzo Settore e Cittadini – diventano interlocutori attivi e consapevoli di un percorso di “costruzione sociale della salute” che trova i suoi punti di forza nella partecipazione, nell'ascolto e nella condivisione. La comunicazione per la salute è quindi uno strumento innovativo che consente all'Azienda di mettersi in rete con gli altri attori sociali per costruire strategie integrate ed efficaci nel migliorare la salute della popolazione, andando ad agire su tutti i suoi determinanti: ambiente, fattori socio-economici, stili di vita e accesso ai servizi, non solo sanitari, ma anche sociali, scolastici, ricreativi e di trasporto.

Il processo di sviluppo della comunicazione per la salute.



Nell'Azienda Sanitaria la realizzazione delle attività di comunicazione richiede un'adeguata organizzazione: un sistema comunicazione con funzione di indirizzo e coordinamento; investimento in risorse; formazione del personale; verifiche di processo e/o di esito delle iniziative attuate. Nella fase operativa, l'Azienda si avvale di diversi strumenti per comunicare sui temi che riguardano i servizi sanitari e la salute. Coerentemente con questi presupposti, dal 2000 l'Azienda USL di Modena ha istituito il **Sistema Comunicazione e Marketing**, in applicazione della Legge n. 150/2000 e degli indirizzi del Piano Sanitario Regionale dell'Emilia Romagna 1999-2001. Al suo interno vi operano: l'Educazione alla Salute, l'Ufficio Relazioni con il Pubblico, l'Ufficio Stampa e Media, il Laboratorio per il Cittadino Competente ed il Terzo Settore. Il Sistema Comunicazione e Marketing coordina le iniziative di comunicazione aziendali e collabora attivamente con lo Sportello Prevenzione del Dipartimento di Sanità Pubblica, con il Sistema Qualità, con AgeFor (Agenzia di Formazione Aziendale) e con il Ce.V.E.A.S. (Centro per la Valutazione dell'Efficacia dell'Assistenza Sanitaria).

Il Sistema Comunicazione e Marketing nell'elaborazione del Piano di comunicazione 2005/2007 ha disegnato le sue linee in sintonia con la programmazione nazionale (Piano Sanitario Nazionale 2003/2005 e Linee generali del Piano Sanitario Nazionale 2006-2008, Piano Nazionale della Prevenzione 2005/2007), regionale (Piano Sanitario Regionale dell'Emilia Romagna 1999/2001 e attività del gruppo di lavoro regionale "Informazione e comunicazione in sanità") ed aziendale (Piano Programmatico).

Il Piano di comunicazione esplicita i valori e gli obiettivi della comunicazione:

1. *facilitazione di accesso ai servizi*, migliorando l'informazione e rilevando il grado di soddisfazione dei cittadini-utenti in merito ai servizi offerti;
2. *promozione dell'autotutela della salute*, favorendo l'adozione di sani stili di vita e di un corretto approccio ai servizi sanitari basato sull'appropriatezza e sull'essenzialità dei consumi;
3. *supporto allo sviluppo di politiche per la promozione della salute*, potenziando la qualità delle informazioni sui temi di salute e ponendo attenzione alla semplificazione dei linguaggi utilizzati per facilitare al cittadino l'accesso alle informazioni;
4. *comunicazione interna (fra gli operatori)*, rafforzando gli strumenti aziendali di comunicazione interna, tramite l'ampliamento/arricchimento dei contenuti e l'aggiornamento periodico.

I temi di comunicazione per il triennio 2005/2007 sono molteplici e riguardano tutte le attività dell'Azienda USL, quali: la sicurezza negli ambienti di vita e di lavoro, la sanità pubblica e l'igiene degli alimenti, le principali patologie, la promozione di sani stili di vita, l'assistenza sanitaria e socio-sanitaria, i diritti ed i doveri di dipendenti e cittadini.

Coerentemente con gli obiettivi indicati dalla Regione Emilia-Romagna e con le necessità comunicative espresse dai principali gestori dell'Azienda USL, sono stati individuati i temi rilevanti, che possono essere, in itinere, integrati e riorientati sulla base di eventuali nuove esigenze.

5.2 La comunicazione per l'accesso ai servizi

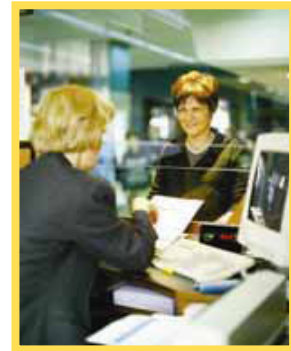
5.2.1. Obiettivo: Fare in modo che i cittadini conoscano le modalità per accedere ai servizi ed alle prestazioni

L'Azienda USL di Modena ritiene che sia un obiettivo prioritario rendere i servizi sanitari accessibili a tutti i cittadini e lo persegue attraverso:

- **L'URP (Ufficio Relazioni con il Pubblico)**, che ha il compito di assicurare un'informazione chiara e riservata sulle attività, sui servizi, sulla struttura organizzativa dell'Azienda, sulle modalità di accesso alle prestazioni e sui tempi di attesa.

La funzione dell'URP è principalmente di ascolto e di individuazione del bisogno dell'utente a cui vengono fornite le informazioni utili per accedere ai servizi.

Il modello organizzativo dell'URP modenese, per la vastità del territorio di competenza e la pluralità di punti di accesso con migliaia di utenti, è stato messo a punto sulla base del concetto di "Amministrazione vicina al cittadino". Prevede una rete di relazioni di cui fanno parte, oltre all'Ufficio Relazioni con il Pubblico centrale con funzioni di coordinamento aziendale, 7 URP decentrati presenti in ogni comune capoluogo di Distretto, 1 Ufficio presso il nuovo Ospedale S. Agostino Estense di Baggiovara (Modena) e circa 90 Punti Informativi presso le portinerie delle sedi sanitarie.



- **Il Numero Verde Unico Regionale**, un progetto innovativo che ha coinvolto tutti gli URP delle Aziende Sanitarie della Regione.

Al Numero Verde risponde un Call Center Regionale, con 14 postazioni, che è collegato agli URP delle Aziende Sanitarie a cui trasferisce le richieste complesse o non reperibili in banca dati; in specifico per la Azienda USL di Modena l'ufficio URP si è attrezzato per la presa in carico della domanda trasferita dal Call Center Regionale.

Nel 2005 le domande dei cittadini modenesi al Numero Verde Regionale sono state 6.537, di cui 1.477 (pari al 22,6%) sono state trasferite al 2° livello aziendale.



- **Il Numero Verde Aziendale per la prevenzione dei tumori del colon retto.** Dal 21 marzo 2005 è iniziato il programma di screening in tutta la Regione Emilia Romagna. Si rivolge a tutta la popolazione in età compresa fra i 50 e i 65 anni attraverso una lettera inviata dall'Azienda USL al domicilio del cittadino con l'invito ad eseguire il test di screening. Tutto il percorso di diagnosi e cura è gratuito. L'Azienda USL di Modena ha istituito un apposito Numero Verde 800.300315 collegato all'URP aziendale per rispondere ai quesiti informativi dei cittadini modenesi. Dal 21 marzo 2005 al 31 dicembre 2005 sono state ricevute 801 telefonate.
- **Lo Sportello per la Prevenzione**, che cura l'accoglienza e l'informazione degli utenti e dei cittadini sulla sanità pubblica; coordina le iniziative dipartimentali di informazione sui temi della prevenzione; supporta l'attività di formazione del Dipartimento, in particolare per

quanto concerne l'introduzione delle nuove tecnologie formative (*e-learning*); partecipa alla realizzazione delle iniziative comunicative aziendali più complesse.

- **Il Punto Unico di Accoglienza (PUA)**, il punto unico di riferimento distrettuale, per i cittadini e gli operatori, in grado di indirizzare i bisogni sanitari e socio-assistenziali delle persone relativamente alle cure erogate presso il proprio domicilio.
- **La Nostra Salute**, il periodico inviato gratuitamente alle circa 250.000 famiglie residenti in provincia di Modena e provincia che ha lo scopo di:
 - informare i cittadini e spiegare loro quali sono i servizi e come funzionano,
 - “portare” direttamente a casa le notizie e gli appuntamenti utili per la salute.
- **Web.** Siti internet dell'Azienda (www.ausl.mo.it) (www.ceveas.it) (www.scommettichesmetti.it) (www.prevenzio.net/); siti realizzati con altri Enti ed Istituzioni, (www.usl.mo.it/pps/, www.helpaids.it, www.tallonediachille.it, ecc.) e portale dell'Assessorato Regionale alla Sanità (www.saluter.it).
- **I Comunicati stampa**, 184 sono stati quelli emanati nel 2005.
- **Logo:** la Regione Emilia-Romagna ha adottato un logo unico per il Servizio Sanitario Regionale che ha sostituito tutti i loghi delle Aziende Sanitarie e delle Aziende Ospedaliere e, quindi, anche quello dell'Azienda USL di Modena.
- **Nuovi Ospedali di Modena e Sassuolo.** Il 2005 è stato un anno particolarmente ricco di eventi per quanto concerne la sanità modenese. Sono stati inaugurati due nuovi ospedali e questo ha richiesto, e richiede tuttora, un massiccio sforzo informativo per permettere alle persone di non essere limitate nell'accesso ai servizi a causa dei cambiamenti verificatisi. L'attivazione dei nuovi Ospedali di Modena e Sassuolo è stata accompagnata da:
 - una campagna di comunicazione, parte di un più ampio progetto che comprendeva iniziative informative, eventi, convegni, pubblicazioni sviluppate dall'Azienda USL di Modena e dagli altri soggetti coinvolti;
 - tre indirizzi principali: campagna pubblicitaria (affissioni, inserzioni stampa, spot radio, spot TV, affissioni su autobus); azioni di comunicazione diretta e informativa (opuscolo informativo, camper informativo itinerante, totem e mini cartina informativa); campagna sui trasferimenti dai vecchi ai nuovi ospedali (opuscoli, spot radio e TV);
 - sono stati realizzati due eventi inaugurali (il 29 gennaio 2005 a Sassuolo ed il 2 giugno 2005 a Modena);
 - è stato realizzato un sito internet sui nuovi ospedali:
<http://www.usl.mo.it/ospedale/index.htm>.
- **La Formazione degli operatori del Call Center:** essendo in funzione da giugno 2005 il Servizio informazione/accoglienza - call center del Nuovo Ospedale S.Agostino-Estense di Baggiovara (Modena), che svolge sia l'attività di *front line*, sia un servizio di risposta telefonica, l'URP aziendale ha programmato e realizzato un corso formativo allo scopo di migliorare le competenze relazionali ed informative del personale di contatto e di insegnare l'uso della banca dati aziendale ATHENA. Gli operatori sono 12 ed il servizio è appaltato a Mediagroup S.c.a.r.l.

5.2.2. Obiettivo: rendere disponibili procedure per facilitare l'accesso a gruppi specifici e attivare gli strumenti previsti per l'accesso.

L'informazione è uno strumento importante per consentire ai gruppi più deboli di persone di accedere adeguatamente ai servizi o essere consapevolmente inseriti in nuovi progetti che l'Azienda sta implementando.

Immigrati

L'Azienda USL di Modena ha prodotto alcune pubblicazioni tradotte in diverse lingue, culturalmente accettabili dalle comunità straniere presenti a Modena ed in provincia. Esse sono:

- a. l'opuscolo per la promozione di un corretto accesso al "Centro per le donne ed i bambini stranieri",
- b. un kit di dépliant su alcuni temi di puericultura,
- c. un dépliant sulla "Protezione della maternità",
- d. un opuscolo "Give the world" sulla donazione d'organi,
- e. un blocknotes contenente le "12 regole per un sano stile di vita",
- f. l'opuscolo formato giornale "Love" sui metodi contraccettivi e per la prevenzione dell'HIV per gli adolescenti,
- g. manifesti informativi sulle avvertenze da osservare per le donne in gravidanza in procinto di effettuare accertamenti radiologici,
- h. materiale informativo sulle malattie infettive



http://www.ausl.mo.it/news/malattie_infet/malattie_infet.html.



· **"Parole Comuni"**: l'Azienda USL ha collaborato, nel 2005, con questo periodico d'informazione trimestrale per i cittadini stranieri. È prodotto in 20.000 copie, tradotto in 7 lingue (italiano, inglese, cinese, urdu, arabo, cingalese e russo) e realizzato da Porta Aperta insieme alla Regione Emilia-Romagna, alla Provincia di Modena ed ai Comuni capo Distretto.

· **"Parliamoci"**: è un *software* per far dialogare medici e pazienti stranieri: sperimentato all'Ospedale di Pavullo, è stato presentato alla fiera di "Aza Mataotra" di Modena nel dicembre 2005.



· **"Progetto Dune"**: attraverso l'organizzazione di seminari promuove il *prendersi cura fra le diverse etnie*.

- Servizio di **mediazione culturale** che ha il compito di:
 - favorire la comunicazione fra operatori sanitari e pazienti di diverse etnie;
 - effettuare traduzioni per iscritto.

Donne in difficoltà

Per informare le donne in difficoltà per “Gravidanza inattesa, indesiderata o problematica”, sono stati attivati i seguenti progetti:

1. “Scegliere di scegliere”, progetto promosso dal Dipartimento di Ostetricia e Ginecologia, Consultorio Familiare di Carpi, Volontariato, Comune, ecc., è stato predisposto materiale informativo sui servizi offerti per:
 - a. le donne in difficoltà
 - b. gli operatori dei diversi servizi per agevolare la comunicazione
2. “Sono in attesa e adesso?...non sei sola”, progetto promosso dal Consultorio Familiare di Sassuolo in collaborazione con gli Enti Locali per sostenere le donne con gravidanze multiproblematiche. Il materiale informativo prodotto:
 - a. brochure informativa
 - b. manuale per gli operatori dei diversi servizi.
3. “Mamme Oltre il Blu”, progetto promosso nel 2004 dal Consultorio Familiare di Carpi in collaborazione con gli Enti Locali per sostenere le donne nell’immediato post partum, nel 2005 promosso in tutta la provincia.

Anziani

La Direzione socio-sanitaria, in stretta collaborazione con la Direzione generale dell’Azienda USL, elabora ed implementa le strategie ed i programmi, rivolti ai soggetti deboli, fortemente integrati con l’attività degli Enti Locali nell’ambito dei Piani di Zona. Allo scopo di aiutare gli anziani fragili presenti su tutto il territorio provinciale, si è formulato un progetto così articolato:

1. messa a punto e sperimentazione di uno strumento per l’identificazione precoce della fragilità nelle persone anziane e per l’individuazione dei fattori che la determinano.
2. Costruzione di una *base-line* conoscitiva per pianificare ed attuare interventi per la prevenzione delle situazioni di dipendenza e di non autosufficienza;
3. prevenzione dei danni da caldo estivo nelle persone anziane tramite la promozione di una corretta informazione ai cittadini ed alle badanti (anche mediante strumenti in lingua).



Persone con disabilità



La problematica esistenziale di cui il cittadino disabile è portatore, è collocata in un orizzonte a carattere sociale e di solidarietà. È attivo il Coordinamento Salute Disabili per garantire l’integrazione fra servizi sanitari e servizi socio-assistenziali.

Oltre allo stretto collegamento che l’Azienda USL ha con i Centri di Documentazione per l’Handicap, per offrire una corretta informazione, il 5 dicembre 2005 è stato organizzato un convegno sul tema: “La grave disabilità acquisita in età adulta: il sistema integrato di interventi sanitari e socio-assistenziali.”

Bambini

Il cambiamento che sta avvenendo nella popolazione modenese è, in parte, dovuto alla presenza di bambini provenienti da altri Paesi e culture; per questo, particolare attenzione è stata prestata all’informazione rivolta ai loro genitori.

Vaccinazioni obbligatorie e facoltative:

- materiale informativo inviato per posta ai genitori dei bimbi in anagrafe,
- distribuzione alle famiglie di materiale informativo sulle malattie infettive,
- corso di preparazione al parto con gestanti per informarle sull'attività vaccinale,
- incontri con i dirigenti scolastici e responsabili scuole sulle attività di prevenzione e controllo malattie infettive e supporto per gli alunni portatori di patologie croniche,
- percorsi dedicati in situazioni di criticità per rendere possibile l'accesso ai servizi,
- possibilità di usufruire della collaborazione di mediatori linguistico-culturali.

Pazienti Psichiatrici

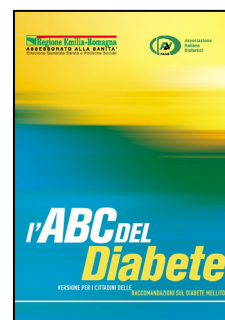
Progetto "Leggeri" per il coordinamento/integrazione delle attività fra i medici di medicina generale e il Dipartimento di Salute Mentale allo scopo di:

- intercettare i casi a difficile prognosi,
- trattare e gestire i disturbi psichiatrici meno invalidanti,
- trattare i disturbi fisici di pazienti psichiatrici.

Pazienti Diabetici

La gestione integrata del Diabete Mellito è "una partecipazione congiunta dello Specialista e del Medico di Medicina Generale o Pediatra di Libera Scelta in un programma stabilito di assistenza nei confronti dei pazienti con patologie croniche in cui lo scambio di informazioni, che vanno oltre la normale routine, avviene in entrambe le parti e con il consenso informato del paziente."

Per mettere il paziente in grado di aderire consapevolmente al progetto è stato prodotto un foglio informativo ad hoc, in collaborazione con la FAND-Federazione Associazione Nazionale Diabetici e per quanto riguarda Modena con l'ADM-Associazione Diabetici Modenesi ed in applicazione delle Linee Guida regionali (Circolare Regionale n. 14/2003).



Ammalati di aids

Sito Helpaids: <http://www.helpaids.it/>



5.2.3. Obiettivo: attivare gli strumenti per facilitare l'accesso

Gli operatori, per facilitare l'accesso ai servizi, utilizzano una banca dati aziendale informatizzata denominata ATHENA. Essa è presidiata da snodi territoriali ed ospedalieri (7 redazioni URP distrettuali e 8 redazioni presso le Direzioni Sanitarie Ospedaliere) ed alimentata da una rete dei referenti comunicazione: in ogni servizio/reparto vi è un referente (in totale circa 380) responsabile delle immissioni delle informazioni che arrivano, via rete, alle postazioni degli snodi distrettuali e/o ospedalieri, i quali controllano, avvallano o rifiutano il dato se non conforme.



La **Carta dei Servizi**: è attualmente in costruzione la seconda edizione. Due gli obiettivi del progetto:

1. ridefinizione degli impegni con relativi indicatori, standard e strumenti di verifica definiti a livello generale e dipartimentale;
2. predisposizione di un piano di comunicazione della Carta dei Servizi con esplicitati: target, contenuti, strumenti, canali e tempi.

Si prevedono diversi strumenti con riportati tutti gli elementi richiesti dalla carta (mission, informazione, standard, tutela), descritti o esplosi in modo diverso a seconda dei pubblici. Tutti gli strumenti saranno in versione cartacea ed on line (ogni utente sceglierà il proprio canale). Saranno strumenti dinamici e flessibili in quanto conterranno, oltre ad una descrizione, una serie di informazioni costantemente aggiornate e alimentate dalla banca dati ATHENA.

Strumenti:

- carta base od istituzionale su base poliennale;
- carte di macrostruttura (Ospedale e Distretto);
- mini carte di Unità Operative/servizi/degenze.

La seconda edizione della Carta dei Servizi è coordinata dall'URP in stretto raccordo con il Sistema Qualità Aziendale e i CCM e vi partecipano i rappresentanti di tutte le Macrostrutture aziendali, i Dipartimenti territoriali ed ospedalieri ed i Servizi.

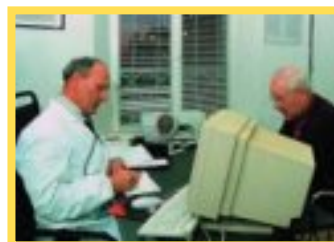
5.3 La comunicazione per la gestione individuale

Obiettivo 5.3.1: Formare gli operatori per comprendere i bisogni dei cittadini e orientare la domanda di prestazioni appropriate

Il ruolo degli operatori che hanno rapporto diretto con i pazienti/cittadini, è molto importante perché:

- A. facilitano con il linguaggio, verbale e non, l'accesso dei cittadini/pazienti ai servizi,
- B. indirizzano i cittadini/pazienti ad un uso appropriato ed efficace delle prestazioni,
- C. dirimono i conflitti.

Per assolvere a questi onerosi compiti, l'Azienda ha offerto ampie possibilità di formazione al personale sia sul tema della comunicazione sia su quello della gestione delle relazioni sia sul confronto con persone provenienti da paesi stranieri. Il catalogo dell'offerta formativa predisposto dall'AgeFor ne è chiara dimostrazione, ma di seguito ne vengono ugualmente riportati alcuni esempi:



- a. comprensione/comunicazione con le persone straniere: “Che lingua parli? Quale valutazione dello sviluppo cognitivo, linguistico ed emotivo nel bambino straniero” organizzato dall’Unità Operativa di Psicologia del Distretto di Vignola; “Famiglie migranti e salute psicologica: bisogni emergenti e modelli di intervento. Accogliere le famiglie immigrate nei servizi sanitari, sociali e psicologici: l’approccio dell’etnopsicoanalisi” organizzato dall’AgeFor;
- b. comunicazione col paziente: “Accoglienza dell’utente in prima visita” organizzato dal Distretto di Mirandola; “Migliorare l’accoglienza e la comunicazione con l’utente” organizzato dall’Ufficio Infermieristico di Sassuolo;
- c. comunicare direttamente, al telefono e *on line*: “Il counselling, strumento di risposta: vis à vis, al telefono e *on line*” organizzato dal Servizio aziendale di Educazione alla Salute;
- d. diffusione di sani stili di vita: “Noi e lo Stile di vita” organizzato dal servizio aziendale di Educazione alla Salute; “Convention *Sicura*. L’educazione alimentare nella scuola: attualità, esperienze e prospettive” organizzato dal SIAN-Servizio Igiene degli Alimenti e della Nutrizione;
- e. comunicazione con i cittadini: “Comunicare con i cittadini: programmare e gestire incontri con la popolazione” organizzato dal Servizio aziendale di Educazione alla Salute;
- f. lavorare in squadra con soggetti/enti diversi: “Lavorare alla promozione della salute, dal progetto alla pratica: progettare interventi”, organizzato dall’Ufficio Infermieristico del Distretto di Pavullo; “Corso PPS per il Dipartimento di Sanità Pubblica”; “Comunicare nel gruppo/comunicare col gruppo” organizzato dal Distretto di Mirandola in collaborazione col Day Hospital Oncologico e l’associazione di volontariato AMO9comuni;

- g. collaborare con i cittadini: “I CCM a Modena. Finalità, esperienze e prospettive: loro rappresentatività nell’Azienda USL di Modena” organizzato dall’URP aziendale;
- h. comunicare e lavorare in squadra nei Nuclei di Cure Primarie: “La conduzione di un gruppo di lavoro (Nucleo di Cure Primarie/associazioni): comunicazione e leadership” organizzato dalle Unità Operative di Cure Primarie dei 7 Distretti dell’Azienda USL; “Comunicare, Informare. Come definire gli obiettivi” organizzata dal Dipartimento Farmaceutico dell’Azienda USL;
- i. comunicare in setting particolari: “Progetto di formazione alla comunicazione rivolto agli operatori delle sale parto delle Unità Operative del Dipartimento di Ostetricia e Ginecologia – Salute Donna” organizzato dal Dipartimento di Ostetricia e Ginecologia dell’Azienda USL;
- j. comunicare con altri linguaggi: “Aspetti creativi e trasformativi delle attività artistiche ed artigianali nell’intervento sulla disabilità” organizzato dalla Cooperativa *La Lucciola* per medici, educatori professionali, psicologi, terapisti della neuro e fisioterapisti; “La metodologia del lavoro con i gruppi nel campo dei servizi sociali e sanitari: obiettivi, processi e progettazione nel lavoro con i disabili” organizzato dal Settore Disabili Adulti del Distretto di Mirandola;
- k. gestire i conflitti: “Comunicazione e relazione: la gestione del conflitto e la negoziazione” organizzato da AgeFor;
- l. imparare ad usare il “Content Management System” per la gestione/realizzazione di siti web.

Obiettivo 5.3.2: Sperimentare situazioni di coinvolgimento dei cittadini nelle scelte assistenziali che li riguardano attraverso una informazione adeguata ed opportunità di far ascoltare le proprie idee

- il **Consenso informato**: sin dalla fine degli anni ’90 l’Azienda USL di Modena ha cercato di sensibilizzare gli operatori sanitari su quanto sia importante fornire corrette e adeguate informazioni ai cittadini affinché siano messi in grado di scegliere consapevolmente se aderire o meno alle proposte diagnostiche e/o terapeutiche. A tal fine sono state attuate diverse tipologie di intervento:
 - predisposizione di un opuscolo sul “consenso informato”, dedicato agli operatori sanitari,
 - iniziative formative, che hanno coinvolto circa 1200 operatori, allo scopo di:
 - a. aumentare la consapevolezza sulla rilevanza della relazione sanitario-cittadino;
 - b. superare l’atteggiamento difensivo che vede nel consenso informato un documento “protettivo”;
 - c. migliorare la comunicazione fra il cittadino e l’operatore sanitario.
- il **Progetto per l’applicazione della normativa privacy**: in ambito aziendale, è stato promosso un percorso congiunto con i Medici di Medicina Generale (MMG) ed i Pediatri di Libera Scelta (PdLS) per l’acquisizione “una tantum” del consenso al trattamento dei dati idonei a rivelare lo stato di salute dei cittadini; tale consenso è valido per le prestazioni prescritte dal MMG. La raccolta del consenso al trattamento dei dati sanitari trattati in

ambito di cura dal Titolare Azienda USL, infatti, se da un lato riveste i connotati di obbligo di legge (art. 76 D.Lgs. n. 196/03), dall'altro permette l'esercizio di un importante diritto da parte dell'utente/cittadino ad un consapevole conferimento dei dati (attraverso le notizie ricevute nella propedeutica informativa sull'utilizzo dei dati) nel delicato momento di accesso alle strutture ed alle prestazioni sanitarie. Non sempre, però, il consenso acquisito dal MMG / PLS può essere sufficiente per una corretta applicazione della normativa. Alcuni trattamenti sanitari seguono un percorso del tutto peculiare (ricovero ospedaliero; libero accesso ai consultori familiari; percorsi di cura del Dipartimento di Salute Mentale; prestazioni sanitarie erogate nelle strutture per anziani). Per tali fattispecie è in corso di introduzione una modulistica di informativa e consenso specifica. A seguito di un percorso di studio di tali problematiche e dei flussi informativi sia intra che extra-aziendali, è stata evidenziata, sia nei corsi di formazione rivolti al personale dipendente, sia mediante emanazione di Linee Guida, la delicatezza degli aspetti connessi al trattamento dei dati personali. L'Azienda USL di Modena partecipa al lavoro interregionale per la stesura del Regolamento sui dati sensibili che ha permesso di valutare i flussi di dati, sia interni (interconnessioni con banche dati appartenenti alla stessa Azienda), sia esterni (comunicazioni obbligatorie con altri soggetti), necessari per lo svolgimento di finalità amministrative per i quali non è richiesto, ai sensi di legge, alcun consenso al cittadino.

- **i Comitati Consultivi Misti (CCM):** i CCM, pienamente funzionanti nell'Azienda USL di Modena, sono 6 e vi aderiscono circa 130 persone di cui oltre 70 in rappresentanza dell'associazionismo. Il Sistema Comunicazione attraverso l'URP è il punto di riferimento aziendale.

Fra le diverse attività ed iniziative realizzate in questi anni si segnala il ciclo di incontri



www.ausl.mo.it/ccm

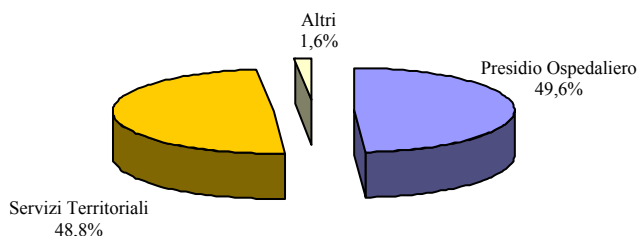
seminariali che si sono tenuti nel corso del 2005 promossi dal comitato interaziendale, di cui fanno parte i presidenti CCM distrettuali e dell'Azienda Policlinico ed un rappresentante della Conferenza Territoriale Sociale e Sanitaria. L'iniziativa, indirizzata ai componenti dei comitati, ai volontari ed ai

professionisti coinvolti a diverso titolo nelle attività dei CCM, alle Direzioni aziendali, agli operatori addetti alle funzioni aziendali di comunicazione, qualità, formazione, ha avuto lo scopo di fare il punto su alcuni aspetti strategici dell'esperienza avviata e di approfondire gli argomenti più sentiti ed attuali emersi anche da un'indagine realizzata dagli stessi presidenti all'interno delle singole realtà distrettuali. Nel corso dell'iniziativa sono state presentate le nuove pagine web che hanno l'obiettivo di favorire la conoscenza all'esterno delle funzioni e delle attività dei CCM. L'accesso alle pagine è immediato, l'aspetto grafico prescelto rimanda da subito al rapporto tra cittadini e la sanità. Anche con questo strumento ci si propone di favorire la conoscenza dei Comitati Consultivi Misti e di informare sull'attività svolta per consentire alla cittadinanza che accede, eventualmente anche con altre finalità al sito web aziendale, di prendere contatto con questa realtà partecipativa.

- **Gestione delle segnalazioni dei cittadini (reclami, rilievi, suggerimenti, elogi)**
La gestione delle segnalazioni (e fra queste i reclami) è uno strumento di comunicazione che si inserisce fra quelli che valorizzano un approccio di ascolto sistematico e strutturato dell'utenza, al fine di garantire un riscontro sulle proprie attività. L'Azienda USL da tempo partecipa al progetto regionale "segnalazione dei cittadini".

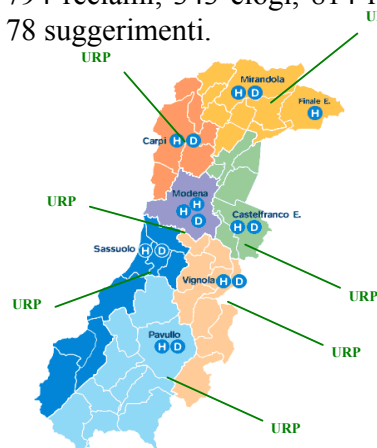
La distribuzione dei reclami per articolazione aziendale 2005

Su 794 reclami pervenuti, 394 pari al 49,6% riguardano il Presidio Ospedaliero, 387 pari al 48,8% i Servizi Territoriali, 13 pari al 1,6% altri Servizi.



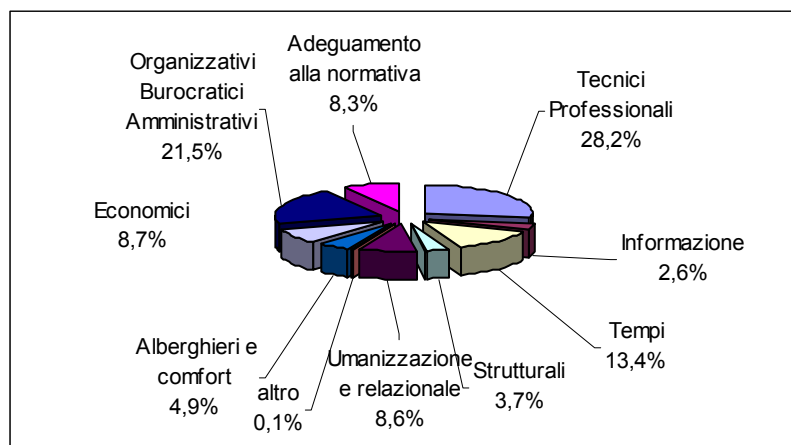
Le Segnalazioni dei cittadini nell'anno 2005

Nell'anno 2005 gli Uffici URP hanno raccolto 2.029 segnalazioni: 794 reclami, 343 elogi, 814 rilievi e 78 suggerimenti.



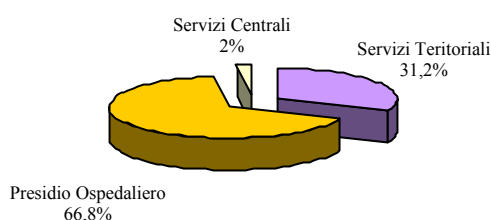
Le maggiori proteste sono dovute agli aspetti tecnico-professionali che rappresentano il 28,2 % del totale. La percentuale più alta viene attribuita alla voce "opportunità/adequatezza della prestazione" nella diagnosi o nel trattamento. Il secondo posto va agli aspetti burocratico-amministrativi (21,5% del totale): si va dalla complessità burocratica nell'ottenere una prestazione sia attraverso una prenotazione diretta che telefonica, alla percezione diffusa di disorganizzazione interna (ad esempio la cancellazione senza preavviso di esami o visite regolarmente prenotate, lo smarrimento di lastre o documentazione sanitaria, il cattivo funzionamento delle macchine per la riscossione del ticket, il cambio di orario agli sportelli CUP/SAUB senza preavviso). Numerose segnalazioni riguardano i tempi di attesa (13,4%); gli aspetti economici (8,7%), ad esempio i ticket assegnati dal Pronto Soccorso; gli aspetti relazionali e la cosiddetta "umanizzazione" che rappresentano l'8,6% del totale: il cittadino si lamenta soprattutto per la mancanza di gentilezza e cortesia. Seguono gli aspetti normativi (8,3 %), che si riferiscono alle contestazioni per l'attribuzione di ticket ritenuti impropri dai cittadini, ma di fatto dovuti in ottemperanza alle normative vigenti. Gli aspetti alberghieri ed il comfort rappresentano il 4,9% del totale, seguono gli aspetti strutturali (3,7%) e quelli legati all'informazione (2,6%).

Reclami per aree tematiche

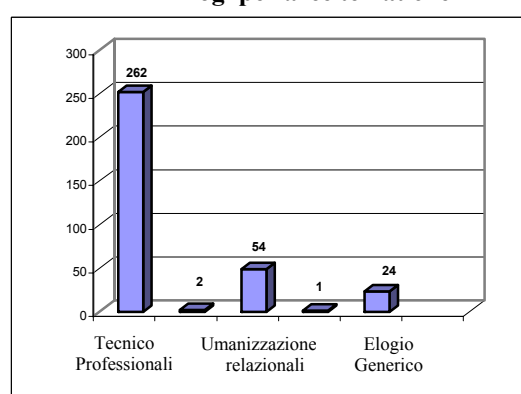


I cittadini esprimono anche soddisfazione: il numero degli elogi e dei suggerimenti dimostra che esistono diversi aspetti positivi nella percezione dei servizi da parte dei fruitori ed una fiducia nella capacità di ascolto da parte dell'ente. Su 343 elogi pervenuti, 229 (pari al 66,8%) riguardano il presidio ospedaliero, 107 (pari al 31,2%) i servizi territoriali, 7 (pari al 2%) i servizi centrali. La maggioranza degli elogi riguarda gli aspetti tecnico-professionali 262 (pari al 76,4%) in particolare l'opportunità/adequazione della prestazione e l'attenzione ai bisogni di assistenza e supporto da parte del personale. Un'altra quota di elogi è riferita agli aspetti dell'umanizzazione e relazionali 54 (pari al 15,7%) in particolare nella sottocategoria "cortesia e gentilezza del personale". Seguono elogi generici nella misura del 7%.

La distribuzione degli elogi per articolazione aziendale



Elogi per aree tematiche



• **Audit civico**

Negli ultimi anni l'Azienda USL di Modena ha promosso e sperimentato Audit Civico, una metodologia di valutazione del grado di adesione aziendale ai principi che riguardano la centralità del cittadino.

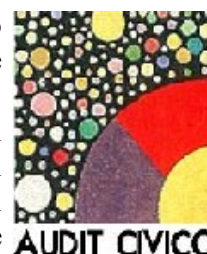
Dal punto di vista metodologico Audit Civico prevede la conduzione di esperienze di valutazione da parte di cittadini (rappresentanti o meno di Associazioni di volontariato) e professionisti, attraverso il reperimento di dati oggettivi (documenti cartacei, on line, insegne segnaletiche, situazione strutturale e degli arredi). I dati e le informazioni vengono raccolti mediante interviste alla Direzione generale ed ai Responsabili dei servizi coinvolti, osservazione sul campo e analisi di documenti aziendali.

L'obiettivo è mettere in evidenza le aree di "eccellenza" dell'organizzazione e le aree di "miglioramento", su cui attivare e promuovere specifici progetti d'intervento.

Il progetto è promosso dall'Agenzia sanitaria regionale (RER) e da "Cittadinanza attiva" (movimento di cittadini per lo sviluppo della partecipazione pubblica), con la collaborazione dei Comitati consultivi misti (gli organismi costituiti in ciascuna Azienda sanitaria proprio per dare voce e peso al punto di vista degli utenti).

Audit Civico ha riguardato finora i Distretti e gli Stabilimenti Ospedalieri del territorio di Pavullo, Castelfranco Emilia e di Vignola.

Le esperienze condotte hanno messo in evidenza una situazione di forte adesione e rispetto degli aspetti oggetto di valutazione (accesso, tutela dei diritti, personalizzazione delle cure, informazione, impegno dell'azienda nella promozione di alcune politiche di particolare rilievo sociale e sanitario ed il coinvolgimento dei cittadini).

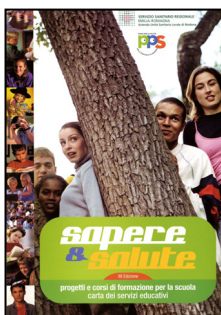


AUDIT CIVICO

Per quanto riguarda Vignola, i risultati saranno elaborati da Cittadinanzattiva e resi pubblici in un convegno regionale nel mese di maggio prossimo.

Il progetto affronta temi di grande portata, quali la condivisione di linguaggi e prassi valutative fra professionisti e cittadini, la possibilità per i cittadini di esplorare aspetti organizzativi generalmente riservati agli “addetti ai lavori”, occasioni di confronto sui cosiddetti “fattori di qualità”. Si tratta in sostanza di un percorso che ha caratteristiche tecnico-metodologiche specifiche e definite, ma che contemporaneamente offre la possibilità di alimentare il confronto e la condivisione fra i cittadini e i professionisti delle Aziende Sanitarie.

Obiettivo 5.3.3: Realizzare azioni per orientare i cittadini verso l'adozione di comportamenti più sani e sicuri.



La Carta dei servizi educativi dell'Azienda USL per la Scuola

- **“Sapere & Salute”**: la Carta dei servizi dell’Educazione alla Salute dell’Azienda USL di Modena per il mondo della scuola, per l’anno scolastico 2004-2005 ha proposto 48 progetti, suddivisi in diverse aree tematiche, fra le quali: l’alimentazione, l’uso e abuso (tabacco, alcol, droghe), la sicurezza sulla strada, a scuola, sul lavoro ed in acqua, la prevenzione del rischio infettivo ed oncologico, la donazione. Complessivamente, nel 2004 le attività di educazione alla salute hanno coinvolto più di 24.000 persone del mondo della scuola (personale docente e non docente, studenti e genitori) per complessivi 1.117 moduli/iniziative e 3.654 ore di didattica.

- Concorsi per la promozione della salute.

- **“Scommetti che Smetti, il concorso a premi per diventare non fumatori”** organizzato dall’Azienda USL di Modena, dalla Provincia di Modena, Assessorato alla Sanità, Politiche Sociali e delle Famiglie, Associazione e Volontariato, in collaborazione con l’Ordine dei Medici, l’Ordine dei Farmacisti, la Lega Italiana Lotta ai Tumori, il Cna.com, il Consorzio ristoranti Modena a Tavola, Federfarma e LapamFederimpresa. L’iniziativa, nata sulla scia del concorso internazionale biennale “Smetti e Vinci”, è stata realizzata con lo scopo di fornire un motivo in più per diventare non fumatori. Era rivolta ai fumatori modenesi che hanno deciso di impegnarsi a smettere di fumare per almeno 4 settimane (dal 2 al 29 maggio 2005). Tra i premi in palio, vi erano: 2 biciclette elettriche, un soggiorno di una settimana ad Ischia, un week-end al centro benessere “La Sorgente” per 2 persone, una city bike, una cena per 2. Al concorso hanno partecipato complessivamente 150 persone.
- **“Smoke free class competition”** impegna docenti e studenti di una classe a rispettare l’astinenza dal fumo ed a discutere settimanalmente le proprie abitudini al fumo. È un progetto Europeo.
- **“Lasciateci puliti”** rivolto a studenti delle classi seconde delle scuole secondarie di primo grado per la prevenzione del tabagismo.





· **“Boy fox”** rivolto ad insegnanti e alunni delle scuole nido, d’infanzia e primarie della provincia di Modena. Lo scopo è di facilitare la promozione di comportamenti alimentari e motori sani negli alunni e nei loro familiari.

· **“I funghi: dal bosco alla tavola”** rivolto a studenti di classe quinta della scuola primaria e studenti delle scuole secondarie di primo grado della provincia. Ha lo scopo di promuovere la formazione degli studenti sui pericoli derivanti da una raccolta e dal consumo incontrollato di funghi.

· **“Verso un lavoro più sicuro”**: rivolto a docenti e studenti della scuola secondaria di secondo grado della provincia di Modena. Lo scopo del concorso è di promuovere la cultura della prevenzione negli ambienti di lavoro.

- **“Give the world”- La donazione di organi e di sangue parla le lingue del mondo**”: realizzata dall’Azienda USL, dall’AVIS e dall’AIDO provinciali a “Festival*filosofia* sulmondo” (Modena, Carpi e Sassuolo, 17-19 settembre 2004),

in collaborazione con il Comitato provinciale di Modena per la Campagna Regionale di informazione sulla donazione ed il trapianto di organi e tessuti. Lo scopo era promuovere la cultura della donazione di sangue ed organi e della salute. Per tale iniziativa è stato realizzato un kit *ad hoc* di materiale informativo composto da una locandina, una cartolina ed un opuscolo informativo sulla donazione di organi tradotto in 13 lingue. Nel corso della manifestazione, i medici dell’Azienda USL ed i volontari AIDO hanno fornito informazioni, mentre gli operatori dell’URP dell’Azienda USL, appositamente autorizzati, hanno raccolto le dichiarazioni di volontà per la donazione degli organi e dei tessuti in uno spazio riservato. Nell’area dedicata alle donazioni di sangue, i visitatori hanno potuto effettuare il test dell’emoglobina, sperimentando i vantaggi di cui possono usufruire le persone che diventano donatori. Sono stati messi a disposizione dei cittadini materiali informativi e gadget delle campagne di comunicazione della Regione, di AVIS-AIDO e dell’Azienda USL di Modena presso i punti informativi, oltre alla cartolina celebrativa dell’evento.





- **Conferenze organizzate dall’Associazione culturale *L’Incontro con l’Azienda USL di Modena***: il ciclo di sei seminari “I veri piaceri della vita”; “La salute: un bene da tutelare”, due incontri su stili di vita, alimentazione e salute. Esse sono state realizzate sulla scia di un percorso di collaborazione avviato negli anni precedenti. Il forte interesse suscitato da queste attività ha portato alla richiesta, da parte dei partecipanti, di un attivo coinvolgimento nelle iniziative di promozione della salute, tanto che è stata concordata la loro partecipazione ad un progetto per la produzione di materiali informativi per i cittadini su sani stili di vita insieme a medici di medicina generale e specialisti, pediatri, farmacisti e infermieri;

- **le Serate per la salute**: un ciclo di 6 seminari tenutosi a Pavullo per sensibilizzare la popolazione sui temi della prevenzione;

- **i Mercoledì della salute**: 3 incontri sulla salute degli anziani organizzati da SPI-CGIL, FNP-CISL, UILP-UIL e CUPLA del comune di Fiorano Modenese in collaborazione con l’Azienda USL di Modena;

- **la promozione di sani stili di vita:** ciclo di incontri presso l'AUSER di Sorbara organizzati con il Laboratorio per il Cittadino Competente – Sistema Comunicazione e Marketing dell'Azienda USL di Modena;
- **Alleniamo il corpo e la mente per invecchiare in salute:** ciclo di conferenze su tematiche di promozione della salute e stili di vita nella popolazione anziana;
- **La salute degli anziani:** ciclo di incontri organizzati a Vignola dal CUPLA con l'Azienda USL di Modena;
- **i Martedì della salute:** 4 incontri sulla salute degli anziani organizzati a Formigine da FIPAC-Confesercenti e l'Azienda USL di Modena;
- **Ma... come mangiano i nostri bambini? Sono attivi i nostri bambini:** diffusione dei dati riguardanti i risultati del "Progetto Cimone";
- **Corsi di allenamento della memoria:**
 - **Corso di allenamento della memoria 1° livello** organizzato da AUSER e Comune di Fiorano;
 - **Corsi di allenamento della memoria** organizzati da Comune di Modena, Università degli Studi di Modena ed Azienda USL.
- **Danzare, nutrirsi e crescere in salute:** spettacolo organizzato dal Distretto di Pavullo, dal Comune e dall'Azienda USL;
- **"2005: sport pulito – il doping visto dai ragazzi mirandolesi"** per la presentazione dei dati dell'indagine sull'uso di integratori e sostanze dopanti tra gli studenti delle scuole medie superiori. È stata organizzata da: Tallone d'Achille, Polisportiva "G. Pico", UISP, Consulta Comunale del Volontariato in collaborazione con I.S.S. "G. Galilei", I.I.S. "G. Luosi", Regione Emilia-Romagna - Assessorato alla Scuola, Bassa Tempi, Benvenuti Sport, AIMAG, con il patrocinio del Comune di Mirandola;
- **"Doping ...un'ombra sullo sport"**: la campagna di sensibilizzazione contro il doping che è stata realizzata dall'Azienda USL di Modena, dalle Farmacie Comunali e dal Comune di Modena nell'ambito del progetto "Tallone d'Achille". Oltre ad incontri pubblici in alcune polisportive modenesi, sono stati realizzati appositi manifesti, che sono stati esposti nelle Farmacie Comunali.

Obiettivo 5.3.4: Realizzare azioni per contrastare la cattiva informazione

- **Coerenza di informazione:** informare i cittadini in modo corretto e coerente utilizzando i canali da loro più frequentati è stato l'obiettivo perseguito nel corso del 2005.
 - Il giornale locale è letto da tutta la popolazione indipendentemente dalla fascia sociale, come dimostra la letteratura e, per questo motivo, è un utile veicolo per raggiungere tutte le persone con informazioni corrette di promozione della salute. Con "La Gazzetta di Modena" si è instaurato un rapporto di continuità per cui, dal momento in cui si è stabilito l'accordo, la domenica viene pubblicata la rubrica "La nostra salute" curata dall'Azienda USL: 76 gli articoli divulgati nel 2005.
 
 - Il progetto per la produzione di materiali su sani stili di vita ha visto direttamente coinvolti i medici di medicina generale, gli specialisti, i pediatri, i farmacisti, gli infermieri ed i cittadini per concordare una comunicazione coerente e comprensibile per la popolazione.
 

- **Campagne di informazione:**

1. **“All’interno aria pulita”**: campagna informativa attuata attraverso la realizzazione di una vetrofania per sostenere l’applicazione responsabile e consapevole della normativa che regola il fumo all’interno dei locali pubblici, entrata in vigore nel 2005.
L’iniziativa è stata realizzata dall’Azienda USL insieme alla Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori, alle associazioni imprenditoriali (ASCOM-Confcommercio, Famiglia Artigiana Modenese, CNA.com, Confesercenti, Federazione Italiana Artigiani, LAPAM Federimpresa) e di ristorazione (Consorzio Modena a Tavola);
2. **“Un aiuto dai professionisti”**: serie di iniziative (28 aprile - 4 giugno 2005) realizzate in diversi Comuni della provincia di Modena, in occasione della Giornata mondiale senza fumo e della Giornata nazionale del respiro per sensibilizzare i cittadini sull’importanza di non fumare. Le attività sono organizzate da: Azienda USL, Azienda Ospedaliero-Universitaria di Modena Policlinico, Gli Amici del Cuore di Modena, Associazione Nazionale Tumori, Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori, in collaborazione con CSA-Centro Servizi Amministrativi Scolastici di Modena, Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia, Ordine dei Medici Chirurghi e degli Odontoiatri di Modena, medici di medicina generale e pediatri di libera scelta, Ordine dei Farmacisti di Modena, con il patrocinio della Provincia di Modena. Tra le numerose attività realizzate si citano: la consulenza tabaccologica per fumatori e familiari; il test del monossido di carbonio; i consigli dei medici di medicina generale per smettere di fumare; la mostra degli elaborati degli studenti nell’ambito del progetto per le scuole “Lasciateci Puliti”;
3. **“Meno alcol più salute”**: realizzata nell’ambito della campagna di prevenzione nazionale dei rischi e dei problemi legati al consumo di bevande alcoliche (Modena, 2 maggio 2005). È stato allestito uno stand con volontari dell’Associazione ACAT, personale dell’Azienda USL e di Modena Soccorso, della Polizia Municipale e del Comune di Modena; è stato distribuito materiale informativo, sono state eseguite dimostrazioni di interventi in emergenza ed è stata offerta la possibilità di effettuare la prova dell’etilometro;
4. **“Conta i bicchieri perché contano”**: venti iniziative realizzate in aprile a Modena e provincia, in occasione del mese di prevenzione nazionale dei rischi e dei problemi legati al consumo di alcol. Sono state organizzate dai Centri alcologici dell’Azienda USL di Modena, dalla Provincia di Modena, dalla Società Italiana di Alcolologia, dai Comuni della provincia di Modena, da A.A.-Alcolisti Anonimi, da C.a.t.-Club Alcolisti in Trattamento e da Al-Anon-Speranza e aiuto per familiari e amici di alcolisti. Tra le iniziative messe in atto per invitare ad adottare uno stile di vita salutare, rientrano: conferenze, incontri con gli studenti, film, gare sportive e test con l’etilometro;
5. il **“Villaggio della prevenzione”** (nel maggio 2005 a Modena e a luglio 2005 a Montecreto) organizzato da Ilcestdiciliege onlus in collaborazione con



l'Azienda USL di Modena, l'Azienda Ospedaliero-Universitaria di Modena per sensibilizzare sulla diagnosi precoce dei tumori al seno;

6. la **“Settimana europea contro il cancro”**organizzata in collaborazione con l'Educazione alla Salute e la LILT e che ha illuminato di colore rosa diversi monumenti delle città della provincia di Modena per ricordare alle donne di aderire alle campagne di screening;
7. la **“Giornata della salute”** (17 aprile 2005) a cura del Comune di Fiorano Modenese - Assessorato alle Politiche della Salute, con la collaborazione di: Azienda USL - Distretto ed Ospedale di Sassuolo, AIDO, ACAT, Amici del Cuore, AVF, AVIS e Associazione Ridere per Vivere. Tra le iniziative che si sono svolte nel corso della giornata si è parlato della prevenzione attraverso l'adozione di sani stili di vita, l'Azienda USL ha allestito uno stand informativo per la prevenzione delle malattie cardiovascolari, sono stati effettuati controlli gratuiti della glicemia, della colesterolemia e della pressione arteriosa a cura della Associazione Amici del Cuore di Modena, sono stati offerti assaggi di bruschette per testimoniare come sia possibile coniugare i principi di una sana alimentazione con il mantenimento delle tradizioni locali;
8. **Promozione di una cultura della donazione:** tema ricorrente delle campagne di comunicazione. Rispetto alle ordinarie competenze degli URP circa le informazioni ai cittadini, la raccolta delle dichiarazioni di volontà comporta una diretta competenza e responsabilità di ogni operatore abilitato, sia nell'immissione dei dati nel sistema, sia circa la loro completezza e veridicità (le dichiarazioni sono sottoscritte dall'addetto URP), sia, infine, nell'archiviazione;
9. **Altre campagne realizzate nel 2005 hanno riguardato:** insufficienza renale; nuova ricetta/codice fiscale; volontariato/servizio civile; screening colon retto; donazione organi; l'Emilia Romagna contro il dolore; “Che caldo che fa”; donazione di sangue; spina bifida; vaccinazione antinfluenzale; abbandono neonati.
Il materiale è stato di produzione esclusivamente aziendale, ad integrazione dei prodotti informativi regionali o realizzato in sinergia con altri enti (Comune di Modena, Inps, Provincia), per un totale di circa 242.000 strumenti informativi diffusi.

Obiettivo 5.3.5: Sperimentare condizioni che facilitino la comunicazione tra i pazienti (famigliari, Associazioni) e gli operatori.

- **“Il catetere vescicale” - Quaderni di educazione terapeutica per i pazienti ed i loro famigliari:**
opuscolo realizzato dall'ADI del Distretto di Modena e di Castelfranco Emilia per supportare i famigliari a gestire, nella quotidianità, il catetere vescicale. L'opuscolo è stato validato dai famigliari dei pazienti, che si sono espressi positivamente nei confronti del quaderno *perché li aiuta a vedere quali sono i problemi e li guida alla possibile soluzione quando l'infermiere non c'è.*

5.4 La comunicazione per le scelte di interesse per la comunità

Obiettivo 5.4.1: Mettere in opera azioni e studi per comprendere i bisogni dei cittadini

- **“La Nostra Farmacia di casa”**: una ricerca-azione partecipata condotta nel Distretto di Carpi con la partecipazione dei cittadini. Il gruppo cardiovascolare del Piano per la Salute (PPS) della provincia di Modena ha sollecitato interventi specifici territoriali nella ricerca di risposte percorribili in un settore specifico dell’universo tematico delle disuguaglianze sanitarie. Scopo del lavoro è stato descrivere in rapporto al livello socio-economico il tipo di farmaci presenti negli armadietti di casa e identificare quali siano gli attori, sanitari e non, che hanno influenza sul loro acquisto.



Foto della Ghirlandina di Modena illuminata di rosa in occasione della campagna “Nastro rosa” per sensibilizzare sull’importanza degli screening oncologici femminili.

Obiettivo 5.4.2: Mettere i cittadini competenti nelle condizioni di poter effettuare scelte prioritarie nelle politiche sanitarie

Per favorire la condivisione e la partecipazione dei cittadini al PPS ed alle sue iniziative, nel 2005, sono state potenziate le attività di comunicazione, affrontando tematiche inerenti a: la promozione della salute, la definizione del PPS, la sua organizzazione, il suo percorso di pianificazione e di sviluppo operativo nonché i risultati conseguiti. Come negli anni precedenti, le attività di comunicazione sono state rivolte sia alla cittadinanza, nel suo complesso o per gruppi specifici, sia ai cosiddetti “cittadini competenti” che, per il ruolo che ricoprono all’interno della società, possono influenzare le scelte di salute.

“Obiettivi di salute del PPS in provincia di Modena”: opuscolo informativo rivolto ai cittadini. La predisposizione di questo materiale è stata curata dall’Azienda USL (Sistema Comunicazione e Marketing) ed è frutto di un processo di condivisione con diversi partner del PPS. Partendo da una breve analisi dello stato di salute, vengono illustrate le aree prioritarie d’intervento del PPS e le linee d’azione generali di sviluppo per ognuna di esse. Nell’opuscolo è stato utilizzato un linguaggio semplice che, evitando termini tecnici, vuole risultare di facile comprensione per i cittadini. È stato realizzato in versione cartacea e reso disponibile on line sul sito del PPS.



“Presentazione dell’Azienda USL di Modena”: è stata pubblicata nel 2005, la seconda edizione. Lo scopo di questo prodotto è far conoscere, sia al proprio interno che all’esterno, l’organizzazione, i servizi, i numeri e le attività dell’Azienda.



“Sito Internet ed Intranet del PPS” (www.ausl.mo.it/pps): ne è stata condivisa e definita la riorganizzazione e ne è stata inoltre pianificata la tempistica di implementazione con relativa stima dei costi. La ricca articolazione del sito e l’elevato numero di informazioni e materiali in esso contenuti hanno infatti reso necessaria una sua revisione, al fine di favorirne la fruibilità da parte sia della popolazione che degli operatori. È proseguita l’attività di aggiornamento permanente del sito, per quanto riguarda sia le attività che i documenti ufficiali prodotti.



Obiettivo 5.4.3: Realizzare azioni per migliorare l’immagine dell’Azienda

L’Azienda identifica nella sua partecipazione a fiere specializzate e di rilievo nazionale un momento di confronto e di stimolo e un elemento di importante visibilità del proprio operato.

Fiere nazionali	
Civitas	Padova, 6-8 maggio 2005
Forum P.A.	Roma, 9-13 maggio 2005
Ambiente e Lavoro	Bologna, 13-15 settembre 2005
Sicura	Modena, 29 settembre-1 ottobre 2005
COM-P.A.	Bologna, 3-5 novembre 2005, il Salone europeo della comunicazione pubblica dei servizi al cittadino ed alle imprese
Forum Sanità Futura	Cernobbio, 7-10 novembre 2005
Rimat	Modena, 19 novembre 2005
Aza Mataotra	Modena, 16-18 dicembre 2005
Fiere locali	
Maratona d’Italia	Carpi, 15-16 ottobre 2005
Festival del gusto	Modena, 22-23 ottobre 2005
Skipass	Modena, 29 ottobre-1 novembre 2005
Fiere di ottobre	Sassuolo, mese di ottobre 2005

Obiettivo 5.4.4: Realizzare azioni per contrastare la cattiva informazione su problemi rilevanti di salute

- **Mezzi di comunicazione di massa:** ne è stato potenziato l’utilizzo. Si è rafforzato, soprattutto, il rapporto con i mezzi di comunicazione locale:
 1. la pagina della salute sulla Gazzetta di Modena. I principali partner dell’iniziativa sono: l’Azienda USL, la Gazzetta di Modena, la LILT, l’Università di Modena e Reggio Emilia, lo IAL - Scuola Alberghiera e di Ristorazione di Serramazzoni, Agenda 21 della Provincia di Modena e l’ARPA; il progetto si avvale inoltre della prestigiosa collaborazione del direttore della rivista “Janus”;
 2. la campagna di pubblicità sociale “La salute in tavola” per promuovere una sana alimentazione nei bambini. Si tratta di 1.400 comunicati mandati in onda

su Modena Radio City nell'arco di 6 mesi (15 novembre 2004 – 15 aprile 2005); la campagna è stata inoltre veicolata e promossa attraverso il settimanale gratuito "Vivo Modena". L'iniziativa è stata realizzata grazie alla collaborazione di Modena Radio City, Azienda USL, Comune di Modena, Università di Modena e Reggio Emilia e si è avvalsa del contributo di Conad.

- **Informazione scientifica diretta ai medici di famiglia:** il Ce.V.E.A.S. (Centro per la Valutazione dell'Efficacia dell'Assistenza Sanitaria) in collaborazione con il Dipartimento Farmaceutico ed il Dipartimento di Cure Primarie produce i cosiddetti Pacchetti Informativi allo scopo di mantenere aggiornati i medici di medicina generale sulle evidenze scientifiche emerse dalla letteratura in ordine a tematiche di particolare rilievo terapeutico. Sono stati realizzati nel 2005 i Pacchetto Informativo del Ce.V.E.A.S.:
 - n.11 Terapia ormonale sostitutiva in menopausa. Qualcosa è cambiato;
 - n.12 Anti-cox2 e infarto del miocardio. Un effetto di classe;
 - n.13 Statine in prevenzione primaria. A chi sono utili?
 - n.14 Omega3. Quale ruolo in terapia.

Obiettivo 5.4.5: Creare le condizioni opportune per realizzare processi di comunicazione sul rischio con la partecipazione dei cittadini interessati

- **il Programma di screening per i tumori del colon retto:**



La comunicazione che l'Azienda USL Modena attiva con il singolo cittadino si scandisce con le seguenti modalità:

1. lettera "Perché lo screening" con pieghevole regionale
2. lettera con 1° invito ad aderire allo screening e Kit per l'adesione
3. eventuale 2° invito sollecito (per i "non responders")
4. eventuale richiamo per ragioni "tecniche" se il campione fosse inadeguato
5. comunicazione esito FOBT:
 - postale per esito "negativo"
 - diretta telefonica per i positivi con invito al 2° livello.

Data la complessità della comunicazione del rischio si sta avviando un progetto *ad hoc*.

Obiettivo 5.4.6: La gestione delle emergenze sanitarie.

Intervenire prontamente quando si verificano le emergenze sanitarie è un obiettivo importante per l'Azienda in quanto:

- a. consente di evitare manifestazioni di panico fra la popolazione;
- b. permette di circoscrivere tempestivamente l'evento.

Alle emergenze sanitarie di risalto nazionale ed internazionale (SARS) si aggiungono gli eventi locali sui quali l'Azienda è intervenuta.

- **L'influenza Aviaria:**

Integrazione e coordinamento delle attività di promozione della vaccinazione:

- è stato attivato un tavolo di lavoro provinciale;
- è stato attivato un gruppo di coordinamento interno all'Azienda USL;
- sono state presentate le attività dell'Azienda USL sulla vaccinazione all'Ufficio di presidenza della CTSS.



Campagna informativa della Regione Emilia Romagna:

- è stato distribuito l'opuscolo regionale alle famiglie modenesi da parte della Regione Emilia Romagna;
- sono stati distribuiti i materiali regionali dall'Azienda USL e dall'Azienda Ospedaliero-Universitaria 26.500 opuscoli e 1.800 locandine;
- sono stati coinvolti dall'Azienda USL i centri commerciali ("I Portali" e "La Rotonda") e Coldiretti a cui sono state distribuite le locandine regionali.

Materiali realizzati e distribuiti dall'Azienda USL e dall'Azienda Ospedaliero-Universitaria ad integrazione della campagna regionale:

- oltre 3.700 cartoline e 500 locandine per i dipendenti delle due Aziende Sanitarie;
- più di 17.300 cartoline agli operatori servizi pubblici;
- circa 6.600 cartoline ad allevatori ed operatori a contatto con animali.



Numero Verde del Servizio Sanitario Regionale:



- sono state predisposte la scheda sulla campagna influenzale e faq che riguardano anche influenza aviaria e pandemia;
- sono stati individuati i referenti interni (un medico igienista ed un veterinario) per rispondere a richieste informative particolarmente complesse.

Lettere/note informative:

- sono state redatte 9 lettere di sensibilizzazione/note informative da parte dei Direttori di Distretto e del Direttore del Dipartimento di Sanità Pubblica a: allevatori, macellatori, trasportatori di animali e guardiacaccia; strutture protette, IPAB, Ditte Coop, Forze dell'Ordine e Comando dei Carabinieri, ARPA, Associazioni di Volontariato e Organizzazioni Sindacati Pensionati;
- è stata predisposta una nota informativa sull'influenza aviaria dal Dipartimento di Sanità Pubblica;
- sono state scritte 3 lettere di sensibilizzazione ai Servizi dell'Azienda USL da parte dei Responsabili delle Macrostrutture ed allestiti punti vaccinali per i dipendenti.



Incontri con Associazioni di categoria:

- l'Azienda USL ha garantito la propria disponibilità ad incontrare le Associazioni di categoria delle persone esposte per motivi occupazionali al contatto con animali.



Iniziative locali:

- è stata attuata un'iniziativa dai MMG di Medolla: un adesivo sulle buste della spesa ed un incontro con la cittadinanza;
- si è realizzato un ciclo di 4 incontri per i cittadini nel Distretto di Vignola;
- si è avviata (15 novembre) una serie di incontri nel Frignano.



Articoli:

- sono stati pubblicati 19 articoli sulla stampa locale sulla vaccinazione antinfluenzale in provincia di Modena; 4 articoli sui periodici delle Aziende sanitarie per i dipendenti ("NoiUSL" e "Pass");
- sono stati realizzati 4 comunicati stampa (di cui 2 sulla vaccinazione e 2 sull'influenza aviaria) da parte dell'Azienda USL e diffuso 1 articolo per la pubblicazione sui giornali degli Enti Locali.

Fiere:

- si è discusso di influenza aviaria a Sicura "Sicurezza alimentare produttori, controllori, consumatori in convention".



• La legionella

La legionellosi è una malattia respiratoria acuta, che può evolvere anche in modo grave. Nel corso del 2004, in provincia di Modena, sono stati segnalati dodici casi, uno dei quali ha comportato il decesso del malato. Nel 2005 per approfondire tecnicamente e scientificamente le attuali conoscenze in tema di fattori di rischio e prevenzione della Legionellosi, il Dipartimento di Sanità Pubblica ha organizzato un seminario.

• La TBC

Nel corso del primo semestre del 2005 si sono verificati 31 casi di TBC (25 TB polmonari e 6 extrapolmonari). Si presta molta attenzione affinché la persona affetta venga curata e non stigmatizzata. È importante, per questo motivo, l'incontro col personale, la mappatura della situazione e la comunicazione con le persone che sono entrate in contatto con il malato.

Nelle strutture protette si è avviato un percorso sia di prevenzione della TBC che di cura delle persone che possono aver contratto questa patologia.

Il servizio di Educazione alla Salute ha prodotto materiale informativo in diverse lingue su questo tema.

- **L'Osservatorio Provinciale sull'infezione da HIV**

In alcune regioni e province italiane, fra le quali Modena, dai primi anni '80 si sono attivati sistemi autonomi di sorveglianza dell'infezione da HIV che forniscono, seppure a livello locale, risultati di grande interesse nel monitoraggio dell'epidemia. A livello europeo, del resto, è stato dimostrato come lo strumento fondamentale per il monitoraggio dell'HIV sia la sorveglianza dell'infezione da HIV (intesa come stato di sieropositività).

Obiettivo 5.4.7: Nuovi percorsi per la promozione della salute

- **Il progetto "Distribuzione automatica degli alimenti":**

realizzato dall'Azienda USL e da Buonristoro con il patrocinio dell'Unione Industriali Modena. Lo scopo è favorire l'adozione di sani stili di vita (alimentazione, attività motoria, donazione) attraverso una serie di interventi presso i distributori automatici di alimenti presenti



in alcune imprese modenesi, nonché nell'Università degli Studi.

Il progetto, la cui fase operativa è iniziata a partire dal mese di maggio 2005, è una sperimentazione che ha avuto una durata di 6 mesi. Si articola nelle seguenti attività:

- di informazione e sensibilizzazione attraverso:
 - l'utilizzo nei distributori automatici di bicchieri di plastica con brevi messaggi sull'importanza di sani stili di vita.

Si tratta di circa 450.000 bicchieri (150.000 per ognuno dei tre temi del progetto);

- l'animazione del "punto vendita" con: un adesivo da apporre sul pavimento per favorire l'individuazione del distributore con gli alimenti salutari e per stimolare l'interesse dei destinatari del progetto; l'utilizzo di adesivi sui prodotti salutari, per renderli facilmente distinguibili rispetto a quelli tradizionali;
- la realizzazione di locandine sul progetto e su sani stili di vita poste su un *display* vicino al distributore;
- l'offerta degli alimenti salutari attraverso i distributori automatici. Essi sono stati individuati sulla base di: la ricognizione dei prodotti che Buonristoro può offrire tramite la propria catena di distribuzione; le valutazioni tecniche sugli aspetti nutrizionali effettuate dagli operatori dell'Azienda USL (Servizio di Igiene degli Alimenti e della Nutrizione - Dipartimento di Sanità Pubblica); i risultati di 2 *focus group* realizzati con campioni di soggetti individuati come destinatari del progetto per rilevare le loro esigenze/preferenze.

- L'attivazione di contatti con l'Unione Industriali di Modena per la predisposizione di un progetto volto a favorire l'adozione di sani stili di vita nel mondo del lavoro, pianificato nel secondo semestre del 2005 e con la diretta partecipazione del gruppo Giovani imprenditori. I principali risultati di queste attività di coinvolgimento sono stati lo sviluppo di una maggiore attenzione ai temi della prevenzione e della promozione della salute da parte dell'Unione Industriali, con la realizzazione di una conferenza stampa (Modena, 19 maggio 2005).

- **il Concorso Marketing Sociale per la salute:**

Nel 2005 è stata realizzata la seconda edizione del concorso "Marketing per la salute", nato con lo scopo di valorizzare e stimolare la realizzazione di progetti di promozione della salute che prevedono l'utilizzo dei principi del marketing sociale. Il premio si propone infatti di dare visibilità ai progetti che si sono maggiormente contraddistinti, oltre che per lo spirito creativo ed il carattere innovativo, per il rigore scientifico nello sviluppo di strategie di promozione della salute modulate sulla base dei bisogni e delle caratteristiche specifiche dei gruppi target e secondo le tradizionali fasi del marketing (analitico, strategico ed operativo).

La premiazione si è svolta il 4 novembre 2005 a Bologna in occasione di COM-P.A. - Salone europeo della comunicazione pubblica dei servizi al cittadino ed alle imprese.



5.5 La comunicazione interna aziendale

La Direzione generale presidia direttamente la dimensione politico-strategica dell’Azienda; governa il livello gestionale-operativo attraverso il sistema delle posizioni organizzative della struttura, in particolare con i ruoli di staff e di linea direttamente dipendenti, il Collegio di Direzione ed il Consiglio dei Sanitari.

La Legge n. 150 del 2000 chiarisce, peraltro, che “la comunicazione istituzionale non è solo quella esterna volta all’erogazione dei servizi, ma anche quella interna realizzata in ciascun Ente al fine di facilitare l’organizzazione della struttura per ottimizzare la diffusione dell’informazione: la comunicazione è strategica.” Comunicare all’interno dell’Azienda significa, quindi, darne la visione strategica, governare il sistema di relazioni della struttura con il contesto istituzionale e socio-economico di riferimento.

La comunicazione interna deve:

- ascoltare le esigenze informative delle diverse comunità professionali che agiscono nella stessa Azienda;
- fornire loro gli strumenti e gli spazi per scambiare esperienze e sviluppare conoscenze;
- facilitare i processi fornendo strumenti che migliorino il passaggio delle informazioni;
- accrescere il senso di appartenenza all’Azienda offrendo strumenti per condividerne la missione, la visione e i valori di riferimento.

• I canali di comunicazione:

A. Verbale:

- **Contatti interpersonali:** momenti istituzionali deputati al confronto e comunicazione che avvengono nelle riunioni di Staff con il Direttore Generale, con il Direttore Sanitario, con il Direttore Amministrativo, con le Macrostrutture, nel Coordinamento dei Distretti; gruppi di lavoro – monodisciplinari, multidisciplinari – su tematiche particolari (protocolli, percorsi assistenziali, ecc.).
- **Valutazione del personale:** il momento della valutazione è molto importante per le possibilità di confronto e di crescita professionale e interpersonale che essa offre. L’Azienda realizza una gestione “meritocratica” del personale a tutti i livelli, adottando sistemi di valutazione delle posizioni organizzative e delle prestazioni professionali equi e trasparenti. I fattori di valutazione delle prestazioni fanno riferimento al raggiungimento dei risultati previsti in sede di programmazione e alle capacità professionali espresse rispetto alle competenze previste per ricoprire il ruolo assegnato. I criteri di valutazione e di “pesatura” delle posizioni organizzative e di definizione delle strutture semplici e delle strutture complesse fanno riferimento ai seguenti fattori:
 - la discrezionalità, intesa come autonomia richiesta per gestire i “compiti” assegnati;
 - l’influenza sui risultati, intesa come qualità del contributo fornito al raggiungimento degli obiettivi;
 - la dimensione, intesa come volumi produttivi e quantità di risorse gestite;
 - il *problem solving*, inteso come capacità di identificare soluzioni professionali e gestionali efficaci;

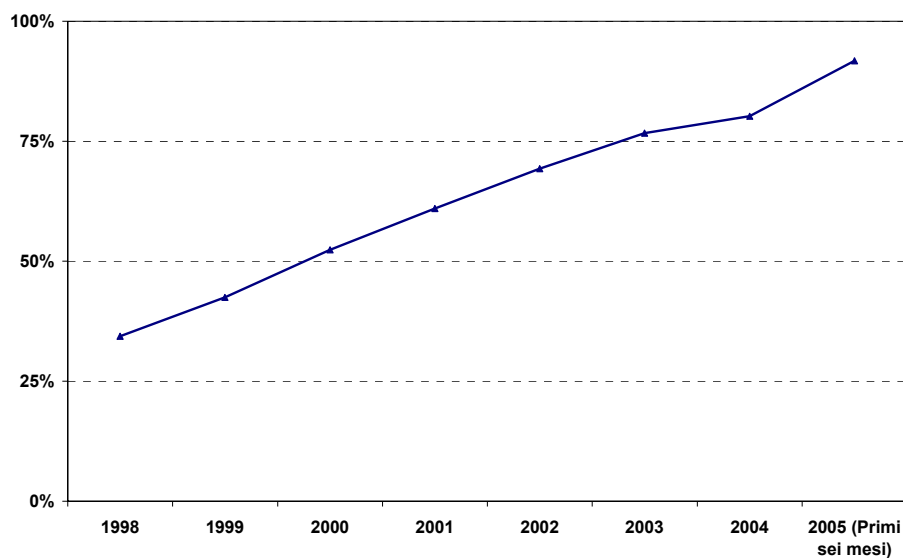


- e. le competenze professionali e manageriali richieste per presidiare i processi assegnati.
- **Percorso di Budgeting:** è uno degli elementi costitutivi della comunicazione interna perché, attraverso il percorso di condivisione delle linee strategiche da parte delle varie articolazioni aziendali, consente la negoziazione delle priorità in ordine ai vincoli economici.
 - **Relazioni sindacali:** in quanto strumento per la corretta gestione dell'informazione, della contrattazione integrativa aziendale, della concertazione e della consultazione in riferimento alla contrattazione collettiva; elemento di confronto per la migliore definizione dei programmi di tutela e promozione della salute, che richiedono percorsi di analisi e di valutazione adeguati al grado di complessità sviluppato dalla società che si avvale dei servizi erogati.
 - **Gestione dei Reclami:** la risposta che viene fornita all'utenza, quando esprime malcontento per la prestazione ricevuta, è il punto di arrivo di un percorso che ha coinvolto la/le Unità Operativa/e coinvolta/e per: valutare che cosa è accaduto e che cosa è necessario modificare, al proprio interno, perché il disagio non si ripeta.

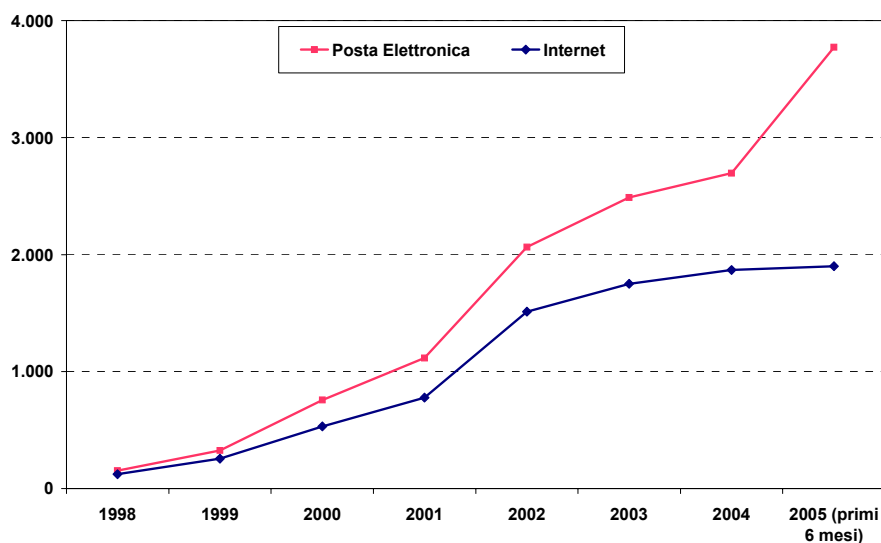
B. Informatico:

- **Personal Computer:** il 90% dei dipendenti ha a disposizione un Personal Computer; ognuna delle 82 sedi aziendali della provincia è collegata in rete e quindi da ogni ufficio, da ogni ambulatorio, da ogni reparto è possibile accedere alle medesime banche dati contribuendo, così, a fornire un servizio omogeneo e di qualità anche dalle sedi più remote o decentrate.

Percentuale di PC in rapporto ai dipendenti – trend anni 1998-2005



- **Posta Elettronica:** il numero di utenti con posta elettronica ed accesso ad internet è notevole.



- **Banca dati aziendale:** è a disposizione degli operatori della rete URP e costituisce un importante strumento di comunicazione interna.
- **Banca dati scientifica:** la biblioteca del Ce.V.E.A.S. è al servizio di tutti gli operatori dell'Azienda USL di Modena e mette a disposizione circa 130 periodici in formato cartaceo, un centinaio di monografie e banche dati. Dal 2004 ha attivato un nuovo servizio per la consultazione delle riviste on line: TdNet.
- **Protocollo informatico:** l'Azienda per il protocollo informatico usa l'applicativo Nadir.
- **Intranet:** è un importante supporto alle Unità Operative ed ai Servizi aziendali.
- **Internet:** sito Azienda www.ausl.mo.it; www.saperidoc.it.
- **InfoDSP:** è la newsletter sulle attività del Dipartimento di Sanità Pubblica rivolta ai dipendenti del Dipartimento ed ai Direttori di Distretto.
- **Area Storage:** *magazzino* delle informazioni per i MMG (report farmaceutici, delibere, ecc.).

C. Scritto:

- **Delibere, Circolari, Decisioni:** atti istituzionali per l'organizzazione ed il funzionamento dell'Azienda, resi disponibili anche da intranet.
- **Presentazione Azienda USL:** strumento non solo di comunicazione esterna, ma anche interna perché consente a tutti i dipendenti di comprendere/conoscere sia le modalità attraverso le quali l'Azienda persegue gli obiettivi di salute che la complessità organizzativa.
- **NoiUSL:** è il mensile aziendale, inviato in busta paga agli oltre 5.000 dipendenti, contenente informazioni sulle principali tematiche inerenti alla salute e le attività dell'Azienda USL.
- **Bacheche dei servizi:** utili per divulgare informazioni anche sulle attività aziendali e sindacali.
- **Rassegna stampa:** ottenuta tramite la selezione e la preparazione degli articoli locali e nazionali più significativi inerenti alla salute e la sanità.