

Una campagna per festeggiare in anticipo i 30 anni di Ssn di Eva Antoniotti

Un sorriso per la sanità

Il prossimo anno il Servizio sanitario pubblico compirà tre decenni, essendo stato istituito dalla legge 833 nel 1978. Primo atto dei festeggiamenti è stata la campagna di comunicazione lanciata dal Ministero della Salute con lo slogan "Pane, amore e sanità"

Un atto di orgoglio del Servizio sanitario nazionale. È questo il senso ultimo della campagna di comunicazione realizzata da Oliviero Toscani per il ministero della Salute. Originale, come sempre, la scelta del grande fotografo che in un'epoca di bellezze siliconate ha invece scelto un volto rotondetto e ingenuo. Il rinvio è, probabilmente, alle immagini ottimiste dei film del dopoguerra, come d'altronde lo slogan che accompagna la foto: *Pane, amore e sanità*. Come capita spesso per i lavori di Toscani, non sono mancate le polemiche. Le infermiere hanno lamentato un'immagine troppo stereotipata, i medici hanno protestato per non essere stati effigiati, i perfezionisti hanno rilevato che la croce bianca in campo rosso (riprodotta sulla cuffietta della modella) richiama più la Svizzera che la salute pubblica. Moltissimi poi hanno sottolineato il costo della campagna, che, va detto, sta più in acquisizioni di spazi pubblicitari e affissioni che non nell'onorario del celebre fotografo. Polemiche che però non toccano il significato ultimo di questa iniziativa del ministero della Salute che ha voluto ricordare alle cittadine e ai cittadini italiani, con un moto di orgoglio, il valore del Ssn.

"Dobbiamo far riflettere i cittadini su quanto la sanità può fare - ha detto la ministra Livia Turco nel presentare alla stampa la campagna di promozione del Ssn - e non possiamo consentire che il servizio pubblico venga riconosciuto solo, come avviene per settimane sui giornali, per casi di malasanità. Il nostro è un sistema davvero equo e solidaristico. In ogni caso vogliamo assicurare che non abbiamo dimenticato i problemi che esistono, come le liste d'attesa. Sappiamo che dobbiamo migliorare il sistema - ha aggiunto Tur-

co - ma non si migliora se non si è consapevoli del valore del servizio". Al suo fianco il presidente del Consiglio Romano Prodi ha invitato a superare i luoghi comuni perché i risultati ottenuti dal servizio pubblico sono stati rilevanti ed anche più elevati rispetto a quelli garantiti dai sistemi di altri Paesi. Riuscendo anche a contenere la spesa, visto che per la sanità si spende in Italia complessivamente l'8,9% del Pil (di cui il 76,6% a carico del sistema pubblico) mentre ad esempio negli Stati Uniti si arriva a spendere il

Per la sanità in Italia si spende complessivamente l'8,9% del Pil, di cui il 76,6% a carico del sistema pubblico mentre negli Usa si arriva a spendere il 15,3% del Pil, ma il servizio pubblico copre solo il 45,1% di questi costi



Il Ssn in cifre

103.658 medici e 230.251 infermieri operano nelle strutture di ricovero del Ssn
47.022 medici di medicina generale assistono in media 1.080 residenti ciascuno
7.459 pediatri di libera scelta assistono in media 1.080 bambini ciascuno
62.145 persone si rivolgono in media ogni giorno ai Pronto Soccorso
23 milioni circa sono gli accessi annui ai Pronto Soccorso

15,3% del Pil (ma il servizio pubblico copre solo il 45,1% di questi costi).

Superata nel 1978 la logica per categorie delle vecchie mutue, il nostro Ssn eroga a tutti assistenza sanitaria con risultati positivi visto che, come si ripete da anni, è stato giudicato al secondo posto in una classifica internazionale stilata dall'Oms. Con questa organizzazione sovranazionale è stata recentemente stipulata una convenzione affinché monitorizzi il nostro sistema sanitario, la qualità e l'equità delle sue prestazioni. Secondo le in-

Una campagna con qualche polemica

La campagna "Pane, amore e sanità" voluta dal ministero della Salute per "veicolare un messaggio di ottimismo e fiducia nel Servizio sanitario nazionale anche in occasione del prossimo trentennale dell'istituzione del Ssn" - come si legge in un comunicato di fonte ministeriale - ha campeggiato nel mese di ottobre sulle pagine dei quotidiani e nei grandi manifesti murali affissi in tutte le città italiane.

Nel mondo della sanità non sono però mancate le polemiche, per lo più centrate proprio contro l'idea di fondo della campagna di comunicazione, ovvero l'ottimismo raffigurato dal sorriso rassicurante della modella. Insomma non è mancato chi ha sottolineato come la situazione della sanità italiana non sia sempre così positiva, ricordando i più tristi episodi di malasanità o i deficit regionali. Anche per questo il ministero della Salute ha commissionato un'indagine, realizzata da Swg, condotta su un campione di 1.400 soggetti di età superiore ai 16 anni, dalla quale è emerso che la maggioranza delle persone esposte alla campagna ha colto l'invito ad una riflessione positiva sul sistema della sanità italiana.

Per la precisione il 64% del campione intervistato ha recepito l'accezione positiva del messaggio proposto e il 72% ha associato l'immagine utilizzata al Ssn.

Particolarmente gradito il taglio innovativo della campagna: il 63% degli intervistati ha apprezzato la capacità di attirare l'attenzione e l'allegria, il 59% l'impatto grafico e il 58% l'originalità e la gradevolezza.

dicazioni del ministero, infatti, la qualità è insieme alla sicurezza, la sfida dell'attuale fase del Ssn, la quarta della sua storia che segue la fase di creazione, quella di avvio dell'aziendalizzazione e quella di definizione dei Livelli essenziali di assistenza. E proprio sui temi della qualità e della sicurezza, infatti, è incentrato il ddl, messo a punto dal ministero della Salute e approvato poi in Consiglio dei ministri, che dovrebbe "ammodernare" il servizio pubblico in occasione del suo trentesimo compleanno. **Y**