

ripensare la

meno

pausa



Fare luce sul bisogno di una nuova visione

La menopausa è una condizione fisiologica che ogni donna si trova ad affrontare: ogni anno, nel mondo, più di 47 milioni di donne entrano in menopausa. Eppure, è ancora molto spesso trattata come un tabù e viene percepita come l'ennesima cosa che una donna "deve sopportare" nel corso della sua vita. Questo fatto può avere un forte impatto emotivo per la donna, poiché la menopausa segna la fine della sua vita riproduttiva, e talvolta la fa sentire "meno donna" o "vecchia".

La menopausa porta con sé una serie di sintomi che possono variare dalle vampate di calore, alla sudorazione notturna, dalla secchezza vaginale agli sbalzi d'umore, con depressione e ansia. Circa il 30-50% delle donne si trova ad affrontare qualche sintomo della menopausa e questo influisce sulla qualità della vita e può avere un impatto sulla fiducia in sé stesse e sulle relazioni personali.

Inoltre, le conseguenze fisiche della menopausa possono includere perdita di massa ossea, aumento del grasso addominale, dislipidemia e disfunzioni vascolari. Questi cambiamenti predispongono le donne in post-menopausa a un aumentato rischio di osteoporosi, e quindi di fratture ossee, come pure di malattie cardio-metaboliche (es: diabete e malattie cardiovascolari).

Tutti questi sintomi sono in forte contrasto con questa particolare fase di vita della donna. Alcune survey hanno dimostrato che le donne oltre i 50 anni sanno bene cosa vogliono e sono più sicure di sé. Solitamente, hanno trovato un senso alla loro vita, si sentono complete. Le donne che hanno superato i 50 anni sono spesso più serene; tendono a guadagnare di più, ad avere una carriera consolidata, spesso hanno immobili di proprietà e una vita privata stabile. Queste donne sanno cosa possono o non possono fare, sanno chi sono e chi non sono.

E allora che cosa cerca questa donna e cosa può aiutarla ad affrontare questa transizione di vita?

Durante la transizione, le donne cercano il sostegno del medico, del farmacista o dei loro amici. Se da un lato la menopausa può essere un peso per le donne, dall'altro può essere un onere per gli operatori sanitari, come i medici di base (MMG), gli infermieri, i farmacisti e gli ostetrici/ginecologi (OB-GYN), in quanto la formazione e l'educazione sulla menopausa sono pericolosamente basse, nonostante l'ampia prevalenza.

Secondo gli esperti, i sintomi più comuni, come le vampate di calore, la sudorazione, l'irritabilità, l'ansia e

la depressione, ma anche i disturbi del sonno e i dolori articolari, troppo spesso non vengono correttamente diagnosticati e trattati dal medico. Per esempio, molte donne con umore depresso vengono mandate a casa con la prescrizione di un antidepressivo. "Solo al 14% delle donne che ha questi sintomi viene diagnosticata una sindrome menopausale", afferma la Prof.ssa Petra Stute, medico senior e vice primario di endocrinologia ginecologica e medicina riproduttiva della Clinica Universitaria di Ginecologia di Berna.

È comunque incoraggiante notare che qualcosa sta cambiando. Nel Regno Unito, a partire dal 1° aprile 2023, le donne possono ottenere un rimborso per la maggior parte dei prodotti destinati alla menopausa. Tuttavia, molti governi non dispongono ancora di politiche sanitarie e mancano di sostegno finanziario per l'inclusione della menopausa nelle condizioni da rimborsare. Per quanto riguarda l'assistenza della donna e la relativa fatturazione, in Germania esiste una codifica per le condizioni legate alla peri-menopausa, ma i professionisti, compresi i ginecologi, non vengono incentivati o rimborsati per la consulenza su questi sintomi.

Oltre il 41% delle facoltà di medicina del Regno Unito non prevede la menopausa come parte del curriculum obbligatorio e l'80% degli specializzandi in medicina interna degli Stati Uniti non si sente competente per discutere o trattare la donna in menopausa. Solo il 20% degli specializzandi in ostetricia e ginecologia degli Stati Uniti offre una formazione sulla menopausa.

ri
pensare
la
menopausa



I due volti dei social media

Come molte altre cose, anche i social media possono essere un'utile risorsa, oppure un nemico. Piattaforme come Instagram o Twitter possono infrangere il tabù della menopausa, consentendo alle utenti di parlare delle loro esperienze, interagire con gli altri e sentirsi meno sole. Possono contribuire a normalizzare questa fase della vita e a renderla parte della conversazione quotidiana. Parlarne online facilita la condivisione dell'ansia, dell'esperienza e anche di consigli. Premesso che non si tratta di raccomandazioni cliniche, questi consigli sono di supporto, alleviano il senso di isolamento e spesso incoraggiano le donne a contattare il proprio medico. Inoltre, i social media sono uno strumento vitale per le campagne dei movimenti per la menopausa, come #MakeMenopauseMatter.

Ma le divergenze di opinione possono anche degenerare in inutili battaglie online; a loro volta, le informazioni contrastanti che si ritrovano su Internet possono creare ulteriore confusione. Il rischio è che gli spazi dei social media diventino nocivi.

La disinformazione è condivisa liberamente sui social media, in modo involontario o talvolta a scopo commerciale: il 16% dei post di Instagram contrassegnati con #menopausa pubblicizza servizi o prodotti. Inoltre, i social media si nutrono di frasi fatte; studi complessi vengono semplificati e spesso male interpretati. Le esperienze personali o aneddotiche vengono confuse con le evidenze e i medici di medicina generale vengono talvolta screditati. Le piattaforme di social media non sono aziende regolamentate e spesso è difficile per le donne sapere quali informazioni provengono da una fonte affidabile.

Spesso non sono tenute in conto le differenze culturali ed etniche, non c'è inclusione, o non è dato spazio alle differenti esperienze ed è difficile trovare sui social media medici esperti. Un'eccezione nel Regno Unito è rappresentata dalla dottoressa Nighat, medico di medicina generale specializzata in salute della donna e pianificazione familiare, con oltre 15 anni di esperienza nel NHS e nel privato, che si occupa di sensibilizzare alla menopausa e all'assistenza sanitaria nei riguardi delle donne di colore e asiatiche. Dalla sua sede nel Buckinghamshire, la dottoressa Nighat è in grado di colloquiare in urdu e punjabi, riuscendo così a raggiungere un gruppo molto più ampio di donne attraverso i social media. La dottoressa Nighat è anche molto attiva su Instagram e TikTok; i suoi post spaziano da "Consigli per la terapia ormonale sostitutiva (TOS)" a consigli generali sulla menopausa. Tuttavia, casi come il suo sono più l'eccezione che la regola.

3 |

Internet come cattivo consigliere

Molti operatori sanitari si sentono lasciati soli quando cercano di identificare le giuste opzioni terapeutiche e di selezionarle in base alle esigenze individuali della paziente. Spesso non si sentono preparati per discutere in modo appropriato le opzioni terapeutiche per la donna in menopausa e avviare una conversazione che porti a condividere le decisioni.

La collaborazione tra medici di medicina generale e ginecologi è essenziale per fornire alla donna la migliore assistenza possibile durante la menopausa. I medici di medicina generale sono spesso il primo punto di contatto per le donne che cercano aiuto per i sintomi della menopausa e possono indirizzare le donne a un ginecologo per le cure specialistiche, qualora necessarie. I ginecologi possono collaborare con i medici di medicina generale per sviluppare piani terapeutici personalizzati che tengano conto delle esigenze e delle preferenze specifiche di ogni donna.

Durante la menopausa, le donne passano con una frequenza impressionante da un medico all'altro per ottenere risposte ai loro bisogni. Molte donne si sentono sole e si ritrovano a navigare sui social media per identificare le opzioni terapeutiche, e condividerle con le loro coetanee. Ma qui il tono passa dalla frustrazione all'ironia o talvolta al sarcasmo.

Opzioni terapeutiche disponibili

L'opzione terapeutica attualmente più diffusa è la terapia ormonale sostitutiva (TOS), che può aiutare ad alleviare i sintomi della menopausa, sostituendo gli ormoni che il corpo non produce più. Tuttavia, esistono diversi tipi di terapia ormonale sostitutiva, e va tenuto conto del fatto che può non essere adatta a tutte le donne.

La TOS può anche comportare alcuni rischi, tra i quali vanno considerati un aumento del rischio di carcinoma mammario e di trombosi, che devono essere illustrati nell'ambito di una discussione che porti a una decisione condivisa con la donna. Visti i potenziali rischi associati alla TOS, è essenziale che le donne siano informate e ascoltate, ne sia analizzata l'anamnesi familiare e ottengano raccomandazioni personalizzate da parte dei loro operatori sanitari. I ginecologi sono specialisti della salute riproduttiva femminile e si trovano in una posizione unica per fornire consulenza e supporto alle donne in menopausa. I ginecologi possono aiutare le donne a comprendere il rapporto rischio/beneficio della terapia ormonale sostitutiva, come pure a fornire indicazioni su altre opzioni terapeutiche, come le terapie non ormonali, o a suggerire cambiamenti nello stile di vita e terapie complementari e alternative.

Per svolgere questo compito, i medici di medicina generale, gli infermieri, i farmacisti e i ginecologi necessitano di una formazione che consenta loro di conversare con le donne in peri-menopausa in modo da arrivare a una decisione condivisa. Le aziende farmaceutiche e sanitarie hanno la grande opportunità di affrontare e ridurre lo stigma legato alla menopausa per favorire un maggiore coinvolgimento e piani terapeutici più efficaci. Le donne hanno bisogno di prodotti specificamente mirati al trattamento dei sintomi della menopausa e il mondo ha bisogno di aziende che abbiano il coraggio di affrontare lo stigma sociale associato alla menopausa.

La menopausa è un problema complesso e sfaccettato che richiede un approccio olistico

Le aziende farmaceutiche, con i loro prodotti, possono contribuire a combattere lo stigma associato alla menopausa, per garantire che tutte le donne ricevano il giusto trattamento e affidabili informazioni. Possono collaborare con le assicurazioni sanitarie e la classe medica per mettere questo tema all'ordine del giorno negli studi medici e sui social media; insieme al pubblico, ai giornalisti, alle organizzazioni non governative (ONG) e alle organizzazioni internazionali, possono stimolare la ricerca, educare e contribuire a un nuovo dialogo.

Insieme, possono fare in modo che i politici prestino maggiore attenzione al problema, investano nella formazione di medici, ginecologi, infermieri e farmacisti e integrino davvero questo tema all'interno dei programmi universitari per garantire che la menopausa diventi parte integrante della formazione dei medici di medicina generale e di altri operatori sanitari, per consentire loro di fornire un'assistenza personalizzata che affronti i sintomi e le esigenze specifiche di ogni donna.

I social media possono essere fonte di informazioni affidabili che come prima cosa prevenano da esperti qualificati, tra cui medici, associazioni mediche, compagnie di assicurazione sanitaria, associazioni pazienti e altre ONG. Tuttavia, i social media non devono essere lasciati a se stessi, ne occorre sensibilizzare l'opinione pubblica ai marchi che certificano l'affidabilità delle informazioni. Ne è un esempio PIF TICK nel Regno Unito, un'organizzazione certificata che fornisce informazioni sulla salute ed è disponibile sia su carta, sia online. In questo modo i pazienti e il pubblico possono essere certi che ciò che leggono, guardano o ascoltano è basato sulle evidenze. È facile da comprendere, aggiornato e realizzato secondo i migliori standard. Le aziende farmaceutiche, con i loro prodotti, hanno un'opportunità unica di sostenere le donne in questa fase importante della loro vita.

In un momento in cui la salute delle donne è sotto i riflettori, abbiamo tutti l'opportunità, anzi l'obbligo, di fare luce sul carico che la menopausa comporta e su quello che le donne provano. Dobbiamo sensibilizzare l'opinione pubblica alla sfida che le donne devono affrontare durante questa transizione e all'importanza di una gestione efficace dei sintomi legati alla menopausa. Dobbiamo anche riconoscere il ruolo che i ginecologi e più in generale gli operatori sanitari possono svolgere nel sostenere le donne nel loro percorso nella fase di menopausa.

La menopausa è una parte naturale e inevitabile della vita di ogni donna. Lavorando insieme, possiamo fare in modo che le donne abbiano il sostegno necessario per affrontare questa transizione con successo e prendere decisioni informate e che si adattino alle esigenze di ognuna. Dobbiamo accogliere la menopausa come un processo fisiologico e naturale, fornendo alle donne le risorse e il sostegno di cui hanno bisogno per gestire questa fase della vita con fiducia e serenità.

inka ficht

6 |



EVP, Client Engagement Director, IPG Health Europe

Professionista senior nel marketing farmaceutico, con oltre 20 anni di esperienza nella comunicazione sanitaria che spazia tra farmaci OTC e beni di largo consumo, Inka ha ricoperto ruoli di primo piano in IPG Health.

Nel corso della sua carriera, ha guidato team internazionali che hanno lavorato su diverse indicazioni, tra cui: salute della donna, cardiologia, CKD, malattie delle prime vie respiratorie, igiene dentale, dispositivi medici, nefropatie, artrite reumatoide, oncologia, dermatologia e gastroenterologia.

Inka ricopre il ruolo di Executive Director Specialty Services Europe dal febbraio 2022. Il suo obiettivo principale è guidare un team di esperti in tutta la regione e garantire che il rapporto cliente-agenzia incoraggi lo sviluppo di una partnership reciproca che offra opportunità di crescita, attraverso il lavoro di un team di agenzia appassionato e di talento.

inka.ficht@ipghealth.com

IPG HEALTH
EUROPE

Linda Cowie

8 |

VP, Head of Behavioural Science and Patient Experience, SOLVE(D)

Linda vanta oltre 30 anni di esperienza internazionale nel settore sanitario, avendo lavorato nel Regno Unito, in Europa, negli Stati Uniti e in Giappone. Nei primi anni di attività ha operato in qualità di cliente, e ha ricoperto posizioni di responsabilità nel marketing e nella comunicazione presso aziende farmaceutiche come SmithKline Beecham/GSK.

In seguito si è spostata sul versante della consulenza e delle agenzie, ricoprendo posizioni di responsabilità nella pianificazione strategica, nel coinvolgimento dei pazienti e nei servizi ai clienti. La sua specializzazione nella strategia e nella guida al cambiamento dei comportamenti è supportata da un master incentrato sull'identificazione e la risoluzione delle sfide comportamentali e da una pratica di PNL. Inoltre, è iscritta all'albo dei farmacisti e ha conseguito un MBA.

linda.cowie@solved.health

IPG HEALTH
EUROPE