

Campagna comunicazione ministeriale 2024/2025

Donata Forioso
Centro nazionale sangue

26 novembre 2024

Campagna integrata



- Spot radio-tv nazionale e web, in onda post giornata mondiale donatore
- Testimonial: Martin Castrogiovanni, ex rugbista e personaggio tv

Pianificazione media



- RAI dal 20 al 31 luglio e dal 23 al 30 agosto, con concessione di spazi gratuiti riservati alla Presidenza del Consiglio dei Ministri → riprogrammata a novembre
- Mediaset dal 14 al 27 luglio
- RTL 102.5 e Radio Zeta tot. 150 passaggi dal 18 al 29 novembre
- Radio locali (copertura tutte le regioni, es. Radio Kiss Kiss Italia) tot. 70 passaggi su ciascuna emittente dal 18 al 24 novembre



Eventi nazionali autunno-inverno



- *Tennis and friends (edizione Torino)*
- *Extra G7 Salute Ancona*
- *Cardio Race*
- *Tennis and friends (edizione Roma)*
- *Super cat show*
- *Assemblea ANCI Torino*
- *Villaggio della salute Bari*
- *Mercatino solidarietà*

Azioni da sviluppare (fino al 17 giugno)

- Indagine per la profilazione dei giovani non donatori
- Partecipazione altri eventi
- Convegno finale con discussione risultati e focus su donne e donazione

{ Things to do }

<input type="checkbox"/>	_____

www.centroneazionale.it

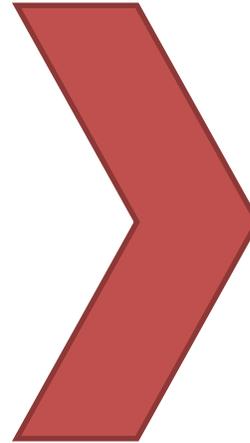
Globuli Rosa

Un viaggio attraverso le possibilità
e i limiti delle donatrici italiane

La donazione al femminile in Italia

In Italia, solo il 33% dei donatori di sangue è donna, una percentuale significativamente inferiore rispetto ad altri paesi europei.

Il progetto Globuli Rosa mira a comprendere le ragioni di questa disparità e a individuare soluzioni concrete.



Focus group:

- 4 focus group online con donne tra i 30 e i 55 anni
- Pre-task: scelta di un'immagine rappresentativa della donazione

Web-survey:

- Collaborazione con Io Donna
- 3.947 donne intervistate

Cosa emerge dai pre-task



- L'obiettivo è nobile di per sé e che donare ha un valore intenso, positivo, profondo. È un gesto generoso, nobile, alto ed etico.
- La donazione è percepita come un gesto **nobile e altruista**.
- Gli ostacoli principali sono legati alla **mancaza di tempo** e alla **difficoltà di organizzarsi**.
- Le donne sentono il bisogno di essere **più informate e coinvolte**.

Cosa emerge dai focus group

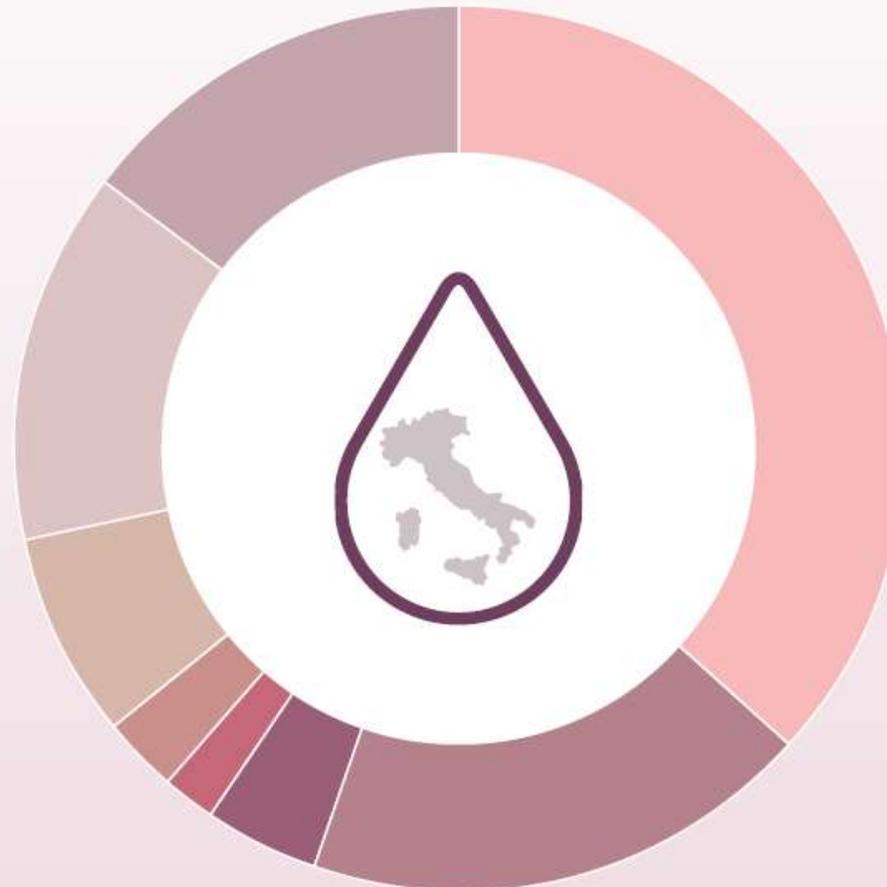
- Non c'è la diretta **gratificazione** da parte di chi riceve, né un tornaconto per chi dona (il check-up medico è molto secondario, spesso non conosciuto).
- Chi lo ha donato in passato (target ex donatrici) **rimpiange** di non farlo più: ha della sua immagine passata un rispetto maggiore che per quella attuale.
- Chi non ha mai donato non comprende a fondo la sua stessa scelta/non scelta o fatica a **giustificarla**.
- Concretamente è un gesto ingombrante, **da pianificare** e le donne vogliono/devono trovargli uno spazio tra i tanti incastri della routine quotidiana.
- Un tempo c'erano più **segnali sul territorio** che molte ricordano e che adesso si vedono molto meno e col Covid sembrano proprio scomparsi: le giornate informative nelle scuole, nei posti di lavoro, la raccolta di sangue nelle piazze, parte del tessuto sociale (soprattutto nei piccoli centri).

Cosa emerge dalla survey

DOMANDA

"Perché le donne italiane dopo i 30 anni donano meno sangue degli uomini e delle donne di altre nazioni europee?"

● Altro	4,3%
● Convinzioni personali	1,8%
● Percezione del ...	2,8%
● Paura e ...	7,7%
● Scarsa informazione	13,6%
● Problemi di salute	14,5%
● Gravidanza e parto	18,5%
● Mancanza di tempo	36,8%



Perché no?

1. **«NO, PERCHÉ NON HO TEMPO»:** Le donne già sovraccariche di impegni non riescono a fare spazio per la donazione. Le responsabilità familiari e lavorative, la mancanza di supporto e i condizionamenti sociali rendono impossibile trovare il tempo necessario.
2. **«NO, PER MOTIVI DI SALUTE»:** Le donne vedono la donazione come una sottrazione di sostanza e forza fisica. La paura di essere scartate per problemi di salute e il ricordo di traumi fisici scoraggiano ulteriormente.
3. **«NO, IN OSPEDALE NO»:** La diffidenza verso la sanità pubblica, acuita dall'esperienza della pandemia, e la percezione di ambienti ospedalieri inospitali e inefficaci rendono l'idea di donare sangue in ospedale particolarmente avversa.

Conclusioni

I dati raccolti evidenziano che, sebbene la spinta etica e il desiderio di contribuire siano intatti, vi sono molteplici fattori che rendono questo atto più complesso e complicato per le donne

- ✓ È necessario rendere la donazione **più gestibile e modulabile** con l'introduzione di strumenti che semplificano l'impegno (app e orari flessibili, animazione o lab. per bambini, raccolte gruppi aziendali)
- ✓ Un **ringraziamento** speciale e il riconoscimento del loro impegno possono fare la differenza
- ✓ La **presenza sul territorio**, nei luoghi di lavoro, nelle scuole e nelle piazze può sostenere e promuovere la donazione, rendendo il permesso lavorativo più usufruibile e senza imbarazzo