



COMUNICATO STAMPA

Meeting con Brianza per il Cuore Onlus e Rotary Club
Sporting Club Monza, 9 febbraio 2010

***PROGETTO DI COMUNICAZIONE
SULL'AREA
PROVINCIA DI MONZA E BRIANZA***

Soggetto:

***"Riconosci l'emergenza
e allerta il 118"***

Promosso da:

ASSOCIAZIONE BRIANZA PER IL CUORE ONLUS

In collaborazione con:

ROTARY CLUB

Febbraio 2010

Premessa

*L'Associazione Brianza per il Cuore Onlus, dal 1995, opera per la diffusione di una cultura della prevenzione e della lotta alle malattie cardiovascolari. Si è fatta inoltre interprete di importanti azioni a sostegno della realizzazione di strutture e progetti che, affiancando l'operatività della Cardiologia delle Aziende Ospedaliere della Brianza, tendono a **migliorare sempre più una pronta risposta all'emergenza in caso di attacco cardiaco e/o ictus.***

Queste alcune delle **principali tappe** percorse:

- l'istituzione dell' **118 brianza**, oggi un'eccellenza a livello europeo
- la sottoscrizione e il sostegno per la realizzazione della **Cardiochirurgia al San Gerardo**
- l'attuazione del **Progetto Vita per la diffusione del Defibrillatore** sulle ambulanze, sulle gazzelle dei Carabinieri e della Polizia locale oltre che in postazioni fisse ad uso dei 'laici' (*scuole, società sportive, luoghi pubblici ad alta frequentazione*).
- l'attuazione dell'innovativo **Progetto ContrattaccoCardiaco** per la dotazione delle ambulanze e auto mediche di ECG per trasmissione immediata di elettrocardiogramma all'unità coronarica, con l'intento di ridurre il ritardo evitabile oltrepassando il pronto soccorso.

Il problema

Malgrado la disponibilità di questa eccellente rete di pronto intervento si rileva che ancora **il 60% degli infartuati raggiungono il pronto soccorso con propri mezzi** anzichè chiamare il 118 e ridurre così i tempi di pronto intervento.

Il Consiglio direttivo di Brianza per il Cuore Onlus ha così deciso di sviluppare una mirata campagna di comunicazione sull'area di Monza e provincia con i seguenti obiettivi:

Obiettivo A:

- *imparare a riconoscere i sintomi di un attacco cardiaco*
- *imparare a riconoscere i sintomi di un attacco di ictus*

Obiettivo B:

- *imparare ad allertare immediatamente il 118*
- *imparare ad attivare immediatamente la manovra di RCP*

Questa **campagna di comunicazione per la sensibilizzazione al problema e sua soluzione**, rientra nell'oggetto sociale dell'Associazione che intende attuarla con l'aiuto delle istituzioni sia pubbliche che private (club di servizio, sponsor) e dei media presenti sul territorio.

Il format

Si è individuato il formato corretto per la veicolazione dei vari messaggi in un materiale accattivante e piacevole al tatto, stampa plastificata resistente, **quindi da conservare**

Le caratteristiche del format scelto:

- **Card** formato cm 10 x 21, lo stesso di una normale busta commerciale, quindi formato pratico e facilmente conservabile in agenda, stampato a colori

+ - **Cartello display** da banco con tasca/contenitore delle Card per la distribuzione presso i medici di base, le farmacie e nei principali luoghi pubblici ad alta frequentazione.

La diffusione

Il pratico formato della card si presta a vari tipi di veicolazione:

- **diretta** (abbinato alla busta/foglio)
- **inserito nella corrispondenza** abituale dell'Associazione e degli sponsor
- **inserito nei media** principali che coprono il nostro territorio,
- **nei cartelli display** distribuiti nei più frequentati luoghi pubblici.

Area di diffusione

Tutti i comuni della provincia di Monza e Brianza corrispondente all'area di intervento del 118 Brianza

Periodo

Da gennaio a dicembre 2010, 15° anno di attività dell'Associazione

Media stampa

Per la divulgazione del messaggio si prenderanno in considerazione i principali media stampa diffusi sul territorio di nostro interesse.

Tali media sono individuabili in varie categorie:

- media **QUOTIDIANO NAZIONALE** con inserto locale che copre tutto il territorio
- media **SETTIMANALE LOCALE** che copre parzialmente con varie edizioni il territorio
- media **MENSILE LOCALE** che copre tutto il territorio
- media **HOUSE ORGAN**
- media comunali, in genere il classico **INFORMATORE COMUNALE** mensile o bimestrale, diffuso esclusivamente nel comune di competenza con il pregio di raggiungere gratuitamente tutte le famiglie

Proprio per l'alto valore sociale e per il generale apprezzamento dell'operato del proponente, Brianza per il Cuore Onlus, conta di ottenere un adeguato *ritorno in spazi redazionali sui media*

oltre a un supporto diretto da parte delle varie *testate* che possono diventare *copartner in particolari operazioni di divulgazione*.

Non ultimo e meno importante, verrà attivato un sito web, agganciato all'attuale www.brianzaperilcuore.org per comunicare l'evolversi dell'iniziativa e permettere a tutti di monitorarne lo sviluppo.

Area test: MONZA + LISSONE

Promosso da:

ASSOCIAZIONE BRIANZA PER IL CUORE ONLUS

In collaborazione con:

ROTARY CLUB MONZA

ROTARY CLUB MONZA EST

ROTARY CLUB MONZA OVEST

ROTARY CLUB MONZA NORD LISSONE

Periodo:

da febbraio 2010

Dopo una prima valutazione dell'investimento da dedicare alla campagna di comunicazione sull'intera area della provincia di Monza e Brianza si ritiene di procedere con una **prima azione area-test** per meglio monitorare il ritorno in termini di efficacia dell'azione di comunicazione considerata.

Anche in considerazione della partnership possibile con i Rotary Club dell'area di Monza si decide di procedere con questo primo area test sul territorio dei **comuni di Monza e Lissone**

Media stampa considerati

Per la divulgazione del messaggio si prenderanno in considerazione i principali media stampa diffusi sul territorio di nostro interesse raggiungibili con i diversi format di comunicazione previsti

- media **SETTIMANALE LOCALE**
- media **MENSILE LOCALE**
- media **HOUSE ORGAN (Brianza per il cuore News)**
- media **INFORMATORI COMUNALI**

TUA MONZA Tiratura 57.000 copie gratuitamente a tutte le famiglie di Monza

LISSONE INFORMA Tiratura 20.000 copie gratuitamente a tutte le famiglie di Lissone

Sono **media ideali per raggiungere tutti i nuclei familiari**, comune per comune.
Si cercherà ovviamente tutta la collaborazione possibile per ottenere, coi favori dell'amministrazione comunale, e l'inserimento gratuito della Card nel notiziario e il supporto redazionale per la presentazione del progetto

- **format di comunicazione:**

Inserito cellophanato - Format A - Card formato cm 10 x 21, lo stesso di una normale busta commerciale, quindi formato pratico e facilmente conservabile in agenda stampato a colori e plastificato.

Annuncio informativo - di adeguato formato (pagina intera o mezza pagina)

Distribuzione diretta

Poiché l'iniziativa verrà supportata da una adeguata azione publiregionale in collaborazione con tutte le più importanti testate del territorio si rende necessario rendere reperibile il format "Card" nei più frequentati luoghi pubblici.

In particolare, in questo primo area test si punterà su:

- **Farmacie**, circa 50, con la collaborazione dell loro Associazione
- **Medici di base**, circa 120, con la collaborazione dell'ASL3

- **format di comunicazione:**

+ - **Cartello display** da banco con tasca/contenitore delle Card per la distribuzione presso i medici di base, le farmacie e nei principali luoghi pubblici ad alta frequentazione.

Le azioni collaterali a supporto della comunicazione

Di rilevante importanza sono le azioni collaterali che si dovranno organizzare a supporto della comunicazione.

La *conferenza stampa di presentazione*, per l'iniziativa di alto valore sociale vedrà il coinvolgimento dei responsabili del 118, della Cardiologia e della Stroke-units contro l'ictus e dei Rotary partner/sponsor.

Obiettivo è creare un importante momento di divulgazione all'intera popolazione.

Proprio per l'alto valore sociale e per il generale apprezzamento dell'operato del proponente, Brianza per il Cuore Onlus, si spera in un adeguato *ritorno in spazi redazionali sui media*

Confidiamo anche in un adeguato ritorno in termini di supporto economico da parte delle varie *testate locali* che possono diventare *copartner in particolari operazioni di divulgazione.*

Non ultimo e meno importante, verrà attivato un *sito web*, *agganciato all'attuale www.brianzaperilcuore.org* per comunicare l'evolversi dell'iniziativa e permettere a tutti di monitorarne lo sviluppo.

Importante è dare il via all'iniziativa

Primo area test:

- **area:** Monza e Lissone
- **periodo:** a partire dall'ultima settimana di febbraio 2010

***GRAZIE DI CUORE
PER LA PARTECIPAZIONE
A QUESTO IMPORTANTE PROGETTO***

Ufficio Stampa Brianza per il Cuore
pintus@puntoinea.it
www.brianzaperilcuore.org