

# 2004 Anno del Cuore.

Le malattie cardiovascolari rappresentano ancora oggi la principale causa di morte nel nostro paese, essendo responsabili del 44% di tutti i decessi. In particolare la cardiopatia ischemica è la prima causa di morte in Italia, rendendo conto del 28% di tutte le morti, mentre gli accidenti cerebrovascolari sono al terzo posto con il 13%, dopo i tumori.

Considerando gli anni potenziali di vita perduti, cioè gli anni che ciascun deceduto avrebbe vissuto se fosse morto ad una età pari a quella della sua speranza di vita, le malattie cardiovascolari tolgono ogni anno oltre 300.000 anni di vita alle persone con meno di 65 anni, 240.000 negli uomini e 68.000 nelle donne.

Chi sopravvive a un attacco cardiaco diventa un malato cronico. La malattia modifica la qualità della vita e comporta notevoli costi economici per la società. In Italia la prevalenza di cittadini affetti da invalidità cardiovascolare è pari al 4,4 per mille (dati Istat). Il 23,5% della spesa farmaceutica italiana (pari all'1,34 del prodotto interno lordo), è destinata a farmaci per il sistema cardiovascolare (Relazione sullo stato sanitario del Paese, 2000).

I dati del Registro Nazionale degli Eventi Coronarici e Cerebrovascolari mostrano un quadro sostanzialmente omogeneo su tutta l'Italia, che sfata il luogo comune secondo cui di cuore ci si ammalerebbe di più al Nord che al Sud Italia. I tassi di incidenza dell'infarto, per esempio, sono molto simili a Napoli e in Friuli Venezia Giulia, sia per gli uomini che per le donne. La letalità coronarica è decisamente rilevante in tutte le aree e peggiore nelle donne, come atteso: tra i pazienti colpiti da infarto miocardico acuto nell'età compresa fra 35 e 74 anni, tre uomini su 10 e quattro donne su 10 muoiono entro 28 giorni dall'esordio dei sintomi, principalmente fuori dall'ospedale, prima di poter essere adeguatamente curati.

Confrontando i tassi degli eventi coronarici e cerebrovascolari, emerge che negli uomini prevalgono gli eventi coronarici, nelle donne quelli cerebrovascolari. Per quanto riguarda gli accidenti cerebrovascolari si conferma che nelle aree del Sud la mortalità è superiore rispetto al Nord, dato atteso per la più elevata prevalenza di ipertensione arteriosa e abitudine al fumo sia negli uomini che nelle donne.

La valenza sanitaria e sociale di questi dati sulle malattie cardiovascolari è accentuata dalla considerazione che esse o per lo meno la loro maggioranza, cioè le forme arteriosclerotiche, sono in larga parte prevenibili, almeno per il 50% secondo le stime disponibili.

I principali fattori di rischio accertati sono il **fumo di tabacco**, la **ridotta attività fisica** e gli elevati livelli di colesterolemia e di pressione arteriosa in parte attribuibili ad una **alimentazione non corretta**. Molti dei fattori di rischio delle malattie cardiovascolari sono modificabili e quando sono più di uno hanno un'azione non solo addizionale ma moltiplicativa o sinergica nel determinare il rischio di malattia.

A fronte della gravità di tali dati epidemiologici, si riscontra una bassa percezione collettiva dell'incidenza del rischio cardiovascolare a differenza di altre patologie per le quali l'identificazione causa/effetto è chiara e consolidata nella popolazione (es. fumo/tumore).

Anche se in questi ultimi anni, la moderna cardiologia ha migliorato notevolmente i servizi diagnostici ed assistenziali, un gran numero di decessi e di infermità derivanti da tali malattie (che causano un rilevante aggravio di spesa per il Sistema Sanitario Nazionale), potrebbe essere evitato utilizzando la leva della **informazione/prevenzione**.

Un numero rilevante di decessi e di infermità derivanti dalle malattie cardiovascolari (che causano un rilevante aggravio di spesa per il Sistema Sanitario Nazionale), potrebbe, infatti, essere evitato attraverso semplici accorgimenti e misure preventive.

Intervenire con campagne di informazione e di educazione alla prevenzione significa tutelare la salute del cuore e ridurre l'elevato impatto sociale causato da queste patologie.

In questi anni, le associazioni e le società scientifiche di cardiologia si sono impegnate in diverse attività di sensibilizzazione e informazione sui rischi cardiovascolari. Per rendere le singole iniziative maggiormente efficaci, le stesse associazioni e società avvertono ora l'esigenza di unire le proprie professionalità e mezzi sotto il coordinamento del Ministero della Salute.

A tale scopo, le associazioni di volontariato e di pazienti di malattie cardiovascolari riunite nell'"Alleanza per il cuore" hanno richiesto al Ministero della Salute l'indizione del 2004 quale "Anno del Cuore". Il Presidente del Consiglio dei Ministri ha accettato la richiesta proclamando il 2004 "Anno del Cuore".

Con tale indizione si è cercato, con una giusta pianificazione a medio/lungo termine, di conseguire un effetto moltiplicatore delle iniziative realizzate.

Coordinata dal Ministero della Salute, la campagna "2004 Anno del cuore" coinvolge le più rappresentative Associazioni, Fondazioni e Società scientifiche operanti sul territorio nazionale e riunite nell' "Alleanza per il cuore": AIAC (Associazione Italiana Aritmologia e Cardiostimolazione), ANMCO (Associazione Nazionale Medici Cardiologi Ospedalieri), C.O.N.A.Cuore (Coordinamento Operativo Nazionale Cuore), Dipartimento della pubblica sicurezza (Ministero dell'Interno), FIC (Federazione Italiana di Cardiologia), FIPC (Fondazione Italiana per il cuore), GICR (Gruppo Italiano di Cardiologia Riabilitativa e Preventiva), HCF (Heart Care Foundation), IRC (Gruppo Italiano di Rianimazione Cardiopolmonare), ISS (Istituto Superiore di Sanità), SIC (Società Italiana di Cardiologia), SIMEU (Società Italiana Medicina Emergenza Urgenza).

L'obiettivo prioritario è quello di ridurre l'impatto sociale delle malattie cardiovascolari, attraverso la **diffusione della cultura della prevenzione e della promozione della salute**.

Particolare importanza riveste, dunque, la **promozione di stili di vita salutari e il rafforzamento del livello di sensibilizzazione sulle patologie di natura cardiovascolare**.

Altri importanti obiettivi sono: l'aumento della percezione del problema sociale; l'informazione sull'efficacia delle misure preventive e la prevenzione del rischio di disabilità nei cardiopatici anziani; la riduzione della morbilità, della mortalità e dei costi alla società.

L'indizione dell'Anno del Cuore ha amplificato, inoltre, l'efficacia della strategia complessiva del Ministero della Salute nell'ambito della prevenzione sui corretti stili di vita.

L'obiettivo dell'Anno del Cuore è quello di coinvolgere una pluralità di target eterogenei, in quest'ambito, particolare attenzione sarà data agli adulti, soprattutto alle donne (anche per il loro fondamentale ruolo che svolgono nella scelta dell'alimentazione della famiglia) e agli anziani (per ritardare il più possibile la disabilità).

Gli obiettivi sopra descritti sono raggiungibili in un'ottica di medio/lungo periodo, strutturando il lavoro in una serie di fasi di intervento progressivo. Per dare, infatti, alla comunicazione una logica di continuità è necessario pensare alle diverse attività non come singole iniziative ma come una catena di comunicazione che, attraverso dei momenti di maggiore intensità durante

l'anno, permetta una costante emersione del messaggio per tutto il periodo considerato.

A tal fine, sono stati preliminarmente individuati dei **messaggi comuni** da veicolare sotto un logo "ombrello" valido per tutti i soggetti coinvolti nell'iniziativa (Ministero della Salute, società scientifiche e associazioni) con lo scopo di contraddistinguere, anche graficamente, le diverse iniziative di comunicazione, raggruppate per "programmi".

Le numerose iniziative di cui si compone la campagna sono strutturate in tre fasi progressive di comunicazione articolate nel corso dell'anno.

La prima fase è stata dedicata alla promozione di stili di vita salutari per ridurre il rischio cardiovascolare: adozione di una alimentazione corretta sia dal punto di vista quantitativo che qualitativo, dissuasione dal consumo di fumo di tabacco e alcol, incremento dell'attività fisica. A tal fine sono stati predisposti poster e locandine, organizzati convegni e concerti, distribuiti opuscoli informativi (guide alla prevenzione) destinati da un lato ai cittadini e dall'altro al personale medico.

Nella seconda fase è stata sviluppata più specificamente l'attività di sensibilizzazione e di informazione sui rischi cardiovascolari e sulla morte improvvisa attraverso una campagna pubblicitaria sui principali media (tv, radio, stampa, internet, cinema), concerti, convegni e programmi di screening gratuiti nelle principali piazze del paese.

La terza ed ultima fase è stata incentrata sulla promozione e diffusione della *Carta del rischio cardiovascolare* quale importante strumento per il controllo individuale del proprio stato di salute. A tal fine sono stati predisposti dal Ministero della Salute, insieme a tutte le associazioni e società scientifiche coinvolte nell'iniziativa, una specifica campagna di comunicazione e l'organizzazione di un evento di risonanza nazionale che è svolto nelle principali piazze italiane con l'obiettivo di coinvolgere attivamente i cittadini nell'uso di questo nuovo strumento di autovalutazione del rischio cardiovascolare.

"*Il cuore. Il tuo vero Motore*" è il tema della prima campagna tv, voluta dal Ministro della Salute Girolamo Sirchia e dall'Alleanza per il cuore, che è stata diffusa su emittenti nazionali e locali.

Inoltre è stato realizzato un opuscolo informativo, stampato e diffuso in una tiratura pari a 1.200.000 copie e che si è rivelato un valido supporto a tutte le iniziative portate avanti dagli alleati e da alcuni Comuni italiani particolarmente attenti alla salute dei propri cittadini, come quello di Saluggia, di Bolgare e di Benevento.

L'opuscolo, oltre alla diffusione attraverso le associazioni alleate, e a quella destinata al MMG con Corriere Salute, è stato anche veicolato tra la popolazione, tramite l'inclusione nel numero estivo della promozione editoriale di Gioia + Gente per un totale, solo quello, di 900.000 contatti.

Ancora, il sito web **www.annodelcuore.it**, sviluppato in armonia con la creazione dei materiali prodotti e della campagna integrata, è nato con lo scopo di agire da cassa di risonanza per le attività che, parallelamente, seguivano i canali di comunicazione, cosiddetti "tradizionali", raggiungendo un segmento di target più giovane, aggiornato e attento.

Consultando il sito **www.annodelcuore.it** cittadini e operatori sanitari potranno trovare informazioni sulle iniziative dell'Anno del Cuore, consigli circa la prevenzione e la carta del rischio cardiovascolare, uno spazio dedicato alla "Notizia di oggi", link a centri di cardiologia, siti sul cuore, newsgroup.

Del sito è stata prodotta anche una versione accessibile per i disabili, per garantire a tutti la fruizione e l'accesso alle informazioni contenute.

Inoltre, sono state realizzate una serie di altre iniziative correlate all'Anno del Cuore e rivolte, in particolare, ai target meno colpiti dalle iniziative organizzate e seguite direttamente dall'associazione/società scientifica proponente, partendo anche dalle opportunità già esistenti, che hanno dato inizialmente copertura media a basso costo per contatto e visibilità all'Anno del Cuore e ai singoli messaggi.

E' stata organizzato anche un monitoraggio dei risultati tramite una ricerca telefonica affidato all'istituto Eurisko.

L'indagine ha avuto come obiettivi principali la misurazione dell'impatto e del ricordo della campagna e la stima degli effetti che la campagna stessa è stata in grado di produrre su comportamenti e atteggiamenti del pubblico, in relazione al tema delle malattie cardiovascolari.

I risultati dell'indagine hanno mostrato che nei circa 5 mesi interessati da questa indagine si è registrata una notevole sensibilità verso il tema delle malattie cardiovascolari, infatti risulta che il 94% degli italiani conosce il fenomeno e il 27% (circa 13.000.000 di individui) cita spontaneamente le patologie di quest'area (seconda solo all'area oncologica)

Questi dati vanno senz'altro iscritti nel contesto generale sviluppato dalle Istituzioni e dai Media su questo tema nel corso del 2004.

Va però segnalato che l'effetto di notorietà attribuito al canale pubblicitario è riconosciuto dal 14% degli italiani, con un incremento significativo da giugno a novembre.

In sintesi, ciò sembra almeno in parte corrispondere alla richiesta di maggiore supporto e informazione manifestato da almeno un terzo dei cittadini.

Il Ministero, quindi, proseguirà la campagna anche per tutto il 2005 insieme alle Associazioni dell'Alleanza per il Cuore allo scopo di sensibilizzare i cittadini sull'importanza della prevenzione delle malattie cardiovascolari e della riduzione dei fattori di rischio attraverso l'adozione di stili di vita salutari e del ricorso a strumenti scientificamente validati di autovalutazione come la *Carta del rischio cardiovascolare*.

Facendo proprie semplici ma importanti regole tutti gli italiani potranno ridurre significativamente l'impatto sociale di quello che è stato definito "*il grande killer delle società industrializzate*".

Roberto Iadicicco