

QUESTIONARIO SU ABITUDINI ALIMENTARI E STILE DI VITA



FONDO  SIM

Fondo di assistenza sanitaria integrativa multiservizi



Un grazie speciale ai 2.608 tra lavoratrici e lavoratori che hanno voluto regalarci il loro tempo per portare avanti questa importante iniziativa. Il loro prezioso contributo sarà per il Fondo uno strumento fondamentale per calibrare e orientare le iniziative future.

PREMESSA

FAVORIRE UN INCREMENTO DEL BENESSERE COLLETTIVO VUOL DIRE ANCHE AIUTARE LE PERSONE A FARE SCELTE MIGLIORI, IN OGNI CONTESTO.

L'Italia, come emerge dal *World Happiness Report 2020*, è solo al 30° posto nella classifica mondiale dei Paesi in base al livello di benessere.

Il pensiero economico classico - quello che vede persone e cittadini come esseri perfettamente razionali, in grado di prendere sempre le scelte migliori per sé e per gli altri - è destinato a essere superato a favore di una maggior sensibilità agli aspetti psicologici ed emotivi. **Fattori sociali e ambientali come salute, educazione, cultura, partecipazione e qualità dell'ambiente non possono più essere sottovalutati.**

La realizzazione di questo questionario sull'impatto dei contenuti AIRC nella popolazione delle lavoratrici e dei lavoratori iscritti al Fondo ASIM vuole essere un intervento dedicato a:

- comprendere il vissuto e i comportamenti messi in atto da lavoratrici e lavoratori in relazione a una selezione di tematiche e, contestualmente, indagare le diverse barriere alla messa in atto dei comportamenti desiderati;
- verificare se questi materiali siano in qualche modo stati in grado di attivare i comportamenti desiderati;
- verificare l'aderenza valoriale ai temi proposti da AIRC;
- **migliorare il benessere e la percezione di quanto ognuno di noi attraverso scelte quotidiane può migliorare la propria salute.**

Il tempo che dedichiamo a ogni decisione durante la giornata è necessariamente limitato. Tra l'intenzione e l'azione c'è generalmente una lunga catena di piccole decisioni da prendere. Decisioni su cui è possibile intervenire costruendo contesti progettati attorno alle persone per indirizzare e sostenere le buone scelte.

IL
92%
DELLE PERSONE SA CHE
È IMPORTANTE LAVARSI
LE MANI PRIMA DI
MANGIARE.
SOLO IL
66%
LO FA.

IL
91%
DELLE PERSONE SA CHE
È RISCHIOSO USARE
LO SMARTPHONE AL
VOLANTE.
IL
60%
LO FA COMUNQUE.

**9 ITALIANI
SU 10**
SOSTENGONO CHE CI
VORREBBERO PIÙ DONATORI
DI SANGUE. SOLO
4 SU 10
LO HANNO DONATO
ALMENO UNA VOLTA.

LA SEMPLICE INFORMAZIONE NON SI TRADUCE NECESSARIAMENTE IN UN COMPORTAMENTO MIGLIORE perché intervengono barriere pratiche e psicologiche che indeboliscono il legame tra i nostri valori, le nostre intenzioni e le nostre azioni.

“

*...in molti casi, gli individui prendono cattive decisioni:
decisioni che non avrebbero preso se avessero
prestato piena attenzione e se avessero posseduto
informazioni complete, capacità cognitive illimitate e
totale autocontrollo.*

”

Thaler & Sunstein, “Nudge”

RIFLESSIONI SULLA SALUTE

Il Codice europeo contro il cancro consiste in **10 regole raccolte**, su iniziativa della Commissione europea, per informare i cittadini sulle azioni che ciascuno può intraprendere nella propria vita quotidiana per diminuire il rischio di sviluppare un tumore. Queste norme possono influenzare sia la vita di chi le mette in atto, sia quella di chi gli sta vicino: **si stima che il 30% dei tumori in Europa potrebbe essere evitato se tutti seguissero i comportamenti suggeriti dal Codice.**

La prima edizione del Codice europeo contro il cancro è stata pubblicata nel 1987. Da allora le raccomandazioni sono state riviste e aggiornate periodicamente alla luce delle scoperte scientifiche più recenti; la revisione è curata da un gruppo di medici, scienziati e altri esperti dell'Unione Europea, selezionati dall'Agenzia internazionale per la ricerca sul cancro (IARC).

Di seguito, un estratto delle regole del Codice europeo contro il cancro, nello specifico le indicazioni che sono state oggetto della nostra indagine.

NON FUMARE.

Il tabacco è la principale causa di decessi e malattie prevenibili nel mondo, nonché la prima causa di tumore maligno. In Europa si stima che circa l'80% dei casi di cancro al polmone sia dovuto al consumo di tabacco, che può essere responsabile anche di tumore alla cavità orale, alla laringe, al pancreas, allo stomaco e molti altri distretti del corpo. Il fumo di tabacco è cancerogeno anche per chi lo inala in maniera passiva.

Il rischio di sviluppare un cancro è di 20-25 volte superiore nei fumatori rispetto ai non fumatori; la buona notizia è che **smettere di fumare diminuisce il rischio a qualsiasi età** (ma prima si smette e meglio è).

Consigli: libera la tua casa dal fumo e sostieni le politiche che promuovono un ambiente senza fumo sul posto di lavoro.

MANTIENI IL PESO NELLA NORMA.

Sovrappeso e obesità aumentano il rischio di sviluppare alcuni tipi di cancro, in particolare quelli all'intestino (colon e retto), al rene, all'esofago, al pancreas e alla cistifellea. A questi si aggiungono, per le donne, il cancro al seno, endometrio e ovaio. La ragione è che l'eccesso di grasso corporeo causa infiammazione cronica, altera il metabolismo e influenza alcuni fattori di crescita e ormoni. Queste condizioni favoriscono la crescita di cellule tumorali. È quindi importante mantenere un peso nella norma; per sapere se il proprio peso è normale si può controllare l'indice di massa corporea.

SVOLGI ATTIVITÀ FISICA OGNI GIORNO E LIMITA IL TEMPO CHE TRASCORRI SEDUTO.

Come le abitudini alimentari, anche l'attività fisica regolare permette di mantenere un peso "salutare" e, di conseguenza, evitare un eccesso di grasso corporeo che può contribuire all'insorgenza di alcuni tipi di cancro. Inoltre, con l'attività fisica restano maggiormente in equilibrio il livello di zuccheri nel sangue, l'insulina e gli ormoni correlati, le infiammazioni e le funzioni immunitarie, tutti elementi che influenzano il rischio di cancro.

È stato stimato che il rischio di sviluppare un cancro è inferiore di circa il 4% per le persone che svolgono un'attività fisica moderata di almeno 30 minuti al giorno rispetto a chi ne svolge poca (meno di 15 minuti al giorno).

Oltre a contribuire alla prevenzione di alcuni tipi di tumori maligni, l'attività fisica regolare riduce anche l'insorgenza di malattie coronariche come ictus, ipertensione, diabete di tipo 2 e ipercolesterolemia.

SEGUI UNA DIETA SANA.

Sebbene non esista una vera e propria “dieta anti-cancro”, per prevenire i tumori è importante **mangiare in modo vario ed equilibrato** per evitare l’aumento di peso, consumare regolarmente verdura, frutta, legumi e alimenti ricchi di fibra, evitando invece quelli ricchi di zuccheri e di grassi di origine animale. Inoltre, limitare il consumo di carni rosse e prodotti lavorati a base di carne, nonché di sale e cibi salati, permette di ridurre, rispettivamente, il rischio di cancro all’intestino e allo stomaco.

SE BEVI ALCOLICI, LIMITANE L’ASSUNZIONE. PER PREVENIRE IL CANCRO È MEGLIO EVITARLI DEL TUTTO.

L’alcol è la causa di diversi tipi di cancro (come per esempio a: bocca, esofago, gola, fegato, intestino crasso e seno). Le cause possono essere diverse: l’alcol viene metabolizzato nel nostro corpo in sostanze cancerogene, danneggia le cellule epatiche e può aumentare i livelli di alcuni ormoni come gli estrogeni, che a loro volta possono aumentare il rischio di cancro al seno. È quindi importante limitare, o meglio ancora evitare del tutto, il consumo di bevande alcoliche.

EVITA UN'ECESSIVA ESPOSIZIONE AL SOLE, SOPRATTUTTO PER I BAMBINI, E UTILIZZA LE PROTEZIONI SOLARI. NON USARE LETTINI ABBRONZANTI.

I raggi ultravioletti (UV) A e B delle radiazioni solari e dei lettini abbronzanti causano danni alla pelle che nel lungo periodo possono portare allo sviluppo di diversi tipi di cancro, tra cui il melanoma è il più aggressivo. È quindi importante evitare di esporsi alla luce solare diretta quando è molto forte, come nelle ore centrali della giornata, e proteggersi con creme solari (da riapplicare ogni due ore in caso di esposizioni prolungate).

PARTECIPA AI PROGRAMMI ORGANIZZATI DI SCREENING PER IL CANCRO DELL'INTESTINO, DEL SENO E DEL COLLO DELL'UTERO.

Lo screening è un controllo della presenza di cancro o di condizioni che possono causarne l'insorgenza in persone che non presentano sintomi. Per alcuni tipi di tumore maligno, come quello al collo dell'utero e all'intestino, lo screening può prevenirne lo sviluppo; in altri casi, come per la mammografia, consente una diagnosi precoce e quindi terapie meno aggressive.

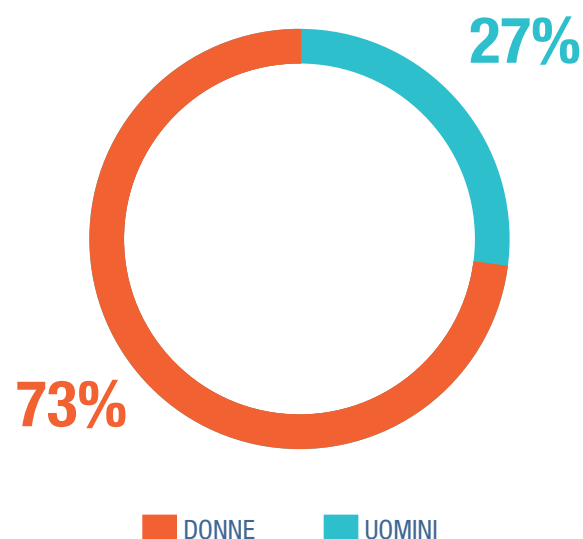
ANALISI DELLE RISPOSTE DEL QUESTIONARIO.

2.608 LAVORATRICI
E LAVORATORI RISPONDENTI.

DATI DEMOGRAFICI

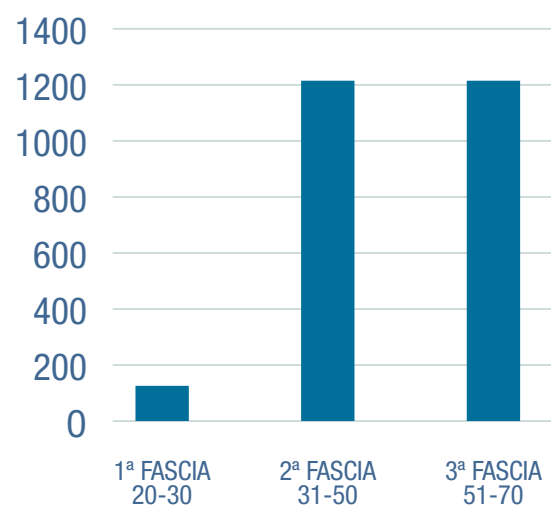
DATI DEMOGRAFICI AGGREGATI.

GENERE



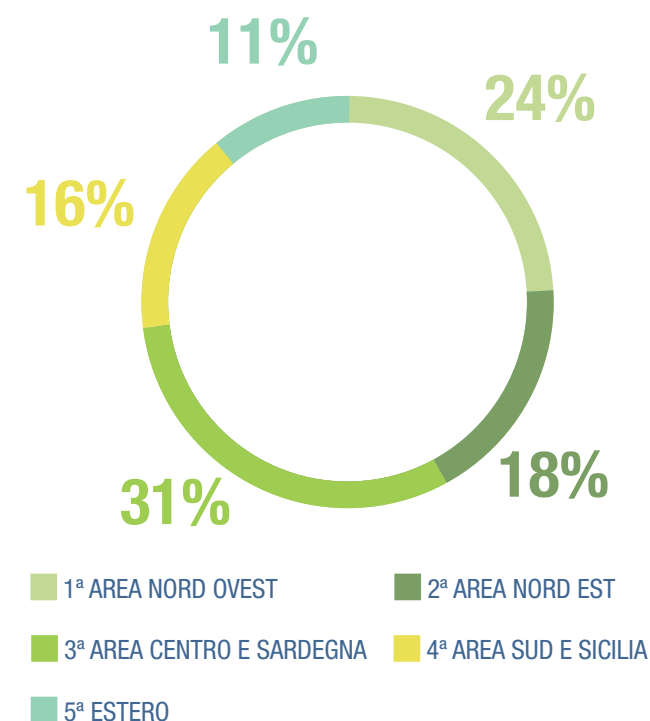
Al questionario hanno risposto 2.608 partecipanti, di questi 27% di genere maschile, rispetto al 73% di genere femminile. Una bassissima percentuale di partecipanti ha indicato "Altro".

FASCIA D'ETÀ



Una quota superiore dei partecipanti è equamente divisa tra le fasce 31-50 e 51-70.

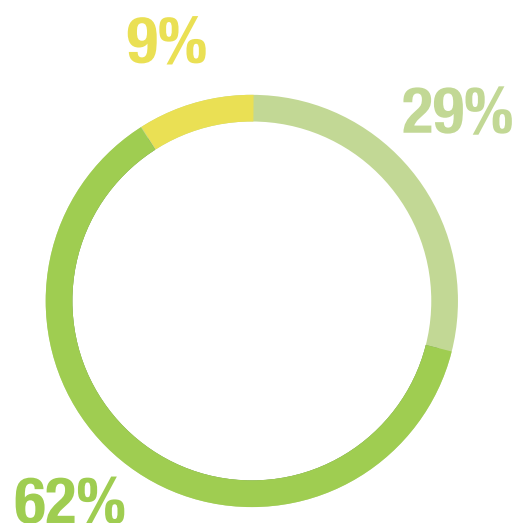
RESIDENZA



La maggioranza dei partecipanti al questionario risiede nel centro Italia 31%, una bassissima percentuale di partecipanti (10) non ha indicato la residenza.

DATI DEMOGRAFICI AGGREGATI.

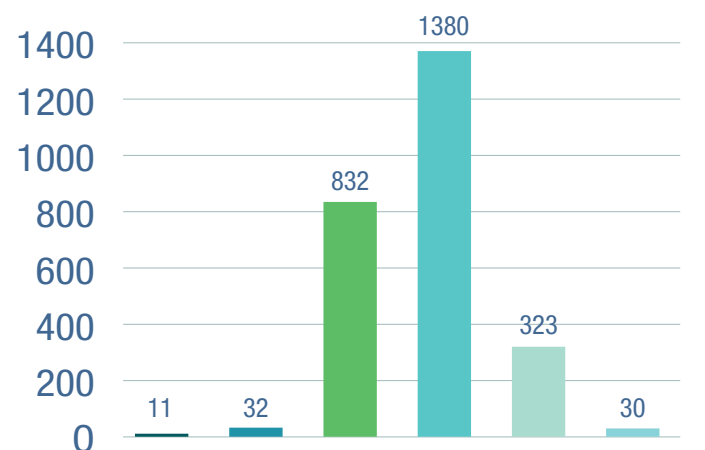
FIGLI



■ NO ■ 1 O 2 FIGLI ■ 3 O PIÙ FIGLI

Il 29% dei partecipanti non ha figli, la maggioranza assoluta ne ha 1 o 2: 62%, mentre il 9% ha 3 figli o più.

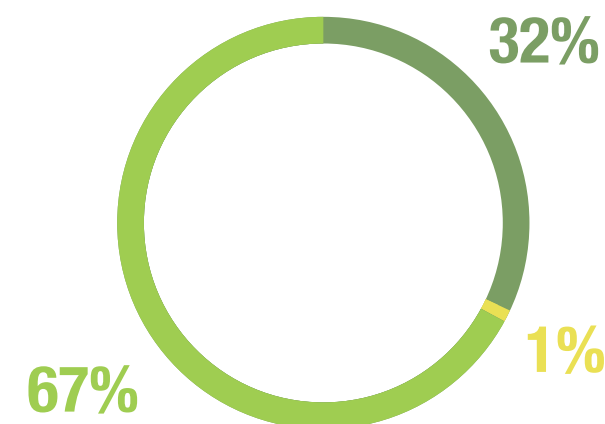
TITOLI DI STUDIO



■ NESSUN TITOLO ■ LICENZA ELEMENTARE
 ■ LICENZA MEDIA INFERIORE ■ DIPLOMA MEDIA SUPERIORE
 ■ LAUREA BREVE O SPECIALISTICA ■ POST LAUREA

Il grado di istruzione evidenzia che la metà dei partecipanti possiede un diploma di scuola media superiore.

POSIZIONE PROFESSIONALE



■ OPERAIO ■ IMPIEGATO
 ■ LAVORATORE CON QUALIFICA QUADRO

Le tipologie di lavoro sono per il 67% di tipo operaio, 9 risposte vuote.

ANALISI DEI RISULTATI



RIFLESSIONI SULLA SALUTE.

I partecipanti attribuiscono molta importanza alla cura della propria salute (la media di 9.2 su 10) e si trovano in buona salute (la media di 8.6). La maggior parte dei partecipanti (**70%**) ha indicato che uno stile di vita attento può aiutare a mantenere un buono stato di salute, ma che non è detto che metta davvero al riparo da problemi di salute.

**IN GENERALE, CHE IMPORTANZA
ATTRIBUISCI ALLA CURA
DELLA TUA SALUTE?
1 = PER NIENTE IMPORTANTE,
10 = IMPORTANTISSIMO**

1-2-3-4	Poco importante	1%
5-6-7	Importante	12%
8-9-10	Molto importante	87%

**MEDIA
9,2**

**DIRESTI CHE LA TUA SALUTE È:
1 = PESSIMA, 10 = OTTIMA**

1-2-3-4	Non buona	2%
5-6-7	Buona	39%
8-9-10	Ottima	59%

**MEDIA
8,6**

**INDICHI QUALE DELLE SEGUENTI AFFERMAZIONI
RITIENE PIÙ VICINA AL SUO MODO DI SENTIRE/
PENSARE.**

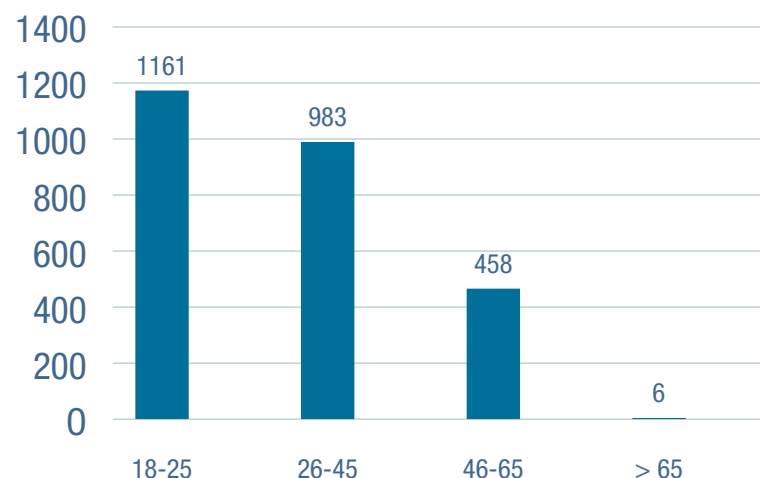
Avere uno stile di vita attento non serve a niente, alla fine si tratta più che altro di fortuna se insorgono problemi di salute o no	1%
Avere uno stile di vita attento può aiutare, ma non è detto che metta davvero al riparo da problemi di salute	70%
Uno stile di vita attento è importantissimo, perché è l'unico modo per mantenere un buono stato di salute	29%

RIFLESSIONI SULLA SALUTE.

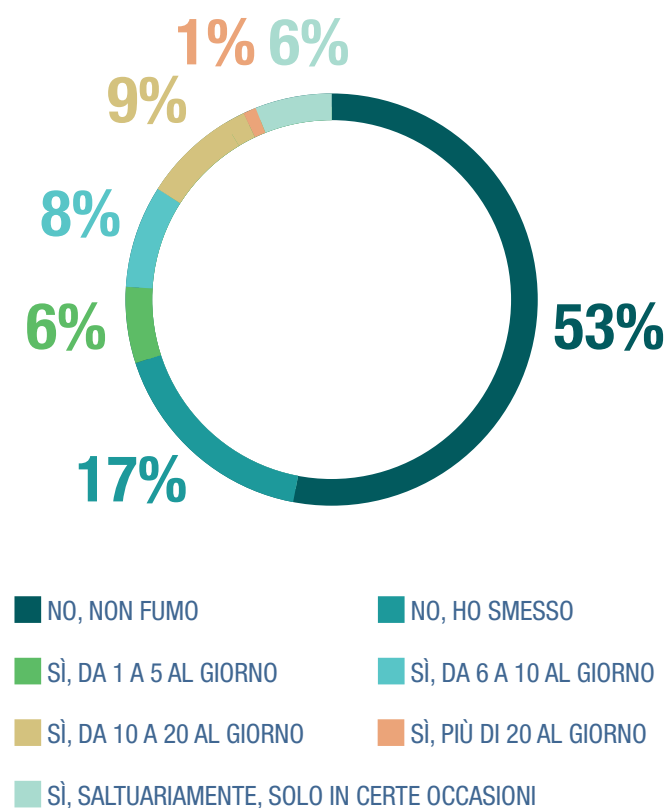
Poco meno della metà dei partecipanti (**44%**) ha indicato «18-25 anni» come fascia d'età opportuna per iniziare a pensare alla salute. Ne fanno seguito poi il **38%** che ritiene che la fascia d'età opportuna sia tra i 26 e i 45 anni. 2/3 dei partecipanti (**70%**) ha indicato di non fumare sigarette.

A CHE FASCIA D'ETÀ RITIENE OPPORTUNO INIZIARE A PENSARE ALLA SALUTE?

Rispondenti: 2.608.



LEI FUMA SIGARETTE?



RIFLESSIONI SULLA SALUTE.

Forte consapevolezza sull'importanza dello screening; qualche barriera sulla necessità di fare più attività fisica e mangiare in modo sano.

QUANTO RITIENE DIFFICILE CAMBIARE CIASCUNO DEI SEGUENTI COMPORTAMENTI?

MANGIARE IN MODO SANO		
1-2-3-4	Per nulla difficile	35%
5-6-7	Mediamente difficile	34%
8-9-10	Molto difficile	31%

MEDIA
7,6

FARE ATTIVITÀ FISICA		
1-2-3-4	Per nulla difficile	27%
5-6-7	Mediamente difficile	38%
8-9-10	Molto difficile	35%

MEDIA
7,2

ADERIRE A PROGRAMMI DI SCREENING		
1-2-3-4	Per nulla difficile	47%
5-6-7	Mediamente difficile	19%
8-9-10	Molto difficile	34%

MEDIA
8,9

L'ALIMENTAZIONE: I COMPORTAMENTI **NON** MESSI IN ATTO NELL'ARCO DELL'ULTIMO MESE.



CONSUMO DI FRUTTA E VERDURA.

PERCHÉ NON HA CONSUMATO CIRCA 5 PORZIONI DI FRUTTA E VERDURA AL GIORNO?

1	Perché sbaglio e infatti vorrei cambiare	30%
2	Perché è difficile/faticoso farlo	19%
3	Perché mi dimentico	16%

Sono rappresentate le opzioni che hanno ottenuto il maggior numero di risposte. Sono escluse le risposte indefinite ("Altre motivazioni").

CONSUMO DI PESCE.

PERCHÉ NON HA CONSUMATO REGOLARMENTE PESCE?

1	Perché è difficile/faticoso farlo	16%
2	Perché sbaglio e infatti vorrei cambiare	15%
3	Perché non mi dà soddisfazione mangiare questo alimento	10%

Sono rappresentate le opzioni che hanno ottenuto il maggior numero di risposte. Sono escluse le risposte indefinite ("Altre motivazioni").

CONSUMO DI LEGUMI.

PERCHÉ NON HA CONSUMATO REGOLARMENTE LEGUMI?

1	Perché sbaglio e infatti vorrei cambiare	14%
2	Perché mi dimentico	12%
3	Perché non mi dà soddisfazione mangiare questo alimento	12%

Sono rappresentate le opzioni che hanno ottenuto il maggior numero di risposte. Sono escluse le risposte indefinite ("Altre motivazioni").

CONSUMO DI CEREALI INTEGRALI.

PERCHÉ NON HA CONSUMATO REGOLARMENTE CEREALI INTEGRALI?

1	Perché sbaglio e infatti vorrei cambiare	16%
2	Perché mi dimentico	12%
3	Perché ho sempre fatto così	11%

Sono rappresentate le opzioni che hanno ottenuto il maggior numero di risposte. Sono escluse le risposte indefinite ("Altre motivazioni").

VARIARE L'ALIMENTAZIONE.

PERCHÉ NON HA VARIATO SPESSO GLI ALIMENTI NELLA SUA ALIMENTAZIONE QUOTIDIANA ?

1	Perché sbaglio e infatti vorrei cambiare	18%
2	Perché è difficile/faticoso farlo	18%
3	Perché mi dimentico	10%

Sono rappresentate le opzioni che hanno ottenuto il maggior numero di risposte. Sono escluse le risposte indefinite ("Altre motivazioni").

CONSUMO DI SALE.

PERCHÉ NON HA LIMITATO I CIBI AD ALTO CONTENUTO DI SALE?

1	Perché sbaglio e infatti vorrei cambiare	20%
2	Perché è difficile/faticoso farlo	16%
3	Perché mi dà molta soddisfazione mangiare salato	14%

Sono rappresentate le opzioni che hanno ottenuto il maggior numero di risposte. Sono escluse le risposte indefinite ("Altre motivazioni").

LIMITARE CIBI E BEVANDE ZUCCHERATE.

PER QUALI MOTIVAZIONI NON HA LIMITATO L'ASSUNZIONE DI CIBI E BEVANDE MOLTO ZUCCHERATE?

1	Perché sbaglio e infatti vorrei cambiare	24%
2	Perché mi dà soddisfazione farlo	17%
3	Perché è difficile/faticoso farlo	13%

Sono rappresentate le opzioni che hanno ottenuto il maggior numero di risposte. Sono escluse le risposte indefinite ("Altre motivazioni").

CONSUMO DI GRASSI ANIMALI.

PER QUALI MOTIVAZIONI NON HA LIMITATO IL CONSUMO DI GRASSI DI ORIGINE ANIMALE (CONTENUTI IN CARNE, LATTICINI E UOVA)?

1	Perché non lo fanno le persone che mi sono vicine	33%
2	Perché mi dà soddisfazione farlo	19%
3	Perché sbaglio e infatti vorrei cambiare	16%

Sono rappresentate le opzioni che hanno ottenuto il maggior numero di risposte. Sono escluse le risposte indefinite ("Altre motivazioni").

CONSUMO DI CARNE ROSSA.

PER QUALI MOTIVAZIONI NON HA LIMITATO IL CONSUMO DI CARNE ROSSA A NON PIÙ DI 2 VOLTE ALLA SETTIMANA?

1	Perché sbaglio e infatti vorrei cambiare	17%
2	Perché mi dà soddisfazione mangiare questi alimenti	14%
3	Perché è difficile/faticoso farlo	12%

Sono rappresentate le opzioni che hanno ottenuto il maggior numero di risposte. Sono escluse le risposte indefinite ("Altre motivazioni").

CONSUMO D'ALCOL.

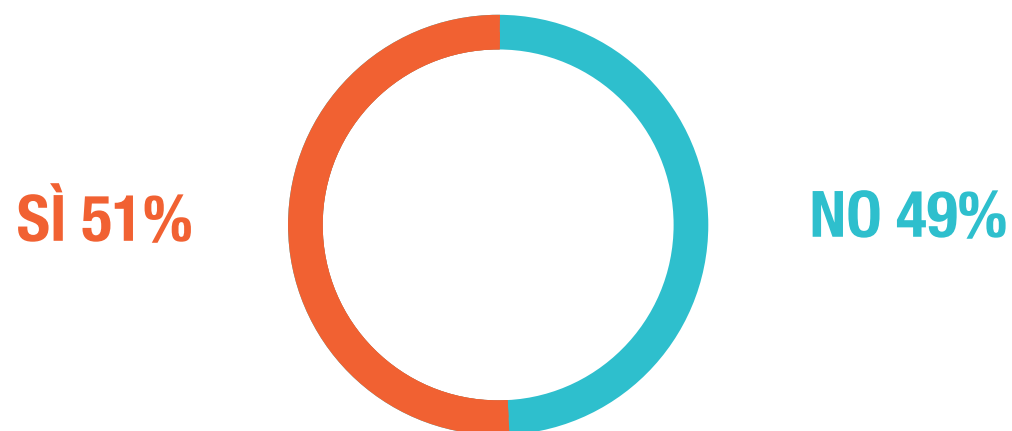
PER QUALI MOTIVAZIONI NON HA LIMITATO IL CONSUMO D'ALCOL?

1	Perché sbaglio e infatti vorrei cambiare	16%
2	Perché mi dà soddisfazione mangiare questi alimenti	15%
3	Perché è difficile/faticoso farlo	7%

Sono rappresentate le opzioni che hanno ottenuto il maggior numero di risposte. Sono escluse le risposte indefinite ("Altre motivazioni").

LO STILE DI VITA.

FACENDO SEMPRE RIFERIMENTO ALL'ULTIMO MESE, SI È MANTENUTO/A FISICAMENTE ATTIVO/A TUTTI I GIORNI FACENDO SPORT, ESERCIZI IN CASA, CAMMINATE, GIRI IN BICICLETTA, ECC.?



LO STILE DI VITA.

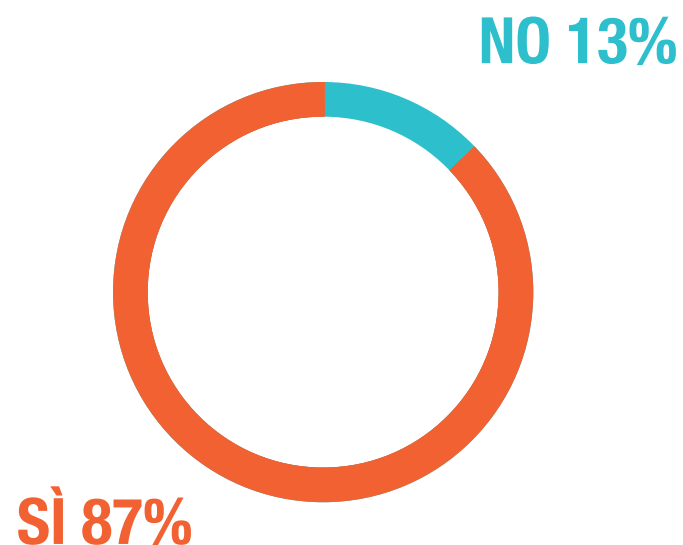
PER QUALI MOTIVAZIONI NON SI È MANTENUTO/A FISICAMENTE ATTIVO/A TUTTI I GIORNI?

1	Perché non ho tempo	49%
2	Perché sbaglio e vorrei cambiare	15%
3	Perché è difficile/faticoso farlo	7%

Sono rappresentate le opzioni che hanno ottenuto il maggior numero di risposte. Sono escluse le risposte indefinite ("Altre motivazioni").

ESPOSIZIONE AL SOLE.

GENERALMENTE QUANDO SI ESPONE AL SOLE UTILIZZA CREME SOLARI PER GARANTIRE L'ADEGUATA PROTEZIONE?



ESPOSIZIONE AL SOLE.

PER QUALI MOTIVAZIONI GENERALMENTE NON UTILIZZA CREME SOLARI PER GARANTIRE UN'ADEGUATA PROTEZIONE?

1	Perché non l'ho mai fatto	21%
2	Perché mi dimentico	17%
3	Perché sbaglio e infatti vorrei cambiare	13%

Sono rappresentate le opzioni che hanno ottenuto il maggior numero di risposte. Sono escluse le risposte indefinite ("Altre motivazioni").

PROGRAMMI DI SCREENING: TUMORE AL SENO.

HA ADERITO A PROGRAMMI DI SCREENING ORGANIZZATI DEDICATI AL TUMORE AL SENO TRAMITE MAMMOGRAFIA/ECOGRAFIA?

SÌ 51%



NO 49%

TRAMITE QUALI STRUTTURE HA EFFETTUATO PRESTAZIONI DEDICATE AL TUMORE AL SENO TRAMITE MAMMOGRAFIA/ECOGRAFIA?

1	Strutture del Servizio Sanitario Nazionale	72%
2	Strutture convenzionate per il Fondo ASIM	16%
3	Altro	12%

PROGRAMMI DI SCREENING: TUMORE AL SENO.

PER QUALI MOTIVAZIONI NON HA ADERITO A PROGRAMMI DI SCREENING ORGANIZZATI DEDICATI AL TUMORE AL SENO TRAMITE MAMMOGRAFIA/ECOGRAFIA?

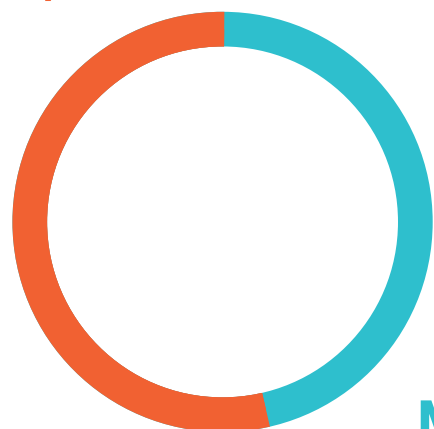
1	Perché nessuno mi ha raccomandato di farlo	9%
2	Perché non ci ho mai pensato	7%
3	Perché non l'ho mai fatto	7%

Sono rappresentate le opzioni che hanno ottenuto il maggior numero di risposte. Sono escluse le risposte indefinite ("Altre motivazioni").

PROGRAMMI DI SCREENING: TUMORE DELLA CERVICE UTERINA.

HA ADERITO A PROGRAMMI DI SCREENING ORGANIZZATI DEDICATI AL TUMORE DELLA CERVICE UTERINA TRAMITE PAP-TEST?

SÌ 57%



NO 43%

TRAMITE QUALI STRUTTURE HA EFFETTUATO PRESTAZIONI DEDICATE AL TUMORE DELLA CERVICE UTERINA TRAMITE PAP-TEST?

1	Strutture del Servizio Sanitario Nazionale	72%
2	Altro	14%
3	Strutture convenzionate per il Fondo ASIM	13%

PROGRAMMI DI SCREENING: TUMORE DELLA CERVICE UTERINA.

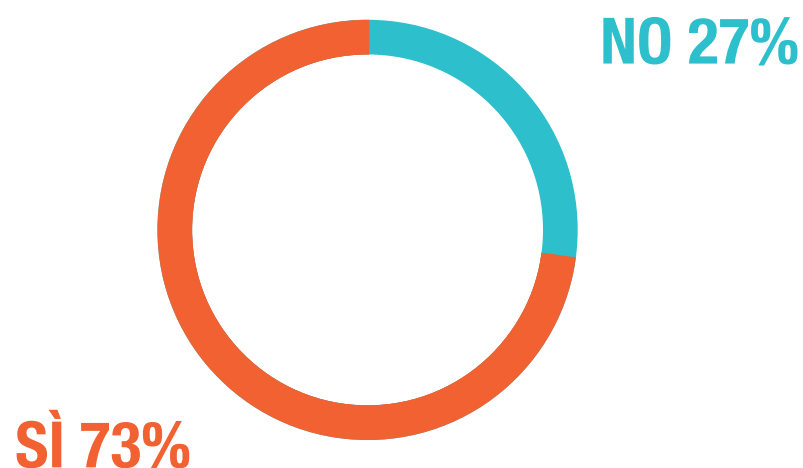
PER QUALI MOTIVAZIONI NON HA ADERITO A PROGRAMMI DI SCREENING ORGANIZZATI DEDICATI AL TUMORE DELLA CERVICE UTERINA TRAMITE PAP-TEST?

1	Perché non ci ho mai pensato	7%
2	Perché non l'ho mai fatto	6%
3	Perché nessuno mi ha raccomandato di farlo	6%

Sono rappresentate le opzioni che hanno ottenuto il maggior numero di risposte. Sono escluse le risposte indefinite ("Altre motivazioni").

PROGRAMMI DI SCREENING: HPV.

HA ADERITO A PROGRAMMI DI SCREENING ORGANIZZATI DEDICATI ALL'HPV TRAMITE L'HPV-TEST?



TRAMITE QUALI STRUTTURE HA EFFETTUATO PRESTAZIONI DEDICATE ALL'HPV TRAMITE L'HPV-TEST?

1	Strutture del Servizio Sanitario Nazionale	73%
2	Altro	15%
3	Strutture convenzionate per il Fondo ASIM	7%

PROGRAMMI DI SCREENING: HPV.

PER QUALI MOTIVAZIONI NON HA ADERITO A PROGRAMMI DI SCREENING ORGANIZZATI DEDICATI ALL'HPV TRAMITE L'HPV-TEST?

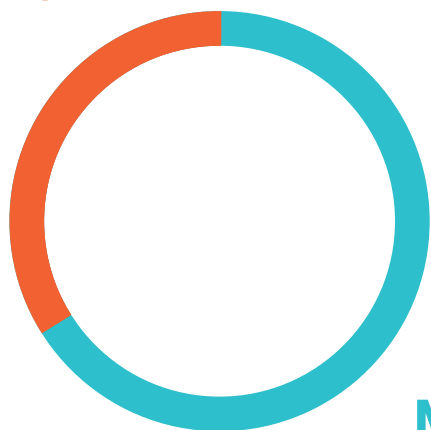
1	Perché nessuno mi ha raccomandato di farlo	16%
2	Perché non ci ho mai pensato	15%
3	Perché non l'ho mai fatto	10%

Sono rappresentate le opzioni che hanno ottenuto il maggior numero di risposte. Sono escluse le risposte indefinite ("Altre motivazioni").

PROGRAMMI DI SCREENING: TUMORE DEL COLON-RETTO.

HA ADERITO A PROGRAMMI DI SCREENING ORGANIZZATI DEDICATI AL TUMORE DEL COLON-RETTO, TRAMITE RICERCA DEL SANGUE OCCULTO NELLE FECI?

SÌ 34%



NO 66%

TRAMITE QUALI STRUTTURE HA EFFETTUATO PRESTAZIONI DEDICATE AL TUMORE DEL COLON-RETTO, TRAMITE RICERCA DEL SANGUE OCCULTO NELLE FECI?

1	Strutture del Servizio Sanitario Nazionale	90%
2	Altro	7%
3	Strutture convenzionate per il Fondo ASIM	3%

PROGRAMMI DI SCREENING: TUMORE DEL COLON-RETTO.

PER QUALI MOTIVAZIONI NON HA ADERITO A PROGRAMMI DI SCREENING ORGANIZZATI DEDICATI AL TUMORE DEL COLON-RETTO, TRAMITE RICERCA DEL SANGUE OCCULTO NELLE FECI?

1	Perché nessuno mi ha raccomandato di farlo	18%
2	Perché non ci ho mai pensato	17%
3	Perché non l'ho mai fatto	10%

Sono rappresentate le opzioni che hanno ottenuto il maggior numero di risposte. Sono escluse le risposte indefinite ("Altre motivazioni").

SINTESI DELL'INDAGINE

SINTESI DELL'INDAGINE

Partendo dai dati raccolti e dalle considerazioni esposte nella presentazione dei risultati, è possibile trarre le seguenti conclusioni in merito alla salute dei partecipanti.

- I partecipanti si ritengono di essere in buona salute (la media di 8,6 su 10).
- Attribuiscono molta importanza alla cura della propria salute (la media di 9,2 su 10).
- **La maggioranza dei partecipanti (il 70%) ha consapevolezza che mantenere uno stile di vita attento, attraverso una serie di comportamenti e atteggiamenti, può aiutare ma non mette davvero al riparo da problemi di salute.** Questa risposta rivela una barriera di consapevolezza perché non viene percepita la vera importanza dei propri comportamenti e delle proprie decisioni nel mantenimento di un buono stato di salute.
- **Forte consapevolezza sull'importanza dello screening.** Questa risposta rivela qualche barriera sulla necessità di fare più attività fisica e mangiare in modo sano.

L'ALIMENTAZIONE

QUALI SONO LE BARRIERE CHE IMPEDISCONO I COMPORTAMENTI

Nei risultati del questionario, le tre risposte che si presentano con maggior frequenza, fra tutte le domande riguardanti le abitudini alimentari e la propensione al cambiamento, riguardano la fatica di cambiare abitudini, la soddisfazione che si trae dal cibo e la consapevolezza di doversi nutrire diversamente.

Le persone sembrano essere ben consapevoli dell'importanza di nutrirsi bene, e sembrano anche sapere che cosa significa “nutrirsi bene”. La difficoltà risiede nel contesto della scelta, nel quotidiano: il cibo è una soddisfazione, cambiare abitudini alimentari è una fatica, e questo cambiamento non è percepito poi come così urgente.

Una delle motivazioni più citate è stata «*Perché sbaglio e infatti vorrei cambiare*». Questa risposta dimostra che c'è un grande divario tra le intenzioni e le azioni dei partecipanti. Per colmare il gap è necessario comprendere le barriere che impediscono i comportamenti desiderati. **La sfida consiste quindi nell'aiutare le persone a cambiare abitudini oggi, anziché rimandare a un vago domani, mantenendo soddisfazione e facilità.**

Ecco di seguito le barriere al cambiamento individuate durante il lavoro di analisi, sulla base delle altre motivazioni indicate con più frequenza (“*Perché è difficile/faticoso farlo*”, “*Perché mi dimentico*”, “*Perché mi dà molta soddisfazione mangiare/bere così*”).

Barriere comportamentali: *riguardano la tendenza ad agire in modo stereotipato, abitudinario, reattivo, senza adattare adeguatamente i propri comportamenti ai nuovi contesti.*

- Un comportamento legato a una sana e corretta alimentazione può risultare difficile/faticoso perché in linea di massima, le persone preferiscono che le cose rimangano come sono e che lo stato attuale rimanga lo stesso (Pregiudizio allo Status Quo).
- Un comportamento può risultare difficile a causa della vera perdita di un beneficio/piacere. Limitando il sale, ad esempio, il cibo può risultare meno saporito (Costo della Risposta).
- Quando dobbiamo prendere delle decisioni automatiche o rapide, tendiamo a basarci sulle emozioni/sensazioni che stiamo vivendo in quel momento (per esempio: “I dolci mi danno soddisfazione in questo momento, allora continuo a mangiarli”), (Euristica Affettiva).

Barriere cognitive: *riguardano la tendenza a valutare le probabilità o i valori, processare le informazioni, dirigere l'attenzione e le altre risorse cognitive, in modo non razionale e non funzionale.*

- Preferiamo avere una gratificazione immediata, come un alimento sfizioso, piuttosto che dover aspettare per avere una soddisfazione più grande, come in questo caso le migliori condizioni di salute nel lungo termine (Bias del Presente).
- La perdita di qualcosa, come quando si limita il consumo di grassi di origine animale o sale, comporta un impatto psicologico e motivazionale doppio rispetto alla propensione al guadagno o al piacere (Avversione alla Perdita).

Barriere di consapevolezza: *riguardano la scarsa o non corretta consapevolezza delle proprie azioni e decisioni e della loro funzione nel contesto organizzativo. Si distinguono tre sottotipi di barriere di consapevolezza:*

informazione, mindfulness (consapevolezza delle decisioni), significato.

Spesso c'è l'intenzione di comportarsi in un certo modo ma nel momento si dimentica (Mindlessness).

I partecipanti hanno anche selezionato con frequenza la risposta «Altre Motivazioni». Questo riflette che forse esistono altre ragioni per non mettere in atto il comportamento desiderato (per esempio: allergie o intolleranze). Potrebbe anche indicare che i partecipanti non vogliono pensare alle motivazioni dietro i loro comportamenti, che non sono abituati a pensarci, e/o che non vogliono condividere queste informazioni.

Comprendendo queste barriere, offriremo dei correttivi nella diffusione dei contenuti **AIRC** che rendano quest'ultimi più efficaci nello stimolare i comportamenti desiderati e che diano maggiore soddisfazione rispetto alle scelte che appaiono più difficili e faticose da intraprendere. Di seguito alcune modifiche che proveremo a inserire nel piano editoriale.

Nudge #1

Un testo corposo può essere percepito come un ostacolo perché richiede un tempo di lettura maggiore rispetto a uno breve. Questa percezione può essere modificata esplicitando il tempo di lettura (breve) previsto.

Nudge #2

Ogni nostro comportamento positivo comporta vantaggi (se lo si attua) e svantaggi (se non lo si attua o non lo

si fa per tempo). Nel suggerire come comportarsi, conviene evidenziare i vantaggi (guadagni) anziché le perdite (svantaggi). Sottolineare le conseguenze positive di un comportamento.

Nudge #3

Spesso il difficile per le persone è passare dalle intenzioni alle azioni. Fare dei piani, “dire” ciò che si intende fare, aumenta le probabilità di agire. È importante suggerire “piani d’azione” che le persone possano fare propri, spingerle a dire “Farò così”.

Nudge #4

Per portare il cambiamento di abitudini nel quotidiano è fondamentale che il contesto fisico ci aiuti. Per ottenere questo cambiamento nel contesto sono essenziali gli auto-nudge: suggerimenti di nudge che la persona può mettere in pratica autonomamente nei propri contesti di vita.

Nudge #5

Impegno esplicito. Personalizzare le informazioni e renderle le più rilevanti possibili per la vita di tutti i giorni; spesso il difficile per le persone è passare dalle intenzioni alle azioni. Fare dei piani, “dire” ciò che si intende fare, aumenta le probabilità di agire.

BENCHMARK CON LE ALTRE INDAGINI REALIZZATE DA AIRC

In relazione alle altre indagini svolte da AIRC attraverso l'utilizzo del questionario, i partecipanti di Fondo ASIM si attestano in linea con gli altri campioni analizzati su tutti i temi proposti.

Ampia importanza viene data alla propria salute ma si rilevano delle barriere di consapevolezza tra i propri comportamenti e il mantenimento di un buono stato di salute, che si traducono in un divario tra intenzioni e azioni.

Vanno tenute in considerazione nel confronto le differenze dei campioni analizzati per composizione, settore lavorativo e numerosità.

L'indagine realizzata con Fondo ASIM è stata, infatti, quella con il numero più elevato di intervistati e conseguentemente ha avuto maggiori risultati in termine di "base di rispondenti", rendendo il dato più significativo a livello di analisi.

FONDO SIM

Fondo di assistenza sanitaria integrativa multiservizi

