



Campagna informativa
“Il corretto uso dei servizi di emergenza-urgenza”

IL PROGETTO

Il Ministero della Salute, negli ultimi anni, ha rilevato un incremento del ricorso ai servizi di emergenza-urgenza. Una delle principali cause di tale situazione è attribuita alla carenza di informazioni a disposizione del cittadino circa la natura e l'utilizzo del sistema di emergenza-urgenza. Anche per tale motivo il Ministero ha ritenuto opportuno stipulare un Accordo di collaborazione con l'Agenas finalizzato a realizzare una campagna informativa nazionale diretta a tutta la popolazione, con particolare riferimento ai giovani ed agli stranieri.

L'accesso all'informazione, difatti, favorisce una maggiore capacità del cittadino nella gestione delle risorse/servizi, nel *decision-making* e nella risoluzione dei problemi; è uno degli elementi indispensabili per promuovere una partecipazione responsabile della popolazione alla gestione del sistema sanitario. Cittadini più informati, sono cittadini più consapevoli e competenti nel riconoscere il proprio bisogno assistenziale ed individuare in base a questo la struttura più adeguata a rispondervi. Promuovere la conoscenza dei servizi sanitari disponibili, le modalità di accesso e il loro corretto utilizzo significa, quindi, lavorare per incrementare l'*empowerment* del cittadino e per favorire, di conseguenza, l'efficacia e l'efficienza dei servizi stessi.

Il progetto per la realizzazione della campagna informativa - iniziato nel 2010 e terminato nel 2013 - ha perseguito i seguenti obiettivi:

- diffondere a livello nazionale la cultura dell'emergenza-urgenza;
- sensibilizzare ed informare i cittadini sul corretto utilizzo dei servizi di emergenza-urgenza attraverso una Campagna informativa ad hoc;
- illustrare alla popolazione le caratteristiche e le modalità d'accesso ai servizi di emergenza-urgenza;
- informare su cosa fare e cosa non fare in attesa dei soccorsi.

Tale progetto si è sviluppato in accordo con i principi dell'*empowerment*, seguendo una metodologia basata sull'intersectorialità e sul coinvolgimento più ampio possibile di tutti i portatori di interesse per la definizione di un messaggio comune e per l'individuazione delle modalità di diffusione più efficaci.

Di seguito vengono sinteticamente riportate le azioni ed i prodotti realizzati, che rimangono patrimonio comune per l'attuazione di campagne informative nell'ambito dell'emergenza-urgenza, intese come azioni collaborative tra i diversi portatori di interesse.

Analisi della letteratura e delle esperienze



Il primo passo per la realizzazione del progetto è stato l'analisi della letteratura e delle esperienze, una tappa preliminare per identificare quali fossero le strategie migliori per la pianificazione e la realizzazione di una campagna informativa efficace.

L'analisi della letteratura scientifica sull'argomento ha avuto come focus le campagne informative sui servizi di emergenza-urgenza realizzate a livello nazionale ed internazionale. Gli obiettivi conoscitivi sono stati:

- analizzare i tipi di intervento realizzati per migliorare il corretto uso dei servizi di emergenza-urgenza
- identificare le caratteristiche di una campagna informativa efficace in sanità

- reperire le esperienze realizzate o in corso in Italia (disponibili sui siti istituzionali).

Oltre alla ricognizione delle revisioni sistematiche e narrative sul tema è stata realizzata, attraverso una ricerca web, una mappatura delle esperienze di informazione sui servizi di emergenza-urgenza attuate ai diversi livelli del sistema sanitario nazionale (Regione, Aziende 118, ASL, IRCCS, APU, AO).

Da quanto emerso dall'analisi della letteratura è stato possibile individuare un set minimo di elementi utili alla pianificazione della campagna informativa nazionale, tra i quali se ne possono citare alcuni particolarmente rilevanti quali:

1. usare strategie di intervento integrate;
2. il supporto della comunità dei medici di medicina d'urgenza, medici di famiglia, pediatri, l'impegno dei leader civili, politici e professionali della comunità, appaiono una condizione fondamentale;
3. l'impostazione generale metodologica deve seguire la teoria del marketing sociale con forte orientamento alla comunicazione di massa;
4. la campagna deve tener conto dei determinanti del comportamento (teorie del comportamento);
5. le campagne informative vanno ripetute ed affiancate da interventi educativi di comunità (sul territorio);
6. è importante avviare strategie di mobilitazione di comunità con *community leaders*, formazione di gruppi consultivi di comunità, e distribuzione di materiale attraverso scuole ed eventi/convegni/congressi sanitari;
7. segmentare il target di riferimento in opportuni sottogruppi.

Attivazione della Rete per la realizzazione del progetto

Sulla base delle indicazioni emerse dalla letteratura e nel rispetto dei principi metodologici sopra riportati, il Gruppo di Coordinamento del progetto, costituito da Ministero della Salute ed Agenas, ha invitato tutte le Regioni e Province Autonome (PA) a supportare l'implementazione della campagna informativa, attuando quelle azioni di diffusione dei contenuti ritenute più utili ed efficaci per lo specifico contesto regionale. Tutte le Regioni/PA hanno dato la loro disponibilità a partecipare attivamente alla campagna, costituendo il Gruppo di Pilotaggio della stessa. È stato, quindi, condiviso tra il gruppo di Coordinamento e Pilotaggio uno specifico piano attuativo che ha previsto la diffusione di contenuti informativi in tre ambiti, riconosciuti come "privilegiati" sulla base delle indicazioni emerse dall'analisi della letteratura e delle esperienze:

1. "Tecnico-professionale": professionisti che operano nell'Emergenza – Urgenza (PS, 118), Medicina Generale, Pediatria, Continuità Assistenziale;
2. "Scuola": Scuola Primaria, Scuola Secondaria di I° grado e Scuola Secondaria di II° grado;
3. "Cittadinanza": rete dell'associazionismo civico.

Per ciascuno dei tre ambiti si è ritenuto fondamentale rendere partecipi i principali *stakeholders* nella definizione dei contenuti e delle modalità di diffusione, attuando una strategia di progressivo coinvolgimento di tutti i possibili interlocutori. È stata, quindi, promossa la costituzione di un gruppo di lavoro in ambito tecnico professionale a cui hanno partecipato Ordini e Collegi, Associazioni Professionali e Società Scientifiche Nazionali di settore (Cfr. Riquadro 1).

Riquadro 1. Ordini e Collegi, Associazioni Professionali e Società Scientifiche Nazionali di settore

AISACE - Associazione Infermieri Specializzati in Area Critica ed Emergenza
ANIARTI - Associazione Nazionale Infermieri di Area critica
C.A.R.D. - Confederazione Associazioni Regionali di Distretto
FIMMG - Federazione Italiana Medici di Famiglia
FIMEUC - Federazione Italiana di Medicina di Emergenza-Urgenza e Catastrofi
FIMP - Federazione Italiana Medici Pediatri
FNOMCeO - Federazione Nazionale Ordini Medici Chirurghi e Odontoiatri
IPASVI - Federazione Nazionale Collegi Infermieri professionali, Assistenti sanitari, Vigilatrici d'infanzia
Metis - Società Scientifica dei Medici di Medicina Generale
NOE - Nurses of Emergency - Associazione Scientifica Italiana Infermieri di emergenza
SIMEU - Società Italiana di Medicina d'Emergenza-Urgenza
SIMEUP - Società Italiana di Medicina di Emergenza ed Urgenza Pediatrica
SIMG - Società Italiana di Medicina Generale
SIP - Società Italiana di Pediatria
SIS 118 - Società Italiana Sistema 118 – Consulta dei Dirigenti Responsabili delle Centrali Operative 118

Sono state attivate le comunicazioni con le Ambasciate dell'Albania, della Cina, del Marocco, della Romania e dell'Ucraina, ovvero con gli organismi di rappresentanza delle comunità straniere più presenti sul territorio nazionale (dati ISTAT e Dossier Caritas Migrantes 2009). Sono state, infine, invitate ad aderire alla campagna informativa le principali Associazioni nazionali di volontariato impegnate nel sistema territoriale di soccorso (CRI – Croce Rossa Italiana, ANPAS - Associazione Nazionale Pubbliche Assistenze, Confederazione Nazionale delle Misericordie d'Italia).

La base informativa comune

Nella convinzione che fosse fondamentale la diffusione di un messaggio alla cittadinanza univoco, condiviso da istituzioni e professionisti, basato sulle indicazioni della letteratura e delle esperienze già realizzate, sono stati formulati una serie di contenuti informativi, organizzati nelle seguenti schede:

- Che cosa è il numero 1-1-8
- Chiamare il numero 1-1-8
- In attesa dei soccorsi
- Il pronto soccorso
- L'accesso al pronto soccorso
- Il servizio di continuità assistenziale (ex guardia medica).

Tali schede sono state proposte dal Ministero della Salute e rielaborate con il Gruppo di Pilotaggio, con i professionisti della sanità e con il mondo del volontariato impegnato nel sistema di emergenza-urgenza. Il processo appena descritto ha permesso la definizione di una base informativa comune, condivisa a livello nazionale sia dalle Regioni e PA, sia dagli Ordini e Collegi, Associazioni Professionali e Società Scientifiche dei professionisti

che operano nell'emergenza-urgenza, Medicina Generale, Pediatria e Continuità Assistenziale.

Le sei schede informative rappresentano la base che i diversi attori hanno potuto arricchire ed adattare ai propri contesti locali. Per raggiungere efficacemente il target della campagna, le schede sono state tradotte in lingua Albanese, Araba, Cinese, Francese, Inglese, Rumena, Spagnola, Tedesca, Ucraina e sono state rese disponibili sul sito della campagna informativa, dal quale chiunque fosse stato interessato a partecipare alla diffusione dei contenuti ha potuto scaricarle.

I concorsi di idee per i giovani



L'Agenzia per realizzare la Campagna informativa ha ritenuto opportuno coinvolgere subito i cittadini. Ha così bandito quattro concorsi di idee per la realizzazione di un logo, di uno slogan, di un poster e di una sceneggiatura per il video/spot. I quattro Concorsi di idee sono nati con la finalità di coinvolgere attivamente uno dei principali target della campagna informativa, ovvero i giovani, invitandoli ad essere gli ideatori di specifici strumenti di comunicazione dei contenuti della Campagna informativa nazionale. I prodotti vincitori sono stati premiati ed insieme a tutte le opere presentate ai quattro concorsi di idee sono stati pubblicati sul sito dedicato per gli scopi divulgativo-culturali della campagna informativa.

È stato realizzato il **video-spot** descritto dalla sceneggiatura vincitrice del concorso delle idee, predisponendone diverse versioni in funzione del possibile canale di diffusione (per le reti televisive, per la pubblicazione su web, per l'invio attraverso telefonia mobile).

Il video spot è stato realizzato anche in lingua inglese, francese e tedesca, così come lo slogan ed il poster sono stati resi disponibili anche in francese ed in tedesco, per favorirne la diffusione nel rispetto del bilinguismo vigente della Regione Valle d'Aosta e nella Provincia Autonoma di Bolzano.

L'ambito scolastico



In tale contesto è stato costituito un gruppo di lavoro composto dall'Agenas, dal Ministero della Salute e dai colleghi del Gruppo di Pilotaggio, delle Associazioni Professionali e delle Società Scientifiche che avevano segnalato la propria disponibilità ed esperienza. Il gruppo di lavoro ha strutturato una proposta per la realizzazione di interventi di promozione ed educazione alla salute nella Scuola Primaria e nella Scuola Secondaria di I e di II grado, volti a favorire la cultura dell'emergenza-urgenza. La proposta di intervento educativo ha rappresentato l'impianto progettuale comune a livello nazionale che ogni Regione/ PA e Scuola ha potuto sviluppare ed adattare in base alle proprie esigenze e peculiarità. Tale proposta, corredata dai materiali informativi di supporto, è stata messa a disposizione dei referenti regionali per l'invio agli Uffici Scolastici Regionali e ha permesso la realizzazione di numerose ed interessanti iniziative rivolte alla scuola primaria e alla scuola secondaria di I e II grado in diverse realtà regionali.

Considerate le articolate esperienze concretizzate in ambito scolastico, è stata predisposta una **raccolta degli interventi educativi** realizzati dalle Regioni e Province Autonome (disponibile sul sito della Campagna alla pagina dedicata alla Scuola), diffusa in occasione dell'evento finale previsto dal progetto.

La diffusione nazionale



Sulla base delle indicazioni emerse da una nuova analisi della letteratura e delle esperienze nazionali ed internazionali più recenti rispetto alle campagne informative in tema di salute, è stato messo a punto un piano di diffusione nazionale della campagna. I due canali di diffusione identificati come fondamentali sono stati i *mass media* tradizionali (televisione e carta stampata) e canale web (sito istituzionale e social media).

È stata individuata una settimana dedicata alla diffusione nazionale nei giorni tra il 19 ad il 23 marzo 2012. In tale periodo sono stati realizzati una serie di eventi tra i quali: evento di presentazione della campagna, al quale è stato invitato a presiedere il Ministro della Salute che ha consegnato ai quattro giovani vincitori dei concorsi delle idee l'attestato per l'ideazione del logo, dello slogan, del poster e della sceneggiatura per il video/spot della Campagna informativa; la diffusione dello spot della campagna attraverso le reti televisive nazionali di tipo generalista; la pubblicazione del sito rivolto ai cittadini e dedicato alla campagna <http://emergenzaurgenza.agenas.it>, dal quale è possibile scaricare tutti i prodotti realizzati.

Lo spot, proiettato sulle reti televisive della RAI nella settimana dal 18 al 24 marzo 2012, è stato diffuso anche attraverso YouTube in una versione della durata di 45 secondi e come previsto dal piano di diffusione nazionale, è stata pubblicata anche una pagina Facebook dedicata.

È stata data notizia della campagna informativa anche attraverso il mondo della “Carta Stampata”, con la pubblicazione di alcuni articoli sulla Stampa nazionale (Sole 24 Ore Sanità e Corriere della Sera) e locale. Anche la rivista trimestrale dell'Agenzia *Monitor* ha contribuito alla diffusione presso tutte le strutture del SSN, dedicando un articolo alla Campagna nella rubrica “Agenas on line”.

Ulteriori azioni di diffusione a livello nazionale sono state realizzate attraverso la collaborazione con il Gruppo Tecnico-Professionale, con il quale si è condivisa la necessità di attuare azioni mirate al coinvolgimento del personale sanitario. I contenuti della Campagna sono, quindi, stati diffusi in occasione degli eventi nazionali o formativi organizzati dagli Ordini Professionali, dalle Società Scientifiche e dalle Associazioni Professionali di settore.

La diffusione regionale



Le Regioni e Province Autonome hanno realizzato le diverse attività informative che hanno ritenuto più utili per il proprio territorio e che hanno scelto di implementare in collaborazione con le Istituzioni scolastiche, con i professionisti della sanità, con i cittadini, le comunità straniere, le organizzazioni di volontariato. Per la realizzazione della campagna informativa sono stati valutati diversi strumenti, differenziati per tipologia e destinatari come, ad esempio, conferenze e comunicati stampa; incontri con le scuole e con i professionisti; pubblicazioni su siti web istituzionali; campagna stampa – quotidiani; campagna affissioni nei Pronto Soccorso, negli ambulatori dei Medici di Medicina Generale e Pediatri di Libera Scelta; opuscoli informativi distribuiti presso scuole, farmacie; diffusione dello spot presso stazioni ferroviarie e nelle sale di attesa degli ospedali; diffusione ad opera di un mediatore culturale dei contenuti informativi presso ambulatori socio-sanitari a basa soglia; utilizzo di un camper per interventi formativi/informativi itineranti nei principali luoghi di aggregazione delle comunità migranti.

Gli strumenti sopra elencati sono stati calibrati sulle caratteristiche del contesto e del target, tenendo conto delle esperienze e dei risultati ottenuti da iniziative analoghe realizzate a livello locale e garantendo contemporaneamente l'unicità del messaggio informativo che è stato condiviso a livello nazionale.

I ricchi materiali realizzati dalle Regioni/PA sono tutti disponibili al sito <http://emergenzaurgenza.agenas.it> nella pagina dedicata alle Regioni.

Evento di diffusione finale

L'evento conclusivo di diffusione dei prodotti e presentazione dei risultati finali del progetto, si è svolto a Roma il giorno 11 dicembre 2013 e ha permesso la condivisione di numerose rilevanti iniziative realizzate nel corso di questi anni di attività, sia a livello centrale sia a livello regionale. Il programma scientifico - costruito con i referenti del Ministero della Salute e delle Regioni/PA - ha previsto oltre all'illustrazione generale del progetto, la presentazione delle **Linee-Guida per l'implementazione e la valutazione** di una Campagna informativa sul corretto uso dei servizi di Emergenza-Urgenza, quale ulteriore prodotto del progetto. Nella mattinata si sono avvicendati i referenti di nove Regioni/PA che hanno illustrato, con l'ausilio di filmati, quanto attuato per raggiungere i diversi target della campagna: a) popolazione generale; b) giovani e scuola; c) stranieri.

Così come fatto per l'evento di presentazione della Campagna informativa del 20 marzo 2012, nella settimana dall'8 al 14 dicembre è lo spot televisivo è stato nuovamente mandato in onda sulle Reti Rai generaliste.

L'Agenzia ha, infine, realizzato un **video racconto** di presentazione, proiettato all'apertura del convegno, finalizzato a valorizzare tutti i prodotti regionali attraverso un mezzo comunicativo più diretto ed interessante quale quello multimediale, disponibile sull'homepage del sito <http://emergenzaurgenza.agenas.it>.