

Valutare gli effetti di una campagna per il trattamento tempestivo dell'ictus: i risultati dell'indagine campionaria

di Marco Sisti (ASVAPP)

Indice dell'intervento

2

- Cosa significa concretamente **valutare gli effetti** di una politica pubblica?
- Qual è il disegno per la valutazione sperimentale della **campagna informativa** per il trattamento tempestivo dell'ictus?
- Quali sono i **primi risultati** ottenuti dallo studio randomizzato? Gli esiti dell'indagine campionaria

**Cosa significa
valutare gli effetti
di una politica pubblica?**

Si fa presto a dire “*effetto*” della politica

4

Le leggi nazionali e regionali rimandano spesso alla necessità di valutare gli effetti delle politiche pubbliche: ma cosa comporta affrontare **davvero** questa sfida?

Per valutare gli effetti, occorre come minimo stabilire:

- 1) **su che cosa** si vuol produrre un effetto
- 2) **da cosa** tale effetto dovrebbe essere prodotto
- 3) seguendo **quale strategia** di analisi si riesce a stabilire che un effetto ci sia stato o meno e a quantificarne l'entità

Su che cosa si vuol produrre un *effetto*?

5

**Quali sono le *caratteristiche*
(osservabili) della popolazione
su cui la politica interviene, che meglio
rappresentano i comportamenti o le condizioni
che la politica intende modificare?**

In gergo parliamo di *variabili risultato*

Da cosa tale *effetto* dovrebbe essere prodotto?

6

**E' necessario individuare una “variabile-trattamento”,
che nella sua forma più semplice sarà una variabile
dicotomica (SI/NO) e rappresenterà l'esposizione o
non-esposizione dei membri della popolazione
ad una certa politica**

Come riuscire a identificare l'*effetto*?

7

Prima di capire come lo si identifica,
occorre però darne una **definizione corretta**

Effetto

=

differenza tra il valore osservato nella variabile-risultato

dopo l'attuazione della politica

e

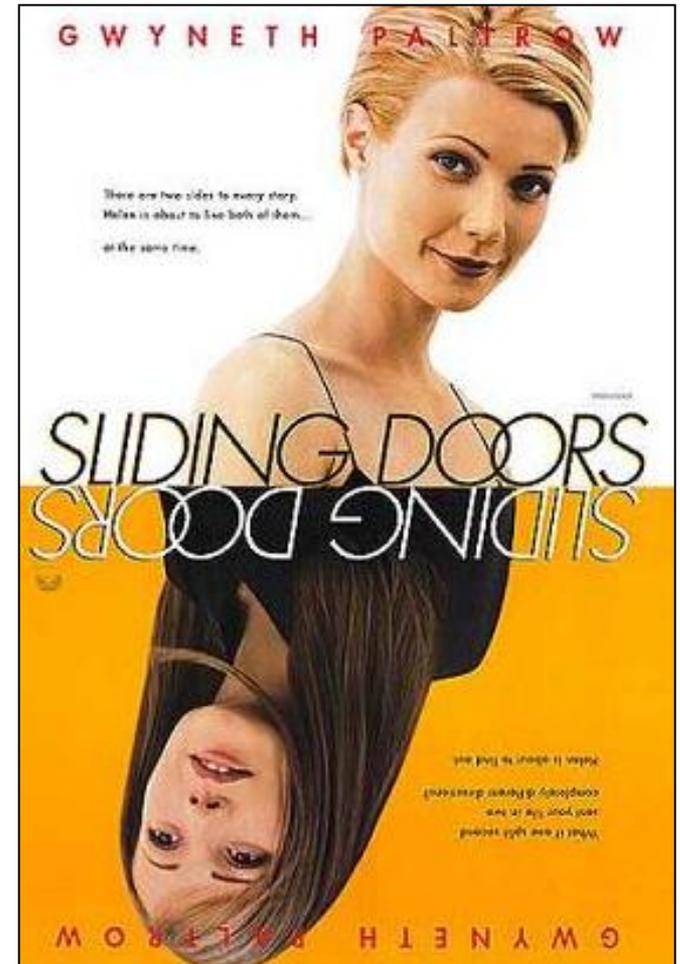
il valore che si sarebbe osservato

in assenza della politica

Esempio cinematografico di situazione controfattuale

8

Cosa **sarebbe accaduto** a Gwyneth se le porte si fossero chiuse prima che lei riuscisse a salire sul treno della metropolitana?



Il “dilemma” di Holland

9

Soltanto uno dei due termini di questa differenza
può essere osservato (**valore fattuale**),
l'altro (**valore controfattuale**)
è ipotetico e non osservabile
per definizione

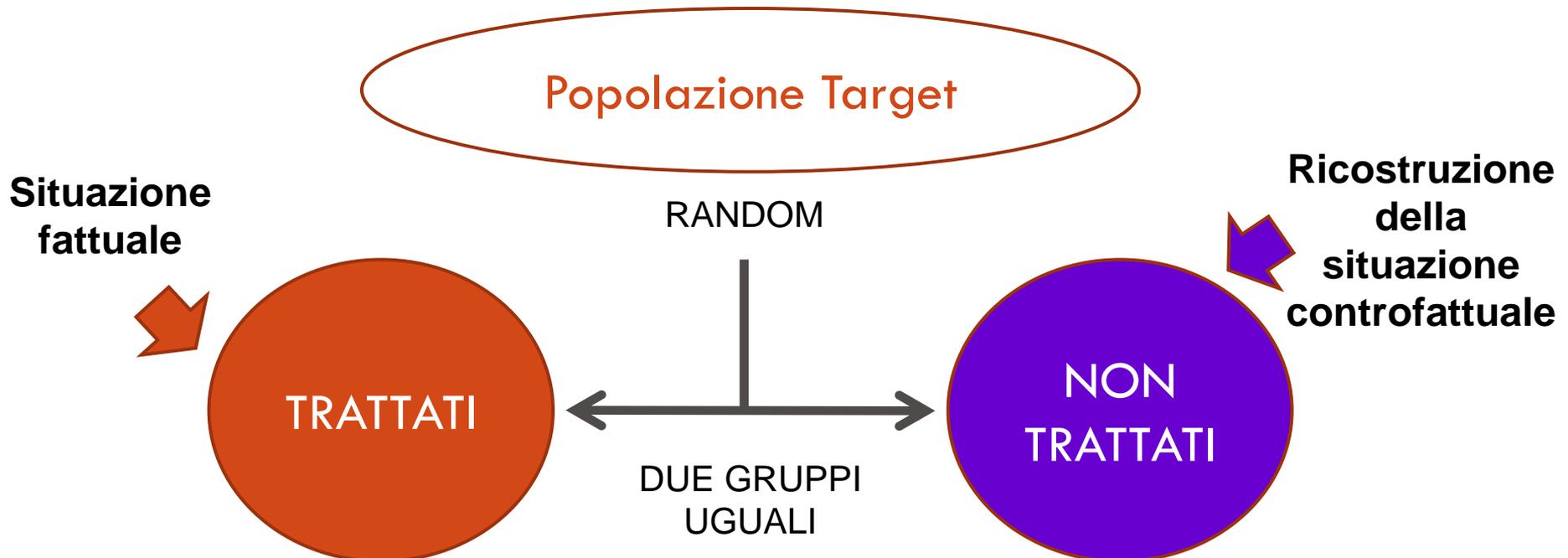
Conclusione:

determinare quali effetti ha avuto
una politica pubblica è a rigore impossibile!

Un modo per ricostruire la **situazione controfattuale**

10

Per conoscere se l'intervento è stato efficace, è possibile condurre una sperimentazione controllata basata su un processo di **randomizzazione**



Quale disegno per la valutazione degli effetti della campagna informativa sull'ictus?

Il problema del **ritardo evitabile**

12

- Circa **200.000 casi** di ictus ogni anno. Prima causa di invalidità e terza causa di morte
- E' possibile intervenire con trattamento trombolitico ma solo entro le **prime tre ore** dall'insorgenza dell'ictus
- Occorre limitare il **ritardo evitabile** che in parte dipende dall'organizzazione ospedaliera e in parte dalle conoscenze e dai comportamenti dei cittadini (in Italia solo circa 1/3 dei pazienti arriva con il 118)

La campagna in UK: **STROKE FAST**

13

Nel 2009 il Ministero della Sanità ha avviato stroke fast una campagna informativa sui sintomi dell'ictus

STROKE - ACT F.A.S.T.

Act F.A.S.T. Home Know the signs Real stories About stroke

WHEN STROKE STRIKES, ACT F.A.S.T.

FACE.
Has their face fallen on one side? Can they smile?

ARMS.
Can they raise both arms and keep them there?

SPEECH.
Is their speech slurred?

TIME.
Time to call **999** if you see any single one of these signs.

I risultati però sono controversi...

14

Nel 2010 il 56% dei pazienti
si reca all'ospedale nelle
prime tre ore dall'ictus

Una percentuale leggermente
inferiore a quella del 2008.

E' stato un **insuccesso**?

La campagna è stata inefficace?

HOME NEWS SPORT FINANCE COMMENT BLOGS CULTURE TRAVEL

Motoring Health Property Gardening Food and Drink Family Relationships

Health News Health Advice Diet and Fitness Wellbeing Expat Health

Health News

Stroke campaign 'failed to have lasting impact'

A multi-million publicity campaign to get people to recognise the symptoms of stroke faster has failed to have a lasting effect, according to a study of how the condition is treated.



By **Stephen Adams**, Medical Correspondent

8:30AM BST 12 May 2011

[Follow](#) 69 followers

Comment

The Department of Health funded the 2009 FAST campaign - an acronym for face, arms, speech, time - to drive home the message that relatives or carers need to act immediately when they see the first signs of stroke.

This is important because the sooner a stroke victim receives treatment, such as clot-busting drugs, the greater the chance of limiting its long-term impact.

Yet new figures from the annual National Sentinel Stroke Audit, released today (THUR), show that the proportion of patients admitted to hospital within three hours of first symptoms, at 56 per cent, is "slightly worse than in 2008".

The audit authors comment that these figures "suggest that the FAST advertising campaign has not had a dramatic effect on the behaviour of patients and the public".

Nikki Hill, from The Stroke Association, said the FAST campaign had been "tremendously successful in raising awareness of stroke symptoms amongst the general public", with a "marked increase in calls to ambulance services".

Share:

Tweet 9

Share 2

Health News

News » UK News

»
Health » Stephen Adams »

IN HEALTH NEWS



Caratteristiche della campagna sull'ictus della Regione Lombardia

15

- Utilizzo di **un solo mezzo** di comunicazione: una lettera inviata per posta
- Un **preciso messaggio** da comunicare: spiegazione sintomi e indicazioni sulla chiamata 118
- Individuazione della fascia di popolazione più **a rischio**: famiglie con almeno un componente over 65
- Costruzione di un **gruppo di controllo randomizzato**: la campagna ha toccato 83 zone CAP e altre 83 sono entrate nel gruppo di controllo

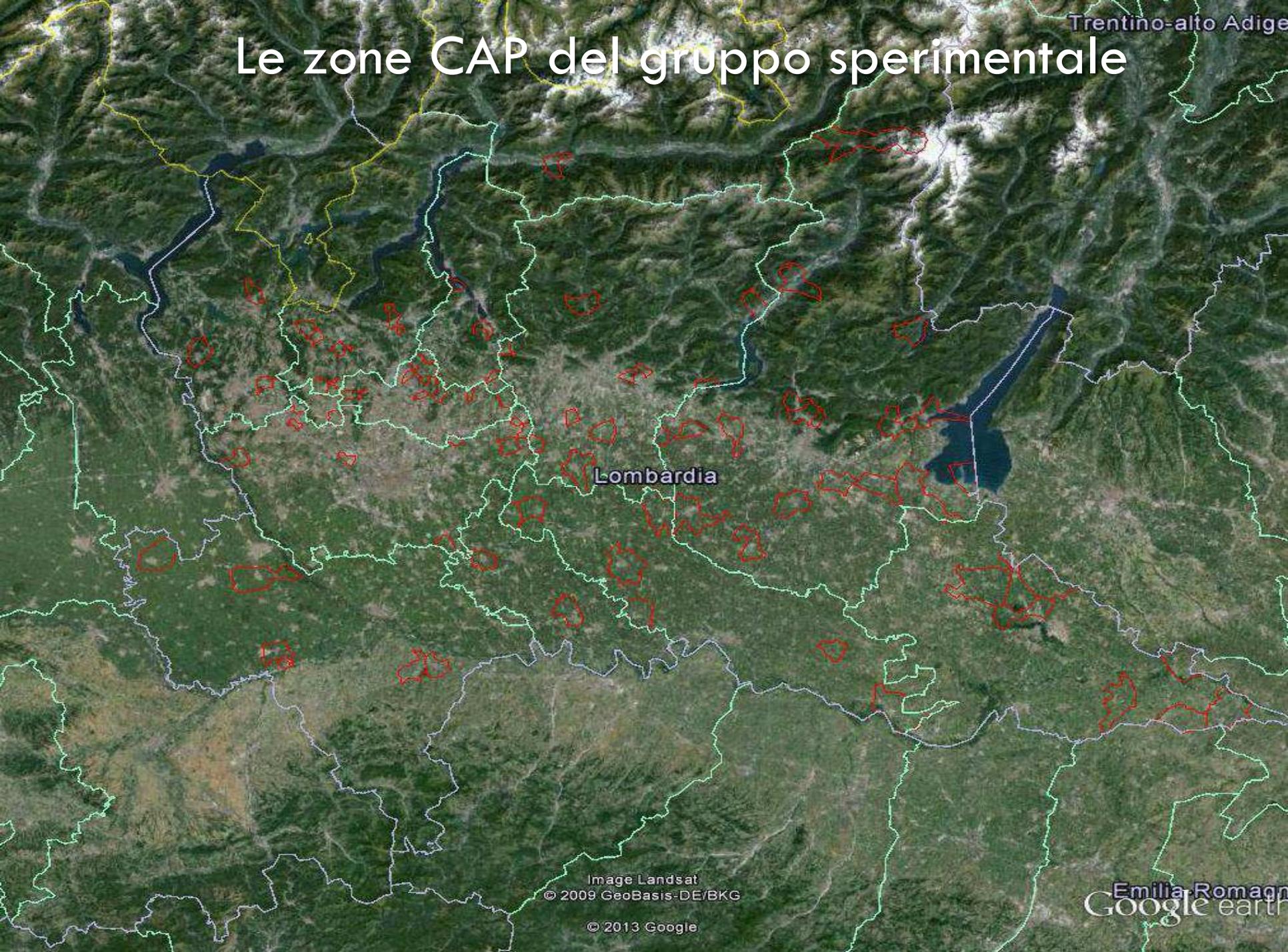
Il campione di zone CAP dal quale sono state estratte a sorte le zone oggetto della campagna

16

La selezione randomizzata è stata effettuata tra tutte le zone CAP con popolazione tra 65 e 85 anni superiore a 1000 e inferiore a 3000

Province	Conteggio di CAP	Popolazione 65/85
BERGAMO	31	45980
BRESCIA	42	77524
COMO	15	23141
CREMONA	10	17522
LECCO	11	18846
LODI	3	6948
MANTOVA	17	25300
MILANO	23	43234
MONZA E DELLA BRIANZA	25	44893
PAVIA	14	22700
SONDRIO	3	5467
VARESE	18	34204
Totale complessivo	212	365759

Le zone CAP del gruppo sperimentale



La lettera **inviata** alle famiglie

18

ICTUS Riconosci i segnali per agire in fretta.

Gentile Famiglia,

sappiamo che l'ictus è un disturbo della circolazione del sangue nel cervello, che si manifesta all'improvviso, anche in persone apparentemente in buona salute.

Rappresenta in Italia la prima causa di invalidità permanente e la terza causa di morte, colpendo circa 200.000 persone all'anno.

Intervenendo in tempo, però, possiamo limitare i danni e favorire il recupero della persona colpita.

Come riconoscere l'ictus?

Improvvisamente la persona colpita:

- ha molta difficoltà a **sollevare un braccio** o ha perdita di forza o sensibilità; può succedere anche a una gamba o addirittura a metà corpo
- ha la **bocca storta**, un angolo non si solleva o cade
- **parla in modo incomprensibile** o ha difficoltà a formulare le parole.



Se notate uno o più di questi sintomi, **CHIAMATE SUBITO IL 118.**

C'è poco tempo! Per agire efficacemente, il medico in ospedale deve intervenire **entro 3 ore al massimo.**

Vi chiedo di **non portare voi stessi la persona al Pronto Soccorso in quanto:**

- il **118** sa quale è la struttura adatta più vicina
- il **118** conosce il tragitto più breve per arrivare in ospedale
- gli operatori sanno come comportarsi.

Vi raccomando di **tenere queste informazioni a portata di mano** per eventuali emergenze. Sapere cosa fare ed essere pronti all'azione può salvare la vita dei nostri cari.

Il Vicepresidente e Assessore alla Salute

Mario Mantovani

Regione Lombardia

ICTUS Riconosci i segnali per agire in fretta.



BRACCIO

Un arto è inerte e "cade".
Chiedi di provare ad alzare entrambe le braccia: non lo farà in modo simmetrico.



BOCCA

Un angolo della bocca è storto e "cade".
Chiedi di provare a sorridere: avrà difficoltà.



PAROLA

Parla confusamente.
Chiedi di ripetere una frase: non ci riuscirà.



AZIONE

Chiama subito il 118.
Aspetta l'ambulanza.
Non portare tu stesso la persona colpita da ictus al Pronto Soccorso!

Gli operatori sanno come comportarsi e in quale ospedale recarsi.

Regione Lombardia

Gli obiettivi della valutazione

19

Capire **se e in che misura** una lettera inviata per posta riesce a fare la differenza

Il messaggio è compreso e ricordato?

Conoscenza dei sintomi e del comportamento da tenere in caso di urgenza

La reazione all'ictus è cambiata?

I comportamenti in situazione di emergenza: 118 e tempo di arrivo

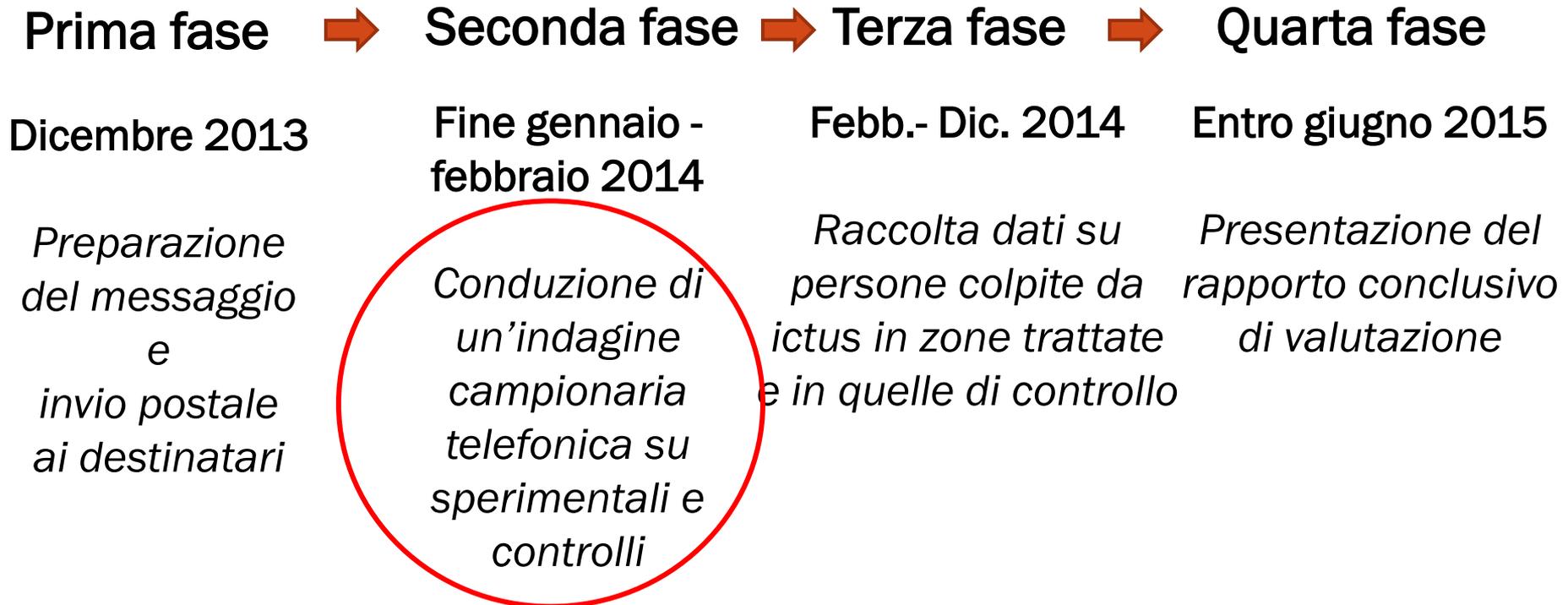
Il trattamento riduce i casi di morte e invalidità?

Le conseguenze della malattia sullo stato di salute dei pazienti

Il processo di valutazione

20

Adesso siamo qui!



Quali sono i **primi risultati** della
campagna informativa?
Gli esiti sulla conoscenza

Le **interviste effettuate** dopo circa 40 giorni dal termine della campagna informativa

22

Tav. 4 – Le interviste realizzate attraverso l'indagine telefonica

	Gr. Controllo	Gr. Sperimentale
N. interviste tentate	1217	1235
N. interviste realizzate	750	752
Ha risposto il destinatario della lettera	606	631
Hanno risposto altri conviventi magg.	144	121
- <i>coniugi</i>	75%	72%
- <i>figli, nuore o generi</i>	19%	19%
- <i>altre relazioni (nipoti, badanti, etc.)</i>	6%	9%

La capacità di riconoscere i tre sintomi dell'ictus citati nella lettera

23

Tav. 9 - L'effetto della lettera sulla conoscenza dei singoli sintomi

% di coloro che hanno risposto SI	Gr. Sperimentale	Gr. Controllo	Diff.
Ha già sentito parlare di ictus	97,2%	96,5%	+ 0,7
Sintomi			
1 - parlare senza scandire bene le parole	85,6%	79,3%	+ 6,3
2 - non riuscire a sollevare un braccio	78,4%	67%	+ 11,4
3 - avere la bocca storta	90,6%	81,1%	+ 9,5
4 - avvertire un fortissimo mal di testa	71,8%	71,3%	+ 0,5

In grassetto le differenze statisticamente significative

Tav. 10 - L'effetto della lettera sulla conoscenza dei sintomi

% di coloro che hanno individuato	Gr. Sperimentale	Gr. Controllo	Diff.
Almeno 2 sintomi indicati in lettera	90,8%	82,1%	+ 8,7
Tutti e 3 i sintomi indicati in lettera	67%	52,2%	+ 14,8

EFFETTI!

La consapevolezza della necessità di chiamare il 118

24

Tav. 11 – Il comportamento dichiarato in caso di emergenza ictus

Qual è la prima cosa che fa, se sospetta che una persona che le sta accanto sta subendo un ictus?

	Gr. Sperimentale	Gr. Controllo	Diff.
Aspetto per vedere se i sintomi passano	0,4%	0,8%	- 0,4
La porto subito all'ospedale più vicino	13,7%	14,8%	- 1,1
Chiamo il 118 e aspetto l'autoambulanza	80,3%	76,5%	+ 3,8
Le consiglio di contattare immediatamente il proprio medico	5,3%	7,2%	- 1,9
Non so	0,3%	0,7%	- 0,4
Totale	752	750	

Nessun effetto sostanzioso!
Ma si parte da percentuali molto elevate!

Questo è la variabile risultato più importante: mette insieme capacità e consapevolezza

25

Tav. 12 - Risposte sull'urgenza e sul numero di sintomi

% risposte esatte	Gr. Sperimentale	Gr. Controllo	Diff.
Hanno risposto correttamente alla domanda sui sintomi e indicano la necessità di chiamare il 118	54,9%	42,1%	+12,8
	752	750	

Un effetto di quasi 13 punti percentuali!

Ciò significa che **grazie alla campagna** è aumentato del **30%** il numero di coloro che hanno le conoscenze giuste per agire correttamente in caso di ictus

Se guardiamo ai soli **destinatari diretti** della lettera (nominativo sulla busta)

26

Tav. 15 – Risposte sull'urgenza e sul numero di sintomi

% risposte esatte	Gr. Sperimentale	Gr. Controllo	Diff.
Hanno risposto correttamente alla domanda sui sintomi e indicano la necessità di chiamare il 118	52,9%	38,3%	+14,6
	631	606	

L'effetto aumenta di circa due punti percentuali!

Ciò significa che **grazie alla campagna** è aumentato del **38%** il numero di coloro che hanno le conoscenze giuste per agire correttamente in caso di ictus **(tra i destinatari della lettera)**

Quali sono i ricordi e le impressioni sulla lettera?

27

Ricorda se negli ultimi 2 mesi le è arrivata una lettera con informazioni sull'ictus?	Tutti intervistati del Gr. Sperimentale	Solo i destinatari
Sì	65%	66%
No	35%	34%
Totale	752	631

Come ha trovato il contenuto della lettera?	Gr. Sperimentale
Utile	89,2%
Poco utile perché difficile da comprendere	0,8%
Poco utile perché contiene informazioni già conosciute	4,7%
Non ricordo/non so	5,3%
TOT	487

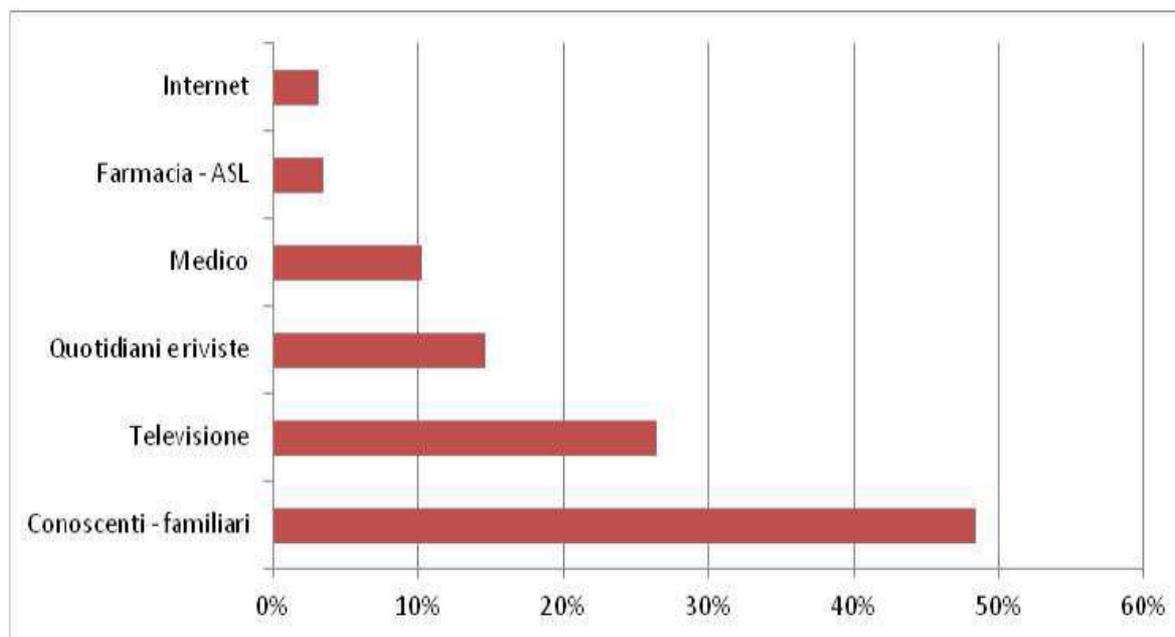
Altri canali di informazione?

28

Tav. 7 – Cittadini raggiunti da altre campagne informative

Ricorda di avere avuto in passato informazioni sull'ictus?	Tot. intervistati
Sì	57%
No	40%
Non ricordo	3%
TOT	1502

Tav. 8 – I canali di informazione sull'ictus





SALVIAMOCI LA PELLE

NON IMPORTA QUANTE
RUOTE HAI SOTTO DI TE,
LA VITA È UNA SOLA.
SULLA STRADA
USIAMO LA TESTA.



in collaborazione con



con il contributo di

FONDAZIONE
DUCATI

ZatteMiele



OSSERVATORIO
PER L'EDUCAZIONE STRADALE E LA SICUREZZA

Regione Emilia-Romagna