mimesi
YOUR MEDIA INTELLIGENCE

# PAOLA BOLDRINI

26/11/2022

# INDICE

## PAOLA BOLDRINI

26/11/2022 La Voce di Mantova 4
**Prevenzione tumore al seno: i segnali sono positivi, ma c 'è ancora un gap da colmare**

# PAOLA BOLDRINI

1 articolo

la Voce di Mantova



LA CAMPAGNA È STATA AVVIATA LO SCORSO ANNO DA ROCHE ITALIA E FUJIFILM ITALIA

# Prevenzione tumore al seno: i segnali sono positivi, ma c'è ancora un gap da colmare

*Secondo una recente relazione dell'Intergruppo Parlamentare per la Cronicità nei 16 mesi di pandemia il gap registrato dallo screening mammografico si attesta complessivamente al -28,5%. Per fortuna si nota una ripresa nelle strutture sanitarie destinatarie dei mammografi della campagna Screening Routine*

**ROMA** Dall'esperienza e dai risultati di "Screening Routine – La prevenzione come rituale", campagna avviata lo scorso anno da Roche Italia e Fujifilm Italia, sono emersi spunti di riflessione utili ad identificare le priorità e le sfide che restano da affrontare per promuovere un pieno recupero dello screening mammografico nel nostro Paese.

Questi i temi al centro di un dibattito al quale hanno partecipato rappresentanti istituzionali e associazioni pazienti, commentando i risultati raggiunti dall'iniziativa, le best practices e le aree di miglioramento osservate nei 10 centri destinatari, nell'ambito della Campagna, della donazione di mammografi di ultima generazione nelle aree a maggior bisogno a seguito dei gap causati dalla pandemia: Asl 1 di Imperia; Azienda Ospedaliera (AO) S. Croce e Carle di Cuneo; Azienda Socio-Sanitaria Territoriale (ASST) di Lodi; Azienda Ulss 9 Scaligera di Verona; Azienda USL Umbria 1 di Perugia; ASL Roma 3; ASL 2 Lanciano Vasto Chieti a Chieti; ASL Napoli 2 Nord; Azienda Sanitaria Provinciale di Cosenza; Azienda Sanitaria Provinciale di Palermo.

Secondo una recente relazione dell'Intergruppo Parlamentare per la Cronicità nei 16 mesi di pandemia il gap registrato dallo screening mammografico si attesta complessivamente al -28,5%. Un trend negativo che, secondo uno studio pubblicato su Lancet, potrebbe tradursi in un aumento della mortalità a 5 anni per tumore al seno tra l'8 e il 9%.

Segnali di ripresa giungono però dalle strutture sanitarie destinatarie dei mammografi della campagna Screening Routine: l'analisi preliminare condotta a fine 2021 segna un + 30% degli esami mammografici (+50.674 prestazioni rispetto al 2020), mentre da una

Il confronto tra Istituzioni e Associazioni di Pazienti si è articolato all'interno di una tavola rotonda, a cui hanno preso parte:
- Paola Boldrini, Presidente Intergruppo Parlamentare per la Cronicità;
- Cristina Tamburini, Dirigente Segretariato Generale Ministero della Salute;
- Manuela Tamburo De Bella, Responsabile Ufficio Reti Cliniche Ospedaliere, Age.Na.S.;
- Adriana Bonifacino, Presidente Fondazione Incontra Donna Onlus;
- Flori Degrassi, Presidente A.N.D.O.S. Onlus;
- Laura Del Campo, Direttore F.A.V.O.;
- Loredana Pau, Vicepresidente Europa Donna Italia.

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

la Voce di Mantova



ulteriore rilevazione condotta nel primo semestre 2022 si osserva un incremento più contenuto, ma comunque positivo: la media registrata nei centri oggetto della rilevazione è pari al +17%, per un totale di +11.498 prestazioni rispetto ai primi sei mesi del 2021. Un recupero, quindi, parziale, ma progressivo alla normalità, per un totale di 62.000 prestazioni erogate in più rispetto ai periodi precedenti.

Un risultato a cui ha contribuito anche l'innovazione tecnologica: i mammografi di ultima generazione sono andati, infatti, a sostituire o ad integrare apparecchi più vetusti, apportando una migliore qualità delle refertazioni e una ottimizzazione dei tempi di esame, che sono tornati ad attestarsi su 15 euro in media contro i picchi di 30 euro toccati durante la pandemia: una maggiore efficacia ed efficienza, che porta a raddoppiare il numero di mammografie eseguibili in un'ora. Dall'esperienza della Campagna, emerge inoltre che i risultati sono stati più significativi laddove sono state attivate sinergie e collaborazioni con associazioni pazienti a livello locale e/o iniziative speciali – come aperture straordinarie con open day nel week-end – per aumentare le opportunità di accesso della cittadinanza alla prevenzione, e nelle strutture che hanno scelto di attivare canali di comunicazione aggiuntivi (es. numeri verdi, SMS, recall telefonici) rispetto alle lettere istituzionali di invito previste nell'ambito della campagna organizzata di screening. In alcuni casi sono state promosse massicce campagne stampa in occasione dell'inaugurazione dei mammografi, che hanno prodotto ottimi risultati, a dimostrazione di come processi e percorsi di comunicazione e sensibilizzazione virtuosi, abbinati all'utilizzo delle più moderne tecnologie diagnostiche, possano fare la differenza.

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato