

## "TU PUOI DARE LA VITA" CAMPAGNA 2012 A FAVORE DELLA DONAZIONE DI ORGANI E TESSUTI

### "TU PUOI DARE LA VITA"

Questo il pay-off col quale Pubblicità Progresso torna ancora una volta sul tema del dono, a quarant'anni dalla celebre campagna per la donazione del sangue. La presentazione il 26 giugno presso la "Sala Curci" di Villa Malta, con interventi del Ministro della Salute, Renato Balduzzi, del Presidente della Commissione Sanità del Senato Antonio Tomassini, del Presidente di Pubblicità Progresso, Alberto Contri, assieme ad Antonio Gasbarrini, Presidente della Fondazione Italiana Ricerca in Epatologia (F.I.R.E.), ad Alessandro Nanni Costa, Direttore del Centro Nazionale Trapianti e a Vincenzo Passarelli, Presidente dell'Associazione Italiana per la Donazione di Organi, Tessuti e Cellule (A.I.D.O.)

Roma, 26/06/2012 – Oggi presso la "Sala Curci" di Villa Malta, in Via di Porta Pinciana 1 ha luogo la presentazione della campagna 2012 promossa dalla Fondazione Pubblicità Progresso sul tema della donazione organi. La campagna non mira solo a sensibilizzare soprattutto la popolazione giovane riguardo ad un problema delicato e poco noto, ma si propone un assai ambizioso obiettivo di crescita del numero dei donatori.

Intervengono il Ministro della Salute, Renato Balduzzi, il Presidente della Commissione Sanità del Senato Antonio Tomassini, il Presidente di Pubblicità Progresso, Alberto Contri, assieme ad Antonio Gasbarrini, Presidente della Fondazione Italiana Ricerca in Epatologia (F.I.R.E.), ad Alessandro Nanni Costa, Direttore del Centro Nazionale Trapianti e a Vincenzo Passarelli, Presidente dell'Associazione Italiana per la Donazione di Organi, Tessuti e Cellule (A.I.D.O.) che hanno costituito il Comitato Scientifico. Modera la giornalista Livia Azzariti.

Secondo i dati forniti dal Centro Nazionale Trapianti, le proiezioni per il 2012 (al 30 aprile) indicano che la media dei donatori per milione di abitanti si attesta al 23.7, in crescita rispetto al 21.9 registrato nel 2011. A livello europeo, l'Italia è tra i primissimi posti per tasso di donatori per milione di abitanti, se si considerano quei paesi che hanno una popolazione e un'organizzazione sanitaria simile alla nostra, come Spagna, Francia, Germania e Regno Unito. A livello nazionale, seppur con differenze tra aree del sud e del nord Italia, dovute alle diverse organizzazioni sanitarie regionali, il Sistema nel suo complesso mostra una considerevole stabilità in termini di donatori. Un altro dato positivo riguarda la tenuta delle liste di attesa che restano costanti, nonostante l'aumento dell'età media dei donatori incida sul numero degli organi idonei per il trapianto. Sebbene i numeri del sistema trapianti Italiano siano positivi e incoraggianti bisogna continuare a approfondire impegno e sforzi per aumentare il numero dei donatori. Solo così si potrà garantire il trapianto a tutti coloro che sono in lista d'attesa.

Come dichiara Alberto Contri, "Pubblicità Progresso si è sempre occupata del dono: la sua stessa esistenza è il frutto del dono che la comunità dei comunicatori fa al paese con le campagne sociali e le attività di formazione in questo settore. Nel '71 la prima campagna fu fatta proprio per stimolare la donazione del sangue. Recentemente una delle conferenze internazionali di Pubblicità Progresso ha messo a tema il dono; in quell'occasione si è realizzata anche una mostra che sta tuttora circolando in Italia. La nuova campagna per la donazione degli organi costituirà certamente un "benchmark" per la comunicazione sociale e non solo. Tutti i media, sia tradizionali che innovativi saranno coinvolti in un progetto articolato e interattivo che si propone l'ambizioso traguardo di far aumentare

significativamente il numero dei donatori. Si comprende la complessità del progetto anche dal fatto che la Fondazione Pubblicità Progresso ha costituito per l'occasione un supergruppo di creativi, professionisti e società di produzione e post-produzione, coinvolgendo complessivamente oltre 40 persone”.

Il Prof. Antonio Gasbarrini, Ordinario di Gastroenterologia all'Università Cattolica di Roma e Presidente della Fondazione Italiana Ricerca in Epatologia – che ha stimolato la nascita della campagna e fornito la consulenza scientifica per la sua realizzazione – dichiara: “Da anni gli epatologi italiani e l'Associazione Italiana Studio del Fegato si battono per aumentare il livello di attenzione e di sensibilità dei cittadini sulla cronica carenza di organi per trapianto ma mai avevano trovato una sensibilità come quella dimostrata da Alberto Contri e da tutto il fantastico team di Pubblicità Progresso che ha capito l'essenza del problema: trasformare la dichiarazione di volontà di donare in una dichiarazione di amore verso il prossimo. Purtroppo nel nostro paese i pazienti con insufficienza severa d'organo sono tanti ed in particolare per quanto riguarda le malattie di fegato, destinati ancora ad aumentare per l'elevata incidenza nel nostro paese delle infezioni da virus dell'epatite B e C, che in una elevata percentuale di casi possono degenerare in cirrosi epatica severa e tumore del fegato, condizioni cliniche gravi e spesso irreversibili”. “Infine – prosegue Gasbarrini – in un tema delicato come questo, una modalità di comunicazione innovativa e multimediale può penetrare ed essere di stimolo anche tra le fasce più giovani di popolazione”.

Il direttore del Centro Nazionale Trapianti, Alessandro Nanni Costa, accoglie positivamente la decisione di Pubblicità Progresso di dedicare la campagna di comunicazione al tema della donazione e commenta: “Tutte le iniziative che promuovono un'informazione puntuale e consapevole sulla donazione di organi e tessuti, come quelle presentata oggi, contribuiscono a diffondere nel nostro Paese principi di solidarietà sociale, alla base del nostro Sistema Sanitario”. E aggiunge: “Siamo convinti che, a distanza di tredici anni dalla legge sui trapianti, sia ancora necessario concentrare i nostri sforzi verso una comunicazione efficace in grado di chiarire eventuali dubbi dei cittadini, informarli sulla solidità del sistema e invitarli a esprimersi sulla donazione”.

Il presidente dell'Associazione Italiana per la Donazione di Organi, Tessuti e Cellule (A.I.D.O.) Vincenzo Passarelli, ringrazia Pubblicità Progresso “per la sensibilità dimostrata verso un problema di grande rilevanza sociale, il trapianto di organi e tessuti, dove la domanda di salute continua a crescere in maniera costante e per la quale è indispensabile adeguare la quantità delle prestazioni. Quantità che può essere aumentata grazie ad una presa di coscienza della società sull'importanza della donazione”. La campagna ideata da Pubblicità Progresso – prosegue Passarelli – va in questa direzione. Infatti, sollecita i cittadini a conoscere i problemi di chi è in attesa di un trapianto; a prendere coscienza che il trapianto è un mezzo decisivo, che dopo la nostra morte qualcuno può vivere con un organo prelevato dal nostro corpo. Inoltre, aiuta a capire che la nostra vita ha una funzione per gli altri anche oltre la vita stessa e che la disponibilità ad essere oggetto di prelievo dopo la morte, rappresenta per ciascuno un dovere morale e sociale. Infine, invita a decidere, subito, perché tale disponibilità espressa in modo inequivoco, con l'iscrizione all'A.I.D.O., risulti chiara e al verificarsi dell'evento non sorgano ostacoli”.

Concepita in un momento di grandi cambiamenti nel mondo dei media, la campagna – del tutto cross-mediale e interattiva – si propone di costituire un nuovo modello di riferimento per la comunicazione sociale (e non solo...). Per progettare è stato costituito un supergruppo di creativi e professionisti esperti di ogni tecnica di comunicazione, tradizionale e innovativa,

coordinati dal presidente di Pubblicità Progresso Alberto Contri. Mezzi classici e nuovi, social network e attività virali convivono su orbite coordinate che fanno perno su un articolato portale appositamente progettato. Ci sarà anche un impiego assai originale di diverse decine di testimonial. Queste e altre novità verranno illustrate in dettaglio in sede di conferenza stampa.

Attiva dal 1971 (prima come Associazione e poi, dal 2005, come Fondazione), “Pubblicità Progresso” è entrata nel vocabolario quotidiano degli italiani, diventando sinonimo di “pubblicità sociale”. Con la sua attività e grazie al contributo di chi ne fa parte (utenti, organizzazioni professionali, imprese e organizzazioni di mezzi, interassociazioni), Pubblicità Progresso ha promosso e promuove l’impiego della comunicazione sociale di qualità tra gli strumenti operativi di enti, istituzioni, pubblica amministrazione e organizzazioni non profit. Ha dimostrato concretamente l’utilità di un intervento più professionale nel campo della comunicazione sociale. Ha contribuito a valorizzare la pubblicità italiana e i suoi operatori. In virtù di tutto questo la Fondazione Pubblicità Progresso è oggi una delle espressioni più alte e rappresentative delle organizzazioni del mondo della comunicazione e dei professionisti che ne fanno parte. Molto avanti sul fronte della speculazione scientifica, la Fondazione organizza frequentemente seminari di formazione alla comunicazione sociale, mostre itineranti, il più qualificato archivio on-line del mondo, conferenze internazionali sulla comunicazione sociale, network di docenti universitari per la costruzione di laboratori di sperimentazione.

RSVP

Ufficio stampa Pubblicità Progresso

Alessandro Pavanati - DELLA SILVA COMMUNICATION CONSULTING

Tel. +39 02 36.63.24.50/57

Cel. +39 347 12.65.589

pavanati@dellasilva.com

Piazza Bernini 6 20133 Milano

p.s.: si ringrazia l’Eco della Stampa e Eco Video per la preziosa collaborazione