

"COME UN RITORNELLO": ELIO E LE STORIE TESE CANTANO LA METAFORA MUSICALE DELL'ADERENZA TERAPEUTICA

Parte oggi "Come un Ritornello", la nuova e originale campagna del Gruppo Servier in Italia che punta sulla potenza della musica per promuovere l'aderenza terapeutica nelle malattie croniche cardiovascolari. Cuore della campagna un jingle unico, divertente e ironico, prodotto e interpretato da testimonials d'eccezione: Elio e le Storie Tese, che nel loro stile inconfondibile spiegano i motivi per cui è importante seguire le terapie. L'aderenza terapeutica implica un gesto ripetitivo, come il ritornello di una canzone, che però deve entrare in testa e non essere dimenticato, per preservare tutte le «corde importanti» della vita. L'aderenza dà il ritmo a una buona qualità di vita.

*Per ascoltare il jingle e maggiori info sulla campagna 'Come un Ritornello':
www.alcuoredelladerenza.it*

Milano, 25 novembre 2021 – Sono ancora 4 milioni le persone che ogni anno in Europa perdono la vita a causa delle malattie cardiovascolari, nonostante negli ultimi due decenni si stia assistendo a un progressivo calo della mortalità. In Italia, rappresentano le principali cause di morbosità, invalidità e morte, essendo responsabili del 34,8% di tutti i decessi¹, con un pesante impatto economico per la società stimato in 16 miliardi di euro per i costi diretti e oltre 5 miliardi per i costi indiretti, calcolati come perdita di produttività². Di fronte a questi numeri è chiaro come sia urgente mettere in atto strategie volte alla prevenzione primaria e secondaria, in particolare educando la popolazione sull'importanza dello stile di vita e sul ruolo dell'aderenza alle terapie, che negli ultimi 20 anni hanno ridotto del 50% la mortalità per cardiopatia ischemica.

"Come un Ritornello" è la nuova campagna del **Gruppo Servier in Italia** finalizzata a promuovere l'aderenza terapeutica nelle malattie croniche cardiovascolari, che vede protagonista **Elio e Le Storie Tese**, con un jingle dedicato ai pazienti per spiegare l'importanza di seguire correttamente le indicazioni del medico e garantire così l'efficacia della terapia.

*"Partecipare a questa campagna è stata una bella esperienza – affermano **Elio e le Storie Tese** – siamo consapevoli dell'importanza del ruolo che ricopriamo, soprattutto perché la voce di personaggi noti viene più facilmente ascoltata dal pubblico. Mettere in musica messaggi importanti e complessi è stata una sfida che ci ha arricchito e, se aiuterà le persone affette da malattie cardiovascolari a vivere in modo più sereno la propria quotidianità, vorrà dire che avremo ottenuto un grande successo."*

In Italia solo il 50% degli over 65 segue correttamente le indicazioni del medico in merito alle cure³. Le motivazioni possono essere diverse, come la dimenticanza, la complessità della terapia, la durata e gli eventuali effetti collaterali del trattamento e la mancata percezione sulle potenziali conseguenze della non aderenza. Si aggiunge inoltre la possibilità che siano presenti comorbidità, che fanno sì che il numero di farmaci da assumere aumenti e con esso la difficoltà ad aderire correttamente al piano

¹<https://www.salute.gov.it/portale/donna/dettaglioContenutiDonna.jsp?lingua=italiano&id=4490&area=Salute%20donna&menu=patologie>

² <https://www.sanita24.ilsole24ore.com/art/medicina-e-ricerca/2017-09-28/giornata-mondiale-cuore-costi-malattie-cardiovascolari-e-burden-ipercolesterolemia-151903.php?uid=AEpTKNbC>

³ Report OMS



terapeutico. Il messaggio della campagna “Come un Ritornello” è dunque quello di condividere le motivazioni alla base delle scelte terapeutiche del medico e di seguirne le indicazioni, evitando di fare di testa propria interrompendo le cure senza motivo.

*“La parola d’ordine per i medici deve essere condivisione – dichiara il **Prof. Giovambattista Desideri, Direttore UOC Geriatria, Lungodegenza Geriatrica e Scuola di Specializzazione in Geriatria Università degli Studi dell’Aquila** – Il successo di ogni intervento terapeutico, infatti, presuppone necessariamente il coinvolgimento attivo e collaborativo del paziente che deve essere adeguatamente responsabilizzato nell’attuazione degli interventi terapeutici pianificati a tutela del proprio stato di salute. Un paziente che conosce i benefici del trattamento sarà più propenso ad aderire con scrupolo alle prescrizioni terapeutiche del medico. Questa “alleanza” medico-paziente è soprattutto importante nella gestione delle malattie croniche, particolarmente diffuse nella popolazione adulta-anziana, perché la frequente coesistenza di più patologie può richiedere a volte trattamenti piuttosto articolati.*

La **scarsa aderenza** determina una inevitabile inefficacia delle terapie e un **aumento della morbilità e della mortalità**. Questo si traduce non solo in un danno per il paziente, ma anche per la società e il Sistema Sanitario Nazionale, chiamati ad assorbire i costi diretti e indiretti generati dagli interventi sanitari e previdenziali necessari per gestire eventi maggiori e disabilità correlate.

*“La soluzione al problema della scarsa aderenza va ricercata soprattutto nella semplificazione della terapia, cercando di evitare il più possibile la frammentazione delle assunzioni dei farmaci nell’arco della giornata e riducendo al massimo il numero delle compresse – continua il **Prof. Giambattista Desideri** – Efficacia, tollerabilità e semplicità del trattamento rappresentano, infatti, i requisiti indispensabili per raggiungere il successo terapeutico. L’attuale disponibilità di associazioni precostituite di farmaci di comune utilizzo in ambito cardiovascolare, quali antipertensivi ed ipocolesterolemizzanti, consente al medico di raggiungere i diversi obiettivi terapeutici di volta in volta richiesti utilizzando un numero ridotto di compresse.*

La pandemia di Covid-19 ha rappresentato e, in parte, rappresenta ancora, un’ulteriore barriera posta tra medico e paziente. Visite mancate e impossibilità di un confronto in presenza sono un forte ostacolo all’instaurarsi di un rapporto forte tra medico e paziente, in particolare per gli over-65, che generalmente hanno meno dimestichezza con gli strumenti digitali.

*“Servier crede fortemente nel contributo che può dare al Sistema Salute del nostro Paese, ancora di più in questo periodo di pandemia, in cui i più colpiti sono i pazienti ‘fragili’, anziani cronici e politrattati – dichiara **Marie-Georges Besse, Direttore Medical Affairs Gruppo Servier in Italia**– Per questo motivo, da una parte ci impegniamo nella ricerca di farmaci innovativi e ‘patient friendly’, che sostengano il paziente nella corretta assunzione della terapia, come le combinazioni a dosi fisse e le polipillole, dall’altra mettiamo a disposizione strumenti educazionali e campagne di sensibilizzazione dirette a favorire la consapevolezza di quanto l’aderenza terapeutica sia cruciale per la salute del paziente, del SSN e della società. ‘Come un Ritornello’ ora, ‘Impazienti Cronici’ e ‘Al Cuore dell’Aderenza’ negli anni scorsi, rappresentano solo alcuni esempi del nostro continuo sforzo per contrastare e controllare l’impatto delle patologie cardiovascolari a livello del singolo paziente e della collettività.”*

Per ascoltare il jingle e maggiori info sulla campagna ‘Come un Ritornello’ www.alcuoredelladerenza.it



SERVIER

È una **società farmaceutica internazionale indipendente, governata da una fondazione non-profit**, con sede in Francia (Suresnes). Presente in 150 paesi e con un fatturato di 4,7 mld nel 2020, Servier impiega circa 22.500 persone in tutto il mondo. Interamente indipendente, il Gruppo reinveste in media il 23% del suo fatturato (esclusi i generici) ogni anno in ricerca e sviluppo e utilizza tutti i suoi profitti per lo sviluppo. La crescita aziendale è guidata dalla costante ricerca di innovazione in quattro aree terapeutiche: oncologia, cardiovascolare e metabolismo, neuroscienze e immuno-infiammazione. In particolare, per rispondere ai bisogni sempre crescenti dei pazienti, Servier ha fatto dell'oncologia una delle aree prioritarie per la sua politica di ricerca e sviluppo (R&S), nella quale dal 2020 investe il 50% del budget di R&S.

Per maggiori info sul Gruppo:

www.servier.it

<https://www.facebook.com/GruppoServierITA>

<https://www.linkedin.com/company/gruppo-servier-in-italia/>

Per informazioni:

Gruppo Servier in Italia

Elena Dalla Longa, External Communication Manager

Mobile +39 344 1808374, elena.dallalonga@servier.com

Edelman Italia

Giovanna Giacalone, 348 0195024, giovanna.giacalone@edelman.com

Elia Celotto, 337 1068179, elia.celotto@edelman.com