

Premessa

Il Piano per lo Screening del Cancro del Seno, della Cervice Uterina e del Colon-retto triennio 2007-2009 approvato con DM del 8/6/2007 e registrato in data 28.8.2007 Reg. 6 Fgl. 153 intende dare continuità agli interventi a favore dei programmi di screening, fornire le linee operative per dare attuazione al mandato della legge 296/2006, assicurando la sinergia tra le diverse iniziative istituzionali, ed in particolare il collegamento con le iniziative conseguenti alla legge 138/04, e con quelle messe in essere dal Piano Nazionale della Prevenzione 2005/2007, di cui all'intesa Stato Regioni 23 Marzo 2005.

Il piano per il triennio 2007-2009¹, pertanto, ha adottato i seguenti principi, obiettivi e indirizzi strategici:

Principi

1. nell'ambito del sistema sanitario regionalizzato il piano persegue la coesione tra le regioni;
2. il piano ha carattere nazionale,
3. le regioni meridionali e insulari, cui è destinato il finanziamento per questo triennio, potranno utilizzare le acquisizioni delle migliori esperienze nazionali nel campo dell'offerta degli screening, per ottenere i risultati di estensione, partecipazione e qualità dell'offerta.

Obiettivi

1. Assicurare alla totalità della popolazione residente in Italia , l'offerta di programmi di screening per il cancro della mammella, della cervice uterina e del colon retto;
2. Garantire su tutto il territorio nazionale il raggiungimento degli standard di qualità dei programmi organizzati di screening;
3. Promuovere la partecipazione consapevole allo screening della popolazione che può beneficiarne.

Tali obiettivi sono coerenti con quelli del Piano Screening per il triennio 2004-2006 e del Piano nazionale di Prevenzione 2005-2007, li confermano e completano. Pertanto, i progetti attuativi regionali per raggiungere questi più ambiziosi obiettivi di salute rappresentano una continuazione di quanto si sta realizzando, in attuazione dei progetti che le Regioni hanno presentato nel corso del 2005, attualmente ancora in corso.

Nel rispetto dell'autonomia programmatica delle Regioni il PNS 2007-09 ha sottolineato, comunque, la necessità di attivare ogni azione praticabile, per l'offerta alle persone immigrate, di interventi di prevenzione secondaria per il cancro della mammella, della cervice uterina e del colon retto.

Il PNS 2007-09 ha altresì specificato i seguenti indirizzi strategici

1. garantire le funzioni centrali relative a: sistema informativo, ricerca, comunicazione, promozione, formazione, destinando a tali funzioni una parte delle risorse;
2. integrare le azioni previste dal presente Piano con :
 - lo svolgimento in corso e i risultati dei progetti già avviati che utilizzano i finanziamenti della legge 138/04 e del Piano Nazionale della Prevenzione 2005-2007 nonché delle attività finanziate con i fondi del CCM, relativamente ai programmi di screening;

¹ in coerenza con il "Piano per lo screening del cancro del seno, della cervice uterina e del colon retto" – triennio 2004/2006

- gli interventi, che verranno decisi nelle sedi opportune, in attuazione di quanto previsto dalla L.296/06, art.1, comma 796, lettera n, in materia di riqualificazione strutturale e tecnologica

3. destinare la quota del finanziamento per le regioni meridionali e insulari, di cui all'art. 1 comma 808 della legge 296/2006, alla risoluzione delle specifiche criticità identificate da apposite analisi nell'ambito delle singole realtà regionali.

Per rispondere all'indirizzo strategico relativo alle funzioni centrali, il PNS 2007-09 ha identificato, nell'ambito delle "Linee operative del Piano 2007-2009", le seguenti Azioni centrali

1. Attività di promozione dei programmi organizzati di screening
2. Campagne informative

Tali azioni prevedono un finanziamento come specificato nella seguente tabella riassuntiva:

Finanziamento delle Azioni Centrali finalizzate a potenziare gli Screening (L. 296/2006)

Attività	2007	2008	2009
Attività di promozione	300.000	250.000	200.000
Campagne informative	490.000	350.000	300.000
Totale	790.000	600.000	500.000

Tali azioni, così come previsto dalla lg 296/06 si propongono di proseguire, anche nel merito, gli interventi attuativi della lg 138/04, contribuendo a fare ulteriormente progredire la diffusione e la qualità dei programmi di screening oncologici.

Nella definizione delle nuove progettualità attuative della AZIONI CENTRALI previste dal PNS 2007-09 sarà rispettato il principio generale della governance (governo + alleanza) che si concretizza nel:

- riconoscere i portatori di interesse come risorse per il successo dei PS; conseguentemente identificare i partner del CCM fra questi attori consolidando ed aggiornando la collaborazione con quelli già "stabilizzati" e promuovendo la crescita (in termini di ruolo e contributi ai PS di quelli "potenziali")
- definire il contributo dei partner alle varie Azioni e gli obiettivi specifici alla luce della rispettiva mission
- migliorare le relazioni e le sinergie tra i vari attori

Ai fini dell'attuazione delle attività centrali richiamate viene quindi definito il presente progetto; l'attuazione degli obiettivi specifici, di seguito elencati, corrispondenti alle varie azioni centrali verrà specificata mediante la definizione di Progetti esecutivi da parte del partner Lega Italiana per la Lotta contro i Tumorig, secondo le modalità previste dalla convenzione di cui questo progetto è allegato.

OBIETTIVO GENERALE

Attuazione del disposto del Piano Nazionale Screening 2007-09 rispetto alle seguenti azioni centrali di supporto ai programmi di screening delle Regioni: attività di promozione ; campagne informative.

AZIONE: ATTIVITÀ DI PROMOZIONE e CAMPAGNE INFORMATIVE

Razionale: La partecipazione condiziona l'efficacia nella pratica di questo intervento di sanità pubblica e ha, dal punto di vista del Ministero della salute, tre dimensioni principali: la qualità dei servizi di screening, l'interazione positiva o negativa con la prevenzione clinica, l'empowerment del cittadino.

Le strategie da mettere in campo per affrontare le criticità di partecipazione rilevate dalle survey debbono quindi riguardare, in un approccio articolato, le tre dimensioni ricordate. Proprio per questo è necessario avere un'idea guida che sia obiettivo e *vision*. Questa idea guida riguarda il cittadino, come persona, e il modo in cui il sistema sanitario si rapporta a lui, seguendo, in questo, l'indirizzo programmatico contenuto nel documento governativo "Un New Deal della Salute": **un nuovo rapporto con il cittadino consapevole, ovvero la ricerca di soluzioni percorribili sulla qualità della partecipazione (*empowerment*) e sulla rendicontazione sociale**².

Sulla base di questa impostazione generale, la strategia del Ministero per favorire la partecipazione (oltre le azioni di indirizzo e di supporto rispetto alla qualità della programmazione e tecnico-professionale e le azioni di coinvolgimento delle associazioni professionali e delle società scientifiche) si concretizza in azioni pertinenti alla comunicazione mass-mediatica e di coinvolgimento delle associazioni di volontariato e/o pazienti interessate ai PS.

Nell'ambito delle iniziative di promozione della lotta ai tumori portate avanti negli anni dalla LILT, è stata nel 2006 definita una campagna sui media a supporto dei programmi organizzati di screening oncologici. Per la campagna è stato scelto come titolo: "**Si scrive screening, si legge prevenzione dei tumori**" ed è stata rivolta specificamente alla popolazione destinataria dei programmi di screening. Nella sua prima edizione ha coinvolto periodici di grande distribuzione, *free-press* e le principali rete televisive nazionali; sono stati anche distribuiti opuscoli informativi su scala nazionale nel numero di cinque milioni di copie. A integrazione della campagna è stato attivato un numero verde con l'obiettivo principale di re-indirizzare gli interlocutori ai programmi di screening di pertinenza territoriale.

A questa campagna ha contribuito Il Ministero della Salute- Dipartimento prevenzione e comunicazione sia per gli aspetti comunicativi che per quelli informativi (tratti dall'aggiornamento delle linee-guida di cui alla lg 138/04).

Per la maggiore efficacia del messaggio si rende necessaria una sua ripetizione con una maggiore integrazione alle specifiche realtà regionali.

Obiettivo specifico 1.1

:

- raggiungere una maggiore efficacia della comunicazione attraverso un "effetto moltiplicatore" delle azioni intraprese e l'interlocuzione con le regioni;

Obiettivo specifico 1.21

- promuovere il ruolo dell'associazionismo per il supporto e il miglioramento dei programmi di screening.

² Un New Deal della Salute, Linee del programma di Governo per la promozione ed equità della salute dei cittadini; pag. 17. Disponibile all'indirizzo http://www.ministerosalute.it/imgs/C_17_pubblicazioni_530_allegato.pdf

Per quanto attiene all'obiettivo 1 sulla comunicazione, il progetto esecutivo, per quanto pertinente alle azioni programmate, terrà in conto come linee-guida di riferimento i documenti in appendici 1 e 2.

Prodotti attesi

- estensione della comunicazione a supporto dei PS mediante la ripetizione del messaggio e l'utilizzo del medesimo "messaggio visivo".
- Programmi di integrazione tra iniziative di comunicazione mass-mediatica di istituzioni e soggetti diversi
- Partecipazione di associazioni di "ambito" all'attuazione dei PS
- Programmi di rafforzamento delle associazioni al sud
- Rapporti
- Seminari
- Programmi di formazione
