

**Piano Nazionale della Prevenzione 2005-2008**  
**Relazione sullo stato di avanzamento al 31 dicembre 2008**

**Regione:** Sardegna

**Titolo del progetto**

Screening del tumore della Mammella

Relazione

1. Descrivere brevemente i principali risultati raggiunti in relazione agli obiettivi specifici della programmazione 2008.

La Regione ha esteso le attività di screening del carcinoma della mammella interessando circa il 60% delle ASL del territorio regionale (5/7ASL).

La ASL pilota n. 1 di Sassari e la ASL n. 2 di Olbia, facenti parte della stessa area vasta interaziendale, hanno completato il primo round di chiamate invitando il 100% della popolazione target. Nel corso dell'anno 2008, inoltre, sono stati predisposti ed approvati dalla apposita commissione regionale i programmi di screening mammografico delle ASL n. 3 di Nuoro, ASL n. 4 di Lanusei e ASL n. 6 di Sanluri che successivamente hanno avviato le chiamate.

La ASL di Cagliari ha presentato all'Assessorato il progetto di screening mammografico da sottoporre all'esame della specifica commissione regionale che ha il compito di effettuare la valutazione.

A livello regionale è stato realizzato con la collaborazione dell'Osservatorio Nazionale Screening un corso di formazione per radiologi e tecnici sanitari di radiologia addetti allo screening, la cui organizzazione è stata affidata alle ASL di Lanusei e di Nuoro.

Con il contributo degli esperti delle Commissioni regionali degli screening oncologici è stata predisposta la campagna di sensibilizzazione regionale rivolta alle popolazioni bersaglio e sono state definite le linee guida per la stesura di specifici piani aziendali di comunicazione.

In proposito, ciascuna Azienda ha predisposto un proprio piano di attività di comunicazione in relazione alle esigenze ed alle specificità locali promuovendo e organizzando durante l'attività di screening altre azioni di sensibilizzazione ed informazione.

Il 27 giugno 2008 si è svolta la conferenza stampa indetta dall'Assessorato che ha dato l'avvio alla campagna di sensibilizzazione regionale della popolazione bersaglio sugli screening oncologici.

E' stata prorogata la convenzione con POSTEL affinché le ASL possano usufruire di un servizio integrato di produzione e gestione delle comunicazioni inerenti gli screening.

2. Descrivere brevemente gli obiettivi che sono stati parzialmente raggiunti o del tutto disattesi e le motivazioni del parziale o mancato raggiungimento.

Il ritardo dell'avvio delle chiamate in alcune ASL della Regione è da attribuirsi oltre che a problemi organizzativi anche alla carenza di personale.

3. Enucleare e descrivere brevemente punti di forza e criticità nella realizzazione del Piano.

La campagna di informazione avviata in maniera uniforme su tutto il territorio regionale ha certamente favorito una maggiore consapevolezza della popolazione nei confronti della prevenzione e facilitato grazie all'adozione del format della campagna nazionale il riconoscimento di una attività che coinvolge insieme alle ASL, il Ministero della Salute, la LILT e la Regione.

Hanno contribuito a favorire l'adesione della popolazione bersaglio inoltre, le numerose iniziative di sensibilizzazione e di coinvolgimento delle donne poste in essere dalle ASL, prima e durante l'avvio delle chiamate nei comuni interessati.

4. Riportare ogni altro elemento utile all'analisi e interpretazione dello stato dell'arte e di risultati del Piano.

L'accordo integrativo regionale per la Medicina Generale, nell'ambito del miglioramento della continuità dell'assistenza attraverso la condivisione di linee guida e percorsi diagnostico terapeutici tra professionisti, prevede tra l'altro la partecipazione ai programmi aziendali di screening oncologico. Ai MMG saranno forniti dall'Azienda tutti i dati utili ad individuare gli assistiti coinvolti in programmi di screening con particolare attenzione a quelli che non avranno aderito all'invito. Ai medici partecipanti saranno forniti inoltre i dati di valutazione e i risultati dei test dei propri assistiti aderenti al programma.