

1. ROTARY CLUB CHE RICHIEDONO LA SOVVENZIONE

Rotary Club Genova Golfo Paradiso (capofila)

Club Co-sponsor:

Rotary Club Genova

Rotary Club Genova Centro Storico

Rotary Club Genova Est

Rotary Club Genova Nord

Rotary Club Genova Nord Ovest

Rotary Club Genova San Giorgio

Rotaract Genova

Rotaract Genova Centro Storico

Rotaract Genova Golfo Paradiso

Rotaract Genova Nord-Nord Ovest

2. TITOLO DEL PROGETTO

“Dona il sangue: fai la differenza!”

3. AREA DI INTERVENTO

Supporto a prevenzione e cura delle malattie

4. DESCRIZIONE DEL PROGETTO

Obiettivo

Sensibilizzare i cittadini alla donazione volontaria di sangue, a sostegno delle emergenze sanitarie in ambito locale e potenzialmente anche più estese. Il progetto si ispira alle motivazioni e alle attività del Gruppo di Azione Rotariana Global Network for Blood Donation (GNBD). Mediante l'offerta di una parte di sé, il dono del sangue incarna la solidarietà per gli altri e presuppone un impegno sociale e umanitario consapevole, che qualifica ed eleva il donatore.

Aspetti di contesto

- 1) È necessario contrastare la riduzione dei donatori, legata sia a cause sistemiche (invecchiamento della popolazione), sia contingenti (pandemia). Nel 2020 i donatori sono calati del 3,4% rispetto al 2019, e nel primo bimestre del 2022 – dopo un 2021 sostanzialmente stazionario – la raccolta di sangue e plasma in Italia si è ulteriormente ridotta del 10% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Ciò arreca grave pregiudizio alla salute dei cittadini, poiché le trasfusioni di sangue, plasma e prodotti derivati sono terapie salvavita in numerose situazioni patologiche acute o croniche.
- 2) I potenziali donatori di sangue devono essere in possesso di specifici requisiti. Per questo sono sottoposti a controllo medico preliminare e avviati, se necessario, a percorsi di miglioramento del proprio stile di vita. Infatti, non è possibile prendersi cura degli altri senza prendersi cura di sé stessi. Il progetto assume pertanto una significativa valenza di prevenzione delle malattie, oltre che di cura.

Attività del progetto

Il progetto prevede lo svolgimento delle seguenti attività:

- a) Attività di sensibilizzazione e promozione della donazione.

Destinatari di tali attività sono sia la popolazione generale, sia specifici gruppi, specificamente giovani e donne. Poiché l'età media dei donatori tende a salire, lasciando prevedere l'uscita di molti di loro dal percorso donazionale, è necessario attrarre giovani tra i 18 e i 25 anni. Per quanto riguarda le donne, poiché esse rappresentano solo il 33% dei donatori, sembra ragionevole perseguire il raggiungimento di un rapporto di parità.

Tali attività sono rappresentate da:

- Partecipazioni ad eventi pubblici (culturali, enogastronomici, sportivi, musicali, raduni, fiere, mostre, rassegne, ecc.), in numero di 10-15 nel corso dell'anno, da soli o in collaborazione con le altre organizzazioni menzionate al successivo punto 5), anche utilizzando un'unità sanitaria mobile attrezzata a tale scopo, quale centro itinerante per l'informazione e la sensibilizzazione dei cittadini alla donazione del sangue e del plasma.
- Riunioni, in numero di 15-20 nel corso dell'anno, con categorie specifiche di popolazione in giovane età, come:
 - studenti all'ultimo anno delle scuole superiori;
 - studenti universitari (preferibilmente, ma non esclusivamente, dei Corsi di Laurea in Medicina e Chirurgia, Odontoiatria, Farmacia, Professioni sanitarie, ecc.);
 - atleti e praticanti di varie discipline, appartenenti alle principali società sportive (calcio, canottaggio, nuoto, pallanuoto, rugby, vela, ecc.);

- personale di istituzioni pubbliche (Forze Armate, Polizia di Stato, Vigili del Fuoco, Polizia Penitenziaria, ecc.) e di associazioni filantropiche e di solidarietà;

Questi incontri saranno accompagnati dalla diffusione di materiale informativo, allo scopo di diffondere le conoscenze sulla donazione del sangue e sul suo significato, quale occasione di crescita umana, civile e culturale, e allo scopo di reclutare donatori di sangue.

- Reclutamento di donne donatrici (in particolare di plasma) mediante il loro inserimento in programmi di prevenzione delle malattie di genere.
- Pubblicizzazione delle iniziative attraverso social media, opuscoli o volantini divulgativi, articoli di stampa e interviste televisive.
- Evento conclusivo al termine della campagna, nel corso del quale, in presenza di autorità civili e rotariane, saranno distribuiti attestati ai donatori reclutati nel corso della campagna.

b) Avvio dei potenziali donatori al centro di raccolta.

- I potenziali donatori saranno avviati preferibilmente al Centro Trasfusionale del Policlinico San Martino (donazioni differite).
- Non si escludono donazioni contestuali presso Unità di Raccolta Mobile in occasione di eventi speciali organizzati in collaborazione con Associazioni di Donatori o con la Croce Rossa Italiana.

c) Visita medica e analisi di laboratorio.

- Le visite mediche e i test previsti per la donazione saranno eseguiti presso il Centro Trasfusionale del Policlinico San Martino. Contestualmente verranno valutati eventuali profili di rischio di malattia.

d) Donazione e/o inserimento in programmi di prevenzione primaria o secondaria.

- Le attività di progetto sono tese a raggiungere questa fase, che può avere una duplice conclusione:
 - a) l'idoneità alla donazione, che viene contestualmente effettuata, e l'auspicabile arruolamento del soggetto nel registro dei donatori abituali;
 - b) la non idoneità alla donazione, a causa di condizioni ostative, permanenti o temporanee.

In tutti i casi il soggetto entra in una sfera di attenzione sanitaria che prevede l'adozione o il mantenimento di corretti stili di vita per preservare la propria salute e per conservare l'idoneità alla donazione, oppure l'inserimento in un percorso concordato di recupero, se

possibile, di tale idoneità. Questa fase si presta ad utili sinergie con programmi di prevenzione sanitaria adottati da altri Club.

Rotariani Coinvolti

Il progetto può contare sulla partecipazione attiva di molti soci rotariani e rotaractiani dei Club genovesi (in numero di almeno 40 soci), da reclutare e coinvolgere nelle sue diverse fasi e manifestazioni.

Il progetto prevede di impegnare in modo trasversale ed interdisciplinare:

- a) soci medici di base e specialisti, versati nel settore trasfusionale, nelle emergenze, nella prevenzione, nella medicina di genere, nelle branche chirurgiche, nella pediatria, nella nutrizione, per alimentare e sostenere il vasto programma di comunicazione, sia attraverso gli incontri in presenza sul territorio regionale, sia mediante l'elaborazione e la proposizione di adeguati contenuti multimediali e multicanale, sia fornendo assistenza alle attività del progetto, in virtù delle competenze specifiche;
- b) soci medici che provvedono al raccordo operativo con il Centro Trasfusionale del Policlinico San Martino e all'accoglienza in tale struttura, unitamente all'interpretazione dei test e all'indicazione del percorso conseguente;
- c) soci specialisti della comunicazione (giornalisti, divulgatori, ecc.), disegnatori, grafici, editori, educatori professionali e manager di progetto, per il concorso ai contenuti e alle attività della campagna di comunicazione;
- d) soci - con particolare riferimento ai rotaractiani – esperti nella comunicazione digitale e social (giornalisti on line, webmanager e webmaster, social media strategist, blogger, creatori di contenuti multimediali, ecc.), per il concorso creativo, e non solo, alla campagna di comunicazione e alla preparazione di incontri ed eventi.
- e) soci esperti nella gestione di luoghi o ambienti destinati ad eventi e nella loro organizzazione, nelle strumentazioni tecnologiche, nel catering e nella ristorazione, per il concorso alla pianificazione e allo svolgimento degli incontri pubblici e degli eventi.

Beneficiari del progetto

In Liguria vengono trasfusi circa 60.000 pazienti all'anno, affetti da varie forme di anemia acuta o cronica. La terapia trasfusionale rappresenta una procedura salvavita per le emorragie gravi (incidenti, interventi chirurgici, talassemia, leucemie, linfomi, neoplasie, emofilia, ustioni, complicazioni ostetriche, trapianti d'organo, ecc.), e pertanto i beneficiari del progetto appartengono a questa popolazione di pazienti. Altri beneficiari sono i soggetti che, nell'ambito del progetto, si sottoporranno ai controlli di idoneità alla donazione del sangue ed entreranno in percorsi accompagnati di prevenzione e di riduzione dei rischi per la loro salute. Più in generale, i partecipanti agli eventi ed i destinatari delle attività di sensibilizzazione proposte dal progetto trarranno beneficio dai contenuti di informazione e educazione sanitaria.

5. ALTRE ORGANIZZAZIONI NON ROTARIANE

Il progetto prevede una forte interazione soprattutto con l'Unità Operativa Complessa di Medicina Trasfusionale dell'Ospedale San Martino di Genova.

È anche previsto il collegamento e la collaborazione con le seguenti istituzioni:

- Regione Liguria
- Università degli Studi di Genova
- Ufficio Scolastico Regionale
- CONI, Federazioni e Società Sportive;
- Commissione Prevenzione Sanitaria e Società del Distretto Rotary 2032
- Associazione Volontari Italiani del Sangue (AVIS)
- Federazione Italiana Associazioni Donatori di Sangue (FIDAS)
- Associazioni di pazienti e di supporto alle famiglie (ALT - talassemie, AIL – leucemie e linfomi, CIDP – neuropatie disimmuni)

Il progetto coinvolge l'Unità Operativa Complessa di Medicina Trasfusionale dell'Ospedale San Martino di Genova

6.SINTESI DEL PIANO DI COMUNICAZIONE CONDIVISO CON COMUNICAZIONE ED IMMAGINE PUBBLICA

Target e scopi

Lo scopo primario è informare e sensibilizzare la popolazione a donare sangue, affinché aumenti il numero delle donazioni nell'arco temporale del service. Il piano di comunicazione si concentrerà preferibilmente sulla popolazione compresa tra i 18 e i 35 anni d'età, ma potrà ampliarsi a comprendere i cinquantacinquenni.

Studi recenti hanno valutato il potenziale dei social media nel reclutamento e nella fidelizzazione dei donatori di sangue, specialmente alla loro prima volta, riportando esperienze positive nei Paesi Bassi, in Sudafrica, Germania e altrove.¹ Gli esperti e studiosi del tema osservano come gli aspetti "tempo - ritmo - contenuto" siano di cruciale importanza strategica,

¹ "Blood Donation Narratives on Social Media: A Topic Modeling Study":
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0887796321000572>.

sia per comunicare efficacemente il progetto, sia per incentivare le donazioni. Inoltre, gli studi statistici sulle donazioni degli ultimi cinque anni in Liguria fanno ritenere soddisfacente per lo specifico progetto il raggiungimento di un numero di donatori compreso tra i 150 e i 200 individui, con l'auspicio di reclutarli tra i donatori abituali.

Il secondo scopo, tutt'altro che secondario, risiede nel comunicare al grande pubblico gli scopi e i valori rotariani, attraverso un service ad elevato contenuto etico-sociale.

Fasi, strategie, strumenti

La campagna di comunicazione sarà articolata in più fasi, combinando strumenti digitali e tradizionali.

Sono individuate le seguenti fasi:

- (1) strutturare e mettere a punto gli strumenti di comunicazione;
- (2) produrre messaggi scientificamente corretti e al contempo chiari, empatici e motivanti, rilasciati con continuità;
- (3) trasformare l'interesse suscitato in disponibilità alla donazione;
- (4) accompagnare e assistere tale disponibilità affinché si traduca in donazione.

Si ricorrerà all'impiego congiunto di strumenti digitali e tradizionali, optando per la netta prevalenza dei primi.

Per gli strumenti digitali e social, sarà considerata l'integrazione di quelli già disponibili al Club (sito web, pagina Facebook) tra loro e con quelli del Distretto 2032, dei Club sostenitori e di altri Club Genovesi, interessati a concorrere alla campagna di comunicazione. Sarà richiesto ai soci rotariani attivi sui social di partecipare alla diffusione dei messaggi sui loro canali, per ottenere un effetto moltiplicativo.

Analogamente si procederà con le Istituzioni e Associazioni che collaborano al progetto. Andrà inoltre considerato e sviluppato l'impiego sinergico con altri strumenti (Instagram, Canale YouTube), in ragione della classe d'età dei destinatari, nonché della forma e natura dei messaggi.

Grazie al suo carattere interattivo e decentrato, la comunicazione social potrà raggiungere un vasto pubblico, focalizzarne l'attenzione, diffondere rapidamente la consapevolezza del problema e creare le condizioni per il coinvolgimento e la mobilitazione individuale. Infine, gli strumenti in discorso saranno potenziati e ottimizzati con forme di promozione digitale e col reclutamento di testimonial, specie tra gli appartenenti al mondo dello sport.

Questa strategia comunicativa sembra in grado di garantire:

- (a) efficacia ed efficienza della comunicazione, con massima resa dell'investimento;
- (b) flessibilità d'impiego, poiché strategia e le tattiche comunicative possono adattarsi e variare in funzione delle risposte ottenute;
- (c) rapporti continuativi e molto significativi con i destinatari;
- (d) esaltazione dei fattori tempo, impegno e creatività;
- (e) misurazione dei risultati conseguiti.

L'informazione cartacea tradizionale (dépliant, volantini, infografiche, ecc.) sarà usata preferibilmente in occasione d'incontri svolti in presenza, quali gruppi d'approfondimento, partecipazioni a manifestazioni pubbliche, eventi sportivi e visite.

I messaggi sui social media saranno raccordati agli avvenimenti in presenza con annunci sul loro svolgimento, rinvii alle domande più frequenti (FAQ), la raccolta di contatti, la proposta di questionari e, se utile, di consulenze sanitarie fornite mediante videochiamate o telefonate.

Infine, l'aspetto incentivante e premiale nei confronti dei donatori potrà essere espresso mediante il rilascio d'attestati o gadget attinenti, possibilmente nel corso di un evento conclusivo, nel quale comunicare i risultati del service e il suo contributo alle attività regionali di raccolta del sangue.

Investimento

Considerato il carattere di novità di questo service nel territorio ligure, l'investimento dedicato all'implementazione del piano sarà decisivo per la riuscita del service e dovrà contemplare risorse adeguate in termini di competenza, dedizione, continuità e studio.

7.SOSTENIBILITA'

Al termine del progetto, i potenziali donatori saranno stati:

- a) reclutati nella popolazione dei donatori di sangue o plasma e sottoposti a controlli periodici di idoneità;
- b) inseriti in programmi specifici di prevenzione sanitaria.

In entrambi i casi essi resteranno affidati ad organizzazioni ed operatori sanitari che li seguiranno con sistematicità e costanza nel medio e lungo periodo.