

Analisi del Sondaggio sui Donatori

Relazione sui risultati della ricerca

Dati raccolti: aprile 2026 | Rispondenti: ~488

1. Sintesi esecutiva

Il sondaggio condotto in occasione del 75° anniversario di AVIS Varese ha coinvolto quasi 500 donatori attivi. I dati evidenziano un corpo donatori fedele, motivato da valori etici profondi, con un'ampia fiducia nell'associazione e nella sua missione. Emergono alcune aree di attenzione: la partecipazione alle iniziative pubbliche è limitata, e fattori operativi come i tempi di attesa rischiano di scoraggiare i donatori.

~488

Rispondenti totali

95,1%

Ritiene la donazione
"molto importante"

97,1%

Si sente felice dopo aver
donato

9,4/10

Importanza media di
AVIS (1–10)

2. Profilo demografico dei donatori

SEZIONE A – Chi sono i donatori

Il campione è composto prevalentemente da adulti di mezza età, con una leggera prevalenza maschile e un livello di istruzione medio-alto.

DISTRIBUZIONE PER ETÀ

18–25 (6,3%) 26–35 (18,4%) 36–55 (51%)
55+ (24%)

SESSO

Maschio (59,5%) Femmina (40,5%)

TITOLO DI STUDIO

Scuola media (8,2%) Scuola sup. (41,2%)
Laurea (41,2%) Master (9,5%)

IMPIEGO (PRINCIPALI CATEGORIE)

Impiegato (52,4%) Libero prof. (14%)
Operaio (9,7%) Studente Altro

Dato chiave: La fascia 36–55 anni rappresenta la metà del campione (51%). I giovani 18–25 anni sono sottorappresentati (6,3%): segnale di necessità di campagne di sensibilizzazione rivolte ai giovanissimi.

3. Esperienza di donazione

SEZIONE B – Storico donatori

DA QUANTO TEMPO DONANO?

<1 anno (4,3%) 1–5 anni (32,7%)
6–10 anni (15,2%) 11–20 anni (19,8%)
20+ anni (28%)

QUANTE VOLTE HANNO DONATO?

1–5 volte (21,2%) 6–20 volte (30,2%)
21–40 volte (19,5%) 40+ volte (29%)

HA MAI DONATO PLASMA?

Sì (37,5%) No (62,5%)

Dato chiave: Il 48,5% dei donatori ha all'attivo più di 20 donazioni (categorie 21–40 e 40+), a dimostrazione di un nucleo fidelissimo di donatori abituali. Solo il 37,5% ha donato plasma: ampio spazio per promuovere questa tipologia di donazione.

4. Motivazioni e atteggiamenti

PERCHÉ HANNO INIZIATO A DONARE?

Amici/parenti (11,3%) Sensibilità personale (51,7%)
Senso civico (31,8%) Altro (5,2%)

CARATTERISTICHE CHE LI HANNO PORTATI A DONARE

Interesse prossimo (28,3%) Soddisfazione pers. (7%)
Salute fisica (9%) Senso responsab. (49,3%)
Familiare (3%)

QUANTO È IMPORTANTE DONARE SANGUE/PLASMA? (486 RISPOSTE)

Molto (95,1%) Abbastanza (3,5%) Poco/Non lo so (<1,5%)

COME SI SENTONO DOPO AVER DONATO? (484 RISPOSTE)

Felice – buona azione (97,1%) Utile / Altro (2,9%)

Dato chiave: La motivazione principale è la sensibilità personale (51,7%), seguita dal senso civico (31,8%). Solo l'11,3% è stato influenzato dal passaparola: margine enorme per campagne di peer-to-

5. Percezione dei bisogni trasfusionali

SEZIONE D – Quando serve il sangue

SITUAZIONI CON MAGGIOR BISOGNO DI TRASFUSIONI

Incidenti stradali (17,4%) Interventi chirurgici (44,2%)
Malattie del sangue (23,1%) Calamità naturali
Altro

PERCHÉ È IMPORTANTE DONARE OGGI?

Non si produce in lab (40,2%) Più malati (8,5%)
Più incidenti (2%) Meno donatori (32,7%)
Altro (16,6%)

Dato chiave: Il 40,2% cita l'irreproducibilità del sangue come primo argomento per donare, e il 32,7% segnala la riduzione del numero di donatori. Questi sono i messaggi più efficaci per la comunicazione esterna di AVIS.

6. Rapporto con AVIS Varese

SEZIONE E – Coinvolgimento nell'associazione

PARTECIPAZIONE A INIZIATIVE PUBBLICHE AVIS

Spesso (2%) Ogni tanto (13,4%)
Raramente (24,5%) Mai (60,1%)

COMPITI PRINCIPALI PERCEPITI DI AVIS VARESE

Promuovere donazione (58,8%)
Reclutare donatori (13,6%) Attività raccolta (8%)
Educazione sanitaria (15,7%) Altro (3,9%)

IMPORTANZA DELLE ASSOCIAZIONI COME AVIS (SCALA 1–10, 487 RISPOSTE)

Dato chiave: Il 60,1% dei donatori non ha mai partecipato a un'iniziativa pubblica AVIS. Questo rappresenta una grande opportunità: chi è già donatore non è ancora ambascador attivo. Attivare questo capitale umano potrebbe moltiplicare il reclutamento.

7. Messaggi e possibili barriere alla donazione

SEZIONE F – Cosa funziona, cosa può fermare

COSA DIREBBERO PER INVITARE QUALCUNO A DONARE?

È un gesto gratificante (14,8%) È semplice
Mantiene la salute (24,8%)
Può salvare una vita (51,2%) Altro

COSA POTREBBE FAR SMETTERE DI DONARE?

Malore post-donazione (33,7%)
Scarso rispetto (18,2%) Lunghe tempistiche (15,7%)
Problemi di salute Nulla/altro

Dato chiave: Il messaggio più efficace è "può salvare una vita" (51,2%). I rischi principali di abbandono sono il malore post-donazione (33,7%) e la percezione di scarso rispetto al momento del prelievo (18,2%): due ambiti su cui AVIS può intervenire con formazione del personale e protocolli di assistenza post-donazione.

8. Conclusioni e raccomandazioni

Area	Evidenza dal sondaggio	Raccomandazione
Reclutamento giovani	18–25 anni solo 6,3% del campione	Campagne nelle scuole e università, testimonial coetanei
Donazione plasma	Solo il 37,5% ha mai donato plasma	Informazione mirata ai donatori di sangue abituali
Engagement eventi	60,1% non partecipa mai a iniziative pubbliche	Programmi ambassador per trasformare i donatori fidelizzati in promotori
Qualità dell'esperienza	18,2% teme scarso rispetto; 15,7% segnala lunghe attese	Formazione personale, riduzione tempi, feedback post-donazione
Comunicazione esterna	Messaggi più efficaci: "salva una vita" e "non si produce in laboratorio"	Usare questi claim come pilastri delle campagne pubbliche
Monitoraggio della salute	24,8% cita i controlli sanitari come argomento di invito	Valorizzare il beneficio personale nei materiali informativi

Nel complesso, AVIS Varese può contare su un nucleo di donatori estremamente motivati e

soddisfatti (97,1% felici dopo la donazione, 9,4/10 punteggio medio all'associazione). Le opportunità di crescita riguardano principalmente l'ampliamento verso fasce d'età più giovani, l'attivazione dei donatori come promotori, e il miglioramento dell'esperienza operativa al punto di raccolta.