



Azienda Ospedaliera Ordine Mauriziano di Torino

TITOLO:

VOLER VIVERE SANI - "PORTE APERTE AL MAURIZIANO : LA STORIA CHE CURA"

Autori:

Dott.ssa Franca Dall'Occo¹, Maria Carmen Azzolina², Graziella Costamagna³, Luisella Mainero⁴

1 Direttore Generale Azienda Ospedaliera Ordine Mauriziano di Torino (AAOM); 2 Direttore Sanitario AOOM, 3 Direttore S.C. DiPSa AOOM; 4 IFO Resp. Area Riabilitativa presso DiPSa;

Premessa

L'Azienda Ospedaliera Ordine Mauriziano di Torino è da sempre attiva a sostegno di progetti che abbiano lo scopo di individuare, valorizzare e diffondere iniziative capaci di promuovere una vita sana, autonoma, attiva e di qualità. La popolazione di riferimento è quella che accede ai servizi come pazienti e caregiver, dipendenti e/o collaboratori. In particolare, la sfida principale è rivolta al sostegno del cambiamento mantenerli, a valorizzare le consapevolezza e fiducia nelle invecchiano, per continuare a sociale, culturale ed sperimentare nel tempo le di vita.

In questo contesto favorevole Sani" come risposta a in primo luogo, gli operatori sempre più lunga, affrontano possono incidere sul benessere meccanismo di perdita di mantenere uno stile di vita



verso stili di vita sani o a persone migliorando la proprie possibilità. Le persone che sentirsi ed essere una risorsa economica, devono poter strategie a supporto di corretti stili

nasce il progetto "Voler Vivere differenti fattori:

sanitari hanno un'età lavorativa carichi di lavoro impegnativi che fisico, mentale e favorire un motivazione e di energie utili a sano.

L'intento di perseguire obiettivi di invecchiamento attivo e consapevole necessita l'attivazione di iniziative correlate alla prevenzione, rilevazione e contenimento del rischio da stress lavoro correlato e la promozione di attività a favore del benessere dei lavoratori e tramite loro della popolazione utente dell'azienda ospedaliera.

Il gruppo nasce nel 2022, con il supporto della Direzione Sanitaria e del Di.P.Sa. (Delibera Direttore Generale n. 179 26/2024.), su iniziativa di fisioterapisti, ortottisti, logopedisti e con il coinvolgimento dei servizi/settori di psicologia, dietologia, formazione, medicina preventiva, prevenzione e protezione. Attiva periodicamente iniziative indirizzate alla promozione di una vita attiva, alla consapevolezza del proprio vissuto, alle strategie per un corretto uso della voce, all'informazione per una sana alimentazione e la prevenzione per una sana funzione visiva.

L'evento progettato lungo tutto il 2025 e realizzato l'8 novembre 2025 è stato "Porte aperte al Mauriziano: la storia che cura"

Il progetto "Mauriziano, la storia che cura" è stata una grande iniziativa culturale e sanitaria promossa dall'Azienda Ospedaliera Ordine Mauriziano di Torino. Il programma è nato per celebrare due importanti anniversari dell'istituzione: i 450 anni dalla nascita del primo ospedale (1575) e i 140 anni dall'inaugurazione della storica sede di Largo Turati (1885). **Il centro del progetto dimostra che un ospedale non è solo un luogo di malattia, ma un bene comune dove storia, arte, cultura e promozione della salute si intrecciano per generare benessere e cura all'interno della comunità.**

L'ingresso storico, la lapide della posa della prima pietra dell'Umberto I, gli uffici del Gran Magistero, la Sala Consiglio e l'archivio storico dell'Ordine Mauriziano, le effigi di Re Umberto I e della Regina Margherita, il padiglione Mimo Carle, busti e lapidi commemorative, il più recente Giardino Parlante: tutto questo, assieme ad altri piccoli grandi tesori storici e culturali, è stato illustrato dal personale della Fondazione Ordine Mauriziano e dell'Azienda Ospedaliera Ordine Mauriziano con la collaborazione degli studenti dei licei classici "Alfieri" e "D'Azeglio" e del liceo scientifico "Agnelli" di Torino.

All'interno di questo percorso, **la prevenzione e la promozione della salute occupano un ruolo centrale** come iniziativa focalizzata al passaggio da una sanità "reattiva" a una "proattiva"

Obiettivo generale: attraverso la condivisione dell'esperienza storica che conduce da sempre i spazi di cura, aumentare l'empowerment dei dipendenti dell'A.O. Mauriziano nel prendersi cura della propria salute e favorire scelte di vita sana attraverso azioni complessive e integrate, che coinvolgano intersettorialmente tutti i soggetti interessati favorendo interazioni, dando forza alle relazioni (Global action plan on physical activity 2018-2030: more active people for a healthier world).

Fornire “Pillole di Salute e Stili di Vita” durante le giornate a "porte aperte" organizzate dall'ospedale, i sanitari del gruppo VolerViverSani hanno offerto ai cittadini brevi approfondimenti e consigli pratici sui corretti stili di vita a sostegno della campagna regionale per la diffusione delle 10 raccomandazioni per uno stile di vita salutare definite dal Piano Regionale di Prevenzione (alimentazione equilibrata, attività fisica, stop al fumo, cura delle relazioni sociali, ecc.).

<https://www.mauriziano.it/i-nostri-servizi/raccomandazioni-per-la-tua-salute>

Obiettivi specifici:

- Creare cultura e consapevolezza sulle strategie per l'approccio alla modifica degli stili di vita sani che diventino patrimonio durevole nel tempo, condiviso e sostenuto da iniziative diversificate verso l'attività fisica perché il movimento dà qualità e allunga la vita;
- Istituire un canale di comunicazione aziendale diretta attraverso l'indirizzo e-mail dedicato volerviveresani@mauriziano.it e con una pagina sul sito aziendale rivolta alla promozione delle raccomandazioni per una vita attiva
- <https://www.mauriziano.it/i-nostri-servizi/raccomandazioni-per-la-tua-salute> ;
- Predisporre comunicazioni in contesti opportunistici di promozione della salute sui 5 ambiti: consapevolezza, stile di vita attivo e conoscenza del movimento, buon uso della voce, mantenimento e cura della vista, alimentazione e dieta per nutrire la longevità;
- Diffondere le iniziative in modo capillare con il coinvolgimento del servizio della comunicazione interna aziendale e della formazione.

Destinatari:

La popolazione della città di Torino, i circa 1900 dipendenti dell'azienda, i rispettivi nuclei familiari e i pazienti che ricevono informazioni sulla promozione della salute da parte di personale formato sui temi e con il coinvolgimento degli studenti delle scuole superiori del territorio.

Sostenibilità del progetto:

il cambiamento dello stile di vita nasce da stimoli, interventi e iniziative, costanti e ripetuti nel tempo in ogni fascia d'età e certamente con una politica di programmazione d'iniziativa. Punto chiave del progetto è l'attenzione alla costante presenza motivazionale attraverso brevi comunicazioni, "pillole" di suggerimenti, da inserire nel quotidiano, rispettose delle difficoltà di tempo/famiglia/abitudini e per questo più facilmente attuabili senza costo per chi si mette in gioco: è sufficiente iniziare dal "Voler Vivere Sani". Il sostegno su più fronti da parte della Regione Piemonte con la diffusione di raccomandazioni, Dors per la realizzazione di materiale divulgativo, la formazione ASL Città di

Torino verso la comunicazione breve a supporto del cambiamento sono risorse preziose per mantenere alto l'obiettivo.

L'AOOM ha investito risorse riconoscendo il tempo lavoro dei professionisti sanitari. L'aspetto innovativo è stato l'approccio alla **conduzione diretta da parte dei professionisti sanitari nell'attività esperienziale durante il percorso di visita**. Temi di salute rivolti ad una popolazione alle soglie del "sentirsi anziana", differenti per temi e che integrano ad ampio raggio i bisogni di vita sana trasferibili nelle comuni attività di vita quotidiana.

Il video dell'iniziativa:

<https://www.mauriziano.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/2238>

Conclusioni:

L'iniziativa "Porte aperte al Mauriziano: la storia che cura" ha ottenuto una significativa attenzione da parte dei media locali, con una presenza qualificata su testate di riferimento per l'informazione torinese e una particolare evidenza sulle pagine de La Stampa, che ha dedicato all'iniziativa un articolo, un'ulteriore uscita su TorinoSette e un contenuto video.

La copertura giornalistica ha mostrato una buona coerenza con gli obiettivi comunicativi del progetto: il Mauriziano è stato raccontato non soltanto come struttura sanitaria, ma come luogo nel quale storia, arte, cultura, innovazione e cura convivono e contribuiscono a definire il rapporto dell'ospedale con la città.

Particolarmente significativo è il fatto che l'attenzione mediatica ha accompagnato una concreta partecipazione della cittadinanza: la giornata dell'8 novembre ha registrato circa 300 partecipanti, distribuiti in dodici visite guidate. L'evento ha inoltre prodotto ricadute successive sul piano della promozione della salute, con attività di valutazione realizzate durante la giornata e successivamente documentate da DORS nell'articolo al link <https://www.dors.it/2026/01/messaggi-di-salute-chiari-e-accessibili-le-10-raccomandazioni-per-uno-stile-di-vita-salutare/>

Nel complesso, l'iniziativa può essere considerata un'esperienza positiva di comunicazione istituzionale e di apertura dell'ospedale alla comunità. Il principale elemento di miglioramento per future iniziative analoghe riguarda la fase di follow-up: i risultati quantitativi e qualitativi ottenuti durante l'evento possono infatti costituire una seconda notizia, da proporre ai media nelle ore o nei giorni immediatamente successivi, aumentando ulteriormente la durata e la profondità della ricaduta comunicativa.

La comunicazione dell'iniziativa sui canali social istituzionali dell'AO Ordine Mauriziano ha contribuito a rafforzare la visibilità dell'evento presso la community digitale dell'Azienda. L'analisi

delle interazioni generate dai contenuti pubblicati su Facebook e LinkedIn consente di valutare non soltanto la portata dei post, ma anche il livello di coinvolgimento suscitato dal racconto dell'apertura dell'ospedale alla città.

Particolarmente significativo risulta il confronto tra le due piattaforme: Facebook consente di misurare soprattutto la capacità del contenuto di raggiungere e coinvolgere il pubblico generalista, mentre LinkedIn offre un'indicazione più specifica della capacità dell'iniziativa di interessare il pubblico professionale e istituzionale.

Su entrambe le piattaforme i post legati all'iniziativa hanno superato di gran lunga il numero medio di "reaction" degli altri post, ricevendo commenti molto lusinghieri che hanno esaltato in egual modo l'unicità dell'iniziativa e il valore dell'Ospedale, da un punto di vista culturale e clinico.

Sitografia: <https://www.mauriziano.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/2213>