

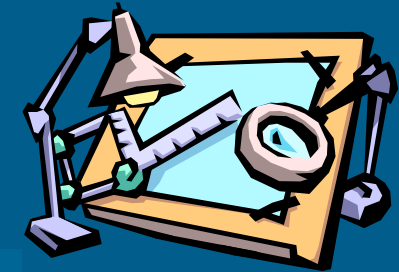
**Non aderenti:**

**dalla ricerca all'azione**

Riunione annuale screening coloretale

Padova, 3 novembre 2010

# [ Il progetto:



- Nasce da un precedente studio sui non aderenti dei programmi di screening dell'Azienda ULSS 22
- Costituisce la fase operativa nata dalla ricerca
- È finanziato dalla Fondazione Cariverona

# Dall'attività di ricerca precedente...



## AREE DI INTERVENTO:

- Efficienza nel recapito della lettera di invito
- Monitoraggio dello screening spontaneo
- Promozione dell'adesione tra gruppi specifici di non aderenti
- Promozione dello screening attraverso la comunicazione interpersonale

Dall'attività di ricerca  
precedente...



# AGGIORNAMENTO ANAGRAFICO:



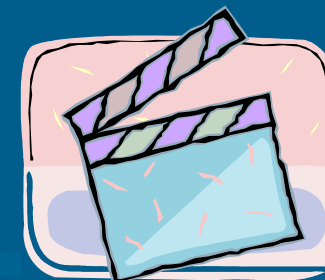
- Al tempo dell'indagine numerosi inviti inesitati
- sistema di aggiornamento non più periodico, ma giornaliero e condiviso
- collaborazione con gli uffici anagrafe comunali
- diminuzione degli inviti tornati al mittente (dal 12 al 5%)

# MONITORAGGIO DELLO SCREENING SPONTANEO:



- il 15% dei non aderenti aveva già fatto l'esame presso altre strutture
- inizialmente la pulizia delle liste veniva chiesta ai mmg con scarsi risultati
- riformulazione della richiesta di disdetta
- collaborazione con il CED per pulizia delle liste precedente alla spedizione degli inviti

# TARGET SPECIFICI DI NON ADERENTI:



1. maschi non coniugati/non conviventi con  
bassa scolarità:

- Strategia di comunicazione che tenga conto di abitudini diffuse
- collaborazione con associazioni di volontariato (non solo sanitarie) per individuare canali di informazione alternativi, caratteristici di una realtà meno istituzionale e più vicina al cittadino (es. periodici di informazione, siti web, spazi in eventi da loro organizzati)

# TARGET SPECIFICI DI NON ADERENTI:



## 2. lavoratori autonomi e con ruolo dirigenziale:

- collaborazione con associazioni professionali (per es. associazioni imprenditori, ma anche principali sindacati) per promuovere l' "investimento in salute"

# COMUNICAZIONE INTERPERSONALE:



## 1. focus group con MMG:

- a favore dello screening colorettaie
- mancanza di riscontro da parte del centro screening
- non hanno molto tempo, quindi le strategie non devono comportare eccessivo aumento dei carichi di lavoro
- Una buona proposta e un documento condiviso

# COMUNICAZIONE INTERPERSONALE:



## 2. Laboratori con i cittadini competenti:

- Rendere il cittadino responsabile e competente
- Persone che all'interno della comunità hanno un ruolo caratterizzato da una certa influenza e hanno le competenze per esercitarla
- Disponibilità a farsi portavoce di un messaggio sulla prevenzione oncologica presso gli altri cittadini

# [ PIANO "MEDIA":



- utilizzo di messaggi non ansiogeni
- Spot 10" sulla prima emittente locale
- Acquisto spazio su periodico locale consegnato gratuitamente via posta alle famiglie

# [Valutazione:



- adesione (?)
- diminuzione degli inviti inesitati
- migliore monitoraggio screening spontaneo
- creazione di ulteriori reti di promozione e soddisfazione riscontrata

La sfida: un processo continuamente sostenuto e non un intervento a spot

[ **GRAZIE!** ]

Ringrazio tutti coloro che hanno  
contribuito e contribuiscono al  
progetto, in particolare  
Angioletta Ganassini, coordinatrice  
degli screening dell'Ulss 22.

**UN GRAZIE A VOI TUTTI  
PER L'ATTENZIONE!**

# [Contatti:



Centro Screening Oncologico  
Angioletta Ganassini  
045 6712526

Gessica Martello  
045 6712702  
[gmartello@ulss22.ven.it](mailto:gmartello@ulss22.ven.it)