

Abstract - Groupe n°26

Infarctus: une population informée des symptômes permet-elle une prise en charge plus précoce?

Damien Di Rocco, Alexandre El Hage, Alessia Nidegger, Nura Roesler, Thomas Ruegger et Sean Sheppard

Problématique

Les maladies coronariennes touchent 300'000 personnes en Suisse, représentant la première cause de mortalité avec 18'000 infarctus du myocarde, menant à 2'500 décès par an. Une prise en charge rapide dès l'apparition des premiers signes d'infarctus est primordiale pour sauver des vies. Ces dix dernières années, la vitesse d'intervention médicale suite à l'appel aux urgences a été fortement améliorée. Cependant, le taux de survie ainsi que le temps écoulé entre les prodromes et l'appel au 144 ont peu évolués. Dans notre pays, les personnes attendent environ 130 minutes en journée et 217 minutes la nuit avant d'appeler les urgences. Les raisons de cette attente peuvent être multiples, mais des études montrent qu'une sensibilisation à large échelle engendre une diminution significative du délai d'appel, évitant ainsi certaines morbidités et décès. Il paraît alors intéressant de se poser la question suivante: quels moyens sont déployés en Suisse pour informer la population des symptômes d'alerte de l'infarctus cardiaque ?

Objectifs

Evaluer l'état actuel des connaissances de la population lausannoise au sujet des symptômes de l'infarctus cardiaque. Inventorier les méthodes de sensibilisation existantes en Suisse. Identifier les freins à la mise en oeuvre d'un programme de sensibilisation à large échelle de l'infarctus. Proposer des pistes potentielles de telles campagnes.

Méthodologie

Interviews de personnes dans la rue à l'aide d'un questionnaire portant sur leurs connaissances des symptômes-clés de l'infarctus. Analyse de la littérature et recherche de moyens de sensibilisation, spécialement des spots publicitaires suisses et étrangers. Entretiens auprès des acteurs du système de santé vaudois : Dr. Boubaker, médecin cantonal ; Dr. Dami, médecin urgentiste ; Madame Di Meo, directrice de Firstmed et un journaliste de l'émission 36.9°. Echanges par mail avec le médecin-chef de la médecine de premier recours à Genève et avec la Fondation Suisse de Cardiologie.

Résultats

Seule la moitié des 75 personnes questionnées connaissent le 144. Les deux-tiers confondent l'infarctus avec l'AVC et la plupart ne peuvent citer que 2 des 8 symptômes cardinaux. 70% ont effectué un cours de premier secours. Actuellement, en Suisse, il n'existe aucune large campagne de sensibilisation aux symptômes de l'infarctus. En Romandie, diverses vidéos sur Internet, des flyers ainsi que des messages par mail sont néanmoins disponibles. Toutefois, ces informations ne touchent qu'une minorité de la population et leur fiabilité est parfois douteuse. Les journalistes de l'émission d'information 36.9° ont été interpellés et ont constaté un manque général de connaissances à ce sujet. Une campagne pour apprendre le 144 aux enfants, par le biais de chansons et de brochures illustrées, a été menée en 2014 par Firstmed. Les Dr. Boubaker, Dami et Gaspoz confirment les données de la littérature, affirmant que le pronostic pourrait être amélioré si les individus étaient mieux informés. Outre le coût, le médecin cantonal estime que le frein principal à la mise en oeuvre de campagnes de sensibilisation était l'ignorance de la situation, notamment le manque de données chiffrées. Ce n'est que très récemment que des chiffres vaudois sont disponibles, révélant que le délai d'appel est autour des 90 minutes. Plus le temps passe avant l'appel au 144, plus les coûts augmentent. Dès lors, la sensibilisation deviendrait particulièrement rentable. Une étude genevoise prouve qu'une population informée téléphone davantage au 144, mais sans incidence sur le nombre de sorties d'ambulance grâce à un tri adéquat. De la même manière, les faux-positifs n'augmentent pas durablement, comme le confirma l'étude à Genève en 1996. Le Dr. Gaspoz mentionne qu'une enquête envers la population a souligné une bonne connaissance de la campagne de sensibilisation télévisée.

Conclusion

La moitié de la population générale n'a pas les bons réflexes lors de symptômes d'alerte de l'infarctus. Malgré ce constat alarmant, aucune campagne de sensibilisation à l'échelle suisse n'est faite, alors que leur efficacité a été démontrée à plusieurs reprises. Les acteurs-clés déplorent ce fait et s'accordent sur l'utilité de la mise en place de tels programmes. Le Dr. Dami suggère, entre autres, qu'un coordinateur fédère les efforts des acteurs, tels que l'OFSP, la Fondation de Neurologie et Cardiologie et les services d'urgences. Suite à notre enquête et à l'étude genevoise, nous pensons qu'une campagne télévisée toucherait la majorité de la population, y compris les personnes à risque (> 45 ans), afin de diminuer le temps avant l'appel au 144. Pour conclure, la phrase qui nous a le plus marquée nous a été adressée par le médecin cantonal : « *Vous avez l'opportunité de faire changer quelque chose et pas juste de faire un petit questionnaire* ».

Mots clés

Infarctus du myocarde; symptômes d'alerte; sensibilisation; délai pré-hospitalier; appel d'urgence.

Lausanne, le 30 juin 2015