



gis  
ma  
gruppoitalianoscreening  
mammografico

WORKSHOP CONGIUNTO  
**GISMA-ONS**  
Salerno - 25 giugno 2014



Member: **EUROPA DONNA**  
The European Breast Cancer Coalition

**La comunicazione nello screening  
mammografico: da dove partiamo**

**Europa Donna**  
**Riflessioni sul tema**

---

**Rosanna D'Antona**  
Presidente **EUROPA DONNA ITALIA**

# Europa Donna 1994 - 2014



## Milano, 30 maggio 1994

Per iniziativa del Prof. Umberto Veronesi e con il patrocinio della ESO, la Scuola Europea di Oncologia, nasce Europa Donna, movimento che rappresenta i diritti delle donne nella prevenzione e cura del tumore al seno presso le Istituzioni europee, nazionali e territoriali.



## Milano, 30 maggio 2014: 46 NAZIONI



Albania  
Austria  
Belarus  
Belgium  
Bulgaria  
Croatia  
Cyprus  
Czech Rep  
Denmark  
Estonia  
Finland  
France  
Georgia  
Germany  
Greece  
Hungary

Iceland  
Ireland  
Israel  
**Italy**  
Kazakhstan  
Kyrgyzstan  
Latvia  
Lithuania  
Luxembourg  
Macedonia  
Malta  
Moldova  
Monaco  
The Netherlands  
Norway

Poland  
Portugal  
Romania  
Russia  
Serbia  
Slovakia  
Slovenia  
Spain  
Sweden  
Switzerland  
Tajikistan  
Turkey  
UK  
Ukraine  
Uzbekistan

# Europa Donna Italia - Agenda programmatica



## Gli obiettivi prioritari

- Promuovere entro il 2016 l'organizzazione dei centri di senologia in **Breast Units certificate**: una ogni 500mila abitanti, per un totale di **120 unità in Italia**.
- Completare la copertura del territorio nazionale con **programmi di screening mammografico personalizzati** per ciascuna donna, in particolare per le **donne più giovani**, in base alla valutazione dei fattori di **rischio individuale**.
- Ottenere assistenza e cure adeguate per le donne colpite da **tumore al seno metastatico**: più informazione e supporto da parte del medico, meno burocrazia per ricevere l'assistenza del Sistema sanitario, migliore gestione degli effetti collaterali della cura, trattamenti specifici per le metastasi ossee.

# Advisor Scientifici

## Comitato Tecnico Scientifico

**Corrado Tinterri** – Coordinatore, Direttore Unità di Senologia Istituto Clinico Humanitas

**Anna Maria Baggiani**, Istituto Clinico Humanitas IRCCS, Rozzano (MI)

**Claudio Calabrese**, Azienda Ospedaliera Universitaria, Firenze

**Francesco Caruso**, Centro Catanese di Oncologia, Catania

**Alberto Costa**, Scuola Europea di Oncologia, Milano/Bellinzona

**Giuseppe d'Aiuto**, Istituto Tumori "Fondazione Pascale", Napoli

**Alberta Ferrari**, Fondazione l'IRCCS Policlinico San Matteo, Pavia

**Paola Gabanelli**, Fondazione Maugeri, Pavia

**Viviana Galimberti**, Istituto Europeo di Oncologia, Milano

**Giuliana Gentile**, Azienda Ospedaliera S. Maria della Misericordia, Udine

**Livia Giordano**, Gruppo italiano Screening Mammografico

**Ornella Gottardi**, Centro di Senologia Multimedita, Milano/Castellanza

**Giovanni Ivaldi**, Fondazione Salvatore Maugeri, Pavia

**Riccardo Masetti**, Policlinico Universitario "Agostino Gemelli", Roma

**Anna Maria Molino** Azienda Ospedaliera Universitaria Integrata, Verona

**Angela Moliterni**, Fondazione IRCCS Istituto Nazionale Tumori, Milano

**Pietro Panizza**, Fondazione IRCCS Istituto Nazionale Tumori, Milano

**Donatella Santini**, Policlinico S. Orsola – Malpighi, Bologna

**Enrichetta Valle**, Osp. Oncologico Regionale "A. Businco" – ASL N.8 – Cagliari

## SenoNetwork



- Associazione Italiana Radioterapia Oncologica (**AIRO**)
- Associazione Nazionale Italiana Senologi Chirurghi (**A.N.I.S.C.**)
- Gruppo Italiano Screening Mammografico (**GISM**)
- Società Italiana di Anatomia Patologica e Citopatologia Diagnostica (**SIAPEC-IAP**)
- Società Italiana di Radiologia Medica (**SIRM**)

# I nostri Interlocutori

**Istituzioni**

**Associazioni  
di pazienti e  
Donne**

**Ospedali**

**Società  
scientifiche**



**Associazioni di  
promozione  
sociale**

**Aziende**

# Europa Donna Italia e le Associazioni del territorio

## Le Associazioni, partner privilegiato di Europa Donna:



- Relazioni dirette e continuate con le donne sul territorio
- Migliaia di donne rappresentate
- Volano importante per l'informazione e l'empowerment della popolazione femminile
- Rilevazione di una visione a 360° di problemi, difficoltà ed eccellenze

# Le 53 Associazioni EDI sul territorio



## Le 53 Associazioni EDI sul territorio

### **Lombardia**

Attive come prima  
Caos  
Cuore di Donna  
Donna sempre  
Educ. alla Salute Attiva  
Fondazione Humanitas  
La cura di sé  
Lega Tumori sez. Bergamo  
Pavia Donna Ados  
Pink Amazons  
Yac Italia  
Lilt Milano

### **Piemonte**

Ass.ne Donna Oggi Domani  
Fondo Edo Tempia  
Ravi

### **Friuli Venezia Giulia**

Andos Udine

### **Veneto**

Volontà di vivere

### **Liguria**

La Rinascita

### **Emilia Romagna**

Adocm Crisalide  
Armonia  
Crisalide  
Il cesto di ciliegie

### **Toscana**

Ass.ne Senologica  
internazionale  
Il volto della speranza  
Io sempre donna  
Sempre donna  
Toscana donna  
Voglia di vivere

### **Umbria**

Donne insieme onlus  
Punto rosa

### **Lazio**

Il girasole  
Incontra donna  
Le donne scelgono  
Per lei

### **Campania**

Ados Italia Salerno  
Agatà  
Alts  
Amdos Avellino  
Amdos Battipaglia  
Amdos Forino  
Amdos Montoro  
Amdos Solofra  
Angela Serra  
House hospital

### **Calabria**

Alice  
Le donne scelgono  
Onco rosa

### **Sicilia**

La crisalide  
Serena a Palermo  
Sicilia donna  
Vita

### **Sardegna**

Nuoro Donna  
Abbracciamo un sogno



# La comunicazione nello screening mammografico

## IMPARIAMO DAGLI ALTRI quelli che sanno comunicare con le donne

- Ci sono specialisti del marketing che da anni osservano i comportamenti del consumatore



- La magia è attirare l'attenzione, l'adesione e la partecipazione delle consumatrici.
- Sanno dove comprano, come attirare la loro attenzione prima e durante le scelte e poi come "fidelizzarle".

# La comunicazione nello screening mammografico

## Quelli che sanno comunicare con le donne HANNO IMPARATO UN SEGRETO

- Le persone "partecipano" se vedono soddisfatti i propri bisogni
- **Regola 1:** Devo sapere che ho un'esigenza  
(*emersione della domanda*)
- **Regola 2:** Devo capire chi può offrirmi la soluzione e dove procurarmela (*identificazione della soluzione*)
- **Regola 3:** devo riconoscere la soddisfazione per me/destinatario del *prodotto* (*riconoscimento del benefit*)

# La comunicazione nello screening mammografico

## ACCOSTAMENTO PROSAICO, FORSE

- E se la consapevolezza della nostra salute e la partecipazione passassero attraverso **gli stessi meccanismi?**
- La conoscenza dell'esistenza di una soluzione al mio problema è basilare, ma forse ... altrettanto importante è **conoscere l'esistenza di un *prodotto/servizio*.**
- Quindi, nell'ordine: riconoscere che ho un **problema**, sapere che esistono delle **soluzioni**, identificare il luogo dove posso aver accesso al **servizio**.
- Se questo è il mio iter logico, arrivo a riconoscere **il benefit a cui posso aver accesso**, cioè il mio benessere, la salvaguardia della mia salute.

# La comunicazione nello screening mammografico

## DOMANDIAMOCI ORA:

### Quali sono gli anelli deboli della catena del nostro servizio?

➤ **Identificazione e dimensione del problema:** per esempio la **bassa partecipazione** delle donne agli screening.

**1. Forse non hanno compreso o non conoscono il problema, ovvero il rischio che corrono nella mancata adesione.**

→ qui si dovrebbe intervenire con una **forte sensibilizzazione** sul problema delle donne e delle loro famiglie. Gli assessorati potrebbero forse far partire una **campagna sui media**, oppure si potrebbe inviare della **documentazione sul tema** prima delle lettere di invito, **dialogare con le donne** in transito nelle sedi regionali o comunali (es. affissione, poster, rimandi al sito del Comune o della Regione).

## 2. Forse non si conoscono le soluzioni e l'elemento paura o timore dell'ignoto fa il resto

→ qui si dovrebbe agire sul **cambio culturale**, sull'importanza del prendersi cura di sé, sul costo familiare della prevenzione rispetto alla cura, sul fatto che non fa male e che non ci sono controindicazioni.

## 3. Forse non si sa dove rivolgersi per soddisfare il proprio bisogno

→ i centri di analisi, le unità ospedaliere, dovrebbero forse essere più generosi di **informazioni** sul posto, ma anche in rete, attraverso i media, attraverso le scuole ecc.

➤ **Identificazione e dimensione di un altro problema:** per esempio il timore della **sovradiagnosi**

→ anche in questo caso si dovrà passare dall'esplicitazione del problema legato ad eventuali effetti collaterali, alla sua dimensione e quindi ad una corretta informazione

### **CONOSCERE PER DECIDERE:**

la comunicazione e l'informazione viaggiano di pari passo

# La comunicazione nello screening mammografico

## OSSERVIAMO IL NOSTRO PERCORSO

- Vediamo se abbiamo fatto tutte le cose giuste
- Molti gli attori che comunicano, gli enti ospedalieri, l'Airc, la Fondazione Veronesi, le associazioni pazienti, i media... la rete!!!!
- Forse non sempre in modo univoco
- Forse non sempre il contesto sociale e culturale facilita la comprensione delle informazioni
- Ma forse a chi chiama, le ASL locali non sottolineano la motivazione per l'adesione

# La comunicazione nello screening mammografico

## OSSERVIAMO ORA LA NOSTRA INTERLOCUTRICE destinatario del nostro prodotto di servizio

- Cosa riceve? È sufficiente a far nascere in lei il bisogno?
- Siamo certi che abbiamo creato le condizioni necessarie per
  - *l'emersione della **domanda***
  - *l'identificazione della **soluzione***
  - *il riconoscimento del **benefit** per la persona che riceve il messaggio?*
- Rispetto ai mille messaggi coinvolgenti, anche per la semplice crema per la cellulite, abbiamo ancora molto da imparare!

# La comunicazione nello screening mammografico

## GUARDIAMO DA VICINO

I messaggi del nostro *"prodotto di servizio"* e la sua comunicazione attraverso una raccolta di comunicazioni ufficiali

- Ci sono quelle che invitano e basta!  
Una data, un luogo, un appuntamento... la maggioranza...  
e con un linguaggio inaccessibile



Gentile signora,

Le è stato programmato un appuntamento per eseguire la mammografia di screening. Il periodo in cui dovrebbe essere eseguito l' esame mammografico a lei riservato è nel mese di marzo. La invito quindi a contattare entro 15 giorni dalla ricezione della stessa un operatore della Segreteria Organizzativa degli Screening, scrivendo al seguente indirizzo mail: [segreteria-screening@usl5.toscana.it](mailto:segreteria-screening@usl5.toscana.it) Nella mail potrà riportare i giorni e la fascia oraria a lei più favorevole per eseguire l' esame, con i suoi recapiti telefonici. Le sarà confermato l' appuntamento per mail oppure sarà contattata telefonicamente dall' operatore per concordare eventuali altre date.



Gentile Signora,

la ULSS 5 "Ovest Vicentino" ha attivato da diversi anni la campagna di **prevenzione del carcinoma della mammella.**



# La comunicazione nello screening mammografico

- Ci sono quelle che...  
pochissime...  
adottano una grafica gradevole  
e aggiungono che si tratta di “un invito importante per te”

**ASL**  
AZIENDA SANITARIA LOCALE  
NUMERO 5 CROTONE  
MagnaGrecia



Gentile Signora,

questa lettera è un invito molto importante per la Sua salute.

La A.S.L. n° 5, in collaborazione con il Suo Medico curante, ha organizzato un programma di controlli sanitari per la prevenzione dei tumori della mammella. Pertanto tutte le donne, di età compresa tra i 50 e i 69 anni, riceveranno un invito come questo per eseguire la mammografia. Si è pensato di facilitare al massimo l'accesso a questo controllo e pertanto Le sottolineiamo che:

**la mammografia è completamente gratuita, non occorre impegnativa e su Sua richiesta Le verrà fornito certificato per giustificare l'eventuale assenza dal lavoro.**

L'appuntamento che Le abbiamo riservato per effettuare la mammografia

è per il giorno

alle ore

presso

Se per qualsiasi motivo non Le fosse possibile rispondere a questo invito, La preghiamo di telefonare ai numeri **0962/924483-924432** per fissare un diverso appuntamento o per ricevere informazioni.

Nel caso avesse già effettuato una mammografia nell'anno precedente, La preghiamo di volercelo comunicare telefonando ai numeri sopra indicati.

Per saperne di più sul test mammografico legga con attenzione l'opuscolo allegato a questa lettera o chieda informazioni al suo medico curante. Le sarà più chiaro perché è importante per una donna eseguire questo esame.

In attesa di incontrarla, Le inviamo cordiali saluti.

Il Direttore Generale  
Thomas Schaefer

Il Responsabile dello Screening  
Carmine Spadafora



# La comunicazione nello screening mammografico

➤ ... e quelle che, come le Asl siciliane, allegano un foglio di motivazione e ragioni per lo screening, insieme a informazioni importanti e concludono addirittura dicendo: “non perdere questa opportunità!”



## Unità Operativa Screening Mammografico

Contrada Sirina-P.O. S.Vincenzo-Taormina  
Tel. 0942-579691-2 – FAX 0942-579691

Nome e Cognome  
Indirizzo

Gentile Signora

questa Azienda Sanitaria Provinciale, in collaborazione con il suo Medico di Famiglia, sta attuando una campagna di prevenzione per il tumore della mammella, invitando tutte le donne di età compresa tra i 50 e i 69 anni a sottoporsi a Mammografia.

Questo esame semplice e indolore permette di evidenziare lesioni iniziali a rischio di degenerazione tumorale, guaribili, se tempestivamente scoperte.

Pertanto Le abbiamo riservato un appuntamento per eseguire l'esame presso:

\_\_\_\_\_ giorno \_\_\_\_\_ dalle ore \_\_\_\_\_ alle ore \_\_\_\_\_

L'esame è **gratuito** e **non occorre richiesta del medico curante**; è sufficiente presentare la Tessera Sanitaria e questa lettera, quale documento in sostituzione dell'impegnativa.

Qualora ne avesse bisogno, Le rilasceremo un certificato per giustificare l'assenza dal lavoro.

### SI RICORDI :

- di comunicare se ha eseguito una mammografia negli ultimi dodici mesi ;
- di contattare il Centro Screening, se vuole spostare l'appuntamento, da Noi programmato;
- di comunicarci se ha subito interventi chirurgici al seno ;

Qualora volesse avere dei chiarimenti, in relazione al Programma di Screening Mammografico od avesse dei dubbi in merito all'esecuzione della Mammografia, La preghiamo di informarci per concordare una nuova data al numero telefonico 0903652429 dal Lunedì ai Venerdì *dalle ore 09.00 alle ore 13.00.*

La invitiamo a leggere attentamente le informazioni illustrative contenute nel retro di questo foglio ai sensi della legge del 28 marzo 2001, n.145

Cordiali saluti.

Il Responsabile U.O. Screening  
Dott. Orazio Pennisi

Al sensi del DL.196/03, la ASP, responsabile del trattamento dei dati, informa che i Suoi dati personali, anche di natura sensibile, verranno trattati esclusivamente per effettuare le indagini diagnostiche richieste, per lo svolgimento di attività di studio e ricerca e per l'ordinaria gestione amministrativa, solo per il tramite di personale autorizzato e nel pieno rispetto della normativa vigente e delle misure minime di sicurezza previste. In ogni momento la ASP sarà a sua disposizione per fornirLe qualsiasi tipo di informazione riguardo le modalità di trattamento dei Suoi dati, le garanzie di sicurezza adottate, rivolgendo una semplice richiesta alla segreteria organizzativa del Centro Screening.

In tutti i paesi occidentali ed industrializzati il tumore della mammella ha raggiunto livelli di incidenza tali da rappresentare una vera e propria malattia sociale. In Italia, nel 1994 sono morte 11.343 donne per carcinoma mammario e si stima che ogni anno a più di 31.000 donne sia diagnosticata questa malattia (dati forniti dall'Associazione Italiana Registri Tumori).

Le attuali conoscenze sull'eziologia del carcinoma mammario non consentono, purtroppo, di attuare interventi di prevenzione primaria tramite la rimozione di fattori causali. È invece stata dimostrata, con metodi rigorosi, l'efficacia della prevenzione secondaria. Numerosi studi controllati hanno dimostrato che, sottoponendo una popolazione femminile, nelle fasce di età a maggior rischio di carcinoma mammario, ad un controllo mammografico periodico, la mortalità per questa neoplasia diminuisce del 30-50%, grazie alla maggiore efficacia del trattamento terapeutico applicato in fase precoce di malattia. Per questo motivo, negli ultimi venti anni, si è data particolare importanza alla possibilità di controllare la mortalità per carcinoma mammario con un intervento sistematico di diagnosi precoce.

La risposta più efficace ed efficiente alla domanda di prevenzione per il carcinoma della mammella è l'attivazione, in tutto il territorio nazionale, di programmi di screening mammografico di alta qualità, indirizzati alle donne

nelle fasce d'età a maggior rischio, con priorità per le donne in età compresa tra i 50 ed i 69 anni.

Le attività di diagnostica precoce, che richiedono l'integrazione funzionale di tutti i servizi connessi alla senologia, saranno effettuate in stretta collaborazione con le strutture della rete oncologica e con le strutture preposte alla valutazione epidemiologica, in modo da consentire il corretto monitoraggio dei programmi e l'assistenza adeguata dopo la diagnosi. L'obiettivo principale di un programma di screening per il carcinoma della mammella è ottenere una riduzione significativa della mortalità specifica con il miglior rapporto costo beneficio.

Da studi condotti, si stima che un programma di screening mammografico, esteso a tutto il territorio nazionale, per la popolazione femminile di età compresa tra 50 e 69 anni, eviterebbe nell'arco di 30 anni circa 48.000 decessi per carcinoma mammario nelle donne oltre i 50 anni, raggiungendo una riduzione di mortalità intorno al 13,5% su tutte le età.

Ciò si tradurrebbe in un guadagno medio di 1650 vite per anno e di circa 14.500 anni di vita salvati nello stesso periodo ( linee guida commissione oncologica nazionale).

**NON PERDERE QUESTA OPPORTUNITA' !!!**

Il Responsabile U.O. Screening  
Dott. Orazio Pennisi

Al sensi del DL.196/03, la ASP, responsabile del trattamento dei dati, informa che i Suoi dati personali, anche di natura sensibile, verranno trattati esclusivamente per effettuare le indagini diagnostiche richieste, per lo svolgimento di attività di studio e ricerca e per l'ordinaria gestione amministrativa, solo per il tramite di personale autorizzato e nel pieno rispetto della normativa vigente e delle misure minime di sicurezza previste. In ogni momento la ASP sarà a sua disposizione per fornirLe qualsiasi tipo di informazione riguardo le modalità di trattamento dei Suoi dati, le garanzie di sicurezza adottate, rivolgendo una semplice richiesta alla segreteria organizzativa del Centro Screening.

# La comunicazione nello screening mammografico

## È UN FATTO DI INFORMAZIONE E DI COMUNICAZIONE EFFICACE

- Comprereste un detersivo, una crema per la cellulite o una pasta se vi venisse proposta così?
  - Senza una motivazione
  - Senza una grafica attraente e accattivante
  - Senza una buona ragione per aderire all'invito
  - Senza la spiegazione di quanto sia importante questo esame per la salute e per la prevenzione
  - Senza infine l'indice di probabilità che il tumore possa accadere proprio nella fascia di età della persona che ha ricevuto l'invito?

# La comunicazione nello screening mammografico

## IMPARIAMO DAGLI ALTRI:

### dagli Anglosassoni

### quelli che hanno inventato la comunicazione

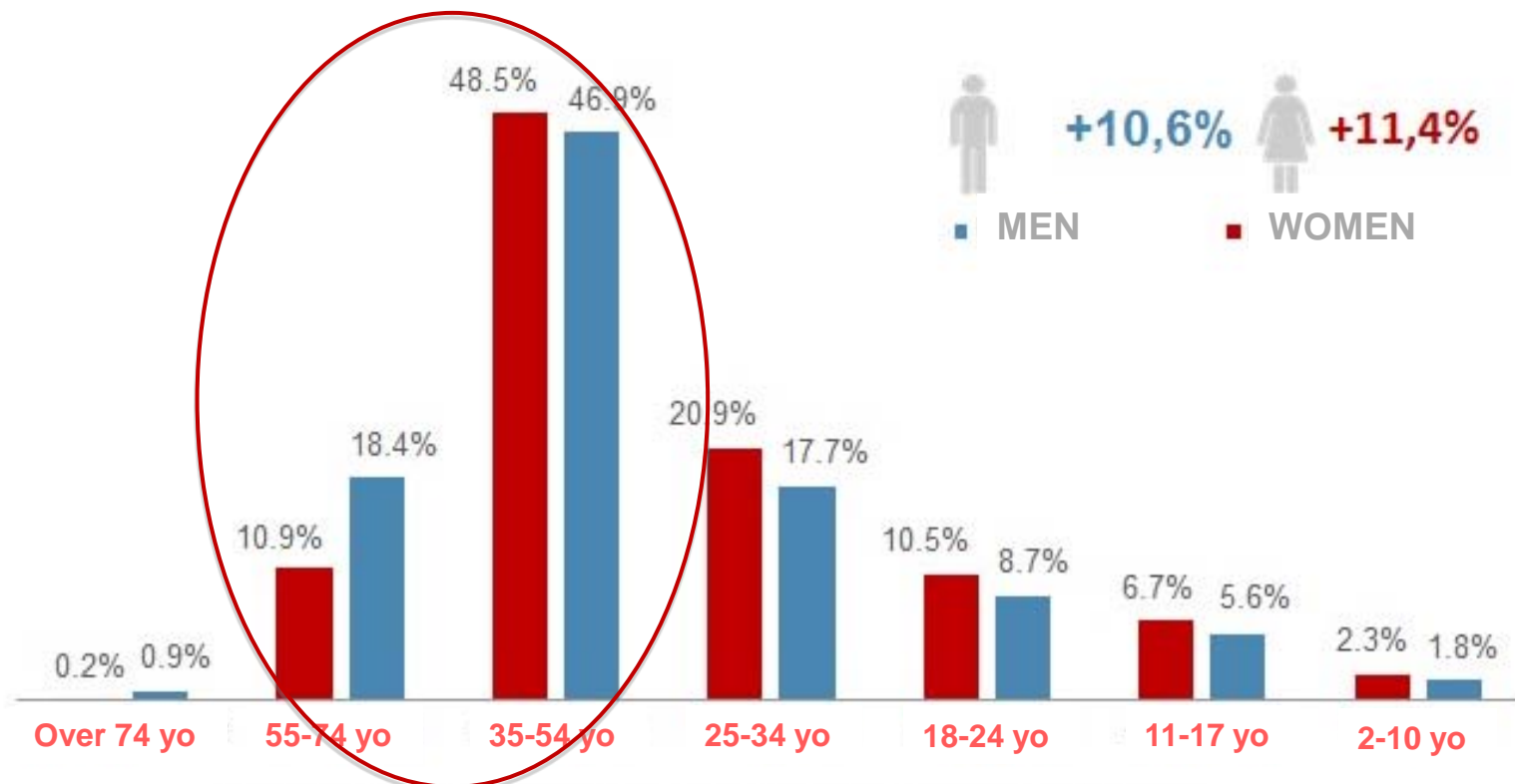
- *Esaminiamo il dossier redatto dall'NHS, dal titolo già indicativo che recita: "helping you decide", ed il cui indice già contiene ciò che serve sapere*
- **Why** have I been invited for breast screening?  
→ (Emersione della domanda)
- **What** will happen if I choose to have breast screening? **What** does having a mammogram feel like? **Who** can I contact if I have a question? → (identificazione della soluzione)
- Making a choice: the possible **benefits**....and **risks** of breast screening  
→ (riconoscimento del benefit e del rischio, in questo caso)

# LE NUOVE TECNOLOGIE E LA SALUTE

## FROM DIAGNOSIS TO DISEASE AWARENESS

**Internet usage - need European data on internet use by 35-74 people)**

- Caregivers and patients are Internet users (more than 60% of internet audience are in the age group over 35)



Fonte: Audiweb Database, Settembre 2012 - Audiweb powered by Nielsen

## L'uso di internet da parte del target

- ❖ Oltre otto milioni di utenti nella fascia 35-74 dove si collocano i caregiver e i pazienti

### Utenti attivi, pagine viste e tempo speso nel giorno medio, per fasce d'età

Fonte: Audiweb Database, dati Settembre 2012 - Audiweb powered by Nielsen

	2-10 anni	11-17 anni	18-24 anni	25-34 anni	35-54 anni	55-74 anni	Oltre 74 anni
Utenti attivi nel giorno medio (000)	286	872	1,364	2,743	6,805	2,149	80
% sugli utenti attivi nel giorno medio	2.0%	6.1%	9.5%	19.2%	47.6%	15.0%	0.6%
Pagine viste nel giorno medio (000)	18,076	104,213	253,835	435,457	966,988	229,180	5,672
Pagine viste nel giorno medio per persona	63	120	186	159	142	107	71
Tempo speso nel giorno medio per persona (h:m)	0:49	1:06	1:40	1:32	1:23	1:10	0:53

# LE DONNE, IL LAVORO, LA TECNOLOGIA



# La comunicazione nello screening mammografico

## **POSSIAMO CONCLUDERE CHE LE DONNE OGGI SONO:**

- Informate
- Hanno accesso alla rete e sanno dove recuperare le informazioni
- Partecipano attivamente alla vita sociale e lavorativa
- Hanno un uso consueto e quotidiano con i mezzi di informazione, anche quelli 2.0
- Sono sempre più coinvolte in fatto di consapevolezza della gestione della propria salute
- Hanno delle attese precise dal SSN
- Sono, come ogni cittadino, bombardate da messaggi forti ogni giorno. Si aspettano che l'informazione per loro sia completa, motivata e personalizzata.



# La comunicazione nello screening mammografico

## GUARDANDO AL FUTURO

- E se le donne ricevessero al Nord e al Sud informazioni corrette e puntuali sull'importanza della diagnosi precoce?
- E se la comunicazione fosse così efficace da ottenere la quasi totalità di adesione?
- E se un bel giorno gli "inviti" arrivassero via sms o Internet e se il messaggio contenesse un link in cui trovare i dati epidemiologici relativi alla patologia, le FAQ (o le domande più frequenti delle donne) e dei minivideo con i rischi e benefici dello screening mammografico?

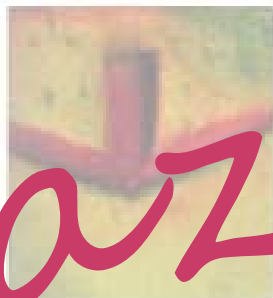
Anche se è una visione troppo avanzata,  
**ci piace pensare che il futuro sia migliore!**

# La comunicazione nello screening mammografico

## PROPOSTA

**Per chiudere, una proposta congiunta Gisma/Europa Donna Italia**

- 1. “Linee Guida per la comunicazione efficace”** da inviare a tutte le Asl, che a pieno titolo hanno il compito di invitare le donne del territorio ai programmi di screening locali.
- 2. Le Linee Guida** dovrebbero riguardare il format della lettera con le informazioni che l'invito deve veicolare e la modalità con la quale la donna dovrebbe essere avvicinata per ottenere una partecipazione più elevata.
- 3. Le Linee Guida**, per un perfetto avvicinamento alle donne 50-70enni, conterranno anche strumenti di misurazione dell'efficacia, per mantenere un track record dell'indice di adesione nel tempo, in modo da tenere traccia dell'efficacia della qualità dell'informazione e comunicazione.



*Grazie!*

CONVEGNO NAZIONALE **GISMA 2014**



Member: EUROPA DONNA  
The European Breast Cancer Coalition