

All'Università Cattolica l'idea di Chiara, founder di Rosso, per convincere i giovani a donare il sangue

Donare fa bene. Alla mente, all'umore, perfino alla salute. Vedere per credere, basta un click su Rosso, la piattaforma digitale creata per avvicinare le nuove generazioni alla donazione del sangue, affinché la vedano come un'opportunità per aiutare gli altri ma anche come un modo per prendersi cura di sé. Rosso sensibilizza a donare il proprio sangue, ne semplifica il processo e si rivolge soprattutto ai giovani. Quelli che, dati alla mano, dopo la pandemia stanno diminuendo il numero di donazioni di sangue.

E allora l'idea giusta non può che arrivare proprio dalla Generazione Z. O meglio, da due giovanissimi, Chiara Schettino, classe 2001, e Filippo Toni, 17enne ancora tra i banchi del liceo scientifico. Entrambi già con le idee molto chiare, e un'ottima esperienza, considerata l'età, in fatto di start-up. «Rosso nasce da una storia personale, non solo la mia, ma quella di tutti quei pazienti che si sono trovati ad aspettare per ore e ore le sacche di sangue per fare le trasfusioni» spiega, nel campus di Cremona dell'Università Cattolica, Chiara Schettino, co-founder di Rosso e protagonista di una delle testimonianze che ha aperto la Settimana del Dono, l'iniziativa che vuole far riflettere l'intera comunità universitaria sul valore del dono, a livello sociale e relazionale.

«Quando avevo 15 anni mi sono appassionata agli hackathon, perché ti allenano ad affrontare sfide di progettazione e situazioni reali in un tempo ben determinato» racconta Chiara. «Così è stato anche quando, da paziente, aspettavo le

trasfusioni per molto tempo». C'era un problema e bisognava risolverlo, o almeno provarci. «Molte business ideas nascono con un processo reattivo: mi succede qualcosa, percepisco un bisogno e provo a sviluppare il mio spirito imprenditoriale per soddisfare quel bisogno», spiega Fabio Antoldi, coordinatore della laurea magistrale in Innovazione e Imprenditorialità digitale.

«Se oggi siete tra i banchi dell'università vuol dire che vi state preparando a far parte della classe dirigente nei prossimi anni, cioè a dover prendere delle decisioni. Non solo per il vostro bene, ma anche per quello degli altri» continua Antoldi, rivolgendosi agli studenti. «Siamo convinti che l'amore regola la vita delle persone. San Francesco è il simbolo della carità sconfinata verso gli altri. Proprio per questo, durante la settimana vi offriamo le testimonianze di quelle realtà che, pur essendo legate ai nostri temi, propongono qualcosa di diverso».

Rosso crea una rete efficiente tra i centri di raccolta, digitale, con un approccio data driven. Facilita la connessione tra chi vuole donare il sangue, le associazioni di donatori e i centri trasfusionali. Tra gli obiettivi, l'aumento del 45% dei donatori di sangue in Italia, partendo proprio dai giovani. «È molto bello dialogare con i miei coetanei all'università» conclude Chiara. «Il campus di Cremona è bellissimo, si respira un'atmosfera di creatività e di innovazione, di voglia di fare. Viene voglia di studiare e di fare progetti in un campus come questo. E poi la platea era molto accesa, interessata. Spero davvero che questi studenti possano incontrare le opportunità e le persone giuste, e possano realizzare i loro sogni». Quel sogno che, a volte, può iniziare proprio con un dono.

Università Cattolica, al via la Settimana del Dono 2024 nel campus di Cremona