

SERVIZIO SANITARIO REGIONALE  
EMILIA-ROMAGNA

## La sorveglianza epidemiologica dello screening dei tumori della mammella nella Regione Emilia-Romagna

Bologna, 8 marzo 2018



Member: EUROPA DONNA  
The European Breast Cancer Coalition

**La promozione dello screening  
mammografico: una sfida comunicativa  
tra limiti e pregiudizi.**

**Stefania Migliuolo**

*Coordinatrice delle relazioni con il mondo medico-scientifico*

Europa Donna Italia



Member: EUROPA DONNA  
The European Breast Cancer Coalition

## L'IMPEGNO DI EUROPA DONNA ITALIA PER LO SCREENING MAMMOGRAFICO

Europa Donna riconosce il valore unico dello screening mammografico nel **ridurre la mortalità** per tumore al seno e **migliorare la qualità di vita** delle pazienti, e lo promuove attivamente presso la popolazione femminile e le Istituzioni nazionali e regionali.

Un programma di screening è **efficace quando fidelizza**. Qualsiasi elemento che crea una barriera, smantella la fidelizzazione e vanifica il servizio. Per questo Europa Donna e **GISMa** hanno avviato una collaborazione per migliorare:

- La comunicazione e l'organizzazione dello screening
- L'adesione delle donne
- Il coinvolgimento attivo di Istituzioni, Associazioni e Medici
- Il collegamento tra centri screening e centri di senologia multidisciplinari



## CONOSCERE PER DECIDERE:

comunicazione e informazione viaggiano di pari passo

### Osserviamo il nostro percorso:

- Vediamo se abbiamo fatto tutte le cose giuste
- Molti gli attori che comunicano: gli enti ospedalieri, l'Airc, la Fondazione Veronesi, le associazioni pazienti, i media... la rete!!!!
- Forse non sempre in modo univoco
- Forse non sempre il contesto sociale e culturale facilita la comprensione delle informazioni
- Ma forse a chi chiama, le ASL locali non sottolineano la motivazione per l'adesione



Member: EUROPA DONNA  
The European Breast Cancer Coalition

## L'ESPERIENZA DI EUROPA DONNA ITALIA

### Diversa modalità di approccio al programma di screening:

La comprensione dei vantaggi dello screening e quindi l'adesione è diversa a seconda del target. A grandi linee possiamo dividere la popolazione target in due grandi gruppi:

- 1. Chi conosce** il “tumore al seno” (legge, si informa) e/o ne è venuta in contatto indirettamente (parenti/amiche)
- 2. Chi non conosce** il “tumore al seno” e non si è mai interessata



## REAZIONE ALL'INVITO

### Chi conosce

Legge e ricerca informazioni sul web, i media e i Social, e si forma, a seconda del proprio orientamento e delle “notizie” ricercate, un’opinione positiva o negativa













→ **La risposta all’invito è condizionata da opinioni preesistenti**

### Chi non conosce













Problema di alfabetizzazione: già la parola “screening” crea una barriera

→ **La risposta all’invito è condizionata dall’impatto emotivo suscitato dalla lettera**

# I LIMITI

	Chi conosce	Chi non conosce
<b>Ubicazione della struttura (obbligata)</b>		
<b>Assenza del medico</b>		
<b>Personale e atteggiamento non dedicato</b>		
<b>Immagini non disponibili</b>		
<b>Ambiente / segnaletica Inadeguati o insufficienti</b>		
<b>Disaccordo nella classe medica sulla validità dello screening</b>		

# I PREGIUDIZI

	Chi conosce	Chi non conosce
Servizio pubblico = scarsa qualità		
Più rischi per la salute che benefici		
Paura: risultato positivo = sentenza di morte		
Sovradiagnosi		
Falsi positivi		
Cancri intervallo		



# LE STRATEGIE

- Prevedere la **presenza di volontarie** che accolgono e informano le donne
- Curare la **formazione** ad hoc (screening & tumore al seno) dei tecnici di radiologia dedicati
- Assicurarsi che la **segnaletica** e gli **ambienti** siano adeguati
- Lavorare per aumentare la flessibilità nella scelta dell'**appuntamento** e/o della **struttura** (offerta di due opzioni?)
- Prevedere la possibilità per la donna di ottenere le **immagini**
- Rafforzare la **comunicazione** attraverso: interviste, dati aggiornati (quante vite salvate, etc.)
- Aumentare la **cultura** dello screening: informazione nelle aziende, nelle scuole superiori/università – Campagne regionali / nazionali





## CONOSCERE PER DECIDERE:

comunicazione e informazione viaggiano di pari passo

### Impariamo dagli altri:

## dagli Anglosassoni, gli inventori della comunicazione

- *Esaminiamo il dossier redatto dall'NHS, dal titolo già indicativo che recita: "helping you decide", ed il cui indice già contiene ciò che serve sapere*
  - **Why** have I been invited for breast screening?  
→ (Emergenza della domanda)
  - **What** will happen if I choose to have breast screening? **What** does having a mammogram feel like? **Who** can I contact if I have a question? → (identificazione della soluzione)
  - Making a choice: the possible **benefits**....and **risks** of breast screening  
→ (riconoscimento del benefit e del rischio, in questo caso)



## CONOSCERE PER DECIDERE:

comunicazione e informazione viaggiano di pari passo

### Proposta

1. **“Linee Guida per la comunicazione efficace”** da inviare a tutte le Asl, che a pieno titolo hanno il compito di invitare le donne del territorio ai programmi di screening locali.
2. Le **Linee Guida** dovrebbero riguardare il format della lettera con le informazioni che l'invito deve veicolare e la modalità con la quale la donna dovrebbe essere avvicinata per ottenere una partecipazione più elevata.
3. Le **Linee Guida**, per un perfetto avvicinamento alle donne 45-74enni, conterranno anche strumenti di misurazione dell'efficacia, per mantenere un track record dell'indice di adesione nel tempo, in modo da tenere traccia dell'efficacia della qualità dell'informazione e comunicazione.



SERVIZIO SANITARIO REGIONALE  
EMILIA-ROMAGNA

# La sorveglianza epidemiologica dello screening dei tumori della mammella nella Regione Emilia-Romagna

Bologna, 8 marzo 2018



Member: EUROPA DONNA  
The European Breast Cancer Coalition

# Grazie!



MAKE CHANGE HAPPEN.