

Scheda di rendicontazione progetti “Terza Missione” (annualità 2024)

Sezione 1 - Informazioni generali del progetto

Titolo del progetto: **Una Donazione Per La Vita: Giornata UMG Di Sensibilizzazione**

Responsabile del progetto: Prof.ssa Tiziana Montalcini; Prof.ssa Concetta Irace

Altri soggetti coinvolti: Prof.ssa Anna Di Vito

Dipartimento/i coinvolti: Dipartimento di Medicina Sperimentale e Clinica; Dipartimento di Scienze della Salute;

Eventuali Partner coinvolti: SBA; Centro Regionale Trapianti; Dipartimentale Donazioni e Trapianti dell'Azienda Ospedaliero-Universitaria Renato Dulbecco Presidio Pugliese; Associazione NEfroDializzati (ANED); ADMO Federazione Italiana; Centro Tipizzazione Tissutale Reggio Calabria; Centro Trapianti Midollo Osseo (CTMO) Reggio Calabria.

Periodo di realizzazione del progetto: 25-26 Marzo 2025 Auditorium, Campus S. Venuta

Sezione 2 - Descrizione delle attività realizzate

Obiettivi dichiarati nel progetto:

Il progetto "Una Donazione per la Vita" è un'iniziativa di sensibilizzazione dedicata alla promozione della donazione di organi e dei trapianti. L'evento ha l'obiettivo di informare il pubblico sull'importanza della donazione di organi, chiarire i processi coinvolti e sfatare i miti comuni, oltre a celebrare le storie di coloro che hanno dato e ricevuto il dono della vita. Il progetto "Una Donazione per la Vita" è un'iniziativa di sensibilizzazione dedicata alla promozione della donazione di organi e dei trapianti.

L'evento ha avuto l'obiettivo di informare il pubblico sull'importanza della donazione di organi, chiarire i processi coinvolti e sfatare i miti comuni, oltre a celebrare le storie di coloro che hanno dato e ricevuto il dono della vita. **Obiettivi del Progetto: Informare:**

Fornire informazioni accurate e dettagliate sul processo di donazione e trapianto di organi, incluse le leggi vigenti, le procedure mediche e i criteri di idoneità;

Sensibilizzare: Aumentare la consapevolezza pubblica sull'importanza della donazione di organi e incoraggiare le persone a registrarsi come donatori; **Ispirare:** Condividere storie di successo di pazienti trapiantati e testimonianze di famiglie di donatori per ispirare e motivare il pubblico.

Attività effettivamente svolte (contenuti, legami con la ricerca scientifica, luoghi, fasi, tempistiche, soggetti ed eventuali partner coinvolti):

25 marzo: ore 14.00 Accoglienza ed esibizione del Tenore Lorenzo Papasodero

ore 15.00-15.15 Saluti Magnifico Rettore Giovanni Cuda, Dott. Domenico Minniti Direttore Sanitario Azienda Zero, Prof.ssa Marianna Mauro Coordinatrice Commissione Terza Missione Ateneo;

ore 15.15-15.30 Dr Domenico Minniti Direttore Sanitario Azienda Zero Regione Calabria
Sinergia per la vita: Azienda Zero ed ISMETT per il futuro dei trapianti

ore 15.30-15.50 Dr Antonio Arcadipane Direttore del Dipartimento di Anestesia e Terapia Intensiva ISMETT Palermo *L'attività trapiantologica dell'ISMETT*

ore 15.50-16.10 Dr. Pellegrino Mancini, Coordinatore delle Centro Regionale Trapianti
La situazione dei trapianti in Calabria

ore 16.10-16.20 Dr.ssa Anna Grande, Dr.ssa Elisabetta Marisa Macrina, Struttura Dipartimentale Donazioni e Trapianti dell'Azienda Ospedaliero-Universitaria Renato Dulbecco Presidio Pugliese; *Diagnosi di morte con criteri neurologici. Ruolo del coordinamento*

ore 16.20-16.35 Dr. Sebastiano Senese, Presidente della sezione AIDO, Maida (Catanzaro)
La testimonianza del donatore

ore 16.35-16.50 Sig. Pasquale Scaramuzzino, Associazione NEfroDializzati (ANED)
La testimonianza del Ricevente

ore 16.50-17.30 Dr.ssa Donatella Soluri
Domande del pubblico e Conclusioni della giornata

26 Marzo 2025

ore 9.00-9.20 Dr.ssa Linda Bennardi, Centro Trapianti di Torino.
La comunicazione nel percorso donazione e trapianto

ore 09.20-9.40 Dr.ssa Valeria Sordi Ospedale San Raffaele, Milano, Diabetes Research Institute *La donazione delle cellule staminali, i primi risultati nel diabete di tipo 1*

ore 9.40-10.00 Prof. Vincenzo Scorgia, Università degli Studi Magna Græcia di Catanzaro
Donare la vista

ore 10.00-10.20 Dr.ssa Rita Malavolta, Presidente ADMO Federazione Italiana.
L'attività dell'ADMO in Italia, tra presente e futuro

ore 10.20-10.35 Prof.ssa Davoli Giuseppina
La testimonianza della madre del piccolo Giuseppe Nusdeo, fondatore dell'ADMO Calabria

ore 10.35-10.55 Dr.ssa Marina Francone, Responsabile Centro Tipizzazione Tissutale Reggio Calabria.

Come si diventa Donatori: l'iscrizione al Registro IBMDR

ore 10.55-10.15 Dr. Massimo Martino, Direttore dell'Unità Complessa Centro Trapianti Midollo Osseo (CTMO) *Il ruolo del Trapianto nella cura delle malattie ematologiche*

ore 10.15-11.25 Prof. Marco Rossi, Responsabile dell'UOC di Ematologia dell'Azienda Ospedaliero-Universitaria Renato Dulbecco *Team working tra centro trapianti e centro proponente per il trattamento delle neoplasie ematologiche*

ore 11.25-11.40 *Testimonianza di donatore e ricevente di Midollo Osseo*

Contest studentesco: circa quattro mesi prima dell'evento è stato lanciato un contest per studenti universitari e delle scuole superiori, con prevista la premiazione del migliore materiale divulgativo

Eventuali differenze rispetto al progetto approvato: nessuna differenza

Sezione - 3. Piano di comunicazione attuato

Descrizione delle modalità e degli strumenti attraverso i quali è stato messo in atto il piano I comunicazione precedentemente indicato in fase di presentazione del progetto (es. sito web, social media, locandine, comunicati stampa ecc.)

La diffusione dell'evento è stata realizzata attraverso una strategia di comunicazione articolata e multicanale, che ha permesso di raggiungere in modo efficace non solo la comunità studentesca ma tutto il territorio provinciale.

- Sito web istituzionale: la promozione è stata veicolata tramite il portale ufficiale del Sistema Bibliotecario d'Ateneo, www.sba.unicz.it, e di Ateneo www.unicz.it punti di riferimento visitati quotidianamente dagli studenti e dall'intera comunità accademica. Un responsabile dedicato ha seguito l'aggiornamento del sito e la gestione dei canali social collegati.
- Social media: la comunicazione è stata amplificata tramite i profili ufficiali di SBA e dell'Ateneo (Facebook, LinkedIn, ect) garantendo una copertura capillare.
- Media tradizionali: l'evento ha ottenuto ampia risonanza anche sui giornali locali, con interviste dedicate agli organizzatori, al Rettore e agli ospiti istituzionali. Diverse emittenti televisive locali hanno trasmesso servizi sull'iniziativa, incrementandone ulteriormente la visibilità.
- Portavoce e giornalista ufficiale: la comunicazione è stata seguita da una giornalista portavoce dell'Ateneo, che ha pubblicizzato e documentato l'evento con video e contenuti multimediali, diffusi attraverso i canali ufficiali.
- Materiale promozionale: sono state realizzate e distribuite locandine e brochure informative, consegnate sia durante che dopo l'evento, per garantire continuità nella diffusione del messaggio.
- Contest studentesco: circa quattro mesi prima dell'evento è stato lanciato un contest–competizione tra studenti, che ha contribuito a generare interesse, partecipazione e una diffusione anticipata dell'iniziativa.
- Collaborazioni con associazioni: hanno dato un contributo significativo anche realtà associative come AVIS (Associazione Volontari Italiani del Sangue) e le associazioni dei donatori e dei trapiantati, che hanno promosso l'evento attraverso le proprie reti e attività di sensibilizzazione.

Sezione 4. Rendicontazione delle spese sostenute

Servizi (catering, noleggio spazi, ecc.)	Importo preventivato (€)	Importo sostenuto (€)	Note / Giustificativi allegati
Materiali e forniture			
Spese di missione / trasferte voli relatori e rimborso auto	9000+ IVA 10%	866,62 es. art 15	
Servizi di comunicazione (grafica, stampa, sito, ecc.)	300 + IVA 22%	360 + IVA 22%	
Altre spese			
trasferimenti a/r aeroporto;	450 + IVA 10%	240 + IVA 10%	
distruzione a hotel- da hotel a UMG			
pernottamenti	350 + IVA 10%	239,31 + IVA 10%	
vitto	720 + IVA 10%	790,91 + IVA 10%	
premi studenti	3000,00	3000,00	
segreteria 2 gg	1740,00 + IVA	1740,00 + IVA 22%	
Totale (max € 2.500,00)	7460,00+ IVA tot 8809,80	7237,84 + IVA 588,37 tot 7826,21	

Sezione 5 - Impatto e risultati

5.1 Situazione di partenza e obiettivi attesi

L'iniziativa "*Una donazione per la vita*" nasce dall'esigenza di sensibilizzare la comunità studentesca e la cittadinanza sull'importanza della donazione di organi, sangue e midollo osseo.

Dati nazionali e locali suggerivano circa la situazione di partenza:

- una conoscenza ancora parziale e spesso frammentaria sul tema della donazione;
- la necessità di contrastare pregiudizi, timori e disinformazione;
- l'urgenza di promuovere una cultura della solidarietà e della responsabilità sociale tra i giovani universitari, futuri professionisti e cittadini attivi.

Gli obiettivi attesi dell'evento erano:

- Diffondere consapevolezza sull'importanza delle donazioni come gesto concreto di altruismo e come opportunità di salvare vite umane;
- Coinvolgere gli studenti universitari e delle scuole superiori in un percorso informativo e formativo, rendendoli non solo destinatari ma anche promotori della cultura della donazione;
- Creare sinergie tra Università, istituzioni sanitarie, associazioni di volontariato (es. ADMO – Associazione Donatori Midollo Osseo, AIDO – Associazione Italiana Donatori di Organi ma anche AVIS) e la comunità locale;
- Favorire l'adesione attiva di nuovi donatori attraverso il contatto diretto con le realtà associative presenti durante l'evento;
- Rafforzare l'immagine dell'Ateneo come promotore di iniziative socialmente rilevanti e di alto valore etico.

5.2 Descrizione dell'impatto conseguito (con evidenza delle ricadute dal punto di vista sociale, culturale ed economico, del valore aggiunto per i destinatari dell'iniziativa e dell'eventuale replicabilità dell'evento)

L'evento "*Una donazione per la vita*" ha generato un impatto significativo su più livelli, con ricadute sociali, culturali ed economiche, consolidando il ruolo dell'Ateneo come promotore di valori di solidarietà e responsabilità civile.

- **Impatto sociale:** l'iniziativa ha favorito una maggiore sensibilizzazione sul tema della donazione di organi, sangue e midollo, incoraggiando la comunità studentesca e la cittadinanza a compiere scelte consapevoli e responsabili. La presenza di associazioni come AIDO (Associazione Italiana Donatori di Organi) e ADMO (Associazione Donatori di Midollo Osseo) ha consentito di tradurre il messaggio in azioni concrete, con l'adesione di nuovi potenziali donatori.
- **Impatto culturale:** l'evento ha contribuito a diffondere una vera e propria cultura della donazione, superando pregiudizi e disinformazione. Gli studenti, coinvolti anche attraverso contest e attività promozionali, sono diventati moltiplicatori del messaggio, rafforzando il senso di comunità e di partecipazione attiva.
- **Impatto economico:** sebbene non direttamente misurabile in termini monetari, la promozione della donazione produce benefici indiretti rilevanti per il sistema

- sanitario e per la società, riducendo i costi legati alle liste d'attesa e migliorando la qualità della vita dei pazienti.
- Valore aggiunto per i destinatari: gli studenti hanno avuto l'opportunità di acquisire informazioni corrette, confrontarsi con esperti e associazioni, e vivere un'esperienza formativa che unisce competenze accademiche e valori etici. Per la cittadinanza, l'evento ha rappresentato un'occasione di avvicinamento al mondo universitario e di rafforzamento del legame con l'Ateneo.
 - Replicabilità dell'evento: il format adottato, basato sulla collaborazione tra Università, associazioni di volontariato, istituzioni e media, è facilmente replicabile in altri contesti e per altri temi di rilevanza sociale. La combinazione di attività informative, testimonianze, contest e momenti di sensibilizzazione ha dimostrato efficacia e potenziale di continuità nel tempo.

5.3 Indicatori di impatto (quantitativi e qualitativi)

Numero di partecipanti: 642 registrati con QR code, numerosi ospiti dalla città non si sono registrati quindi più di 700 presenti

Numero di eventi realizzati: n.1 evento di 2 giorni

Copertura mediatica (articoli, interviste, post social):

1669 utenti hanno visualizzato la pubblicità dell'evento sul sito SBA a dicembre 2024. Nello stesso periodo (10.12.24) è stato pubblicizzato sul sito di Ateneo che ha un numero di utenti maggiore.

Nello stesso periodo 1333 utenti hanno visualizzato il post pubblicato su linkedin.

Il 22 marzo 2025 sono comparsi articoli che invitavano la popolazione all'evento tramite le seguenti testate locali e siti : catanzaroinforma; calabriereportage; la Nuova Calabria; facebook; instagram;

Collaborazioni attivate: associazioni ADMO, AIDO e AVIS che ha sottoscritto una convenzione con l'Ateneo.

5.4 Descrizione degli strumenti di misurazione utilizzati ai fini della misurazione dell'impatto e dei principali dati rilevati:

Per misurare in maniera oggettiva l'impatto formativo dell'evento "*Una donazione per la vita*", è stato predisposto un test di apprendimento rivolto ai partecipanti, finalizzato a rilevare il livello di conoscenza sul tema della donazione di organi, sangue e midollo prima e dopo l'iniziativa.

Il test è stato strutturato in maniera da rilevare le conoscenze almeno in 3 ambiti principali:

Conoscenze di base – domande a risposta multipla per verificare la consapevolezza iniziale sui temi trattati (es. chi può donare, quali sono i requisiti minimi, a chi rivolgersi per diventare donatore).

Aspetti normativi e procedurali – quesiti riguardanti le modalità di adesione

Dimensione etico-culturale – domande per sondare convinzioni e percezioni legate alla donazione

Sezione 6. Conclusioni

Il test somministrato ai partecipanti ha evidenziato un livello di apprendimento e consapevolezza molto elevato:

Alla domanda “Che cos’è una donazione” il 100% dei 237 rispondenti ha dimostrato di aver compreso correttamente il significato e il valore del gesto di donare. Sulla domanda “Quando si effettua la donazione” il 99% ha risposto correttamente, evidenziando solo un minimo margine di incertezza. Il 100% ha indicato correttamente i requisiti generali e i soggetti idonei alla donazione. Il 100% ha individuato correttamente le modalità previste dalla normativa (dichiarazione di volontà e registri ufficiali). Questi risultati mostrano un impatto estremamente positivo dell’evento sul piano informativo e formativo, confermando l’efficacia delle attività di sensibilizzazione e la capacità del progetto di trasmettere conoscenze chiare e consolidate.

Eventuali criticità incontrate:

Nonostante il successo complessivo dell’iniziativa “*Una donazione per la vita*”, sono emerse alcune criticità che rappresentano spunti utili per migliorare le future edizioni:

Coinvolgimento eterogeneo degli studenti: la partecipazione è stata significativa, ma non omogenea tra i diversi corsi di studio; alcune aree disciplinari hanno risposto con maggiore entusiasmo rispetto ad altre.

Limiti logistici: la gestione degli spazi ha richiesto un’organizzazione complessa, in particolare per accogliere al meglio sia gli ospiti istituzionali che il pubblico studentesco numeroso.

Valutazione dell'impatto: la somministrazione dei test di apprendimento e dei questionari di gradimento non ha raggiunto il 100% dei partecipanti.

Sostenibilità economica: la realizzazione di materiali cartacei (brochure e locandine) ha comportato costi non sempre facilmente sostenibili

Proposte di miglioramento o replicabilità:

Le proposte di miglioramento sono volte a migliorare l'efficacia. Queste possono includere:

- utilizzazione di strategie diverse per coinvolgere maggiormente gli studenti delle scuole e i cittadini.

- Utilizzazione di altri indicatori di efficacia e non solo il questionario.

Ai fini della replicabilità:

- Potenziare e supportare ulteriormente il patto di collaborazione tra Associazioni, Enti ed Istituzioni