



Ministero della Salute

genit  ri più

**PROMUOVERE LA SALUTE NEI
PRIMI ANNI DI VITA**

FORMAZIONE SULLE EVIDENZE SCIENTIFICHE E SULLE
STRATEGIE DI IMPLEMENTAZIONE DELLA CAMPAGNA

La Campagna Nazionale



Maria Caterina Sateriale

Azienda USL di Ferrara

Chiara Cuoghi

LE 4 AREE DI INTERVENTO

PIANO DELLE AZIONI:

LE 4 AREE DI INTERVENTO

- *RETE*
- *PROMOZIONE*
- *FORMAZIONE*
- *VALUTAZIONE*

RETE - PROMOZIONE

• Livello delle regioni aderenti:

- costituzione dei gruppi locali di lavoro e di coordinamento della parte locale della campagna (Coinvolgimento Media e Servizi locali)
- implementazione a livello regionale di tutte le azioni della campagna configurate secondo le specificità locali

FORMAZIONE

Formazione a cascata degli operatori dei percorsi nascita attraverso una Formazione dei formatori Regionali, individuati dai referenti regionali, per il proprio ruolo e competenza, che a loro volta formeranno formatori locali o direttamente colleghi all'interno delle strutture individuate e delle categorie professionali coinvolte.

La visione

In sanità pubblica viene da tempo segnalata la necessità di *passare* da un *sistema prescrittivo* ad una *scelta partecipata*

Nel segno della Carta di Ottawa

l'attenzione ai contenuti :

i determinanti di salute

l'attenzione al metodo:

ruolo della popolazione e degli
operatori *nel processo*

Quale lo stile di una campagna per l'empowerment?

Le Campagne di Promozione alla Salute dovrebbero essere finalizzate a *rinforzare determinati modelli comportamentali e stili di vita* o a *proporne di nuovi*, nel rispetto delle libertà individuali e della cultura dei diversi gruppi sociali.

Contenuti coerenti con i bisogni

Ancora oggi le principali cause di mortalità e morbilità

nei primi anni di vita sono rappresentate da:

malformazioni congenite,
prematurità, incidenti, SIDS,
patologie infettive.

Con uno sguardo sui protagonisti

La Campagna è rivolta
alle *famiglie* ,
nell'intento di *valorizzare* il più possibile
le *capacità dei genitori*
di rendersi protagonisti
nel promuovere la salute dei propri figli,
rispetto alla quale hanno un
ruolo insostituibile.

Con una proposta sostenibile

ESSERE "GENITORIPIÙ"
vuol dire offrire ai propri figli
più protezione, più salute,
più sicurezza,
*cercando di fare
del proprio meglio.*

Con un impegno condiviso

Ma vuol dire anche essere *genitori più aiutati dalle Istituzioni, più consapevoli nelle scelte e quindi più sereni.*

ESSERE GENITORI PIÙ
vuol dire compiere una scelta partecipata diventando portatori di diritti e doveri.

PERCHÉ PROMUOVERE 7 AZIONI?

Tradizionalmente le azioni di prevenzione dei fattori di rischio comportamentali si sono rivolte ai singoli comportamenti.

Coerentemente con l'approccio della *promozione della salute* si stanno diffondendo interventi che affrontano il campo dei "*determinanti comportamentali*" agendo contemporaneamente su diversi aspetti dello stile di vita in vista di un *mutuo rinforzo*.

Questi approcci risultano vantaggiosi in termini di impatto e sostenibilità

LE 7 AZIONI

1. L'assunzione di adeguate quantità di *acido folico* nel periodo periconcezionale
2. L'astensione dal *fumo di sigaretta* durante la gravidanza e nei luoghi frequentati dal bambino
3. *L'allattamento al seno* esclusivo nei primi sei mesi di vita.
4. La *posizione supina* nel sonno nel primo anno di vita
5. L'utilizzo di appropriati *mezzi di protezione* per il trasporto del bambino in automobile
6. Fare tutte le *vaccinazioni*
7. *La lettura ad alta voce* ai bambini già dal 1° anno di vita

Più **AZIONI SINERGICHE** per la salute basate su **counseling ed empowerment** delle famiglie

Comportamento	Protezione nei confronti di
1. Assunzione di acido folico	Spina bifida*, anencefalia*, labiopalatoschisi, malformazioni congenite cardiache, urinarie, degli arti ecc.
2.1 Astensione dal fumo, prenatale	Basso peso neonatale*, prematurità*, mortalità perinatale*, SIDS
2.2 Astensione dal fumo, postnatale	Patologie delle prime vie respiratorie*, SIDS*
3. Allattamento materno	Infezioni gastrointestinali*, infezioni delle prime vie respiratorie*, SIDS* obesità, difficoltà cognitive e relazionali
4. Posizione supina del lattante	SIDS*(sindrome della morte in culla)
5. Utilizzo di mezzi di protezione in auto	Traumi da incidenti stradali*
6. Vaccinazioni	Specifiche malattie infettive*
7. Lettura ad alta voce	Difficoltà cognitive e relazionali, dislessia

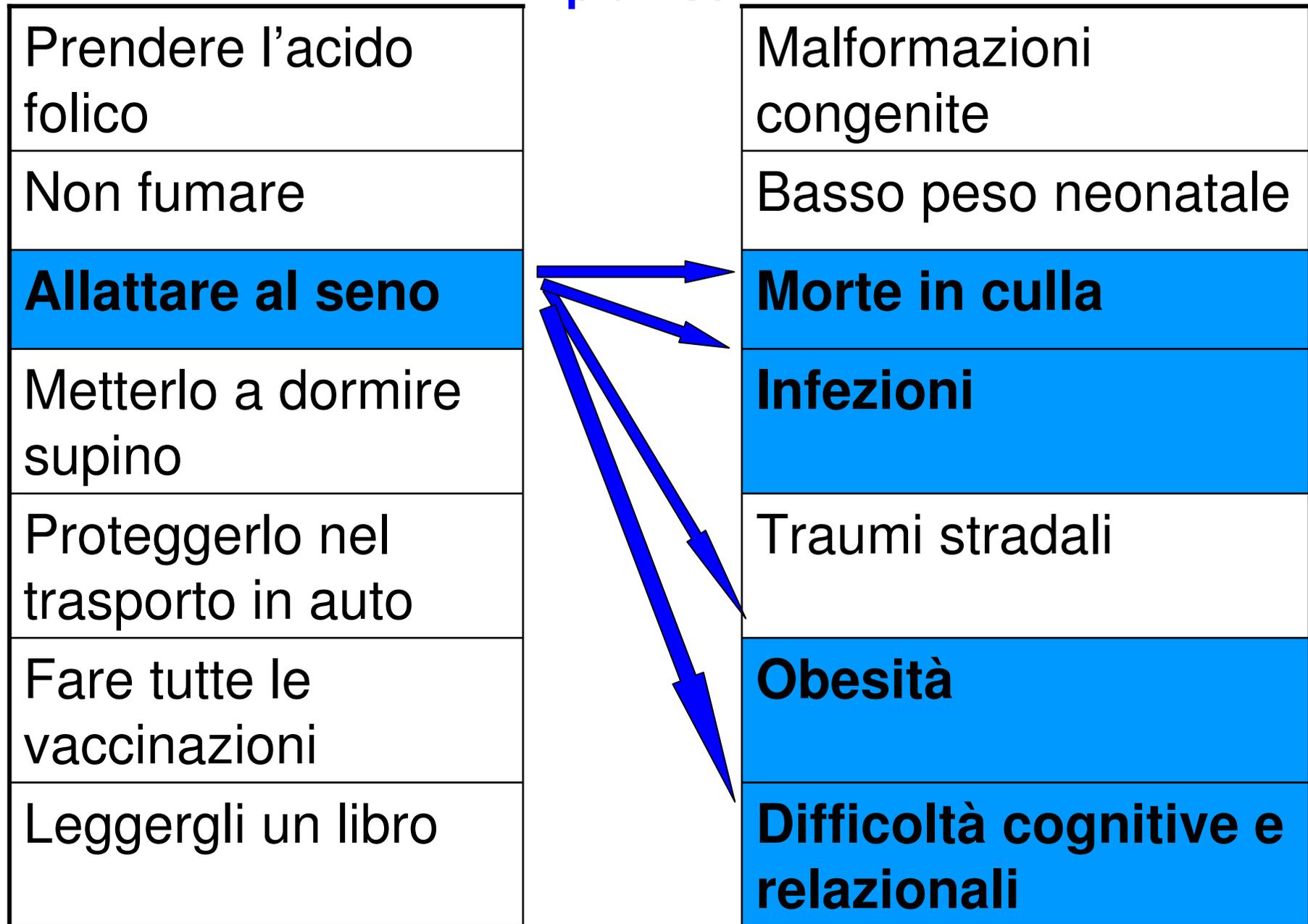
l'efficacia diretta di un singolo comportamento

Prendere l'acido folico
Non fumare
Allattare al seno
Metterlo a dormire a pancia in su
Proteggerlo nel trasporto in auto
Fare tutte le vaccinazioni
Leggergli un libro

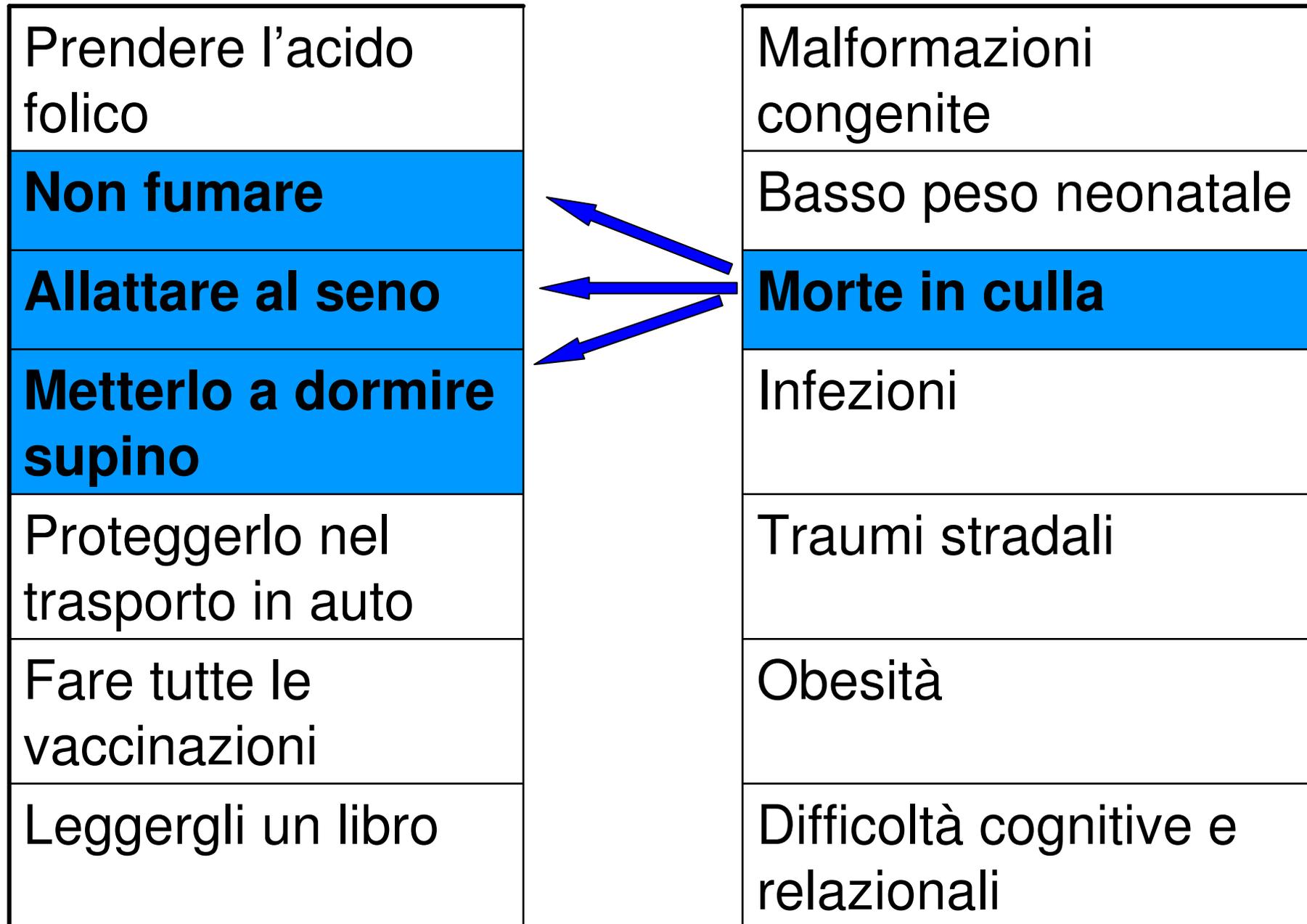


Malformazioni congenite
Basso peso neonatale
Morte in culla
Infezioni
Traumi stradali
Obesità
Difficoltà cognitive e relazionali

l'efficacia di un singolo comportamento nella prevenzione di più rischi



l'efficacia cumulativa di diversi comportamenti



Obiettivo Generale

Concorrere al *miglioramento della salute* della comunità fin dal concepimento attraverso una *Campagna di Comunicazione* per la *promozione di azioni integrate* di dimostrata efficacia sui rischi prevalenti nei primi anni di vita.

Obiettivi Specifici

- a) aumentare nella *popolazione target* (neogenitori e giovani coppie) le conoscenze e le capacità di intervento sulla salute (empowerment) attraverso l'adesione alle azioni proposte
- b) aumentare tra gli *operatori dei servizi* coinvolti (pediatri di famiglia, operatori dei centri vaccinali, ecc.) le conoscenze e le capacità di intervento, coerenti con i temi della campagna.
- c) *sperimentare un modello* (replicabile) di campagna di comunicazione per la promozione della salute basata su metodologie di integrazione dei messaggi con i piani di prevenzione e l'offerta dei servizi.

PRODOTTI

- Brand (marchio: nome, logo, ecc.)
- Spot tv*
- Spot radio
- Pubblicità "tabellare" sui giornali
- WEB* - (spazio FAQ - Domande Frequenti - Link a pagine web regionali, nazionali, di progetto)
- Materiale divulgativo (brochure*, poster*, calendari)
- Materiale formativo (manuale per gli operatori)

* Gestiti direttamente a livello nazionale