



DONARE? È UNA SCELTA VIRALE!

OLTRE 10 MILIONI DI VISUALIZZAZIONI SOCIAL PER LA NUOVA CAMPAGNA "DONARE È UNA SCELTA NATURALE" E QUASI 30 MILIONI DI SPETTATORI IN TV: TUTTI IN CAMPO PER LA CULTURA DELLA DONAZIONE

A CURA DELL'UFFICIO COMUNICAZIONE DEL CENTRO NAZIONALE TRAPIANTI

Donare gli organi non è solo "una scelta naturale", come recita lo slogan della nuova campagna di comunicazione del Ministero della Salute e del Centro nazionale trapianti, ma è anche **una scelta virale**. Sono state **oltre 10 milioni** le **visualizzazioni** complessive ottenute dai contenuti **social** accompagnati dall'hashtag **#sceglididonare** e dai video pubblicati sulle varie piattaforme digitali per la Giornata nazionale della donazione di organi e tessuti celebrata l'11 aprile scorso.

Una **visibilità**, quella ottenuta dalle iniziative di sensibilizzazione nella Rete, alla quale hanno collaborato in tantissimi, a partire dal ministro della Salute **Roberto Speranza** e dal presidente dell'Istituto superiore di sanità **Silvio Brusaferro**, insieme a diversi Ministeri, Regioni, Asl e ospedali italiani, e anche da tantissimi Comuni, che hanno promosso la loro adesione al progetto "**Una scelta in Comune**". Molti anche i personaggi dello **spettacolo** e dello **sport** e gli **influencer** che hanno partecipato alla challenge lanciata su Instagram e Facebook, ovvero mostrare in tutti i modi possibili la "**formula del dono**" **1+X=7**, dove l'incognita da svelare è il proprio consenso alla donazione, un "sì" che può consentire di salvare fino a 7 persone tra le 8.291 in questo momento aspettano un trapianto. Una **sfida** raccolta anche da tantissimi **medici**, **infermieri**, operatori sanitari, volontari dell'Aido e delle **associazioni** del dono, e da migliaia di cittadini comuni.

Un altro sostegno fondamentale alla campagna è arrivato da **Rai** per il Sociale e da numerose **trasmissioni** del servizio pubblico (Unomattina, Elisir, I Fatti Vostri, Italia sì, L'Eredità, Che tempo che fa, Chi l'ha visto? e Quelli che il calcio), con tanti appelli alla donazione arrivati da volti popolari del piccolo schermo come Flavio **Insinna**, Federica **Sciarelli**, Mía **Ceran** e Filippa **Lagerbäck**. Gli ascolti complessivi raggiunti in tv dagli spazi dedicati alla campagna hanno superato i **29 milioni di spettatori**.

La campagna "Donare è una scelta naturale" rimarrà sempre attiva sul sito **www.sceglididonare.it**.

GLI ORGANI SONO IMPORTANTI, MA PESANO.
DONATELI.



T
TAFFO
FUNERAL SERVICES

GIORNATA NAZIONALE DELLA
DONAZIONE DEGLI ORGANI

VIP E INFLUENCER: TUTTI PER LA DONAZIONE (ANCHE TAFFO)

Il primo personaggio a dare il via alla campagna sui social è stato Emilio Solfrizzi, testimonial ufficiale e voce dello spot radiofonico in onda in queste settimane sulle principali emittenti nazionali e locali. Poi si sono aggiunti Gianmarco Saurino, Chiara Francini, Gabriele Corsi, Nina Palmieri, Valerio Staffelli, Maurizio Mattioli, Federica Gentile, Michela Andreozzi, Sandra Milo, Michele La Ginestra, Filippo Laganà, Elisabetta Ferracini, Csaba dalla Zorza, Giampiero Ingrassia, Barty Colucci, Luca Abete, Cristina Donadio, Jane Alexander, Valeria Graci, Patrizia Pellegrino, Carlotta Proietti, Fabiola Sciabbarrasi, Roberta Rei, Daniela Collu, Gina Amarante, Romina Pierdomenico, Stefano Ghisolfi, Lidia Schillaci e Vanessa Scalera. Cliccatissimi anche i post realizzati da Will Italia e da Taffo, l'agenzia di pompe funebri diventata famosissima in Rete per i suoi meme e l'uso del black humor.