

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

Il Ministero della Salute e l'Agenas – Agenzia nazionale per i servizi sanitari regionali, in collaborazione con le Regioni e le Province Autonome di Trento e Bolzano, hanno attuato una Campagna informativa nazionale sull'appropriato utilizzo dei servizi di emergenza-urgenza e del servizio di continuità assistenziale.

La Campagna ha voluto informare e sensibilizzare tutta la popolazione, con particolare attenzione ai giovani ed agli stranieri, sull'appropriato utilizzo dei servizi, nella convinzione che un cittadino più informato sia un cittadino più consapevole nel riconoscere i propri bisogni di salute ed individuare in base a questi la struttura più adeguata a risponderli.

La Campagna - iniziata nel 2010 e terminata nel 2013 - si sviluppa 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. Tutte le Regioni e Province Autonome (PA) hanno partecipato alla costituzione del Gruppo di Pilotaggio della Campagna informativa, impegnandosi a supportare la diffusione dei contenuti della stessa. La base informativa, elaborata in accordo con la letteratura e le esperienze maturate nell'ambito di riferimento, è stata condivisa a livello nazionale dalle Regioni/PA e dagli Ordini, Società scientifiche e Associazioni professionali di settore, ed è stata adattata allo specifico target e contesto di diffusione.

Le informazioni sono state organizzate in sei schede tematiche, elencate di seguito:

1. Che cosa è il numero 1-1-8
2. Chiamare il numero 1-1-8
3. In attesa dei soccorsi
4. Il Pronto Soccorso
5. L'accesso al Pronto Soccorso
6. Il servizio di Continuità Assistenziale (ex Guardia Medica)

Le **schede dei contenuti informativi** sono state diffuse, in lingua italiana ed albanese, araba, cinese, francese, inglese, rumena, spagnola, tedesca ed ucraina.

Il Ministero della salute e l'Agenas, inoltre, hanno ritenuto opportuno coinvolgere da subito i cittadini nell'ideazione di specifici strumenti di comunicazione dei contenuti della Campagna informativa nazionale. A tal fine sono stati banditi quattro **concorsi di idee**, rivolti ai giovani fino ai trenta anni di età, per l'ideazione del logo, dello slogan, del poster e del video/spot della Campagna informativa, nella convinzione che la diretta formulazione da parte dei giovani del mezzo comunicativo, fosse un'utile strategia per rendere il messaggio più efficace. Tutte le opere presentate ai quattro concorsi di idee ed i relativi vincitori sono state messe a disposizione, per gli scopi divulgativo-culturali della campagna informativa, di tutti gli interlocutori coinvolti nel progetto.

È stato, inoltre, costituito un gruppo di lavoro “*ad hoc*” che ha predisposto 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. Tale proposta educativa è stata messa a disposizione di tutte le Regioni e ha permesso la realizzazione di interessanti iniziative rivolte alla scuola primaria e alla scuola secondaria in numerose realtà regionali.

È stato, infine, costituito un gruppo di lavoro “*ad hoc*” dedicato all'elaborazione delle **Linee-Guida** per l'implementazione e la valutazione di una Campagna informativa sul corretto uso dei servizi di Emergenza-Urgenza. Le Linee-Guida mettono a disposizione delle Regioni/PA, metodi e strumenti per l'attuazione e la valutazione di una Campagna informativa.

Il piano di diffusione nazionale della campagna ha individuato nei *mass media* tradizionali ed innovativi (sito istituzionale e social media) i due canali di diffusione principali. Il piano ha previsto una **settimana dedicata alla diffusione nazionale** nei giorni tra il **19 ad il 23 marzo 2012**. Durante quella settimana, il giorno **20 marzo**, è stato organizzato l'evento di presentazione della campagna alla Stampa durante il quale il Ministro della Salute ha consegnato ai quattro giovani vincitori dei concorsi delle idee l'attestato per l'ideazione del logo, dello slogan, del poster e del video/spot della Campagna informativa. Negli stessi giorni è stato mandato in onda lo spot della campagna sulle **reti televisive nazionali** di tipo generalista ed è stato pubblicato il **sito internet** (<http://emergenzaurgenza.agenas.it>) rivolto ai cittadini e ai professionisti, dal quale è possibile scaricare tutti i prodotti realizzati. È stata infine pubblicata la pagina Facebook dedicata alla campagna ed il video-spot su Youtube.

Le **Regioni/PA** hanno realizzato una serie di azioni di diffusione che, garantendo l'unicità del messaggio informativo condiviso a livello nazionale, sono state calibrate sulle caratteristiche del contesto. Tali azioni sono state sviluppate in ambito istituzionale, scolastico e tecnico-professionale e si sono rivolte a diversi target della Campagna (i giovani, gli stranieri e la popolazione generale). Si citano, ad esempio, percorsi educativi nelle scuole primarie e secondarie in collaborazione con i professionisti dell'emergenza-urgenza; concorso nelle scuole primarie per la realizzazione di un fumetto sul corretto uso dei servizi di emergenza-urgenza; gioco on-line sui temi dell'emergenza-urgenza; illustrazioni da accompagnare alle schede informative per stranieri; diffusione attraverso i portali regionali dedicati al Turismo; pubblicazioni su siti web istituzionali delle Regioni, delle AASSLL, AAOO e EELL; campagna affissioni nei Pronto Soccorso, negli ambulatori dei MMG e PLS; opuscoli informativi distribuiti presso scuole, farmacie, URP aziendali; diffusione dello spot nelle stazioni ferroviarie, sale di attesa degli ospedali e dei CUP, campagna radiofonica.

A chiusura del progetto - il giorno **11 dicembre 2013** presso il Centro Congressi Frentani - è stato organizzato un evento finale di presentazione dei risultati e diffusione dei materiali, in occasione del quale sono state illustrate le citate esperienze locali.

Nella Pen-drive, distribuita in occasione del Convegno finale, sono disponibili tutti i materiali prodotti nel corso della campagna informativa organizzati come rappresentato di seguito.

## Materiali nella pen-drive

**1 SCHEDE CONTENUTI INFORMATIVI:** la cartella contiene le **sei schede tematiche** in italiano ed in lingua albanese, araba, cinese, francese, inglese, rumena, spagnola, tedesca ed ucraina.

**2 CONCORSI DI IDEE:** la cartella contiene 4 sottocartelle suddivise per categoria: **Logo, Poster, Slogan e Video-Spot**. Ogni sottocartella contiene:

- il prodotto vincitore del concorso con la relazione sull'opera e le motivazioni che hanno portato la Commissione valutatrice a premiarlo;
- tutte le opere presentate al concorso;

Nella quinta sottocartella è contenuta la presentazione animata di tutte le opere che hanno partecipato al concorso.

**3 LO SPOT:** la cartella contiene le versioni in lingua italiana, tedesca, francese ed inglese dello spot della campagna informativa.

**4 SCUOLE INTERVENTO EDUCATIVO.** La cartella contiene:

- **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;
- esempio di sviluppo dell'intervento educativo;
- risorse on-line;
- **raccolta** degli interventi educativi realizzati dalle Regioni e Province Autonome.

**5 LINEE GUIDA:** La cartella contiene le Linee-Guida per l'implementazione e la valutazione di una Campagna informativa sul corretto uso dei servizi di Emergenza-Urgenza con relativi allegati.

I materiali presenti nella pen-drive sono disponibili anche sul sito della campagna all'indirizzo:  
<http://emergenzaurgenza.agenas.it/>