



*Casa è
il posto
in cui
mi sento
sempre
me stessa.*

Francesca, 89 anni

 **Anni Azzurri**
Benvenuti a casa.

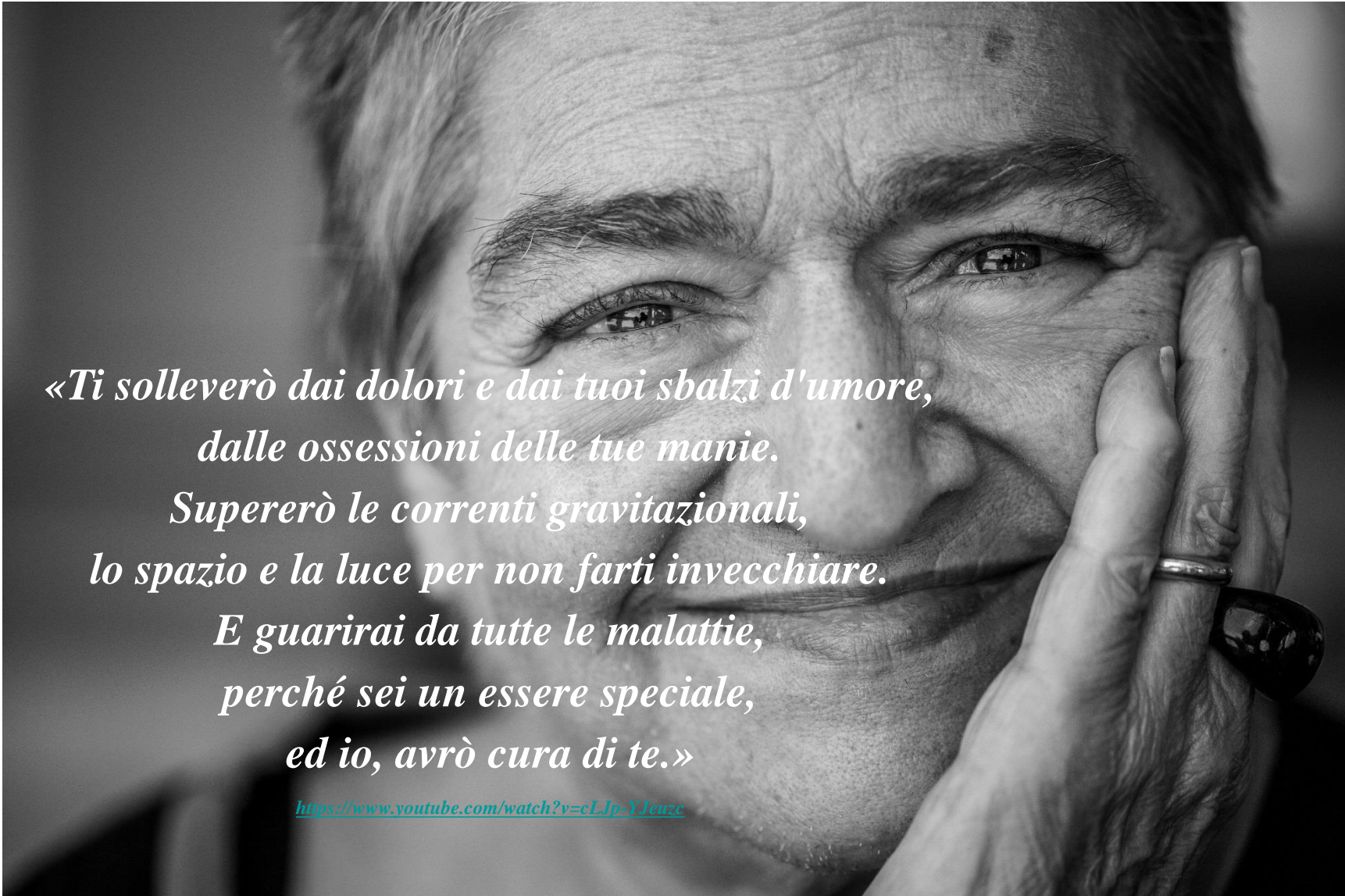
www.anniazurri.it

**«La femminilizzazione del settore
socio-sanitario»**

Milano, 19 giugno 2018

di Matteo Tessarollo, Direttore Marketing e Comunicazione Area Anziani Kos Care

LA FEMMINILIZZAZIONE DEL SETTORE SOCIO-SANITARIO...



*«Ti solleverò dai dolori e dai tuoi sbalzi d'umore,
dalle ossessioni delle tue manie.
Supererò le correnti gravitazionali,
lo spazio e la luce per non farti invecchiare.
E guarirai da tutte le malattie,
perché sei un essere speciale,
ed io, avrò cura di te.»*

<https://www.youtube.com/watch?v=cLJp-YJezc>

LA FEMMINILIZZAZIONE DEL SETTORE SOCIO-SANITARIO ... nella storia

... Sin dalla notte dei tempi la donna ricopre un ruolo fondamentale nella cura ed assistenza dei più fragili, in particolare bambini e anziani. I versi del brano di Battiato, liberamente interpretati, vorrebbero sottolineare come la donna in qualità di madre, moglie, figlia e amica si prodiga da sempre e naturalmente nella cura ed assistenza delle persone che le stanno vicino e che ama. In ogni epoca storica il femminile ha declinato lo sviluppo “dell’ecosistema” sanitario e socio-sanitario attraverso la cura e l’assistenza dei meno fortunati e attraverso un lavoro costante di crescita delle proprie competenze professionali e delle proprie capacità relazionali ed empatiche.

L’evoluzione umana dal punto di vista culturale, ambientale e tecnologico non ha cambiato questo assioma, anzi se possibile lo ha reso ancora più visibile e tangibile. Le donne non solo invecchiano meglio e muoiono più tardi rispetto all’uomo, ma si prendono cura dell’altro durante tutto il loro percorso di vita.

Questa evidenza è incredibilmente tangibile nel mondo delle Residenze socio assistenziali. E proprio l’attività svolta all’interno di Residenze Anni Azzurri ci ha permesso di osservare tale fenomeno nel tempo e di raccogliere molti dati interessanti capaci di fotografare un fenomeno dal grande impatto sociale, economico e culturale sulle nostre società civili e sviluppate. La donna quotidianamente si occupa della cura dei propri cari e decide a chi delegare tale cura quando non è più in grado di farsene carico. Nel privato come figlia, sorella, moglie e nella vita professionale quale infermiera, badante, operatrice assistenziale, direttrice di residenza, assistente sociale. E quando le forze iniziano a diminuire altre donne si interessano della cura e assistenza di queste donne che si troveranno a vivere in prima persona l’operato di assistenza che loro stesse hanno svolto fino a qualche anno prima.

Un cerchio della vita tutto al femminile.

GLI OSPITI DI RESIDENZE ANNI AZZURRI PER GENERE

Numero di persone ricoverate al primo di luglio 2016 in RAA per genere	N.	%
Femmine	3.488	70,98 %
Maschi	1.426	29,02 %
TOTALE	4.914	100,00 %



IL TURN OVER DEGLI OSPITI DI RESIDENZE ANNI AZZURRI PER GENERE

Numero totale di ingressi e dimessi nel 2015 in RAA per genere	Ingressi Totali 2015	Dimessi Totali 2015	% Ingressi	% Dimessi
Maschi	1.883	1.731	34,15 %	33,88 %
Femmine	3.631	3.378	65,85 %	66,12 %
TOTALE	5.514	5.109	100,00 %	100,00 %

Età media Ospiti RAA per genere	Età media
Maschi	79
Femmine	85
TOTALE	83



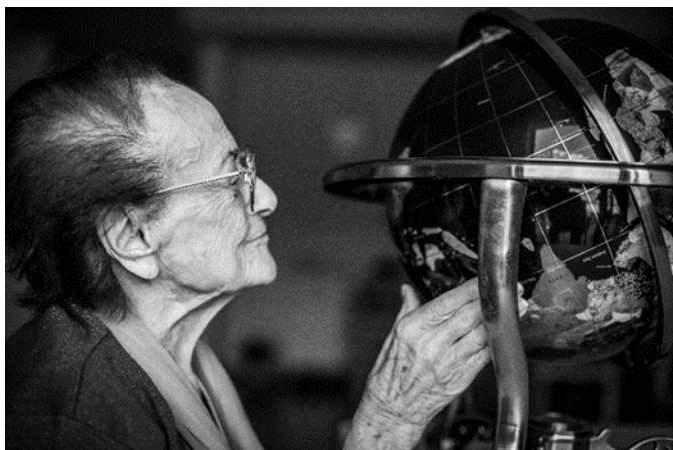
GLI UTENTI CHE CHIAMANO IL NUMERO VERDE ANNI AZZURRI PER GENERE

Contatti giunti al Numero Verde (area lombarda) RAA nel 2015 per genere	Numero Chiamate 2015	% Chiamate
Maschi	1.555	39,26 %
Femmine	2.406	60,74 %
TOTALE	3.961	100,00 %



I POTENZIALI OSPITI DI RESIDENZE ANNI AZZURRI PER GENERE

Ospiti potenziali scaturiti dai contatti gestiti dal Numero Verde RAA (area lombarda) per genere	Numero Ospiti Potenziali 2015	% Ospiti Potenziali 2015
Maschi	1.199	33,49 %
Femmine	2.381	66,51 %
TOTALE	3.580	100,00 %



LE RISORSE UMANE DI RESIDENZE ANNI AZZURRI PER GENERE

Numero di risorse operative nel Gruppo RAA al 31.12.2015 per genere	Numero Teste 2015	% Teste 2015
Maschi	487	16,92 %
Femmine	2.392	83,08 %
TOTALE	2.879	100,00 %

Numero Teste	Piemonte	Lombardia	Veneto	Liguria	Emilia Romagna	Toscana	Marche	Sede Centrale
Femmine	703	898	313	221	121	54	60	22
Maschi	95	239	53	45	30	5	12	8
TOTALE	798	1.137	366	266	151	59	72	30



COME INFLUISCE TALE FENOMENO SULLA COMUNICAZIONE ESTERNA

... A fronte di queste considerazioni, di alcune ricerche di mercato (una delle quali presentate parzialmente nel libro sopra citato) e del pensiero strategico aziendale evolutosi negli ultimi dieci anni di crescita della società, anche l'approccio comunicazionale ha sviluppato alcuni nuovi paradigmi e nuove modalità di espressione qui di seguito sintetizzati:

creare una comunicazione che metta al centro le esigenze dell'ospite e del familiare e non il servizio erogato (come accaduto negli anni precedenti) considerando sempre di più le esigenze del target femminile;

1. creare un **messaggio forte e positivo** non solo aziendale ma soprattutto di **settore**. La prima percezione che l'utente vive e manifesta è sempre, in prima battuta, legata al settore di appartenenza del servizio in questione e solo, in un secondo momento, all'azienda d'interesse che lo eroga;
2. utilizzare una comunicazione maggiormente empatica e calda espressa attraverso la tecnica dello **Story Telling Management**, la quale è stata anche caratterizzata da sfumature e toni tipicamente femminili (nella forma e nella sostanza);
3. creare strumenti di comunicazione che possano diventare manuali e/o **guide utili e pratiche funzionali ai familiari** per assistere i propri cari sia in struttura che al proprio domicilio (**familiari e caregiver perlopiù donne come abbiamo dimostrato**);
4. integrare allo story telling management l'utilizzo di **video e rappresentazioni visive** immediate e chiare partendo dall'assunto che la mente di una donna lavora maggiormente a "livello visivo" rispetto a quella di un uomo.

COME INFLUISCE TALE FENOMENO SULLA COMUNICAZIONE ESTERNA (1)



Ester Ponti

103 anni, ospite della Residenza Anni Azzurri di Carmagnola (TO) dal 2001

Lucida, allegra, brillante. Attenta al suo aspetto, sempre in ordine e con una vera passione per i vestiti colorati e gli accessori. Non va da nessuna parte senza la sua borsetta.

Leggi la sua storia <http://www.anniazzurri.it/ester-ponti>



Caterina Savoini

89 anni, ospite della Residenza Anni Azzurri San Lorenzo di Gattinara (VC) dal 2014

Non ha avuto una vita facile Caterina, tra gli anni passati girando i mercati di strada dietro il banco di tessuti della sua famiglia, la guerra e la lunga malattia del marito...

Leggi la sua storia <http://www.anniazzurri.it/caterina-savoini>

COME INFLUISCE TALE FENOMENO SULLA COMUNICAZIONE ESTERNA (2)



**Bianca Fassino, 80 anni ...
violinista ...
protagonista del nostro spot TV ...
<http://www.anniazzurri.it/>**

COME INFLUISCE TALE FENOMENO SULLA COMUNICAZIONE ESTERNA (3)



Giuseppina Mineo, 104 anni ...
ospite presso Anni Azzurri e poetessa ...
protagonista del nostro format pubblicitario ...
<http://www.anniazzurri.it/giuseppina-mineo>

COME INFLUISCE TALE FENOMENO SULLA COMUNICAZIONE ESTERNA (4)



*Casa è
il posto
in cui
mi sento
sempre
me stessa.*

Francesca, 89 anni

 **Anni Azzurri**
Benvenuti a casa.
www.anniazurri.it

COME INFLUISCE TALE FENOMENO SULLA COMUNICAZIONE INTERNA

... L'impatto di questo fenomeno ha diverse implicazioni anche nell'organizzazione ed in particolare nelle iniziative dedicate alle risorse interne che gestiscono ed erogano i servizi e agli ospiti e famigliari che li vivono in prima persona.

A tal proposito - proprio pensando al target di genere - l'offerta delle **attività animative e terapeutico-occupazionali** all'interno delle oltre 50 RSA ha sempre una forte vocazione femminile, che permette di recuperare e rinforzare le abilità che la donna ha esercitato nel corso della sua vita (cucina, cucito, maglia, pulizie e ordine, mestieri di vario genere, attività giornalistiche, esercizi relazionali e capacitanti, ...), con livelli di proposta molto diversificati e talvolta molto valorizzanti (realizzazione di un libro di ricette da divulgare, concorsi stile *masterchef* aperti al pubblico, redazione di giornali e *newsletter* interne, realizzazione di documenti anche aziendali come la nostra "Carta Etica", ...); ma anche attività non tradizionali e innovative rispetto alla fascia d'età, non riservate alle soli ospiti ma più vicine al mondo femminile (per esempio lo yoga, il training autogeno, *pilates* dolce, laboratori creativi). Attività che spesso sono aperte anche agli esterni in modo da creare un forte radicamento territoriale che passa soprattutto dalla comunità locale che vive intorno alle nostre strutture.

Tali iniziative si calano in un **contesto** sempre più a misura di donna, in una sorta di "*pink concept* residenziale" che prevede spazi appositamente studiati per le esigenze ed i fabbisogni delle nostre ospiti; locali "*parrucchiera ed estetica*" dedicati al benessere e alla cura del corpo e del proprio aspetto con la possibilità di viverci anche un massaggio oppure di farsi fare una manicure. Spazi che pure nei colori, nei materiali e nelle forme hanno una particolare attenzione verso il genere femminile; nelle Residenze Anni Azzurri si è infatti studiato un **format degli interni e dell'arredo** molto innovativo dai colori pastello e dalle forme stondate e curvilinee che hanno un forte rimando all'elemento dell'acqua, il quale riconduce facilmente al concetto di vita e maternità.

COME INFLUISCE TALE FENOMENO SULLA COMUNICAZIONE INTERNA (2)



La Residenza Palladio
presenta



8-9 Giugno 2016

Villa Marazza,
Borgomanero (NO)

Evento ACCREDITATO E.C.M.
anche per Assistenti Sociali



Tutti gli incontri è libera e gratuita.

Le lezioni avranno luogo dalle ore 15:00 alle ore 18:00; è previsto un intervallo.

Indirizzo: Residenza Anni Azzurri Ducale 2-3
41126 Modena.

**Percorso formativo multidisciplinare
ottobre - novembre 2016
Residenza Ducale 2-3**
via dell'Ariete, 145 - 41126 Modena



Comune di Bagnolo in Piano

**CONVEGNO
22 maggio 2013
Residenza Il Giardino**
Via Borri, 5 - Bagnolo in Piano (RE)
residenzailgiardino@anniazurri.it



COME INFLUISCE TALE FENOMENO SULLA COMUNICAZIONE INTERNA (3)

... Non solo spazi e attività, ma molta attenzione viene data anche alla **formazione** e alla **comunicazione tra operatore e ospite ed operatore e familiare**. Viene infatti data molta enfasi al ruolo strategico della comunicazione e della relazione umana all'interno delle residenze, con la consapevolezza che l'identità femminile si costruisce, si conferma e si rafforza soprattutto nei contesti interpersonali. Ciò si ottiene attraverso **corsi di formazione e aggiornamento continuo** per gli operatori ed i professionisti del Gruppo, finalizzati ad educare all'importanza della relazione (umanizzazione delle cure, corretta comunicazione, gestione della relazione, ...) e alla misurazione della qualità delle relazioni stesse esistenti nelle strutture e dunque nell'organizzazione.

La stessa misurazione della qualità delle relazioni passa anche da momenti istituzionalizzati condivisi quali il processo di **Customer Satisfaction** dedicato agli ospiti ed ai familiari ed il processo di **Valutazione delle Risorse** dedicato a tutti i dipendenti dell'organizzazione. Entrambi i processi - negli anni - sono diventati sempre più attenti al genere tenendo dunque conto del fenomeno raccontato.

Nelle residenze trovano spazio anche numerose figure preposte all'ascolto e al dialogo (educatori professionali, assistenti sociali, psicologi, ma anche volontari), che spesso affrontano temi al femminile attraverso **percorsi di auto mutuo aiuto e/o di supporto** dedicati a tutta la filiera che eroga il servizio. Gruppi di lavoro che permettono alle nostre risorse femminili di dedicare tempo al miglioramento delle procedure interne che debbono essere sempre più declinate al femminile nel rispetto delle diverse esigenze.

L'insieme di queste tematiche - e molte altre che avremo modo di trattare in un articolo futuro - sta portando progressivamente l'azienda, e probabilmente molti altri *competitor* del settore, ad attivare un vero e proprio sistema di welfare aziendale completo ed integrato che sia in grado di rispondere al fabbisogno di tutto quel mondo femminile che oggi anima il nostro settore e rende possibile l'erogazione di un buon servizio.

Il tutto per creare un *welfare* al femminile in un settore tinto di rosa!

CHI OSSERVA IL FENOMENO

... A testimonianza di questo l'8 novembre scorso sono stati consegnati per la prima volta - presso palazzo Pirelli a Milano - i Bollini RosaArgento a circa 90 strutture selezionate a livello nazionale. Questo bando è stato promosso dall'Associazione Onda che da anni si occupa dei più noti Bollini Rosa assegnati alle strutture sanitarie che hanno un particolare occhio di riguardo per le donne e per tutti i servizi di cui esse hanno bisogno.

Con l'invecchiamento progressivo della popolazione l'associazione ha deciso di avviare un nuovo percorso dedicato alle donne anziane valutando diverse strutture del territorio e assegnando di conseguenza una valutazione complessiva del servizio erogato e della struttura attraverso una scala di valutazione che va da 0 a 3 **Bollini RosaArgento**.

Residenze Anni Azzurri ha deciso di mettersi in gioco con 10 prime strutture del proprio perimetro per comprendere come un ente esterno potesse percepire gli sforzi fatti sino ad ora in questa direzione e per capire **quali altri passi compiere nel prossimo futuro**.