



Anno 2014

Università Cattolica del Sacro Cuore >> Sua-Rd di Struttura: "Facoltà di MEDICINA e CHIRURGIA"

### Parte III: Terza missione



#### QUADRO I.0

#### I.0 Obiettivi e linee strategiche relative alle attività di Terza Missione

La vocazione della Facoltà di Medicina e Chirurgia nell'ambito della ricerca scientifica è da sempre rivolta a temi di grande interesse clinico-assistenziale attraverso un approccio molto integrato tra ricerca di base e ricerca applicata, con la specifica prospettiva di accrescere le conoscenze sulla patogenesi delle malattie, rendere più efficace e precoce la diagnosi e sviluppare approcci terapeutici (farmacologici e non) e riabilitativi originali e innovativi. Di particolare rilievo sono i progetti integrati inter-facoltà mirati a contrastare gli effetti dell'invecchiamento, con particolare interesse alla prevenzione della fragilità fisica e del declino cognitivo.

Per quanto attiene alla trasferibilità di risultati e dei prodotti, si deve tener conto in modo particolare che la realizzazione di ricerche integrate tra scienze di base e cliniche che comprendano tutte le caratteristiche cliniche, funzionali, sociali e biologiche, sarà in grado di garantire la produzione d'informazioni indispensabili per prevenire la comparsa delle malattie, rallentare e ritardare l'insorgenza della fragilità fisica e cognitiva che portano alla disabilità e ridurre o eliminare lo stigma ad esse legato che spesso porta all'autoesclusione dalla vita sociale e di relazione. I risultati ottenuti riguardano aree di specifico interesse per la sanità pubblica, per le aziende private operanti nel settore della sanità e per tutte le aziende private che possono essere coinvolte nei processi di salute (ad esempio, le aziende alimentari e di servizi).

La realizzazione degli obiettivi della ricerca di Ateneo si traduce in un'immediata trasferibilità d'interventi utili nell'ambito del trattamento e della prevenzione delle malattie anche attraverso stili di vita appropriati. Il know-how acquisito nel corso dei progetti di ricerca sviluppati dalla Facoltà di Medicina e Chirurgia rappresenta un prodotto immediatamente utilizzabile da parte degli Enti pubblici sanitari e sociali e da parte delle aziende sanitarie di settore.

L'importanza della ricerca della Facoltà di Medicina e Chirurgia e delle potenziali ricadute su aziende pubbliche e private è testimoniata dall'attività di comunicazione e media relations dell'Ufficio stampa e Comunicazione. Tale attività si è sviluppata avendo come macro-obiettivo l'informazione e la promozione del know-how acquisito attraverso l'attività di ricerca, con una attenta valorizzazione delle attività cliniche e scientifiche. Strumenti maggiormente utilizzati sono stati i comunicati e le note stampa, le conferenze stampa, queste ultime limitatamente ad avvenimenti di maggiore impatto e importanza strategica, nonché tutta la collegata attività redazionale svolta per gli house organ di Ateneo e di Sede (Cattolicanews, Presenza, Comunicare) e l'elaborazione delle news per i siti internet istituzionali ([www.policlinicogemelli.it](http://www.policlinicogemelli.it), [www.rm.unicatt.it](http://www.rm.unicatt.it) e [www.cattolicanews.it](http://www.cattolicanews.it)).

Tale attività di media relations ha avuto come destinatari un ampio e crescente target di testate quotidiane e periodiche nazionali e locali, generaliste e specializzate, di carta stampata, emittenti radio e tv. È stata implementata la comunicazione verso i siti web con efficaci risultati sia in termini quantitativi (numeri di pagine) che qualitativi (argomenti di segno positivo) e consolidata una già consistente visibilità sui network radio e televisivi nazionali e locali con la proposta continua di servizi e interviste a esperti e rappresentanti istituzionali, soprattutto concentrata verso tutti gli spazi d'informazione medica in particolare dei canali Rai, Mediaset e Sky. Lo strumento del comunicato stampa è stato utilizzato in particolare per valorizzare l'attività di ricerca clinica e di base condotta dai ricercatori della Facoltà di Medicina e chirurgia A. Gemelli, divulgando con stile giornalistico le pubblicazioni scientifiche verso il pubblico laico, nonché promuovendo le innovazioni di maggiore impatto sull'attività assistenziale del Policlinico, le attività formative della Facoltà di Medicina e chirurgia, nonché convegni, manifestazioni culturali ed eventi istituzionali.

Gli esiti dell'attività di comunicazione:

#### a) sulla carta stampata

Sono circa 3.200 gli articoli di diversa tipologia (servizi, articoli, interviste, contributi firmati, foto-notizie, brevi) pubblicati nei primi sei mesi del 2013 sulle oltre cento testate quotidiane e periodiche nazionali e locali quotidianamente monitorate con il supporto della società Data Stampa riguardanti il Policlinico Gemelli e la sede di Roma dell'Università Cattolica, per una media di oltre 17 articoli al giorno. Di questi circa 1.800 con parola chiave Policlinico Gemelli e circa 1400 Università Cattolica di Roma. Nel 2012 sono stati 1.795 gli articoli pubblicati relativi al Policlinico Gemelli e 1.362 quelli riguardanti la sede di Roma dell'Ateneo.

#### b) sulle emittenti radio e tv

L'attività di comunicazione dell'Ufficio stampa ha determinato una considerevole e costante presenza del brand dell'Ente sulle emittenti radio e tv, nazionali e locali, attraverso i suoi esperti o i suoi referenti istituzionali quali spokesperson. Nel triennio 2011-2013 la media dei servizi radio e tv sulle principali emittenti televisive nazionali riguardanti l'Università Cattolica e il Policlinico Gemelli è stata di 7,3 al giorno. I dati presentati nella tabella sottostante sono stati acquisiti tramite la società di rilevazione Data Video. Sono state monitorati i palinsesti delle principali emittenti nazionali (Rai, Mediaset, La 7, Sky Tg24, TV 2000), e locali (TgR Lazio, T9, Roma Uno). Per le radio: Rai Radio 1, 2 e 3 e Radio 24.

#### c) sui siti web

In costante crescita la presenza del Gemelli e della sede sul web con articoli generati dall'attività di comunicazione dell'Ufficio stampa. Limitatamente ai siti di informazione generalisti e di salute, si registrano nel 2012 circa 1.900 articoli pubblicati con parola chiave Policlinico Gemelli, nettamente cresciuti nel 2013: sono già 2.600 nei primi sei mesi del 2013. Quanto alla parola chiave Università Cattolica di Roma si contano 1.000 articoli pubblicati nel 2012 e 615 nei primi sei mesi del 2013.

## Campagne di comunicazione

Nel 2013 sono state ideate e realizzate alcune campagne di comunicazione tese a promuovere alcuni eventi istituzionali.

Di cui di seguito vengono riportati due esempi.

### 1) Gemelli insieme. Cinquant'anni. Di vita

Gemelli insieme è un progetto outdoor dedicato e destinato, in particolare, ai cittadini della città di Roma al fine di promuovere un programma di prevenzione per la salute dei cittadini e volto all'educazione ai corretti stili di vita e al concetto che la prevenzione è la migliore delle cure. Con questo progetto si vuole sottolineare il rapporto di vicinanza fra il Gemelli e i cittadini, rapporto che celebra 50 anni di cura e di ricerca per la vita. Un percorso in sette tappe che si snoda lungo un anno, nelle piazze e altri luoghi di Roma, per fare prevenzione di alcune malattie più diffuse nella popolazione, fare il punto sui progressi della ricerca medica per combattere le più importanti patologie e per far conoscere il nuovo volto del Gemelli.

### 2) Campagna di prevenzione Pronto a chiamare? Il Numero Verde dedicato al tumore del colon-retto

Pronto a chiamare? Il Numero Verde dedicato al tumore del colon-retto è lo slogan e il titolo della campagna di prevenzione e diagnosi precoce del tumore del colon-retto promossa dall'Unità Operativa di Chirurgia digestiva Policlinico Gemelli, con il contributo di Johnson & Johnson Medical S.p.A. Grazie a questa campagna della durata di sei mesi i cittadini, chiamando il numero verde 800-101-151, possono sottoporsi a una visita con uno specialista presso l'Unità Operativa di Chirurgia Digestiva del Policlinico Gemelli a sole 48 ore dalla prenotazione telefonica. La campagna, presentata alla stampa il 14 giugno presso la hall del Gemelli, è stata promossa attraverso una capillare attività di media relations su quotidiani, radio, tv e siti web anche attraverso i social media.