

Casa, lavoro per i familiari e carriera. Un piano per reclutare nuovi medici

L'Azienda sanitaria lancia la campagna di comunicazione. Segnana: personale, risorsa preziosa. Sindacati critici

Dafne Roat

TRENTO Una campagna di promozione per reclutare nuovi «talenti» della medicina. Si chiama «Trentino for Talent/Health», un nome curioso che strappa un sorriso e fa pensare ai Talent show del piccolo schermo, immagine che stride un po' con una professione seria e delicata come quella dell'operatore sanitario. Ma se oggi la comunicazione viaggia su social web e canali digitali anche gli enti pubblici, azienda sanitaria compresa, cercano di adeguarsi.

L'idea è declinare progetti elaborati con la collaborazione di Trentino Sviluppo in diverse campagne di attrazione di talenti e lavoratori anche nella sanità e vuole essere una prima risposta alle sollecitazioni della dirigenza medica, degli infermieri e degli operatori sanitari che da tempo denunciano gravi sofferenze d'organico e una sanità «disorganizzata e sull'orlo del baratro». Un problema a cui la Provincia risponde con una campagna di comunicazione che partirà oggi e ha l'obiettivo di intercettare il progetto di vita di giovani professionisti. In che modo? L'azienda parte dalle cosiddette «leve di attrattività» e punta a creare nuove opportunità di sviluppo professionale e scientifico, un ambiente di lavoro innovativo, più autonomia e crescita — tra le principali richieste dei sanitari — e poi un aiuto per trovare la casa ai professionisti che arrivano da fuori provincia, un supporto per il percorso scolastico dei figli e per la ricollocazione professionale dei familiari. Non vengono citati interventi a livello economico, «ma molto spesso sono altre le leve per rendere più attrattiva la professione», spiega Chiara Morandini, direttore del Dipartimento risorse umane.

«Vogliamo costruire la sanità del futuro partendo dalla risorsa più preziosa, il personale, il primo fattore che determina la qualità di un sistema sanitario — ha sottolineato l'assessora alla Salute Stefania Segnana — . Desideriamo promuovere e far conoscere il Trentino non solo per le sue bellezze turistiche e per la qualità della vita, ma anche come territorio stimolante dove lavorare». Si tratta di «un primo tassello», precisa Segnana, di un progetto più ampio che avrebbe già dato «ottimi risultati» con il bando delle ostetriche. La campagna rappresenta l'ultima tappa del «Progetto attrattività», avviato a gennaio 2022, che ha sei obiettivi ben definiti, quali l'aumento del numero di candidati e iscritti ai bandi di concorso, velocizzare le procedure di contatto dei candidati ritenuti idonei, diminuire il numero di rinunce, migliorare le leve di attrattività e posizionare il Trentino come territorio attrattivo e proattivo rispetto alla ricerca di talenti anche in ambito sanitario. Il direttore generale dell'azienda sanitaria Antonio Ferro parla di «un prodotto di altissima qualità» e ricorda il bando per chirurgia che ha registrato più di 80 iscritti. «Questo — precisa ancora Ferro — non è un progetto che risponde solo all'esterno, ma anche all'interno, ai 9.000 professionisti nei reparti che avranno capacità di creare un clima lavorativo che possa essere attrattivo. La qualità della vita dall'ambiente — aggiunge — è un elemento che va valorizzato». I direttori di unità operativa e distretto diventeranno i

primi ambasciatori della campagna. Già dal prossimo mese verrà inoltre istituito «un tavolo di lavoro – ricorda Ferro – allargato in cui sarà fondamentale la presenza dei sindacati e degli Ordini».

La campagna si concentrerà soprattutto su alcune figure più carenti, come i medici specialisti di pronto soccorso, medicina generale, radiologi, pediatri, ginecologi e anestesisti, tecnici di radiologia e laboratorio e ostetriche. «Un progetto pilota con un approccio sartoriale», lo ha definito Davide Modena di Trentino Sviluppo, che parte da un'attività d'ascolto per poi costruire un team di accoglienza nell'azienda sanitaria e poi sul territorio con la collaborazione delle Apt.

«L'azienda, l'assessorato e Trentino Sviluppo deve aver pensato che abbiamo delle specificità e dobbiamo saperle sfruttare», ha osservato il presidente dell'Ordine dei medici che parla «di un passo interessante». Ma ricorda che «non si deve lavorare solo sull'attrattività ma bisogna fare sì che i professionisti rimangano, bisogna lavorare su carichi di lavoro e percorsi di carriera». Critici invece i sindacati: «La campagna non focalizza il vero problema, ovvero l'emorragia del personale verso altre strutture e territori diversi», scrivono in una nota Giuseppe Varagone della Uil Fpl Sanità del Trentino e Matteo Zocco, responsabile dell'Area medica veterinaria e della dirigenza sanitaria della Uil Fpl Sanità. «Si devono creare immediatamente le condizioni per trattenere il personale riconoscendo il giusto compenso e il giusto riposo psico-fisico», affermano e chiedono. «Bene a progetti di attrattività, ma non si parla di risorse», osserva la Fp Cgil. «Non c'è stato alcun passaggio sulle risorse che occorrerebbe investire per una reale attrattività. «Serve un dibattito serio – incalza il Nursing Up – adeguare lo stipendio a quello delle medie europee, attivare percorsi di carriera, sviluppare una politica gestionale volta

al benessere del personale».

Casa, lavoro per i familiari e carriera Un piano per reclutare nuovi medici

L'Azienda sanitaria lancia la campagna di comunicazione. Segnana: personale, risorsa preziosa. Sindacati critici

TRENTO Una campagna di promozione per reclutare nuovi «talenti» della medicina. Si chiama «Trentino for Talent/Health», un nome curioso che strappa un sorriso e fa pensare ai Talent show del piccolo schermo, immagine che stride un po' con una professione seria e delicata come quella dell'operatore sanitario. Ma se oggi la comunicazione viaggia su social web e canali digitali anche gli enti pubblici, azienda sanitaria compresa, cercano di adeguarsi.

L'idea è declinare progetti elaborati con la collaborazione di Trentino Sviluppo in diverse campagne di attrazione di talenti e lavoratori anche nella sanità e vuole essere una prima risposta alle sollecitazioni della dirigenza medica, degli infermieri e degli operatori sanitari che da tempo denunciano gravi sofferenze d'organico e una sanità «disorganizzata e sull'orlo del baratro». Un problema a cui la Provincia risponde con una campagna di comunicazione che partirà oggi e ha l'obiettivo di intercettare il progetto di vita di giovani professionisti. In che modo? L'azienda parte dalle cosiddette «leve di attrattività» e punta a creare nuove opportunità di sviluppo professionale e scientifico, un ambiente di lavoro innovativo, più autonomia e crescita – tra le principali richieste dei sanitari – e poi un aiuto per trovare la casa ai professionisti che arrivano da fuori provincia, un supporto per il percorso scolastico dei figli e per la ricollocazione professionale dei familiari. Non vengono citati interventi a livello economico, «ma molto spesso sono

altre le leve per rendere più attrattiva la professione», spiega Chiara Morandini, direttore del Dipartimento risorse umane. «Vogliamo costruire la sanità del futuro partendo dalla risorsa più preziosa, il personale, il primo fattore che determina la qualità di un sistema sanitario – ha sottolineato l'assessorato alla Salute Stefania Segnana –. Desideriamo promuovere e far conoscere il Trentino non solo per le sue bellezze turistiche e per la qualità della vita, ma anche come territorio stimolante dove lavorare». Si tratta di «un

Il nodo investimenti
L'affondo di Fp Cgil e Uil Fpl: «Non si parla di risorse, devono creare le condizioni per trattenere il personale e dare il giusto compenso»

primo tassello», precisa Segnana, di un progetto più ampio che avrebbe già dato «ottimi risultati» con il bando delle ostetriche. La campagna rappresenta l'ultima tappa del «Progetto attrattività», avviato a gennaio 2022, che ha sei obiettivi ben definiti, quali l'aumento del numero di candidati e iscritti ai bandi di concorso, velocizzare le procedure di contatto dei candidati ritenuti idonei, diminuire il numero di rinunce, migliorare le leve di attrattività e posizionare il Trentino come territorio attrattivo e proattivo rispetto alla ricerca di talenti anche in ambito sanitario. Il direttore generale dell'azienda sanitaria Antonio Ferro parla di «un prodotto di altissima qualità» e ricorda il bando per chirurgia che ha registrato più di 80 iscritti. «Questo – precisa ancora Ferro – non è un pro-



Stefania Segnana



Antonio Ferro

getto che risponde solo all'esterno, ma anche all'interno, ai 9.000 professionisti nel reparto che avranno capacità di creare un clima lavorativo che possa essere attrattivo. La qualità della vita dall'ambiente – aggiunge – è un elemento che va valorizzato». I direttori di unità operativa e distretto diventeranno i primi ambasciatori della campagna. Già dal prossimo mese verrà inoltre istituito «un tavolo di lavoro – ricorda Ferro – allargato in cui sarà fondamentale la presenza dei sindacati e degli Ordini». La campagna si concentrerà soprattutto su alcune figure più carenti, come i medici specialisti di pronto soccorso, medicina generale, radiologi, pediatri, ginecologi e anestesisti, tecnici di radiologia e laboratorio e ostetriche. «Un progetto pilota con un approccio sartoriale», lo

ha definito Davide Modena di Trentino Sviluppo, che parte da un'attività d'ascolto per poi costruire un team di accoglienza nell'azienda sanitaria e poi sul territorio con la collaborazione delle Apt.

«L'azienda, l'assessorato e Trentino Sviluppo deve aver pensato che abbiamo delle specificità e dobbiamo saperle sfruttare», ha osservato il presidente dell'Ordine dei medici che parla «di un passo interessante». Ma ricorda che «non si deve lavorare solo sull'attrattività ma bisogna fare sì che i professionisti rimangano, bisogna lavorare su carichi di lavoro e percorsi di carriera». Critici invece i sindacati: «La campagna non focalizza il vero problema, ovvero l'emorragia del personale verso altre strutture e territori diversi», scrivono in una nota Giuseppe Varagone della Uil Fpl Sanità del Trentino e Matteo Zocco, responsabile dell'Area medica veterinaria e della dirigenza sanitaria della Uil Fpl Sanità. «Si devono creare immediatamente le condizioni per trattenere il personale riconoscendo il giusto compenso e il giusto riposo psico-fisico», affermano e chiedono. «Bene a progetti di attrattività, ma non si parla di risorse», osserva la Fp Cgil. «Non c'è stato alcun passaggio sulle risorse che occorrerebbe investire per una reale attrattività. «Serve un dibattito serio – incalza il Nursing Up – adeguare lo stipendio a quello delle medie europee, attivare percorsi di carriera, sviluppare una politica gestionale volta al benessere del personale».

Dafne Roat
© INFOPRODUZIONE REGIONALE

