

5. Sistema di relazioni e strumenti di comunicazione

5.1 La comunicazione per l'accesso ai servizi

5.1.1 Ufficio Relazioni con il Pubblico (URP)

All'Ufficio Relazioni con il Pubblico (URP) sono affidate una molteplicità di funzioni inerenti la relazione e la comunicazione all'utenza. Ad esso fanno capo tutte le attività del Piano-programma aziendale di ascolto e coinvolgimento di cittadini, comunità e professionisti e di azioni di miglioramento (vedi anche Sezione 3, par. 3.3.1).

L'URP gestisce la relazione diretta con i cittadini, le segnalazioni, la mediazione del conflitto ed attraverso ogni strumento disponibile si dedica all'ascolto dei cittadini, perché lo stesso sappia tradursi sia in una risposta diretta sia in un miglioramento generale delle attività aziendali, in linea coi bisogni rilevati e, ancora, in un *empowerment* dell'utenza esterna e interna.

5.1.2 Carta dei Servizi

Le Carte dei Servizi delle Unità Operative vengono aggiornate ogni qualvolta subentrino modifiche. La struttura generale delle Carte è comunque omogenea e concordata con i rappresentanti dei cittadini (CCM e CUF). Nel 2015 tutte le carte sono state tra l'altro aggiornate con le indicazioni riguardanti i riferimenti per ottenere le informazioni su eventuali allergeni contenuti negli alimenti somministrati ed il divieto di allontanarsi dal reparto senza aver prima avvertito il personale, secondo normative e direttive vigenti.

5.1.3 Servizio Numero Verde Regionale

Il Numero Verde Unico del Servizio sanitario regionale è un servizio informativo attivo tutti i giorni feriali dalle 8.30 alle 17.30 e il sabato dalle 8.30 alle 13.30. La Banca dati Numero Verde, relativamente alle informazioni dell'AUSL di Imola, è costantemente popolata ed aggiornata da un operatore dedicato dell'URP e, al 31.12.2015, conteneva 4.080 prestazioni.

L'URP garantisce, inoltre, la copertura oraria del servizio informativo aziendale di II livello, per un totale di 45 ore a settimana, dal lunedì al venerdì dalle 8.30 alle 17.30.

I contatti telefonici per richiedere informazioni sui servizi dell'AUSL di Imola nell'anno di riferimento sono stati 2.464, confermando ulteriormente il trend in costante calo negli ultimi anni (2.925 nel 2014).

Lieve aumento percentuale dei passaggi al secondo livello, pari al 15,1% nel 2015 contro il 14,3% dell'anno precedente (374 chiamate vs 419), gestiti direttamente dall'Ufficio Relazioni con il Pubblico aziendale per la maggior complessità di risposta.

Sono complessivamente 139 le chiamate passate direttamente al CUP telefonico per effettuare una prenotazione (201 nel 2014).

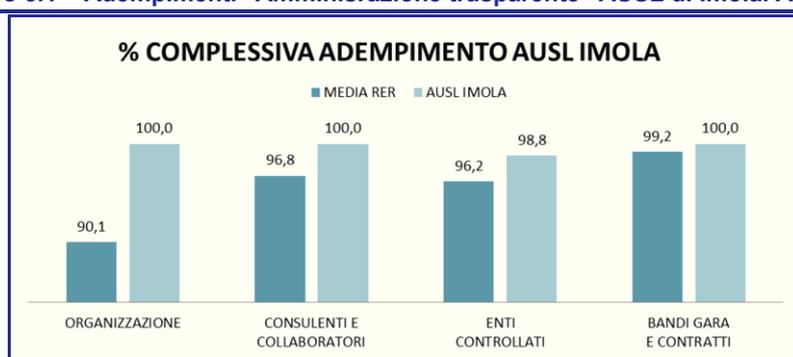
5.1.4 Sito internet istituzionale e la trasparenza

L'analisi dei dati di accesso al sito internet istituzionale (www.ausl.imola.bo.it) rileva nel 2015 una sostanziale stabilità delle connessioni da IP univoci (601.582 vs 604.287) che identificano il terminale specifico e quindi la persona/famiglia che si è connessa e le pagine visitate (nel 2015: 2.507.224; nel 2014 3.005.154). In aumento le visite in generale, che includono anche persone/famiglie che tornano sul sito più di una volta: il dato passa dalle 689.746 del 2014 a 735.500 nel 2015. Sono 216 le mail di richiesta informazioni giunte attraverso il format dedicato nel sito aziendale (in calo rispetto alle 273 nel 2014). Le pagine più visitate, oltre all'Homepage ed alle news principali, si confermano essere quella del Consultorio Familiare, in particolare lo Spazio Giovani (nello specifico sezione malattie sessualmente trasmissibili), degli screening e le pagine del libretto pediatrico. Molto visitata risulta anche la sezione dedicata ai bandi di concorso nello spazio Amministrazione Trasparente, a riprova della pubblica utilità delle informazioni contenute.

La **sezione Amministrazione Trasparente** (D.lgs. 33/2013) è stata mantenuta in costante aggiornamento secondo quanto previsto dalla normativa di riferimento.

Il "Primo Rapporto sullo stato di attuazione delle azioni adottate dalla sanità pubblica in materia di trasparenza ed integrità", prodotto nel 2015 da Agenas in collaborazione con "Libera-Illuminiamo la salute" e sulla base di monitoraggi effettuati a dicembre 2014 e a luglio 2015, pongono l'AUSL di Imola al secondo posto nazionale (a pari merito con altre 4 aziende sanitarie) con una percentuale di adempimento alla normativa pari al 95,8%. Un dato positivo che viene confermato ad aprile 2016 dall'analisi quantitativa delle attestazioni dell'Organismo Indipendente di Valutazione del Servizio Sanitario Regionale effettuate secondo quanto indicato dalla delibera ANAC 43/2016 (vedi grafico)

Grafico 5.1 – Adempimenti "Amministrazione trasparente" AUSL di Imola. Anno 2016



Fascicolo sanitario elettronico (FSE). Anche nel 2015 è proseguita la campagna di comunicazione e di attivazione del Fascicolo sanitario elettronico che si è concentrata particolarmente nell'attivazione del fascicolo alle persone in terapia anticoagulante orale (TAO), che con periodicità svolgono esami ematici con refertazione e terapia che deve essere prontamente disponibile. Questa nuova modalità di fruizione del TAO, unitamente alla

distribuzione degli opuscoli informativi regionali, alla campagna sui mezzi stampa e sui social, ad alcuni incontri ad hoc organizzato presso le maggiori organizzazioni di volontariato locali, ha permesso di aumentare i FSE attivati passando dai 4.300 del 31.12.2014 ai 7.519 del 31.12.2015 (circa 10.300 a luglio 2016).

5.2 La comunicazione per le scelte di interesse della comunità

5.2.1 Sistema di gestione delle segnalazioni

In Tabella 5.2 si riporta la distribuzione delle segnalazioni (elogi, reclami, rilievi e suggerimenti) da parte dei cittadini all'Ufficio relazioni con il pubblico dell'AUSL di Imola (al netto di quelle per la Montecatone R.I spa.) riferite al periodo 2013-2015.

Continua il trend di aumento delle segnalazioni nel loro complesso: l'incremento più consistente riguarda rilievi e reclami, che aumentano complessivamente di 77 unità rispetto al 2014, ma anche nelle espressioni di elogio per un +28.

Tabella 5.2 - Segnalazioni per tipologia rivolte all'AUSL di Imola. Periodo 2013-2015

Tipologia segnalazione	2013	2014	2015	Var 2013/2015	Var % 2013/2015
Elogi	177	181	209	32	18,1%
Reclami	239	256	273	34	14,2%
Rilievi	126	139	199	73	57,9%
Suggerimenti	27	36	38	11	40,7%
TOTALE	569	612	719	150	26,4%

La Tabella 5.3 mostra le segnalazioni distribuite per modalità di presentazione: pur restando prevalente la modalità di presentazione personale della segnalazione all'URP, si nota una piccola diminuzione percentuale (dal 48,7% del 2014 al 44,2% del 2015) a favore di un aumento sensibile della modalità telefonica che passa dall'1,1% del 2014 al 7,1% del 2015 e di una lenta e costante crescita delle segnalazioni via email e web (26% vs 28,5%). Sostanzialmente stabili le altre modalità di segnalazione.

Tabella 5.3 - Segnalazioni per modalità di presentazione – Anno 2015

Tipologia segnalazione	URP	Lettera	E-mail/web	Stampa	Fax	Verbale / Telefonica	Totale	%
Elogi	29	75	88	15	1	1	209	29,1%
Reclami	183	20	56	1	8	5	273	38,0%
Rilievi	93	9	49	7	2	39	199	27,7%
Suggerimenti	13	4	12	3	0	6	38	5,3%
TOTALE	318	108	205	26	11	51	719	100%
%	44,2%	15,0%	28,5%	3,6%	1,5%	7,1%	100%	

Sezione 5. Sistema di relazioni e strumenti di comunicazione

In Tabella 5.4 le segnalazioni sono ripartite in base alla classificazione CCRQ. Se nel 2014 le segnalazioni, in particolare gli elogi e i reclami, erano concentrati per oltre il 27% nella categoria "umanizzazione e aspetti relazionali" e solo per il 18% circa su quella "aspetti tecnici e professionali", nel 2015 la proporzione si inverte specularmente.

Si conferma invece un'alta concentrazione di reclami (121) riferiti agli "aspetti economici" e di rilievi (115) per gli "aspetti organizzativi, burocratici e organizzativi", categoria che nel complesso passa dal 15,7% delle segnalazioni del 2014 al 19,1% del 2015. Le contestazioni per richieste di ticket di Pronto Soccorso accolte e sanate sono state 122 (94 nel 2014), mentre 65 sono state valutate come dovute. La Commissione Mista Conciliativa ha rivalutato sei seconde istanze sul ticket, imponendo il pagamento in due casi e ritenendo il pagamento non dovuto in quattro casi.

Tabella 5.4 - Segnalazioni suddivise in base alla classificazione CCRQ – Anno 2015

Macro-categorie oggetto del reclamo	Elogi	Reclami	Rilievi	Suggerimenti	Totale	%
ASPETTI STRUTTURALI	0	0	4	5	9	1,3%
INFORMAZIONE	0	1	16	7	24	3,3%
ASPETTI ORGANIZZATIVI BUROCRATICI AMMINISTRATIVI	0	3	115	19	137	19,1%
ASPETTI TECNICI PROFESSIONALI	112	59	7	2	180	25,0%
UMANIZZAZIONE E ASPETTI RELAZIONALI	95	22	14	0	131	18,2%
ASPETTI ALBERGHIERI E COMFORT	2	0	4	1	7	1,0%
TEMPI	0	5	33	4	42	5,8%
ASPETTI ECONOMICI	0	121	1	0	122	17,0%
ADEGUAMENTO ALLA NORMATIVA	0	62	3	0	65	9,0%
ALTRO	0	0	2	0	2	0,3%
Totale	209	273	199	38	719	100%

Nel 2015 l'URP ha chiuso entro i 30 giorni richiesti dalla norma 272 pratiche di reclamo su 273, con una media di chiusura di 8 giorni. Nella logica di gestire i casi più complessi in modo personalizzato e risolutivo sono stati svolti 36 incontri tra utenti e professionisti: 22 tra direttori e/o coordinatori e familiari e pazienti con percorsi di diagnosi e di cura critici, alla presenza del responsabile URP, e 14 tra cittadini e responsabile URP. Inoltre, è stata utilizzata la metodologia della mediazione trasformativa dei conflitti nelle situazioni critiche in cui necessitava un recupero di fiducia reciproca. In 6 casi è stato attivato il servizio di Ascolto/Mediazione all'interno del "Progetto regionale gestione del rischio", a cura dei due mediatori aziendali e dei colleghi del Progetto interaziendale (MRI, Domus Nova, ASL Imola).

Da segnalare, anche, l'attività di ascolto degli operatori interni che l'Ufficio relazioni con il pubblico svolge laddove un professionista segnali conflitti con l'utenza, indirizzando il collega al CUG o ad altri organismi aziendali specifici. Si tratta di una attività importante, che rientra peraltro nelle strategie integrate di *diversity management* in quanto garantisce attenzione al professionista e supporta la sicurezza in ambito lavorativo. Nel 2015 questo tipo di segnalazioni hanno evidenziato

un lieve calo: 25 vs 27 dell'anno precedente, mentre 11 sono state le segnalazioni di criticità relazionali con l'utente/familiare e aggressioni verbali (16 nel 2014)

5.2.2 Incontri pubblici, campagne e materiali informativi

Nel 2015 sono stati organizzati oltre 60 eventi, tra incontri pubblici su temi di salute di interesse per la comunità (anche in collaborazione con Associazioni di Volontariato e di Promozione sociale o con le Amministrazioni Comunali), inaugurazioni, seminari e convegni ed un *flash mob* di promozione dell'allattamento al seno. L'azienda si è come sempre fatta terminale delle campagne di comunicazione regionali ed ha sviluppato alcune campagne informative minori a livello locale.

Tabella 5.5 - Campagne informative: eventi e convegni aziendali. Anno 2015



Tabella 5.6 - Campagne informative aziendali: materiali informativi. Anno 2015

