**COMUNICATO STAMPA**

**Presentate a Roma in conferenza stampa due indagini svolte tra utenti e addetti ai lavori**

**SANITA’: COMUNICAZIONE DI AZIENDE E OSPEDALI BOCCIATA DAL 42% DEI CITTADINI
IN ARRIVO LE RACCOMANDAZIONI NAZIONALI PER MIGLIORARE L’INFORMAZIONE
*Oltre il 50% degli utenti vorrebbe leggere sui portali web ufficiali delle strutture sanitarie più notizie certificate su malattie e prevenzione primaria. Il 69% chiede più contenuti pubblicati su Facebook (il 32% su You Tube e il 29% su Instagram). Il nuovo documento è scritto da un team di medici e giornalisti***

*Roma, 9 aprile 2024* - Il 42% dei cittadini giudica insufficiente la qualità della comunicazione esterna degli ospedali e delle aziende sanitarie del nostro Paese. Sono persone che consultano siti, social e altri media ufficiali, di queste strutture, alla ricerca d’informazioni sulla salute e non solo sulle prestazioni medico-sanitarie elargite. I testi on line sono però giudicati di non facile comprensione dal 23% degli utenti, il 37% non li ritiene esaustivi e per il 43% non vengono aggiornati regolarmente. Infatti nel 40% dei casi non sono state trovate tutte le informazioni desiderate. Inoltre oltre il 50% dei cittadini vorrebbe leggere sui siti più notizie sulle principali patologie, sulla prevenzione primaria di queste e più in generale sui comportamenti sani da adottare. Per quanto riguarda i social media si richiede una maggiore presenza della azienda attraverso la pubblicazione di contenuti soprattutto su Facebook (69%), You Tube (32%) e Instagram (29%). Il 51% non ha mai letto un comunicato stampa della propria azienda/ospedale e solo l’8% consulta regolarmente la newsletter dell’ospedale di riferimento. È quanto emerge da un’indagine promossa tra cittadini italiani e utenti di ospedali e aziende sanitarie. Rientra nel progetto “*Comunicazione interna ed esterna nelle aziende sanitare: dall’ufficio stampa alla comunicazione digitale*”. E’ promosso dal Commissario Straordinario dell’Azienda Sanitaria Locale Roma 1 **Giuseppe Quintavalle** in collaborazione con **Rossana Berardi** (Professore ordinario di Oncologia all’Università Politecnica delle Marche e Tesoriere Nazionale AIOM-Associazione Italiana di Oncologia Medica) e **Mauro Boldrini** (Direttore della Comunicazione di AIOM). Si pone l’obiettivo di potenziare la comunicazione delle strutture sanitarie della nostra Penisola al fine di migliorare complessivamente il sistema sanitario nazionale. I risultati dell’indagine sono presentati oggi a Roma in una conferenza stampa insieme a quelli di una seconda survey. E’ stata svolta tra 35 rappresentanti di altrettanti Policlinici, Aziende Ospedaliere o Universitarie, IRCCS, AST o ASL attivi sull’intero territorio nazionale. Il 62% degli “addetti ai lavori” giudica molto positiva la comunicazione esterna della propria struttura sanitaria ma il 17% ammette di non avere un ufficio proprio stampa interno. Il 48% sostiene di non possedere un piano editoriale preciso e il 51% non ha una procedura prestabilita per divulgare all’esterno le notizie. Solo il 26% afferma di poter usufruire di un vero social media manager per la gestione giornaliera dei vari profili Facebook, Instagram o You Tube.

“Con il nuovo progetto vogliamo incoraggiare il più possibile una migliore gestione della comunicazione della nostra sanità - sottolinea **Giuseppe Quintavalle** -. Ogni singolo ospedale, a prescindere dalle sue dimensioni, e ogni ASL possono svolgere un ruolo davvero importante nel favorire l’accesso e la circolazione d’informazioni corrette e certificate. La salute, la medicina e la sanità sono argomenti molto complessi e che riguardano l’intera società, non solo i pazienti e i loro caregiver. Il nostro sistema sanitario nazionale deve innovarsi anche sul versante della comunicazione. L’attività sui media digitali e quelli tradizionali vanno maggiormente curati e affidati a professionisti opportunamente formati”. A breve saranno pubblicate delle Raccomandazioni nazionali specifiche per le aziende sanitarie. “Le sta elaborando il nostro working group che ha riunito medici e giornalisti - prosegue **Rossana Berardi** -. Forniranno delle indicazioni precise e aiuteranno così le strutture sanitarie ad elaborare delle proprie ed efficaci strategie di comunicazione. Come hanno evidenziato le due indagini vi è l’esigenza e anche l’urgenza di una migliore collaborazione tra media e salute. Una comunicazione poco chiara può incentivare la diffusione di fake news e questo è abbastanza evidente in oncologia. Il cancro rappresenta un grande problema socio-sanitario con oltre 3 milioni di persone coinvolte solo in Italia. Anche grazie ad una corretta comunicazione possiamo sconfiggere le malattie oncologiche. Ed è anche con questo obiettivo che parte la seconda edizione del primo corso di perfezionamento universitario in “Comunicare il cancro, la medicina e la salute” promosso dall’Università Politecnica delle Marche. Sono disponibili 25 posti, si svolgerà in modalità ibrida con cadenza quindicinale e avrà una durata semestrale. Le lezioni inizieranno il prossimo 10 maggio mentre la scadenza per la presentazione delle domande di partecipazione è il 15 aprile. Un team multidisciplinare di professionisti insegnerà ai partecipanti come affrontare l’informazione e la comunicazione sui temi della medicina e della salute, con particolare riguardo all’ambito oncologico”. “Proprio la pandemia ci ha insegnato quanto siano fondamentali anche le nuove forme di comunicazione digitale - aggiunge **Mauro Boldrini** -. Pensiamo, per esempio, alle dirette social oppure agli incontri da remoto che ci hanno accompagnato nei momenti più difficili del biennio 2020-2021. Eppure, dalla survey emerge come addirittura il 97% delle strutture sanitarie non abbia una propria Web TV. A volte risultano carenti anche i servizi più banali e che riguardano direttamente le funzioni primarie degli ospedali o delle ASL. Nel 14% dei casi dal sito web dell'azienda non è possibile scaricare o compilare direttamente on line della modulistica. Mentre ben il 33% degli utenti non ha mai prenotato on line una prestazione sanitaria. Resta ancora molta strada da percorrere, per una corretta comunicazione interna ed esterna, e tutti gli attori coinvolti devono fare la loro parte”.

“Si calcola che circa un terzo delle notizie sui tumori pubblicate sui social media sono false o imprecise da un punto di vista scientifico - afferma **Elio Rosati**, Segretario Regionale di Cittadinanzattiva Lazio -. Significa che milioni di persone, sull’intero territorio nazionale, rischiano di leggere e condividere fake news su un argomento molto delicato. Per “proteggere” i cittadini da questi pericoli serve una nuova alleanza tra i medici e i professionisti dell’informazione”. “Il personale sanitario deve imparare anche a comunicare correttamente con i media, i pazienti e anche il resto della comunità scientifica - conclude **Antonio Magi**, Presidente dell'Ordine dei Medici di Roma -. Le nuove tecnologie possono aiutarci nel nostro lavoro e favorire contatti diretti ed immediati. Inoltre il web garantisce un facile ed immediato acceso a moltissime informazioni di carattere medico-sanitario. I medici devono svolgere un ruolo educativo fondamentale e indirizzare gli utenti verso fonti di notizie sicure e certificate”.

**Working group**

Rossana Berardi – coordinatrice scientifica del progetto

Giuseppe Quintavalle

Mauro Boldrini

Nicoletta Carbone

Maria Rita Montebelli

Donatella Romani

Vera Martinella

Michele Musso

Irma D’Aria

Manuela Correra

Francesca Cerati

Antonio Magi

Pier Luigi Bartoletti

Elio Rosati

Alberto De Stefano

Maurizio Zega

**Gruppo Tecnico-Metodologico**

Roberto Papa – responsabile metodologico

Neri Ricci Lotteringi

Marco Bruno Luigi Rocchi

Marina Formica,

Mariarosa Loria

Maria Franca Mulas

Roberta Mochi

Carolina Liguori

Valentina Lunerti

Giulia Ricci

Valentina Tarantino

**Ufficio stampa**

**Intermedia**

**intermedia@intermedianews.it**

**030.226105 - 3487637832**