



Spett.le Associazione Rete città sane
presso la sede operativa della
presidenza nazionale Comune di Ancona
pec: info@pec.retecittasane.it.

OGGETTO: Bando Oscar della Salute 2023 (progetti 2022)

Premio Nazionale Rete Città Sane – OMS
www.retecittasane.it

MODULO PRESENTAZIONE PROGETTO

Titolo del progetto	TIME TO CHECK
Ente proponente	COMUNE DI ANCONA
Referente del progetto	Per il Comune di Ancona M.Rita Venturini – mariarita.venturini@comune.ancona.it Per OCF Nome e cognome: LUCA SARACINI Indirizzo: VIA FRAZIONE VARANO 204 telefono: 3284185455 e-mail: lucasaracini@yahoo.it
Città in cui ha avuto luogo il progetto	ANCONA
n. abitanti del Comune	98.402 al 1 gennaio 2022
Durata del progetto:	12 MESI
Descrizione di sintesi del progetto.	<p>Il progetto “Time to check”, strutturato con la metodologia del Project Cycle Management (PCM) ha riguardato la creazione di un check point ad Ancona per favorire l’accesso ai test diagnostici rapidi per HIV (e per altre infezioni sessualmente trasmissibili), per ridurre il fenomeno dei contagi sommersi, il problema delle diagnosi tardive e per promuovere la cultura della prevenzione in materia di HIV/AIDS (e delle altre infezioni sessualmente trasmissibili).</p> <p>Il Check point è stato immaginato come un luogo fisico aperto a chiunque, ad accesso anonimo e come un servizio diffuso sul territorio con delle uscite programmate con l’unità di strada informabus del Comune di Ancona in luoghi di particolare interesse o in occasione di eventi ed iniziative.</p> <p>Il progetto ha visto la creazione di una rete pubblico - privata che ha coinvolto Istituzioni e Associazioni del terzo settore e ha portato il Comune anche aderire alla rete internazionale delle Fast Track City (https://www.fast-trackcities.org/).</p> <p>Tutte le attività hanno visto la partecipazione dei membri della rete:</p> <ul style="list-style-type: none">- Opere Caritative Francescane odv (OCF) quale capofila; - Free Woman odv;- Caritas di Ancona – Osimo; - Arcigay Comunitas Ancona APS; - Croce Rossa Italiana sezione di Ancona; - Immunologia clinica degli Ospedali Riuniti di Torrette; - Comune di Ancona.



	<p>Con il progetto si è inteso affrontare il problema delle diagnosi tardive dovute a una bassa percezione del rischio di contrarre l'infezione da HIV, alla paura dello stigma nonché alla pandemia di Covid 19 che, con un forte impatto su tutti i servizi, ha portato ad un calo dei test e ad un aumento dei <i>late presenters</i>.</p> <p>Il progetto "Time to check" ha permesso un accesso facilitato ai test e ha promosso azioni di informazione e sensibilizzazione per aumentare la consapevolezza, nelle persone più vulnerabili (migranti, tossicodipendenti, giovani, donne) e nella popolazione in generale, dei rischi dell'infezione e della necessità di sottoporsi ai controlli. Interventi di questo tipo sono raccomandati da tutte le organizzazioni internazionali perché più in grado di raggiungere gruppi specifici di popolazione più esposti a rischi e meno propensi a rivolgersi ai servizi tradizionali.</p>
Obiettivi del progetto	<p>Obiettivo generale del progetto: migliorare la tempestività delle diagnosi di HIV e combattere lo stigma.</p> <p>Obiettivo specifico del progetto: implementare un programma di offerta di test diagnostici rapidi per HIV e altre malattie sessualmente trasmissibili in contesti diversi da quelli sanitari tradizionali.</p> <p>Attraverso l'apertura di un check point diffuso in provincia di Ancona è stato possibile</p> <ul style="list-style-type: none">- incentivare il ricorso ai test, rendendoli accessibili a più persone grazie ai vari punti di accesso extra ospedalieri organizzati sul territorio;- accrescere la consapevolezza delle persone in materia di salute sessuale e dei possibili trattamenti farmacologici (PrEP e PEP) e sensibilizzare la popolazione in materia.- combattere lo stigma nei confronti delle persone positive all'HIV <p>Il raggiungimento degli obiettivi di progetto contribuisce al raggiungimento degli obiettivi che con il Comune di è dato firmando l'Accordo di Parigi e l'adesione alla rete Fast Track cities.</p>
tematica a cui il progetto fa riferimento	<p>○ Promuovere la pace e la sicurezza attraverso società inclusive Una città dà il buon esempio realizzando progetti a lungo termine finalizzati all'inclusione di persone con fragilità e vulnerabilità e combattendo la discriminazione, la violenza contro le donne, i bambini e il loro sfruttamento;</p>
Azioni realizzate <i>Sintetizzare le attività realizzate per conseguire gli obiettivi programmati descrivendole brevemente</i>	<p>Azioni realizzate per ciascun obiettivo di progetto.</p> <p>(OS 1) RENDERERE PIU' ACCESSIBILI I TEST DIAGNOSTICI per RIDURRE IL NUMERO DEI CONTAGI SOMMERSI.</p> <p>Attività:</p> <p>apertura ad Ancona di un check point con una sede centrale di riferimento e coordinamento in città e una serie di presidi dislocati sul territorio provinciale, con la collaborazione delle altre associazioni e degli enti della rete (check point diffuso).</p> <p>La sede cittadina del check point ha garantito un accesso libero a chiunque abbia voluto sottoporsi ai test o abbia avuto bisogno di informazioni.</p> <p>Le sedi dislocate sul territorio, invece, grazie alle caratteristiche della rete sono state maggiormente in grado di proporre approcci diversificati e di maggior efficacia nei confronti delle popolazioni più vulnerabili e maggiormente a rischio, in considerazione del fatto che sono stati coinvolti i punti di riferimento per loro abituali: (Opere Caritative Francescane: giovani -Caritas di Ancona - Osimo: area della marginalità sociale e della povertà; migranti - Free Woman: donne vittima di tratta - Informabus del Comune di Ancona: giovani - Arcigay</p>



Ancona: area dell'omosessualità.

Il servizio offerto attraverso il check point ha compreso test diagnostici rapidi (per HIV e altre malattie sessualmente trasmissibili) community based, con supporto medico e psicologico, uno sportello informativo sulle malattie sessualmente trasmissibili e su PrEP e PEP, e la possibilità di accedere in modo semplificato alle strutture ospedaliere (grazie a dei protocolli d'intesa con le strutture sanitarie pubbliche del territorio).

Strategia di intervento:

1. Costituzione e attivazione dell'equipe di progetto;
2. Individuazione precisa dei punti di accesso al check point diffuso;
3. Formazione degli operatori delle associazioni coinvolte: realizzazione di sessioni formative per operatori delle associazioni e degli enti della rete. Il corso è stato strutturato in una prima parte per medici, counselors, operatori e riguarderà la presentazione del progetto, l'utilizzo dei test rapidi, il ruolo delle associazioni nel progetto, la descrizione delle procedure operative, l'offerta di counseling (pre e post test) e la modalità di somministrazione della scheda di valutazione del rischio. Una seconda parte del corso è stata riservata al personale sanitario e riguarderà gli aspetti tecnici del test e la lettura del risultato;
4. Individuazione di procedure specifiche per i test da effettuare nelle sedi esterne con i medici e i counselors dell'equipe;
5. Definizione di un piano di sicurezza;
6. Calendario aperture check point;
7. Promozione del servizio del check point;
8. Somministrazione test: test anonimi, gratuiti e di facile accesso; colloquio di counseling pre e post test; presenza di un medico di riferimento; possibilità di accedere a percorso di counseling se richiesto; contatto con strutture sanitarie pubbliche per eventuali risultati positivi;
9. Raccolta dati: somministrazione questionari anonimi di valutazione del rischio all'ingresso al checkpoint;
10. Analisi dei dati e valutazione dei risultati;
11. Diffusione dei risultati.

(OS 2) INFORMARE SULLA SALUTE SESSUALE.

Attività:

organizzazione e attivazione di uno sportello informativo in grado di fornire informazioni utili sulla PrEP e sulla PEP, sulle malattie sessualmente trasmissibili e sulle terapie farmacologiche più indicate aumentando la consapevolezza in materia della popolazione.

Strategia di intervento:

Articolazione in azioni in grado di organizzare il patrimonio informativo in referenti certi, accessibili e pubblicizzati: punto informativo, pagina web e pagine social.

1. Punto informativo.

Presso i locali della sede centrale del check point è stato creato uno spazio dedicato a chiunque abbia avuto necessità di reperire informazioni puntuali e qualificate in merito all'HIV, alle altre malattie sessualmente trasmissibili, alle terapie farmacologiche accessibili e alla PrEP e alla PEP.

Un operatore qualificato ha accolto gli utenti rispondendo alle loro richieste, sia da un punto di vista pratico / burocratico che per aspetti pertinenti la sfera dell'assistenza (consigli, supporto psicologico ecc.).

L'accesso al punto informativo è stato possibile sia in presenza negli orari e nei giorni stabiliti, telefonicamente ad un numero appositamente attivato oppure mediante l'invio di e-mail a un indirizzo appositamente creato.

2. Sito web.

Per garantire un'informazione capillarmente diffusa ed accessibile in ogni



	<p>momento, si è provveduto a creare un sito web del check point con lo scopo di mettere a disposizione della cittadinanza le informazioni utili in materia, di carattere pratico - burocratico nonché relative all'assistenza, oltre che la pubblicizzazione delle azioni svolte durante il progetto e la diffusione dei relativi risultati.</p> <p>(OS 3) RAFFORZARE LA SENSIBILIZZAZIONE. Attività: Grazie all'apertura del check point e al coinvolgimento della rete territoriale, sono state organizzate delle campagne di sensibilizzazione e informazione utilizzando i social media e i canali di comunicazione digitale, e organizzando degli eventi in presenza di riflessione e approfondimento. Per quanto riguarda l'uso delle nuove tecnologie, l'anonimato, la facilità di uso e l'accessibilità offerta dal web e dai social media hanno offerto un potenziale significativo per interventi innovativi di comunicazione finalizzati al raggiungimento soprattutto di target specifici di individui che difficilmente si rivolgono ai canali informativi tradizionali.</p>
<p>Beneficiari finali del progetto e numero</p>	<p>Nel periodo dall'apertura del check point a marzo 2022 fino a novembre 2022 i dati dei beneficiari sono:</p> <ul style="list-style-type: none">• Circa 1000 test eseguiti per circa 350 persone;• Circa 3000 volantini distribuiti e 100 manifesti affissi• 1453 persone hanno fatto accesso al sito internet del check point (il 27,5% di utenti tra i 18 e i 24 anni; il 33,5% tra i 25 e i 34 anni; il 15,5% tra i 35 e i 44 anni; il 12,5% tra i 45 e i 54 anni; il 5,5% tra i 55 e i 64 anni; il 5,5% sopra i 65 anni);• 40.657 persone raggiunte attraverso i post di Facebook;• 634 persone raggiunte attraverso Instagram.
<p>Risultati attesi Specificare i risultati qualitativi e quantitativi</p>	<p>Ob. 1: RENDERE PIU' ACCESSIBILI I TEST DIAGNOSTICI E RIDURRE IL NUMERO DEI CONTAGI SOMMERSI proponendo modelli di accesso precoce ai test (per HIV e altre malattie sessualmente trasmissibili) e alle cure (ad es. check point). RISULTATI ATTESI: aumento del numero di test diagnostici effettuati sul territorio in particolare da parte di quei gruppi specifici di popolazione più esposti a rischi d'infezione e meno propensi a rivolgersi ai servizi tradizionali. Si stima di somministrare circa 500 test nell'arco della durata del progetto. IMPATTO PREVISTO: riduzione del numero delle diagnosi tardive.</p> <p>INDICATORI DI MONITORAGGIO E VALUTAZIONE:</p> <ul style="list-style-type: none">- Numero di assistiti sottoposti al test HIV e ai test per altre malattie trasmissibili sessualmente: ≥ 500- Aumento delle diagnosi precoci: +2%- Raggiungimento del target di popolazione maggiormente a rischio: +30%- Percentuale di assistiti che hanno ricevuto counseling pre-test: $\geq 50\%$- Percentuale di assistiti che hanno ricevuto counseling post-test: $\geq 30\%$ <p>Questi indicatori verranno monitorati in forma "disaggregata" per genere, per età e per popolazione chiave più vulnerabile.</p> <p>Ob. 2: INFORMARE RISULTATI ATTESI: con il servizio del punto informativo, con la sezione del sito e le pagine social, si stima di raggiungere 3000 persone nell'arco della durata del progetto. IMPATTO PREVISTO: aumento della consapevolezza sui temi relativi all'HIV, alle altre malattie sessualmente trasmissibili, alla prevenzione, alla PrEP, alla</p>



	<p>PEP e alle altre terapie farmacologiche.</p> <p>INDICATORI DI MONITORAGGIO E VALUTAZIONE:</p> <ul style="list-style-type: none">- Numero di accessi al punto informativo ≥ 1000- Numero di accessi alla sezione dedicata alle informazioni nel sito del progetto e alle pagine social ≥ 2000- <p>Ob. 3: SENSIBILIZZAZIONE</p> <p>RISULTATI ATTESI: con le campagne di sensibilizzazione online si punta a coinvolgere un ampio pubblico raggiungendo 1000 persone a pubblicazione (una pubblicazione al mese).</p> <p>INDICATORI DI MONITORAGGIO E VALUTAZIONE:</p> <ul style="list-style-type: none">- Numero di visualizzazioni dei messaggi/video ≥ 1000 a pubblicazione
Risultati raggiunti	<p>Ob. 1:</p> <ul style="list-style-type: none">• Numero di test eseguiti nel corso dell'anno 1007• Numero di assistiti sottoposti al test HIV e ai test per altre malattie trasmissibili sessualmente: ≥ 500• Aumento delle diagnosi precoci: sono stati rilevati due risultati positivi al test dell'HIV (due ragazzi stranieri, omosessuali, di 28 e 34 anni) più del 2% rispetto ai dati di riferimento (dati 2019 Regione Marche: 56 nuove diagnosi - 24 con n° di linfociti CD4 < 200 e 32 con n° di linfociti CD4 < 350).• Raggiungimento del target di popolazione maggiormente a rischio: la maggior parte dei test ha riguardato: giovani; persone in condizione di marginalità sociale (test effettuati presso la mensa della Caritas); donne vittime di tratta (test organizzati da Freewoman); comunità LGBTQIA+ (test organizzati con Arcigay)• Percentuale di assistiti che hanno ricevuto counseling pre e post test: tutte le persone che hanno effettuato i test hanno ricevuto counseling pre e post test. <p>Ob. 2:</p> <ul style="list-style-type: none">• Numero di accessi al punto informativo: l'attività dedicata all'informazione si è svolta all'interno della sede del check point, o telefonicamente, e durante la partecipazione agli eventi pubblici come la testing week, il gay pride o le iniziative dedicate alla prevenzione ("Prevenzione in azione"). Tra le persone che si sono recate al check point e quelle incontrate durante gli eventi si stima di aver superato abbondantemente l'obiettivo di 1000 dichiarato in fase progettuale.• Numero di accessi alla sezione dedicata alle informazioni nel sito del progetto e alle pagine social: tra i visitatori delle pagine informative del sito e le visualizzazioni dei contenuti pubblicati sui social sono state raggiunte complessivamente 42.433 persone. <p>Ob. 3:</p> <ul style="list-style-type: none">• Numero di visualizzazioni dei messaggi/video: sono stati pubblicati 42 contenuti sulle pagine social (in media 5 post al mese) che, in totale, hanno ottenuto 42.089 visualizzazioni cioè circa 1000 a contenuto.
Scarto progettuale	Non c'è stato scarto progettuale
Costo totale del progetto (euro)	Costo totale del progetto: 38.969,06€
Finanziamenti ottenuti	Il progetto è stato finanziato con un contributo della Fondazione Gilead al quale si è aggiunto un apporto di risorse proprie da parte del Comune di Ancona e dell'Associazione Opere Caritative Francescane odv.



	<p>Al progetto hanno contribuito in termini di sedi e volontari anche le altre associazioni della rete.</p>
<p>Sostenibilità del progetto</p>	<p>Il check point verrà mantenuto attivo con il supporto della rete di associazioni ed istituzioni già creata in fase di elaborazione dell'intervento, e cercando di allargarsi ad altre collaborazioni.</p> <p>Attraverso azioni di raccolta fondi volte a reperire finanziamenti per supportare il servizio del check point, ad esempio, con specifiche campagne di corporate fundraising affinché alcune aziende del territorio diventino sostenitrici del servizio, con campagne di raccolta fondi da privati e attraverso ulteriori progettualità con le quali recuperare risorse.</p> <p>Un'ulteriore garanzia della sostenibilità del progetto deriva dall'adesione del Comune di Ancona alla rete delle Fast Track Cities.</p> <p>La rete eterogenea e rappresentativa di enti e associazioni che si sono ritrovati intorno a questo progetto, e che già hanno avuto occasioni di collaborazione in passato in varie iniziative, rappresenta inoltre una conferma circa la necessità di un'iniziativa di questo genere e una garanzia circa la sua sostenibilità: mettere a sistema gli interventi di tutti i soggetti coinvolti permetterà di efficientare gli sforzi e il reperimento delle risorse necessarie al mantenimento del servizio sul territorio.</p> <p>Dopo la fine del progetto sono state formulate ulteriori richieste di finanziamento in risposta a bandi di enti finanziatori privati. Uno (Progetto Time to Prevent) ha già avuto esito positivo garantendo la sostenibilità del check point per il 2023 e uno (Time to take care) verrà valutato a settembre.</p>
<p>Strumenti di comunicazione utilizzati Illustrare quali mezzi di comunicazione sono stati utilizzati per pubblicizzare l'iniziativa</p>	<p>STRATEGIA DI COMUNICAZIONE.</p> <p>Per l'attuazione del piano di comunicazione si è scelto di adottare una strategia di comunicazione integrata che prevedesse l'utilizzo di canali differenti con l'obiettivo di dare maggiore visibilità al progetto ricercando un'uniformità di linguaggio idonea a restituire un messaggio forte e chiaro.</p> <p>L'intero piano è stato pensato in riferimento al target del progetto affinché possa essere raggiunto in modo efficace ed esaustivo da tutte le informazioni utili per accedere ai servizi e alle opportunità proposte.</p> <p>La comunicazione ha avuto anche il compito di sensibilizzare sulle tematiche oggetto del progetto aumentando di fatto le risorse di conoscenza attingibili dal territorio: in un contesto come questo il piano di comunicazione è stato a completamento delle attività del progetto.</p> <p>La strategia di comunicazione è stata improntata sui concetti di chiarezza ed esaustività, ma anche di capacità di sensibilizzazione e di persuasione.</p> <p>PIANO OPERATIVO DI COMUNICAZIONE CAMPAGNA INFORMATIVA: Nello specifico</p> <ul style="list-style-type: none">- è stato sviluppato un flyer digitale per una capillare distribuzione del messaggio anche attraverso gli appartenenti alla rete;- è stato creato un sito web (https://www.anconacheckpoint.it/) del progetto con una struttura contenente le informazioni di base per la conoscenza del progetto, l'accesso alle informazioni, i contatti; lo spazio web dedicato al progetto è collegato con link ai siti degli appartenenti alla rete o ad altri soggetti disponibili e interessati; Sono state aperte e correntemente aggiornate pagine dedicate al progetto sui principali social media, e i contenuti sono stati condivisi dalle pagine social dei partner della rete. <p>Sono state realizzate diverse iniziative pubbliche sia per illustrare il progetto alla cittadinanza in generale e ai potenziali beneficiari e destinatari delle azioni, sia a fine progetto per tracciarne la storia, riferire le attività svolte, gli attori coinvolti e i soggetti finanziatori.</p>



Punti di forza del progetto	Bisogno reale del territorio; coinvolgimento rete pubblico-privata; attività di comunicazione.
Problematicità sorte durante l'attuazione del progetto	Non si sono riscontrate particolari difficoltà nello svolgimento del progetto.
Il progetto è stato oggetto di valutazione? Se sì di che tipo?	<p>Il progetto è stato oggetto di valutazione da parte dell'Ente finanziatore (gilead). Al contempo si è dotato di un sistema di monitoraggio e valutazione (M&V) interno che ha consentito di verificare lo stato di realizzazione dei risultati, e al contempo di comprendere e misurare gli effetti, attesi e inattesi, positivi e negativi dell'intervento.</p> <p>Il sistema di M&V ha utilizzato metodi e strumenti di raccolta e analisi dei dati di tipo quantitativo.</p> <p>Le attività di monitoraggio e valutazione sono state condotte internamente dal personale di progetto.</p>
Parole Chiave per descrivere il progetto	Antidiscriminazione, prevenzione, cura, screening, HIV/AIDS/ITS
Allegati	<p>ALLEGATO1 - Relazione finale progetto</p> <p>LINK UTILI:</p> <p>https://www.anconacheckpoint.it/</p> <p>https://www.facebook.com/AnconaCheckPoint</p> <p>https://www.instagram.com/anconacheckpoint/</p> <p>Post instagram (gli stessi contenuti si trovano pubblicati anche sulla pagine facebook):</p> <p>https://www.instagram.com/p/Cbe52GVt-2w/?utm_source=ig_web_copy_link</p> <p>https://www.instagram.com/p/CbMwIp8tcWn/?utm_source=ig_web_copy_link</p> <p>https://www.instagram.com/p/Cbib8euDSKW/?utm_source=ig_web_copy_link</p> <p>https://www.instagram.com/p/Cb0tYrnDpNv/?utm_source=ig_web_copy_link</p> <p>https://www.instagram.com/p/CcBkLg_tkq4/?utm_source=ig_web_copy_link</p> <p>https://www.instagram.com/p/CcLPgg3NNFY/?utm_source=ig_web_copy_link</p> <p>https://www.instagram.com/p/CcN-WvCN7Z4/?utm_source=ig_web_copy_link</p> <p>https://www.instagram.com/p/CcU0Oavtpun/?utm_source=ig_web_copy_link</p> <p>https://www.instagram.com/p/Cc-Lt0EN7SE/?utm_source=ig_web_copy_link</p> <p>https://www.instagram.com/p/CdgcwCedt5b/?utm_source=ig_web_copy_link</p> <p>https://www.instagram.com/p/CdsqmUIt82M/?utm_source=ig_web_copy_link</p> <p>https://www.instagram.com/p/Cd4BFHbNgJ1/?utm_source=ig_web_copy_link</p> <p>https://www.instagram.com/p/CeJ4RsKN8O_/?utm_source=ig_web_copy_link</p> <p>https://www.instagram.com/p/CeVsNnwNMDs/?utm_source=ig_web_copy_link</p> <p>https://www.instagram.com/p/Ce1EEzBogjP/?utm_source=ig_web_copy_link</p> <p>https://www.instagram.com/p/Ce5lu1YOAU5/?utm_source=ig_web_copy_link</p> <p>https://www.instagram.com/p/Ce_lhyStn6g/?utm_source=ig_web_copy_link</p> <p>https://www.instagram.com/p/CfTXONGlKr9/?utm_source=ig_web_copy_link</p> <p>https://www.instagram.com/p/CfqppkMtD01/?utm_source=ig_web_copy_link</p> <p>https://www.instagram.com/p/CgKlKIdNj-Q/?utm_source=ig_web_copy_link</p> <p>https://www.instagram.com/p/CglXnahoVh0/?utm_source=ig_web_copy_link</p> <p>https://www.instagram.com/p/Chm_64itpa0/?utm_source=ig_web_copy_link</p> <p>https://www.instagram.com/p/CiSkjNI4J/?utm_source=ig_web_copy_link</p> <p>https://www.instagram.com/p/CiaXhfStAf0/?utm_source=ig_web_copy_link</p> <p>https://www.instagram.com/p/CjP0XUTt_lp/?utm_source=ig_web_copy_link</p> <p>https://www.instagram.com/p/CjkPGI0tY7L/?utm_source=ig_web_copy_link</p> <p>https://www.instagram.com/p/CjqssQEN_aR/?utm_source=ig_web_copy_link</p> <p>https://www.instagram.com/p/Cj0Zm2ZNRWX/?utm_source=ig_web_copy_link</p>



	<p>https://www.instagram.com/p/CkAy2b3tipZ/?utm_source=ig_web_copy_link</p> <p>https://www.instagram.com/p/CkD91j9ovjc/?utm_source=ig_web_copy_link</p> <p>https://www.instagram.com/p/CkVels7t0OI/?utm_source=ig_web_copy_link</p> <p>https://www.instagram.com/p/CkjSFi5NO9K/?utm_source=ig_web_copy_link</p> <p>https://www.instagram.com/p/CkxzGloN-sU/?utm_source=ig_web_copy_link</p> <p>https://www.instagram.com/p/Ck3s1chNgs1/?utm_source=ig_web_copy_link</p> <p>https://www.instagram.com/p/CIDQue9I1XR/?utm_source=ig_web_copy_link</p> <p>https://www.instagram.com/p/CIEPxo713QQ/?utm_source=ig_web_copy_link</p> <p>https://www.instagram.com/p/CIPOx3PNbWE/?utm_source=ig_web_copy_link</p> <p>https://www.instagram.com/p/CIQktHnN1PW/?utm_source=ig_web_copy_link</p> <p>https://www.instagram.com/p/Clb5gQmte_0/?utm_source=ig_web_copy_link</p> <p>https://www.instagram.com/p/CljELJVtmKg/?utm_source=ig_web_copy_link</p> <p>https://www.instagram.com/p/CI1ERQINhsI/?utm_source=ig_web_copy_link</p> <p>https://www.instagram.com/p/CI8MU8gtpfo/?utm_source=ig_web_copy_link</p> <p>https://www.instagram.com/p/CmezdyANF5v/?utm_source=ig_web_copy_link</p> <p>es: post pagina informabus collegati</p> <p>https://www.instagram.com/p/CeMO-UJqG_-/</p> <p>https://www.instagram.com/p/Cdqp6ZDN4v_/</p>
--	---

Foto





