

Il percorso dell'Azienda USL di Bologna per la sensibilizzazione della popolazione straniera alla prevenzione del carcinoma mammario

AUTORI: **Rosa Costantino**

Agnese Accorsi, Natalina Collina, Marilena Manfredi, Jora Mato, Gianni Saguatti, Silvia Salimbeni

SIMM



Palermo 19 maggio 2011

BACKGROUND

Una vasta letteratura ha evidenziato che la scarsa adesione alle campagne di screening, in particolar modo da parte delle donne immigrate, è causata dalla presenza di barriere linguistico-culturali e logistico-geografiche, oltre che dalla inefficacia degli strumenti di comunicazione tradizionali nel raggiungere fasce diverse di popolazione.

OBIETTIVI

La strategia dell'Azienda USL di Bologna ha puntato sulla sensibilizzazione delle donne, in particolar modo la popolazione straniera, al tema della diagnosi precoce del carcinoma mammario utilizzando metodi e strumenti innovativi, e con particolare attenzione per le discriminanti linguistico-culturali e per la dislocazione territoriale dei servizi.

TARGET

Il totale delle donne residenti (50-69 anni) è di 112.627, 6.126 delle quali straniere.

METODI

Un costante processo di partecipazione attiva fra l'Azienda USL di Bologna, le istituzioni locali e le Associazioni del territorio ha consentito di sviluppare una serie di azioni significative e innovative.

Prime 10 etnie presenti sul territorio dell'Azienda USL di Bologna

ETNIA	Popolazione bersaglio
Ucraina	1586
Romania	1076
Polonia	825
Moldova	759
Marocco	714
Filippine	583
Russia, Federazione	567
Albania	447
U.R.S.S. Unione Sovietica	315
Cina	233

GRIGLIA N°1

ALCUNI RISULTATI RAGGIUNTI

Impatto del progetto Unità Mobile Mammografica

Adesione all'invito corretta in alcuni Comuni raggiunti dall'Unità Mobile Mammografica

	anno 2007	anno 2009
Budrio	58,8%	70,8%
Castenaso	58,8%	69,3%
Castiglione dei Pepoli	62,9%	66,0%
Granarolo Emilia	59,0%	70,8%
Molinella	48,9%	62,0%
Castel Maggiore	62,5%	76,1%

Adesione 2009 per sedi fisse e Unità Mobile Mammografica

	Totale invitate	Adesione (%)
Sedi fisse	46.414	55%
Unità Mobile Mammografica	7.893	58,62%

Impatto dei progetti per il coinvolgimento delle donne straniere

- allineamento al programma del 77%, in linea con il resto della popolazione;
- tasso di adesione medio delle popolazioni straniere maggiormente presenti sul territorio: (44,1%); GRIGLIA N°1
- tasso di adesione più elevato nella popolazione moldava: (47,9%);
- tasso di adesione più basso nella popolazione cinese: (29,4%).

CONCLUSIONI

La proficua e costante collaborazione del gruppo di lavoro interistituzionale - interprofessionale ha consentito di sviluppare con continuità una serie di azioni significative e innovative. La logica della strategia "non fare servizi dedicati a... ma fare in modo che tutti i servizi siano in grado di..." si è dimostrata efficace in termini di tasso di adesione. L'utilizzo dell'Unità Mobile Mammografia ha permesso di raggiungere le aree orograficamente svantaggiate. Nonostante le azioni implementate, il tasso di adesione allo screening mammografico da parte delle donne straniere, seppur in aumento, risulta ancora basso.



a cura di Comunicazione e relazioni con i cittadini - Stampa Centro Stampa Azienda USL di Bologna



**SERVIZIO SANITARIO REGIONALE
EMILIA-ROMAGNA**
Azienda Unità Sanitaria Locale di Bologna

Hanno collaborato con noi:

Osservatorio Immigrazioni della Provincia di Bologna; AMISS; MediaZone; Fondazioni bancarie; Fondazioni private; Osservatorio Nazionale Screening; CPO Piemonte; Università di Leeds; NHS - London/London Borough of Barking and Dagenham; Malmo Hospital