

**“Le vaccinazioni tra diritto e dovere.
Quale comunicazione per facilitare la scelta?”**

Quali occasioni utilizzare?

Roma 10 Gennaio 2011

Maria Grazia Pascucci
Servizio Sanità Pubblica
Assessorato Politiche per la salute



TECHNICAL DOCUMENT

Conducting health communication activities on MMR vaccination

Stockholm, September 2010

Setting goals and objectives

- Define desired outcomes.
- Objectives to underpin all communications and messages.
- Provide clarity and factual information.

Identifying target audiences

- A clear focus is vital.
- Primary target groups could include parents, susceptible adults, hard-to-reach groups, healthcare workers.
- Secondary target groups could include paediatric nurses, childcare personnel, and religious and local leaders of hard-to-reach groups, among others.



Target delle vaccinazioni

1. Neonati e primi anni di vita
2. Bambini in età scolare (6-7 anni)
3. Adolescenti
4. Donne in età fertile
5. Gruppi a rischio per patologie croniche o per motivi professionali
6. Anziani



Neonati e primi anni di vita

**Target: Genitori e altri familiari,
Personale scuola infanzia**



DOVE comunicare

- Corsi di preparazione al parto
- Punti nascita - dimissione dall'ospedale
- Prima visita dal pediatra
- Successive visite dal pediatra
- Incontri nelle comunità infantili a scopo formativo e informativo
- Interventi nelle comunità infantili per casi di malattie o focolai



CHI deve comunicare

- Operatori sanitari coinvolti nei corsi di preparazione al parto
- Neonatologi e pediatri ospedalieri
- Pediatri di famiglia
- Operatori sanitari dei servizi vaccinali e di comunità



Come comunicare

- Coordinare l'intervento per evitare la comunicazione contraddittoria.
- Diversa circostanza: diversa strategia e modalità comunicativa.



Corso di preparazione al parto

- Anche se vi partecipa solo una minoranza di donne, è un momento utile per iniziare un adeguato percorso comunicativo
- Consente di parlare delle vaccinazioni necessarie al nascituro e rientra nelle azioni per l'eliminazione della rosolia congenita
- Il tema delle vaccinazioni va trattato da personale formato in grado di rispondere alle domande delle future mamme
- Permette inoltre di far conoscere il personale sanitario che poi si incontrerà nei servizi vaccinali
- Crea comunicazione tra le varie figure professionali (ASV, Infermieri, Ostetriche)



Mezzi per comunicare

- Comunicazione personale
- Libretto informativo
- Lettera di invito
- Numero verde



Libretto informativo

- Deve essere semplice, comprensibile (chiarezza di linguaggio e anche tradotto nelle varie lingue) e aggiornato
- Può essere distribuito nei punti nascita, nei consultori, dal pediatra o inviato a casa
- Deve contenere informazioni sul: calendario vaccinale, la malattia da prevenire, la composizione del vaccino, le controindicazioni e gli eventuali effetti collaterali
- Deve arrivare ai genitori prima dell'appuntamento per la 1a dose di vaccini in modo che sia letto in tempo
- Delle copie devono essere disponibili nell'ambulatorio vaccinale per consegnarle a chi non l'avesse ricevuto



Lettera invito

- E' un elemento importante per aumentare l'adesione alle vaccinazioni
- Deve indicare chiaramente le vaccinazioni offerte in accordo alla schedula nazionale e ai programmi regionali
- Deve contenere informazioni di base: giorno, ora, luogo, per quali vaccinazioni, n. di telefono e operatore sanitario da contattare
- Può essere integrata con materiale informativo aggiuntivo



Il pediatra

- Ha un ruolo importantissimo nella promozione delle vaccinazioni per il rapporto di fiducia e di comunicazione nei confronti della famiglia
- Deve condividere gli stessi percorsi formativi degli operatori dei servizi vaccinali e gli stessi materiali informativi
- E' coinvolto nell'attuazione dei programmi di controllo delle malattie evitabili con vaccini



Bambini in età scolare

**Target: Genitori e altri familiari,
Personale Scolastico**



Bambini in età scolare

- Successive visite dal pediatra
- Incontri nelle scuole
- Iscrizione ai campi estivi
- Società sportive
- Campagne straordinarie di recupero dei bambini e adolescenti (ad es. campagna straordinaria MPR per le scuole elementari e medie - PNEMRc 2004-2006)
- Numero verde



Adolescenti

**Target : adolescenti, genitori,
personale scolastico**



Adolescenti

- Passaggio dal PLS al MMG
- Scuole – programmi di scienze – corsi di educazione sessuale
- Consultori e spazi giovani
- Iscrizione a società sportive
- Vaccinazioni per viaggi internazionali
- Campagne straordinarie di recupero dei bambini e adolescenti
- Numero verde



Adolescenti

- Coinvolgere pediatri, medici di medicina generale, ginecologi, medici dei consultori, ma anche allenatori, personaggi del mondo dello sport.....
- Distribuire materiale informativo (tradotto nelle varie lingue) in: consultori, spazi per adolescenti, scuole, ambulatori medici, dentisti, farmacie



Adolescenti

- Passaggio dal PLS a MMG : la presa in carico da parte del MMG a 14 anni dovrebbe rappresentare un momento di verifica dello stato di salute dell'adolescente e quindi anche del suo stato vaccinale.



Vaccinazione HPV

- Cogliere l'opportunità per affrontare con i giovani adolescenti argomenti quali la prevenzione delle Malattie Sessualmente Trasmesse e la contraccezione



Donne in età fertile

vaccinazione contro la rosolia

- Gold standard: Identificare e vaccinare le donne suscettibili prima di una eventuale gravidanza
- Contemporaneamente: Identificare e vaccinare le donne suscettibili nel post-partum e post-interruzione di gravidanza



Donne in età fertile

vaccinazione contro la rosolia

- Ogni contatto con i servizi sanitari va sfruttato per chiedere informazioni sulla suscettibilità verso la rosolia e la varicella, e proporre le vaccinazioni
- occasioni opportune:
 - ✓ vaccinazione dei figli
 - ✓ vaccinazioni per viaggi internazionali
 - ✓ richiamo dT
 - ✓ **screening carcinoma cervice uterina**
 - ✓ iscrizione a società sportive
 - ✓ ricoveri, altre visite mediche
 - ✓ iscrizione al primo anno di università
 - ✓ Numero verde



Donne in età fertile

- In occasione di prelievi del sangue: organizzare un flusso informativo dai laboratori di analisi ai Servizi di Igiene e Sanità Pubblica affinché tutte le negatività al rubeo test (IgG) effettuato per qualunque motivo in donne in età fertile venga comunicato ai servizi di vaccinazione in modo da chiamare attivamente le donne non immuni



Donne in età fertile

- Distribuire materiale informativo in: consultori, ambulatori medici, dentisti e reparti ospedalieri, farmacie, Ufficio Anagrafe dei Comuni (matrimoni), Parrocchie (corsi di preparazione al matrimonio), Università, Società sportive



Donne in età fertile

- Nella Regione Emilia-Romagna è stata aggiunta nel Certificato di Assistenza al Parto (CeDAP) una domanda riguardante lo stato immunitario verso la rosolia; tale informazione viene utilizzata a livello aziendale per richiamare le donne sieronegative e proporre la vaccinazione



Donne in età fertile

Predisporre in ogni ASL protocolli per la vaccinazione delle donne suscettibili nel post-partum e post-interruzione volontaria di gravidanza o aborto, da diffondere a tutti i punti nascita del territorio.



Donne e bambini stranieri

All'interno dei gruppi difficili da raggiungere, le donne sono sempre le più difficili da contattare, e rischiano di essere trascurate nell'offerta del vaccino

Informare adeguatamente sui benefici e i rischi delle vaccinazioni, sui rischi della rosolia in gravidanza, garantendo l'accessibilità dell'informazione, mediante mediatori culturali o materiale informativo in più lingue, in tutte le occasioni possibili: consultori, spazi per le donne immigrate e i loro bambini, visite mediche

E' necessario contattare e coinvolgere le associazioni di immigrati e di donne migranti

Usufruire delle eventuali iniziative degli Enti locali (ad es. incontri organizzati dai Comuni rivolti alla popolazione)



Donne e bambini stranieri

Acquisire informazioni sulla presenza e numerosità dei gruppi di popolazione difficile da raggiungere (nomadi, Roma/Sinti) nel territorio della ASL e considerare le modalità più opportune per offrire attivamente le vaccinazioni a questi soggetti (per es. interventi vaccinali presso i campi nomadi).

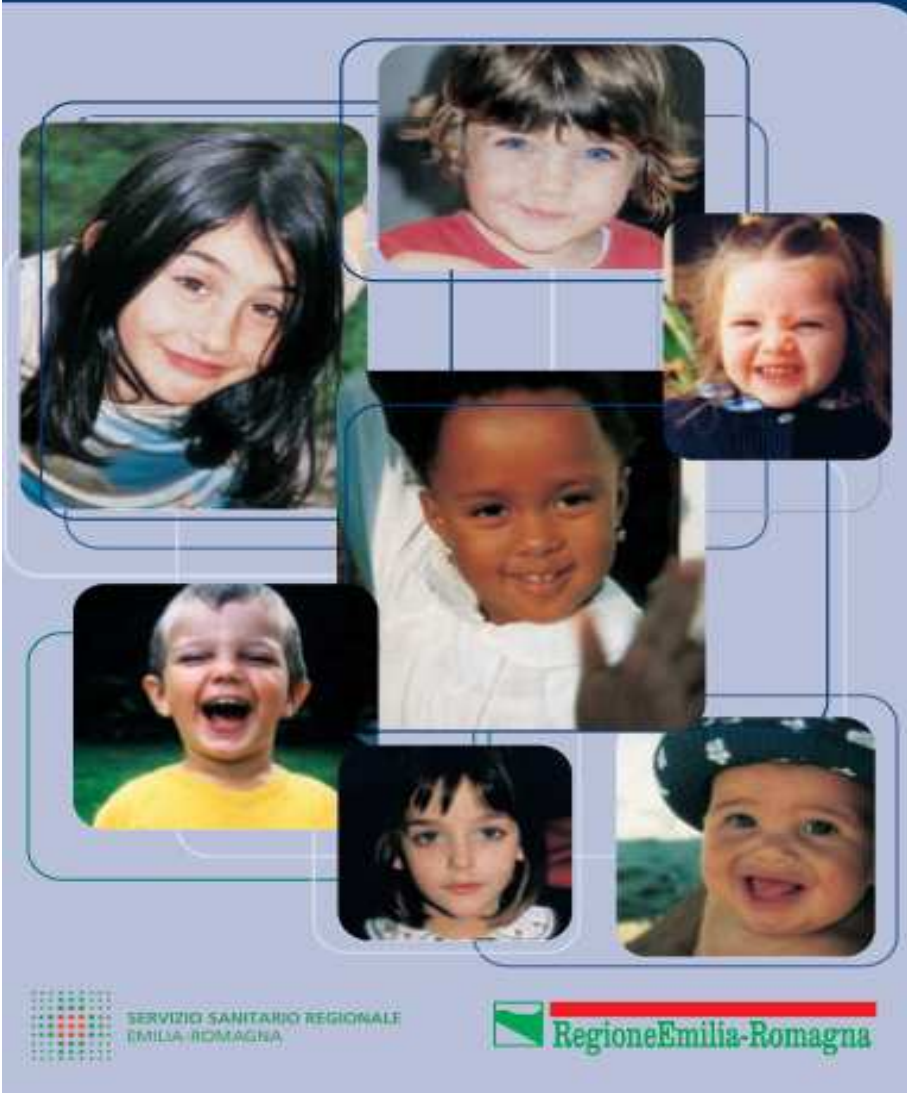


I depliant sulla vaccinazione HPV nelle diverse lingue, Emilia-Romagna



Le vaccinazioni nell'infanzia

التلقيح أو التطعيم عند الطفولة



معلومات للوالدين لماذا ، متى ، كيف

SERVIZIO SANITARIO REGIONALE
EMILIA-ROMAGNA

Regione Emilia-Romagna

inglese
francese
spagnolo
portoghese
arabo
cinese
albanese
rumeno
russo
indi
urdu



Gruppi a rischio per patologie croniche

- Contatto con lo specialista in occasione di visite, day hospital, ricoveri
- Accesso presso l'ambulatorio del MMG o del PLS
- Associazioni dei malati sensibilizzate in tema vaccinazioni
- Chiamata attiva da parte dei servizi vaccinali in possesso di registri di patologia
- Distribuzione di materiale informativo presso centri specialistici, ambulatori, farmacie
- Numero verde



Gruppi a rischio per motivi professionali

- Primo contatto con il medico competente al momento dell'assunzione, vaccinazioni in base al rischio professionale
- Visita periodica dal medico competente
- In occasione di focolai in ambiente lavorativo (vedi recenti epidemie di morbillo)
- In particolare offrire la vaccinazione MPR e varicella agli operatori sanitari e scolastici e al momento dell'assunzione. Verificare lo stato immunitario nei confronti di queste malattie degli operatori già assunti e vaccinare i soggetti suscettibili



Anziani

- Visite MMG
- Centri di aggregazione per anziani
- Ambulatori, dentisti, farmacie
- Centri commerciali
- Iniziative degli Enti locali (ad es. incontri organizzati dai Comuni rivolti alla popolazione)
- Numero verde



Vaccini e disinformazione sui Social network: colpa di chi?

- Roma, 29 set. - Le vaccinazioni oggi in Italia **"sono come le streghe di qualche secolo fa, su cui si diceva di tutto"**. E' l'amara constatazione del presidente del Gruppo Vaccini di Farindustria, che ha diffuso i dati di una ricerca sulla percezione della vaccinazione sui social network in Italia. Una fotografia da cui i vaccini escono piuttosto male: solo su Facebook - visitato ogni giorno da 8 milioni di persone - si contano 40 mila pagine e 1.200 gruppi sui vaccini, nel 95% dei casi caratterizzati da un'immagine negativa. Le cose non vanno meglio su YouTube (visitato da 7 milioni di utenti al giorno): a marzo c'erano 10 mila filmati sui vaccini, con 10 nuovi video ogni giorno, nel 90% dei casi negativi. Un po' meglio su Twitter (che però in Italia conta appena 100 mila visitatori giornalieri): 70 mila pagine sui vaccini, solo per il 20% con un'immagine negativa. In generale, comunque, i social network (e la ricerca ha esaminato gli 8 più diffusi) sembrano bocciare le vaccinazioni.



Reaching the target audience

- Appropriate means of dissemination depend on target audience.
- Media channels, trusted sources, spokespersons.



Media channels

Media channels can include 'traditional' channels, such as leaflets/brochures, posters, TV or radio commercials, or 'new media' such as blogs and social networking sites (for example Facebook and Twitter).

The channels used for the dissemination of key messages should reflect the specific targeted audience. Different target groups may have their own needs and concerns, use different media channels and access different venues. Therefore, targeted information channels are to be considered for each group.

Spokespersons

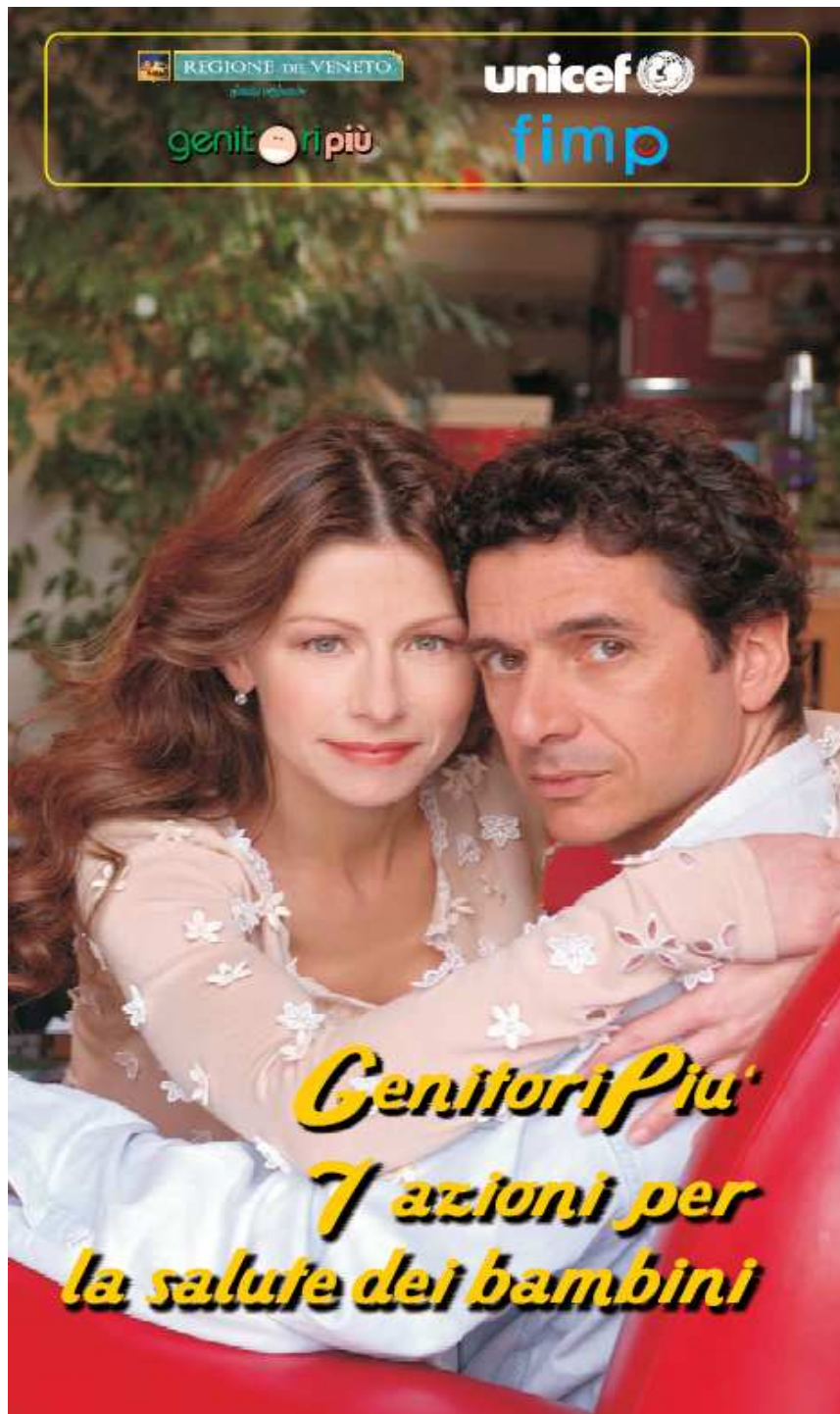
Involving spokespersons may be an effective tool for communicating messages. Spokespersons must be perceived as sources that can be trusted (which implies they have no direct financial stake in the issue) and are capable of navigating the often conflicting information that circulates on the issue (vaccination experts, paediatric nurses, senior health officials).

While we recommend working with the above-mentioned 'expert spokespersons', celebrities have also been proved to be an effective means of attracting attention to an issue and for generating media coverage. Therefore, working with a celebrity who is also known as a responsible parent of small children can also lend additional support to the health communication programme, especially when communicating messages via the media.

Websites and search engines

It is important that public health professionals involved in health communication/planning use the internet as a communication medium. Websites are an all-in-one communication tool that can reach global audiences almost instantly and supply them with evidence-based information regarding immunisation, epidemiological impact and the safety of vaccines. Authoritative sources of pro-vaccination information online could thus counter-balance the efforts of online vaccine sceptics.

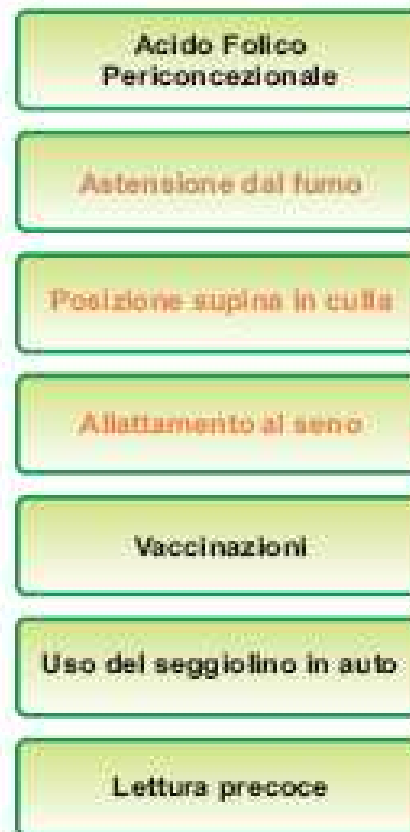




genitori più

Campagna Nazionale di Comunicazione per la Promozione della Salute nei primi anni di vita

AZIONI



EFFETTI



Obiettivi del millennio

Obiettivo 4 – Ridurre la mortalità infantile

Le vaccinazioni anti-morbillo sono un utile indicatore dell'accesso della popolazione infantile ai servizi sanitari.

Inoltre, le attività di lotta al morbillo contribuiscono a potenziare le infrastrutture mediche di base.

Ad esempio, il canale di distribuzione del vaccino antimorbillo viene spesso utilizzato per intensificare la fornitura di zanzariere (indispensabili per contrastare la malaria), della vitamina A e dei farmaci contro i parassiti intestinali del bambino

