

Regione Piemonte- Screening popolazione generale

Qual è il percorso più attuabile?

- Accesso diretto su invito con possibilità di effettuazione test anche nel weekend e in fasce orarie serali (invito anche senza vincolo di data né di orario);
- Possibilità di allargare l'invito anche ad amici e parenti della stessa fascia di età
- Utilizzo della lettera/sms/o altra modalità di chiamata

Quali interventi sono stati applicati con maggior successo? Quale strategia ha dato maggiori risultati in termini di adesione?

- Invito con accesso diretto
- Proposta del test di screening presso grandi aziende private (maggior adesione e minor impegno di tempo e organizzazione)
- Proposta del test di screening in occasione di vaccinazioni (genitori di adolescenti e/o ambulatorio medicina dei viaggi)
- Proposta di screening in occasione di convegni dedicati agli stili di vita e alla prevenzione
- Proposta di test rapidi

Regione Piemonte- Screening popolazione generale

Interventi con adesione più bassa sono stati:

- Open day/manifestazioni legati ad altri argomenti: impegno di personale e di organizzazione elevati rispetto ai risultati ottenuti
- Proposta di screening presso i Centri prelievo in occasione di altri esami: all'accettazione mancanza di personale per il counselling, personale esterno poco collaborante, utenza non sempre della fascia di età coinvolta o non sensibile all'iniziativa,
- Proposta di test presso reparti ospedalieri/PS: demandato alla sensibilità e alla collaborazione del personale presente

Come è affrontata la campagna di comunicazione e sensibilizzazione?

- Predisposizione pagina web regionale e delle singole ASL con sezione dedicata allo screening,
- Predisposizione di materiale informativo (locandine) e distribuzione presso farmacie, studi MMG/PLS, Consultori, Ospedali, ecc
- Informativa regionale sull'iniziativa, modulo di consenso allo screening e modalità di adesione nelle diverse ASL piemontesi presenti sulle pagine web,
- Pubblicità anche attraverso social regionali, delle ASL e degli Ospedali,
- Articoli sui giornali locali e pubblicità su emittenti TV locali

Regione Piemonte- Screening popolazione generale

Quali sono le difficoltà?

- Risorse economiche ministeriali solo per acquisto test (inviti, campagne di comunicazione)
- Carenza di personale e nello specifico da dedicare ad attività non duratura
- Impossibilità invio SMS (DPO)
- Scarsa percezione della malattia nella fascia di età considerata; necessità di allargare la fascia di età
- Attività estemporanea, non routinaria e non strutturata con durata limitata (differenza rispetto ad altri screening)
- Mancata uniformità della proposta di screening a livello nazionale (e talvolta anche a livello regionale)

Quali sono gli aspetti da potenziare?

- Aumentare adesione presso punti prelievo e altri setting opportunistici
- Campagne di comunicazione da parte del livello centrale
- Obiettivi meglio definiti (tutta la popolazione o in alternativa quale %?)
- Indirizzi più precisi

Regione Piemonte- Screening SERD

Qual è il percorso più attuabile?

- Adozione da parte dei SERD Piemontesi di un protocollo ampiamente discusso e condiviso con procedure chiare,

Quali interventi sono stati applicati con maggior successo? Quale strategia ha dato maggiori risultati in termini di adesione?

- Coinvolgimento di tutti gli operatori sanitari e di tutta l'utenza Serd
- Utilizzo dei test rapidi

Come è affrontata la campagna di comunicazione e sensibilizzazione?

- Campagna di sensibilizzazione e proposta del test anche in altre occasioni (Giornate contro la droga o quelle per HCV e HIV)

Quali sono le difficoltà?

- Personale, tempo

Quali sono gli aspetti da potenziare?

- Centri prescrittori come parte più attiva nel reclutamento dei pazienti da trattare
- Screening come progetto strutturato e non a progetto
- Inserimento negli Obiettivi aziendali
- SERD come Point of Care Test (Possibilità di effettuare un test di conferma all'interno del Serd/utilizzo dei sistemi rapidi per la conferma, Distribuzione diretta dei farmaci Anti HCV)