



## Brief B

## XXII SPOT SCHOOL AWARD

### Brief B) Proposto da AIDO ODV- Associazione Italiana Donatori Organi

#### 1) Cliente: AIDO Nazionale ODV

AIDO è un'associazione la cui mission si compone di tre finalità prioritarie:

- promuovere, in base al principio della solidarietà sociale, la cultura della donazione di organi, tessuti e cellule;
- promuovere la conoscenza di stili di vita atti a prevenire l'insorgere di patologie che possano richiedere come terapia il trapianto di organi;
- provvedere, per quanto di competenza, alla raccolta di dichiarazioni di volontà favorevoli alla donazione di organi, tessuti e cellule post mortem.

AIDO è un'associazione senza scopo di lucro, che da 50 anni (2023) promuove il Sì alla donazione di organi tessuti e cellule.

AIDO è un movimento culturale che trasmette alle persone l'importanza del Sì come atto civico e di solidarietà sociale.

AIDO ha lavorato molto negli ultimi anni per riposizionare la propria identità di ente benefico; ha avuto anche il riconoscimento di "Gestore di Pubblico Servizio".

Ai fini di comprendere nel dettaglio l'identità di AIDO si consiglia la visione del video presente al seguente link <https://impattosociale.aido.it/>

#### 2) Campagna di informazione e sensibilizzazione per "Un dono consapevole"

Come specificato l'obiettivo di Aido è promuovere, in base al principio di solidarietà sociale, la cultura della donazione di organi, tessuti e cellule; la diffusione di stili di vita utili a prevenire l'insorgere di patologie che richiedano il trapianto di organi; provvedere alla raccolta di dichiarazioni di volontà favorevoli alla donazione.

In aderenza alla sua mission Aido si propone di promuovere una campagna di maggiore consapevolezza degli aspetti scientifici, etici, sociali che concernono alla donazione.

#### 3) Posizione attuale

Molti sono i dubbi che il cittadino ha sul tema della donazione, e che AIDO ha raccolto nelle FAQ presenti nel sito ufficiale [www.aido.it](http://www.aido.it).

Quelli più frequenti riguardano la cura della persona che poi decede, la certezza della morte, la scelta di chi riceverà un organo e l'età per donare.

In Italia abbiamo quasi il 30% di opposizione perché il più delle volte il defunto non si è espresso in vita per cui è la famiglia che deve esprimere il suo volere. Questo però viene fatto nel momento peggiore, quando si è appena perso un proprio caro. Può esprimere la volontà il cittadino maggiorenne ma è importante che la scelta sia consapevole, fatta dopo essersi informati correttamente.

Oggi, invece, la maggior parte delle scelte avviene in Comune ma l'opposizione si attesta su quasi il 30% con realtà che superano il 50% perché il cittadino non è informato. E comunque il 45% in Comune non si esprime. E questi dovranno aspettare 10 anni per esprimere la volontà in occasione del prossimo rinnovo.

Tre sono le modalità che garantiscono che la volontà espressa dal cittadino venga rispettata perché i dati vengono registrati nel Sistema Informativo Trapianti (SIT):

- AIDO
- Comuni in occasione del rilascio o rinnovo della carta d'identità
- ASL

AIDO da quasi 50 anni (26 febbraio 1973 - 26 febbraio 2023) propone la scelta in vita. Tutto questo avviene anche con una grande attenzione al dialogo con la classe medica, alla corretta informazione verso la comunità in generale, in particolare modo verso i giovani nelle scuole di ogni ordine e grado.

Per fare questo AIDO collabora con le Istituzioni Sanitarie (in particolare con il Centro Nazionale Trapianti, partecipando come componente anche ai lavori della Consulta Nazionale Trapianti, e con tutte le sue articolazioni regionali e locali) e con le Istituzioni Amministrative (Regionali, di Area Vasta ed in particolare con le Amministrazioni Comunali nel progetto Una scelta in Comune), con le Scuole (con un progetto in fase di approvazione con il MIUR insieme a tutte le Associazioni del Dono), con le altre Associazioni di pazienti in attesa di trapianto o trapiantati.

Per facilitare l'espressione di volontà AIDO, da settembre 2021, ha permesso la possibilità di esprimere la volontà in modo digitale attraverso spid (tempo 20 secondi) o la firma digitale tramite un'app e il sito. AIDO così è a disposizione dei cittadini 365 giorni all'anno x 24 ore al giorno. Tramite l'app e il sito si trovano anche tutte le informazioni utili per fare una scelta consapevole e comunque ci sono circa 10mila volontari attivi disponibili per aiutare i cittadini.

#### 4) Posizione desiderata (OBIETTIVO DELLA CAMPAGNA):

Sensibilizzare e informare con efficacia il target sul tema della donazione affinché la stessa diventi un "dono consapevole". Informare consapevolmente rispetto le tematiche della donazione di organi tessuti e cellule. La tematica al centro della mission di AIDO è la donazione di organi con tutte le sfaccettature etiche e le teorie scientifiche al riguardo oltre quelle religiose. In tal modo si potranno dissipare i vari dubbi, sopracitati al punto 3), che attualmente molte persone nutrono. Rendere maggiormente noti ruolo, percorso, attività di AIDO, soprattutto quelle recenti; anche ciò contribuirà a rendere più consapevole la persona a dare il proprio "Sì" alla donazione.

Far comprendere ai cittadini che al paziente si dà la migliore assistenza, spiegare che non si devono aver dubbi sull'accertamento della morte perché segue criteri molto rigidi, che gli organi prelevati vengono assegnati alla persona che più ne ha bisogno, che non c'è un limite di età per donare, e che oggi il donatore medio ha un'età di circa settant'anni e che donano anche persone ultraottantenni e ultranovantenni perché per reni e fegato non si guarda l'età biologica ma la funzionalità dell'organo. E' così che potremo ottenere un risultato migliore.

#### 5) Pubblico obiettivo (TARGET)

Il target è identificato in persone dall'età compresa tra i 18 ed i 45 anni. Questa è l'età dei nuovi soci di AIDO ed ognuno di loro deve comprendere come la dichiarazione di volontà è un atto di grande valore civile e sociale che richiede coscienza e consapevolezza.

È importante ricevere le giuste informazioni relativamente a quali basi scientifiche si basa il prelievo degli organi e quali sono i requisiti fissati dalla scienza medica a tale proposito.

#### 6) "Tono della comunicazione"

Tono autorevole, basato su dati e scientifico, ma comprensibile per le persone comuni. Per la campagna Aido è consigliata la realizzazione di una proposta video. Ogni campagna dovrà contenere, anche a firma, il logo Aido.

Per informazioni, incontri, sui brief del XXII Spot School Award scrivere a:  
[info@spotschoolaward.it](mailto:info@spotschoolaward.it)  
o collegarsi al sito ufficiale [www.spotschoolaward.it](http://www.spotschoolaward.it)

#TheYoungestAward

Associazione  
CREATIVISINASCE