

Laboratorio di Marketing sociale :

Promozione di un'adesione
alla vaccinazione
contro il Papilloma Virus (Hpv)

consapevole

Chi siamo

0



che sta realizzando un progetto di informazione sociale per l'Azienda USL di Bologna

Con il patrocinio di:

- Ministero della Salute
- Regione Emilia Romagna (Assessorato politiche per la salute)
- Provincia di Bologna
- Comuni di Bologna

In collaborazione con:

- consultori
- scuole medie e superiori
- associazioni femminili (Rete delle donne; OsservaRosa)
- associazioni impegnate nella lotta al cancro

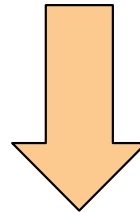
Promozione
di un'adesione
consapevole
alla vaccinazione
contro il
Papilloma Virus

Fase analitica

Informazioni di contesto

1

- **la quasi totalità (il 99,7%) dei casi di cancro al collo dell'utero è causato dal Papilloma Virus** ¹
- nel mondo oltre il 75% delle donne sessualmente attive contrae l'infezione da Hpv ²



nel 70-90% dei casi è transitoria

nel 10% dei casi si sviluppa il tumore

inoltre l'Hpv causa anche condilomi e verruche

Promozione
di un'adesione
consapevole
alla vaccinazione
contro il
Papilloma Virus

FONTI:

1. Istituto Superiore della Sanità
2. Frazer, 2006

Fase analitica

Informazioni di contesto

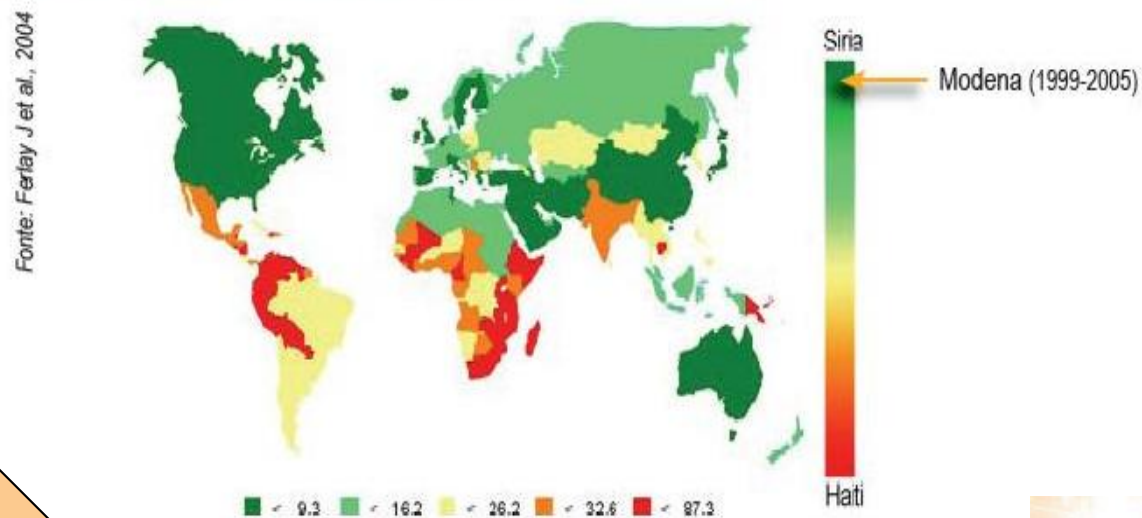
1.1

Nel mondo:

493.000 donne all'anno sviluppano il tumore al collo dell'utero
273.000 decessi all'anno
2° tumore femminile come causa di mortalità

L'incidenza e la mortalità sono correlate al livello di povertà dei paesi e all'eventuale disponibilità di programmi di screening

CONFRONTI INTERNAZIONALI (anno 2002). Tassi standardizzati popolazione mondiale (per 100 000)



Promozione
di un'adesione
consapevole
alla vaccinazione
contro il
Papilloma Virus

FONTI:
www.saperidoc.it

Fase analitica

Informazioni di contesto

1.2

In Italia:

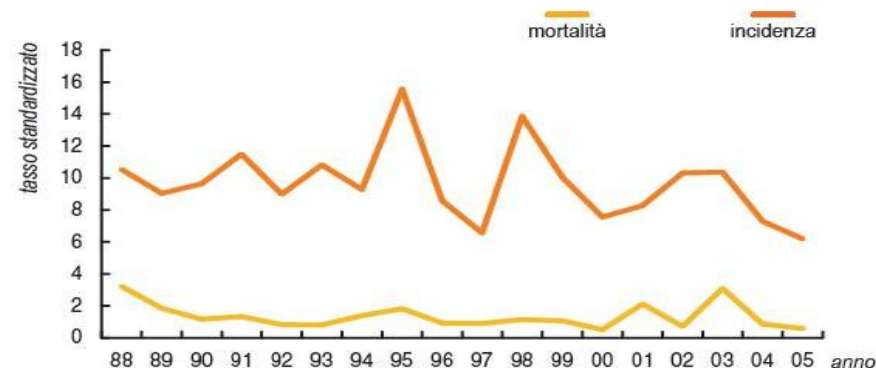
3.500 donne all'anno sviluppano il tumore
1.000 decessi all'anno

In Emilia Romagna:

224 donne all'anno sviluppano il tumore
56 decessi all'anno

TASSI DI INCIDENZA E MORTALITÀ DAL 1988 AL 2005

Standardizzazione: Italia (cens. 2001) per 100 000 residenti



FONTI:

Assessorato politiche per la salute Emilia Romagna

Promozione
di un'adesione
consapevole
alla vaccinazione
contro il
Papilloma Virus

Fase analitica

Informazioni di contesto

1.3

Marzo 2007

Entra in commercio il vaccino contro l'HpV

- rivolto alle ragazze tra i 9 e i 26 anni
- acquistabile in farmacia sotto prescrizione medica (3 dosi c.ca 570€)
- protegge da 4 ceppi virali della patologia:
 - 16 e 18 → causa del 70% dei tumori
 - 6 e 11 → causa del 90% di verruche e condilomi

2008

In Italia inizia la campagna di vaccinazione gratuita per le 12enni promossa dal Ministero della Salute

Promozione
di un'adesione
consapevole
alla vaccinazione
contro il
Papilloma Virus

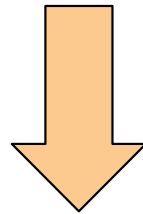
FONTI:
Circolare del Ministero della Salute

Fase analitica

Criteri che ispirano il progetto

1.4

- mission dell'ente: favorire l'accesso alle migliori evidenze disponibili su trattamenti e cure, attraverso la valutazione critica dei dati disponibili, la loro comprensione e il trasferimento delle informazioni a medici, decisori e cittadini
- recente introduzione in commercio del vaccino (febbraio 2007) e vaccino obbligatorio e gratuito per le 12enni (a partire da marzo 2008 in Emilia Romagna)
- crescita dell'attenzione verso il cancro all'utero → probabile allarmismo?



è veramente necessaria una vaccinazione di massa?

Promozione
di un'adesione
consapevole
alla vaccinazione
contro il
Papilloma Virus

Fase analitica

Scopo del piano di marketing

1.5

Promuovere un'adesione consapevole

alla vaccinazione contro il Papilloma Virus,
fornendo un'informazione completa e corretta su tutti gli aspetti,
sia positivi che negativi,
che miri a fare chiarezza ed eliminare le ambiguità riguardanti:

- la possibilità di contrarre il virus
- l'incidenza e la correlazione con il cancro
- l'efficacia del vaccino

Promozione
di un'adesione
consapevole
alla vaccinazione
contro il
Papilloma Virus

Fase analitica

Pubblico obiettivo

1.6

La vaccinazione è rivolta alle ragazze tra i 9 e i 26 anni

Segmentazione:

- pre-adolescenti (9-11 anni)
- adolescenti scolarizzate (12-18 anni) e relative famiglie, in particolare le mamme, della provincia di Bologna
- ragazze dai 19 ai 26 anni

Il nostro piano di comunicazione si rivolgerà al secondo segmento individuato

Promozione
di un'adesione
consapevole
alla vaccinazione
contro il
Papilloma Virus

Fase analitica

Analisi SWOT

1.7

Punti di forza:

il CeVEAS

- è un ente autorevole e legittimato ad intervenire in ambito sanitario
- ha competenza professionale
- può fare riferimento a dati epidemiologici completi e aggiornati
- basa la sua attività su controllo e verifica
- può fare affidamento a una vasta rete di collaborazioni

Punti di debolezza:

- difficoltà tipiche della comunicazione della salute
- il CeVEAS è un ente sconosciuto al comune cittadino

Promozione
di un'adesione
consapevole
alla vaccinazione
contro il
Papilloma Virus

Fase analitica

Analisi SWOT

1.8

Opportunità:

- trasmissione di valori positivi da parte dell'ente (attenzione verso i pazienti, centralità della persona...)
- collaborazione con associazioni femminili, scuole e consultori
- sfruttare l'ondata di interesse nei confronti della prevenzione femminile (campagne di comunicazione, pap-test gratuiti...)

Promozione
di un'adesione
consapevole
alla vaccinazione
contro il
Papilloma Virus

Minacce:

- i soggetti direttamente interessati dal vaccino sono molto giovani per cui potrebbero non prestare attenzione alla campagna e alle implicazioni nel lungo periodo
- difficoltà ad affrontare argomenti che riguardano la sessualità
- tendenza a pensare che le malattie riguardano sempre gli altri e non noi
- rischio emarginazione delle classi sub-alterne che non hanno accesso diretto alle informazioni
 - sovraccarico informativo
 - rischio che il messaggio venga frainteso

Promozione
di un'adesione
consapevole
alla vaccinazione
contro il
Papilloma Virus

Fase analitica

Concorrenza diretta e indiretta

1.10

- case farmaceutiche che mirano a vendere il vaccino
- vaccinazione obbligatoria e gratuita proposta dal Ministero
- campagne che promuovono la vaccinazione

Promozione
di un'adesione
consapevole
alla vaccinazione
contro il
Papilloma Virus

Fase analitica

1.11

Iniziative simili già realizzate

- campagna di comunicazione di SpazioPrevenzione Onlus
- articoli informativi sul vaccino su quotidiani e riviste, soprattutto femminili (Donna moderna)
- progetto on-line “100 domande sull’Hpv” dell’Osservatorio Nazionale Screening
- campagna del Ministero della salute del 2007 sulle MST
- in preparazione spot televisivo realizzato da “Donne in rete” con Claudia Gerini come testimonial
 - in preparazione campagna di comunicazione di ONDA (osservatorio nazionale sulla salute della donna)

Promozione
di un’adesione
consapevole
alla vaccinazione
contro il
Papilloma Virus

Fase strategica

Finalità e obiettivi

2

Finalità:

- informare sul virus Hpv e le patologie da esso causate
- approfondire la conoscenza sul vaccino (effetti, efficacia, controindicazioni)
- promuovere un'adesione consapevole al vaccino
- stimolare lo sviluppo di una coscienza critica basata su una ricerca approfondita delle informazioni
- trasmettere il valore e la cultura di una prevenzione consapevole

Obiettivo:

Promozione di un'adesione **consapevole** alla vaccinazione contro il Papilloma Virus

assicurarsi che il target di riferimento disponga informazioni, strumenti e competenze per decidere autonomamente e consapevolmente di aderire o meno alla campagna di vaccinazione

Fase operativa

Marketing Mix

3

Prodotto:

informazione approfondita sul tumore al collo dell'utero e, in particolare, sul vaccino contro il Papilloma virus: efficacia e effetti a lungo termine, eventuali controindicazioni

Prezzo:

- costo psicologico nell'affrontare il problema e nel proiettarsi in situazioni future
- costi cognitivi e di tempo

Punto vendita:

AUSL, CUP, consultori, ambulatori dei medici generici, scuole superiori, piazze, agenzie di socializzazione per adolescenti, web

Promozione
di un'adesione
consapevole
alla vaccinazione
contro il
Papilloma Virus

Promozione:

- opuscoli informativi, cartelloni e attività di ufficio stampa
- banchetti informativi nelle piazze in occasione di giornate particolari (Festa della donna, festa della mamma...)
- incontri con esperti nelle scuole e realizzazione di elaborati (filmati e fumetti) da inserire nella campagna dell'ente
- pagina web specifica all'interno del sito del CeVEAS e link nei siti dei collaboratori
 - filmato informativo in rete per adolescenti (YouTube)
 - conferenze a tema promosse dalle associazioni femminili

Promozione
di un'adesione
consapevole
alla vaccinazione
contro il
Papilloma Virus

Fase operativa

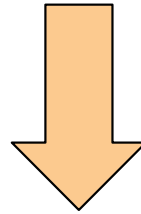
Marketing mix - Prodotto

3.2

Informazione consapevole:

- il vaccino previene le lesioni precancerose per il 70% dei casi

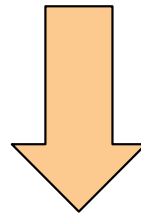
→ e il restante 30%?



per ora l'unica prevenzione resta lo screening

- l'effetto del vaccino è garantito per 5 anni

→ e dopo? Saranno necessari ulteriori richiami?



gli studi sono tuttora in corso

Promozione
di un'adesione
consapevole
alla vaccinazione
contro il
Papilloma Virus

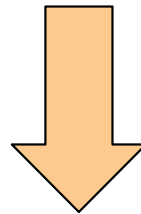
Fase operativa

Marketing mix - Prodotto

3.3

- la fase IV di sperimentazione non è ancora terminata e non si hanno dati certi sull'efficacia del vaccino a lungo termine

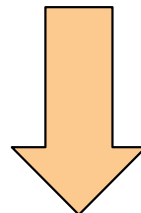
→ proteggerà effettivamente dall'insorgenza del cancro?



la risposta solo fra 20/30 anni

- effetti collaterali: reazioni locali al sito di iniezione (eritema, dolore, edema), febbre, cefalea, nausea

→ e nelle donne in gravidanza?



test su campioni troppo ristretti
non danno risultati affidabili

Promozione
di un'adesione
consapevole
alla vaccinazione
contro il
Papilloma Virus

Fase strategica

Piano di implementazione

3.4

Durata:

6 mesi, gennaio-giugno 2008:

- nei primi 3 mesi informazione capillare e insistente
- successivo monitoraggio per aggiornamento della campagna

Chi:

- personale specializzato dell'ente
- personale delle associazioni

Promozione
di un'adesione
consapevole
alla vaccinazione
contro il
Papilloma Virus

Fase strategica

Budget

3.5

Costi:

quelli relativi alla realizzazione del piano (promozione, prestazioni professionali, rilevazioni statistiche..)

Risparmi di costo:

sfruttando i canali e gli strumenti già utilizzati dalle collaborazioni

Promozione
di un'adesione
consapevole
alla vaccinazione
contro il
Papilloma Virus

Fase di verifica

Piano di valutazione

4

Finalità e destinatari:

verificare che il target di interesse abbia ricevuto ed assimilato le informazioni

Oggetto della misurazione:

livello di conoscenza e consapevolezza

Promozione
di un'adesione
consapevole
alla vaccinazione
contro il
Papilloma Virus

Fase di verifica

Modalità di misurazione

4.1

Rilevazioni quantitative:

- numero scuole che aderiscono al progetto
- numero accesso pagine web
- numero partecipanti alle conferenze

Rilevazioni qualitative:

- interviste dirette per verificare la conoscenza prima e dopo il piano di comunicazione
 - questionari all'interno delle scuole durante gli incontri con gli esperti, prima e dopo il dibattito
 - monitoraggio delle creazioni degli studenti alla fine dei laboratori per valutare la ricezione del messaggio

Promozione
di un'adesione
consapevole
alla vaccinazione
contro il
Papilloma Virus

Promozione di un'adesione
alla vaccinazione
contro il Papilloma Virus (Hpv)

consapevole

Progetto realizzato da:

Benedetti Sara

Brandoli Rosa

Colombo Gea

Erriquez Elisa

Pastorelli Caterina

Coordinatore: dott. G. Fattori

Responsabile: prof.ssa P. Lalli

A.A. 2007 – 2008