

Donare gli organi è «dare la vita»

Presentata la campagna di Pubblicità Progresso Balduzzi: lavoriamo perché in modo semplice si manifesti la propria volontà nelle anagrafi

«Tu puoi dare la vita». Questo il messaggio della campagna 2012 della Fondazione Pubblicità Progresso sul tema della donazione di organi e tessuti. Obiettivo dell'iniziativa, presentata a Roma, è sensibilizzare la popolazione, soprattutto i giovani, ma anche far aumen-

tare i donatori. Secondo i dati forniti dal Centro nazionale trapianti, le proiezioni per il 2012 indicano che la media dei donatori per milione di abitanti si attesta al 23,7, in crescita rispetto al 21,9 del 2011. A livello europeo, l'Italia è tra i primissimi posti per tasso di donatori. Un altro dato positivo riguarda la tenuta delle liste di attesa che re-

stano costanti. Sebbene i numeri del sistema trapianti italiano siano positivi bisogna continuare a profondere impegno e sforzi per aumentare il numero dei donatori. «Ci stiamo muovendo perché si possa manifestare la propria volontà in modo semplice nelle anagrafi di tutta Italia», ha annunciato il ministro della Salute, Renato Balduzzi, nel videomessaggio agli organizzatori della campagna che, ha sottolineato il ministro, «va nella stessa direzione del lavoro del ministero». Secondo Antonio Gasbarri, ordinario di gastroenterologia all'Università Cattolica di Roma e presidente della Fondazione Ricerca in epatologia, che ha stimolato la nascita della campagna, «da anni epatologi e Associazione italiana Studio del fegato si battono per aumentare il livello di attenzione» sul tema. Ma «Pubblicità Progresso ha capito l'essenza del problema: trasformare la dichiarazione di

volontà di donare in una dichiarazione di amore verso il prossimo». Il presidente dell'Associazione italiana per la Donazione di organi, tessuti e cellule (Aido), Vincenzo Passarelli, promuove gli autori della campagna «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». Alberto Contri, presidente di Pubblicità Progresso evidenzia che la sua struttura «si è sempre occupata del dono. Nel 1971 la prima campagna fu fatta proprio per stimolare la donazione del sangue». La nuova campagna coinvolgerà tutti i media, in un «progetto articolato e interattivo che si propone di far aumentare significativamente il numero dei donatori».

