Presentazione

Il Bilancio di Missione dell'Azienda USL di Modena è giunto alla sua terza edizione. Il documento, pur mantenendosi fedele all'impianto del 2006, cerca di mostrare quanto la sinergia fra azioni e strategie sia stata importante per perseguire gli obiettivi aziendali 2007.
Nell'edizione di quest'anno, si è preservata l'impostazione generale, che trova un suo punto di forza nell'abbondanza di dati e di informazioni concernenti sia l'Azienda sia il contesto in cui la stessa opera. Si è optato, invece, per un nuovo progetto grafico, che utilizza una ricca gamma di colore per rendere più immediata e accattivante la lettura. In una logica di snellimento e fluidità dei contenuti, si è cercato di evitare le ripetizioni di argomenti simili ricorrendo o a rimandi alle sezioni di completa trattazione o ad una suddivisione sfaccettata dei diversi aspetti descrittivi del medesimo argomento.
Ugualmente, i contenuti non soggetti a variazione e, ormai, patrimonio dei lettori sono stati, a seconda dei casi, abbreviati oppure eliminati. Un esempio è il ciclo della programmazione aziendale, già compiutamente descritto negli anni precedenti, in questa edizione sintetizzato, con postille di richiamo ai bilanci precedenti.

Possiamo affermare che il Bilancio di Missione 2007 è stato stilato nel rispetto delle linee guida regionali (ivi comprese quelle più recenti che hanno arricchito la seconda sezione, evidenziando le politiche aziendali a favore dell'ambiente e risparmio energetico, e parzialmente modificata la sezione dedicata a Ricerca e Innovazione); soltanto per illustrare alcune peculiarità della nostra Azienda ci si è dovuti, lievemente, scostare dalle indicazioni regionali come, del resto, già avvenuto nelle precedenti edizioni.
Il calcolo degli indicatori è stato effettuato utilizzando, di norma, i dati messi a disposizione dalla Regione per renderli confrontabili con quelli regionali.

Infine, la settima sezione tratta i due temi che per l'Azienda sono stati, nel 2007, particolarmente significativi:
- il varo della nuova Carta dei Servizi, strumento principe di comunicazione e informazione dei cittadini;
- l'avvio di un percorso strutturato di programmazione, di budgeting e di valutazione nell'ambito dei servizi amministrativi, esperienza piuttosto innovativa che ha necessitato di tutoraggio da parte di un soggetto specializzato in materia.

Ripercorsa sommariamente struttura e forma della versione integrale del Bilancio di Missione 2007, consapevole che la sua diffusione e fruizione oltre che un dovere è un diritto per i diversi stakeholder, segnalo che anche quest'anno, a tal fine, ci si avvarrà di un agile documento di sintesi contenente i principali indicatori e risultati.
Il folder verrà stampato in alcune migliaia di copie e ci si auspica che faccia da volano per la lettura del documento completo. Quest'ultimo sarà disponibile in formato cartaceo e sulle pagine web dell'Azienda.

Concludo soffermandomi su due aspetti di particolare rilevanza: il coinvolgimento di più stakeholder e il ruolo del Bilancio di Missione:
- in ordine al primo, si è confermata la volontà di destinare il presente lavoro non soltanto agli stakeholder istituzionali (Regione e Conferenza Sociale e Sanitaria), ma anche a quelli non istituzionali, individuati anzitutto nei numerosi soggetti che rappresentano la società civile (organizzazioni di volontariato, associazioni di categoria/famigliari, fondazioni bancarie, partner privati ecc.), a cui si aggiungono quei singoli cittadini interessati ad approfondire l'argomento. Il Bilancio di Missione va, inoltre, divulgato fra il personale interno in quanto strumento adeguato a far acquisire una visione complessiva dell'Azienda e del contesto in cui si lavora;
- rispetto al secondo, è ormai definitivamente assodato che il Bilancio di Missione non sostituisce né in tutto né in parte altri documenti previsti dalla normativa nazionale e regionale, *in primis* il Bilancio d'esercizio, ma li completa in quanto diversi sono i contenuti e le finalità. Sicuramente utile è la funzione di verifica che la stesura di questo Documento comporta per le varie componenti aziendali, compresa la Direzione, tenute ad interrogarsi sul raggiungimento o meno di obiettivi e attività poste in essere nell'anno di riferimento.

L'Azienda non può che considerare il Bilancio di Missione una espressione matura e un segmento importantissimo del ciclo di programmazione e di controllo a livello aziendale, di singola struttura e unità operativa.
Non mi resta che augurarvi una buona lettura.

Giuseppe Caroli
Direttore Generale Azienda USL di Modena

Contesto di riferimento 1

Profilo aziendale 2

Obiettivi e strategie aziendali 3

Condizioni di lavoro, competenze del personale ed efficienza dell'organizzazione 4

Sistemi di Relazioni e Strumenti di Comunicazione 5

Ricerca e Innovazione 6

Obiettivi specifici di particolare rilevanza istituzionale 7

Indice

Presentazione del Direttore Generale *3*

1. Contesto di riferimento 9

Guida alla lettura **9**
1.1 Territorio 10
1.2 Ambiente 11
1.3 Popolazione 12
1.4 Condizioni socio-economiche 21
1.5 Osservazioni epidemiologiche 28
1.5.1 Mortalità generale *28*
1.5.2 Morbosità *42*
1.6 Stili di vita 45
1.7 Sicurezza 47

2. Profilo aziendale 51

Guida alla lettura **51**
2.1 Sostenibilità economico, finanziaria e patrimoniale 54
2.1.1 Sostenibilità economica *54*
2.1.2 Sostenibilità finanziaria *61*
2.1.3 Sostenibilità patrimoniale *63*
2.1.3.1 Investimenti realizzati con formule contrattuali innovative *67*
2.1.3.2 Partecipazioni societarie *67*
2.2 Impatto sul contesto territoriale 68
2.2.1 Impatto economico *68*
2.2.2 Impatto sociale *71*
2.2.3 Impatto culturale *73*
2.2.4 Impatto ambientale *75*
2.3 Livelli Essenziali di Assistenza 82
2.3.1 Costi *82*
2.3.2 Assistenza collettiva in ambiente di vita e di lavoro *84*
2.3.3 Assistenza distrettuale *89*
2.3.4 Assistenza ospedaliera *104*
2.3.5 Qualità dell'assistenza *106*

3. Obiettivi e strategie aziendali 111

Guida alla lettura **111**
3.1 L'Azienda USL di Modena: valori, finalità e strategie 113
3.2 Linee strategiche aziendali per l'anno 2007 114
3.3 Sistema circolare di pianificazione e controllo 123
3.3.1 Il modello di pianificazione e controllo *123*
3.3.2 I livelli e gli strumenti di pianificazione e programmazione *124*
3.4 Centralità del cittadino 125
3.4.1 Partecipazione del cittadino alla definizione delle prestazioni, dell'organizzazione ed alla valutazione dei servizi *125*
3.4.2 Impegno per l'umanizzazione dei servizi *128*
3.4.3 Innovazioni in tema di comunicazione (organizzazione/comunità, paziente/professionista) *129*
3.5 Partecipazione degli Enti Locali alla programmazione sanitaria 131
3.6 Universalità ed equità di accesso 137
3.7 Qualità dell'assistenza ed efficienza gestionale 160

4. Condizioni di lavoro, competenze del personale ed efficienza dell'organizzazione 197

Guida alla lettura **197**

4.1. La "Carta d'identità" del personale 199

4.1.1 Partecipazione dei professionisti all'individuazione delle strategie aziendali e alla gestione operativa 205

4.1.2 Gestione del rischio e sicurezza degli operatori 206

4.1.3 Ridefinizione dei ruoli professionali in relazione allo sviluppo delle strategie aziendali 212

4.1.4 Sistema di valutazione delle competenze e sistemi premianti 218

4.1.5 Formazione 220

4.1.6 Sistema informativo del personale 226

4.1.7 Struttura delle relazioni con il personale dipendente e le sue rappresentanze 228

4.1.8 Promozione della salute e del benessere psico-fisico dei dipendenti 230

4.1.9 Facilitazioni per i dipendenti 233

5. Sistemi di Relazioni e Strumenti di Comunicazione 237

Guida alla lettura **237**

5.1. Premessa 238

5.2. La Comunicazione Sanitaria 240

5.2.1 La comunicazione per l'accesso ai servizi 240

5.2.2 La comunicazione sanitaria rivolta a specifici gruppi di popolazione 241

5.2.3 La Formazione degli operatori per comprendere i bisogni dei cittadini e orientare la domanda di prestazioni 242

5.2.4 La valutazione dei servizi da parte dei cittadini 244

5.3. La Comunicazione per la Salute 246

5.3.1 Fumo 246

5.3.2 Alcol 247

5.3.3 Alimentazione, movimento, prevenzione cardiovascolare 248

5.3.4 AIDS 251

5.3.5 Screening 252

5.3.6 Donazione 253

5.3.7 I mass media e la comunicazione per la salute 253

5.3.8 I temi della promozione della salute in "Altri Luoghi" 253

5.3.9 La comunicazione per la promozione della salute nella comunità 255

5.3.10 Fiere 256

5.3.11 Riconoscimenti 256

5.3.12 Partecipazioni 257

5.4 La Comunicazione interna aziendale 258

6. Ricerca e Innovazione 261

Guida alla lettura **261**

6.1 Creazione dell'infrastruttura per la ricerca e innovazione 263

6.2 Sviluppo di un ambiente culturale favorevole 269

6.3 Garanzie di trasparenza 270

7. Obiettivi specifici di particolare rilevanza istituzionale 279

Guida alla lettura **279**

7.1 La seconda edizione della Carta dei Servizi dell'Azienda Usl di Modena 280

7.2 Il programma di sviluppo dell'Area Amministrativa Aziendale 287

Conclusioni 295