





# Il progetto

## Educazione e Ritardo di Ospedalizzazione per Ictus

**Programma di ricerca Regione-Università 2010-2012**

*Area 2 - "Ricerca per il Governo clinico"*

**TRIAL CLINICO RANDOMIZZATO PER VALUTARE  
L'EFFETTO DI UNA STRATEGIA DI EDUCAZIONE  
DELLA COMUNITA' SUI TEMPI DI ACCESSO  
OSPEDALIERO IN CORSO DI ICTUS ACUTO**

**Area Tematica: valutazione di impatto di interventi finalizzati al  
miglioramento della qualità e dell'appropriatezza  
dell'assistenza delle reti assistenziali**

# Fasi del progetto

**Validazione dello STAT**

**Analisi del contesto**

**Sul livello di conoscenza della comunità**

**Sui determinanti del ritardo**

**Esperto della comunicazione**

**Sviluppo della campagna**

**Fase esplorativa (focus group)**

**Fase di sperimentazione della campagna**

**Settembre 2012–luglio 2013**

**Agosto 2013–marzo 2015**

# Componenti della campagna

Costrutti psicologici su cui agire

Conoscenza, self-efficacy, outcome expectation

Teoria di riferimento

General Model of Total Patient Delay  
Common sense model of self-regulation

Contenuto del messaggio

**Brochure, poster,  
filmato a circuito chiuso  
e spot TV**

Modo

Appeal

Forma

Prodotti

Brochure, poster, filmato a circuito chiuso  
e spot TV

Canali di diffusione

**Poste, distribuzione diretta in  
luoghi pubblici, trasmissione del  
filmato a circuito chiuso nei PS,  
eventi pubblici, trasmissione in  
TV (ultimo mese)**





# ICTUS



# Pianificazione della campagna

Mesi

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16

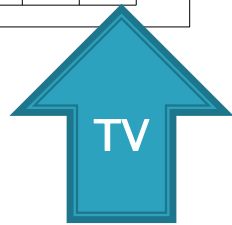
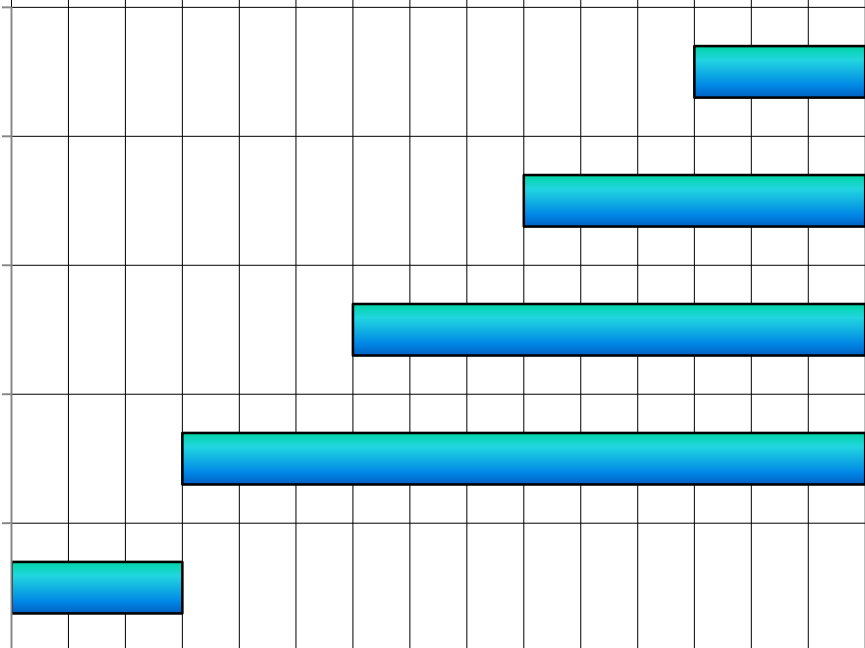
Lancio campagna a Reggio Emilia

Lancio campagna a Modena

Lancio campagna a Piacenza

Lancio campagna a Parma

Rilevazione basale



RESEARCH ARTICLE

Open Access

# Cross-cultural adaptation of the stroke action test for Ita

Caminiti et al. *BMC Emergency Medicine* (2017) 17:20  
DOI 10.1186/s12873-017-0130-9

BMC Emergency Medicine


Licia Denti<sup>1\*</sup>,  
Ospedalizzazi

RESEARCH ARTICLE

Open Access

# Development of an education campaign to reduce delays in pre-hospital response to stroke



Caterina Caminiti<sup>1\*</sup> ,  
Giovanni Malferrari<sup>6</sup>, N  
and On behalf of the I

## Stroke

JOURNAL OF THE AMERICAN HEART ASSOCIATION



### Impact on Prehospital Delay of a Stroke Preparedness Campaign: A SW-RCT (Stepped-Wedge Cluster Randomized Controlled Trial)

Licia Denti, Caterina Caminiti, Umberto Scoditti, Andrea Zini, Giovanni Malferrari, Maria Luisa Zedde, Donata Guidetti, Mario Baratti, Luca Vaghi, Enrico Montanari, Barbara Marcomini, Silvia Riva, Elisa Iezzi, Paola Castellini, Silvia Olivato, Filippo Barbi, Eva Perticaroli, Daniela Monaco, Iliaria Iafelice, Guido Bigliardi, Laura Vandelli, Angelica Guareschi, Andrea Artoni, Carla Zanferrari and Peter J. Schulz

*Stroke*. 2017;48:3316-3322; originally published online November 3, 2017;  
doi: 10.1161/STROKEAHA.117.018135

Licia Denti- SS Stroke Care-Clinica  
Geriatrica- Azienda Ospedaliero-  
Universitaria di Parma



# I risultati del progetto EROI

- ▶ La campagna non è stata efficace nel ridurre i tempi di accesso
- ▶ E' stata tuttavia efficace nell'aumentare la capacità di riconoscimento dell'ictus.
- ▶ Lo studio dimostra la necessità di testare le campagne di educazione sulla salute prima di applicarle su larga scala.

# Quali le criticità?

- ▶ Impiego di canali di diffusione non efficaci (la spedizione e gli eventi pubblici )
- ▶ Impossibilità a usare alcuni canali di diffusione, quali la televisione e il web (problemi di interferenza con il disegno dello studio)
- ▶ Durata troppo breve?

# Premesse per una nuova campagna

- ▶ Utilizzare lo stesso messaggio educativo (contenuti, modalità di presentazione, prodotti educativi)

- ▶ Impiegare nuovi canali

- Farmacie
- Case della salute
- **Web**

Il web come canale per l'educazione sulla salute

Vantaggi

Costi relativamente bassi

Incoraggia una maggiore interazione del pubblico con i contenuti del messaggio

Svantaggi

Accesso ancora limitato per alcuni strati della popolazione

INGREDIENTS FOR A

# Successful Public Health Campaign

In *Essentials of Public Health Communication*, Claudia Parvanta outlines how health communication campaigns are constructed with the ecological model in mind.



## Planning

Before anything else, campaign leaders need to determine whether there is sufficient evidence to suggest that a health problem definitively exists within a certain population.



## Development

The development phase of a campaign helps identify its objectives and the desired behavior changes or attitudes leaders hope to effect among the target population.



## Evaluation

Evaluating the success of a campaign involves measuring the reach of a campaign, but also determining whether the messaging results in the desired and intended behavior change.



# Evaluation

Evaluating the success of a campaign involves measuring the reach of a campaign, but also determining whether the messaging results in the desired and intended behavior change.

Are you considering a career in this field?  
Learn more about the health communication focus area offered through **MPH@GW**.

Source: [http://samples.jbpub.com/9780763771157/71157\\_FMxx\\_001\\_xxxiv.pdf](http://samples.jbpub.com/9780763771157/71157_FMxx_001_xxxiv.pdf)



Public Health Online

Grazie per l'attenzione

