

## 2. Ricerca conto terzi

La ricerca conto terzi si riferisce a tutti i progetti di ricerca realizzati da docenti del Dipartimento in collaborazione con soggetti pubblici e privati. L'attività di ricerca in conto terzi viene prevalentemente svolta dai Centri di ricerca/Osservatori del Dipartimento che, tramite il loro operato, consentono di utilizzare le competenze presenti nel Dipartimento a vantaggio di imprese, associazioni e pubbliche amministrazioni favorendo un costante dibattito fra la società civile, le imprese e l'Università.

L'attività di ricerca in conto terzi del Dipartimento si esprime nei seguenti campi di azione di TM:

### 2.1. Divulgazione scientifica

- La comunicazione strategica in Assolombarda

### 2.2. Attività collegate all'Agenda ONU 2030 e agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile

#### 2.2.1. Goal 3 Good Health and Well-being

- Ricerca sulla Comunicazione efficace collegata ai tumori del Centro di Ricerca di Neuromarketing Behavior and Brain Lab.

In questa ricerca è stata svolta un'analisi neurometrica per capire cosa provano, ricordano e guardano gli oltre 40.000 italiani con un tumore cronico del sangue durante situazioni comuni con il proprio medico e con chi si prende cura di loro. La realtà quotidiana di chi convive con un tumore cronico del sangue è fortemente influenzata dalle loro "connessioni di vita": i piccoli gesti, le parole, le interazioni che stabiliscono con i medici che incontrano sulla propria strada e con i loro cari -famigliari e amici - che si prendono cura di loro. Sono connessioni che impattano sul benessere mentale ed emotivo dei pazienti, incidendo così anche sul loro percorso di malattia.

La campagna MIELO-Spieghi ha così collaborato con il centro di ricerca Behavior and Brain Lab dell'Università IULM di Milano e per la prima volta ha applicato le tecniche neurometriche per analizzare le interazioni che si instaurano tra paziente, medico e caregiver. È stato misurato l'impatto emotivo, cognitivo e visivo, nonché il livello di memorabilità, di diversi comportamenti e linguaggi su un gruppo di persone con Neoplasie Mieloproliferative Croniche e Leucemia Mieloide Cronica.

**CONNESSIONI DI VITA**  
Le interazioni che fanno bene

**CONNESSIONI DI VITA:  
LA GUIDA PER LE INTERAZIONI  
CHE FANNO BENE**

Per la prima volta, un'analisi neurometrica ha studiato cosa provano, ricordano e guardano gli oltre 40.000 italiani con un tumore cronico del sangue durante situazioni comuni con il proprio medico e con chi si prende cura di loro.

Connessioni di Vita è un progetto

Promosso da NOVARTIS  
In collaborazione con  
Powered by MIELO  
Partnered with

#### Relazioni positive con il medico

- 1. Gesti che parlano**  
I pazienti si soffermano sul volto e sui gesti del medico il 56% in più della media, suggerendo l'importanza del suo modo di porsi. A parlare è anche il corpo, non solo le parole.
- 2. Il potere della semplicità**  
Evitare termini troppo tecnici e usare metafore migliorano il coinvolgimento emotivo dei pazienti. Anche il tono della voce del medico fa la differenza e deve essere quanto più possibile conciliante e in sintonia con quello dell'altro.
- 3. Mai stancarsi di spiegare**  
La sistematica disponibilità del medico a chiarire e ad accogliere dubbi e lamentele rimane impressa a lungo nella memoria e genera inoltre picchi emotivi positivi.
- 4. Quando c'è scienza, c'è speranza**  
Portare la malattia su un piano pratico, spiegare le possibilità offerte dalla scienza e guardare al futuro fanno registrare un incremento del coinvolgimento emotivo positivo.
- 5. L'empatia oltre il dato clinico**  
Quando il medico favorisce un legame empatico e profondo emergono emozioni positive: infatti, per il 63% dei pazienti è l'elemento che più influisce sul gradimento del proprio medico.

#### Relazioni positive con famigliari e amici

- 6. Nella stessa squadra**  
3 pazienti su 4 apprezzano quando famigliari e amici li coinvolgono in attività quotidiane: un atteggiamento di reciprocità che determina picchi emotivi positivi e crea senso di appartenenza.
- 7. Rispettare senza limitare. Suggestire senza imporre**  
1 paziente su 2 lamenta un atteggiamento iperprotettivo da parte dei propri cari, che comporta un picco emotivo negativo. È quindi importante aiutare sempre la persona a esprimere la propria libertà.
- 8. La riconquista della quotidianità**  
Aiutare il paziente a distrarsi dal pensiero fisso della malattia provoca in lui un picco emotivo positivo: ciò permette di andare oltre la malattia ed esprimere la propria libertà.
- 9. Ho stima di te**  
Piccoli gesti e frasi semplici di stima fanno registrare tassi positivi di coinvolgimento emotivo e possono così influire sul benessere mentale delle persone che li ricevono.
- 10. Non sono solo parole**  
Come rivolgersi a un paziente? Ci sono termini più o meno graditi in base al contesto: alle fragilità e alle preferenze personali. E così anche termini controversi come "guerriero" possono essere percepiti positivamente se usati in contesti di grande familiarità e con il chiaro intento di sostenere l'altro.

### 2.2.2 Goal 8 Lavoro dignitoso e crescita economica

- Retail Workforce Barometer

### 2.2.3 Goal 11 Città e comunità sostenibili

- Progetto Varese green, hub di ricerca e formazione per la mobilità sostenibile.

### 2.2.4 Goal 12 Consumo e produzione responsabili

- “Italia in Bici. Scenari, protagonisti e indotto” con l’azienda Repower

Il progetto ‘Italia in Bici. Scenari, protagonisti e indotto’, in collaborazione con Repower, azienda leader nel settore della fornitura energetica che da anni è attiva nella mobilità elettrica e sostenibile. La ricerca punta a meglio comprendere le caratteristiche della domanda e dell’offerta ciclistica e cicloturistica, evidenziando i molteplici benefici della cosiddetta “bike-economy” e la crescente diffusione delle bici elettriche. L’uso della bicicletta presenta infatti numerosi vantaggi: oltre al notevole giro d’affari (che nella sola Italia genera oltre 9 miliardi di euro), ha effetti positivi sulla salute, migliorando la qualità della vita e il rischio di incidenti, e sull’ambiente, riducendo notevolmente le emissioni e l’inquinamento, sia dell’aria che acustico. Infine, il passaggio alla mobilità dolce apporta benefici al territorio, favorendo la rigenerazione urbana, il dialogo tra culture e il rilancio delle economie locali.

### 2.2.5 Goal 16 Pace, giustizia e istituzioni solide

- Communication and Negotiation abilities of Youth on Climate



Il progetto **“Communication and Negotiation Abilities of the Youth on Climate”**, condotto dal centro di ricerca CIMASC dell’Università IULM per Earthna, un’iniziativa di Qatar Foundation, si concentra sul cruciale sostegno all’attivismo climatico giovanile. Lo scopo della ricerca, che combina metodi di analisi qualitativi e quantitativi, è identificare modalità per rispondere alle esigenze educative in termini di competenze di comunicazione e negoziazione dei giovani nelle questioni climatiche.

Un’opportunità unica per questa indagine si presenta con gli eventi Youth4Climate e le COP (Conference of Parties), in cui è possibile osservare negoziazioni climatiche interculturali e intergenerazionali attraverso una lente scientifica. L’attenzione è rivolta agli attivisti giovani e ai loro contributi al dibattito sul cambiamento climatico, con l’obiettivo di fornire contenuti preziosi per l’educazione climatica a livello globale. Il progetto nasce dalla crescente forza con cui, in tutto il mondo, i giovani stanno esprimendo il loro dissenso riguardo al mantenimento dello status quo delle politiche economiche, sociali e ambientali che contribuiscono al cambiamento climatico, unendosi a movimenti per la giustizia climatica (Escobar, 2015). Con il passare del tempo, la loro voce è diventata sempre più potente, anticipando un maggiore coinvolgimento dei giovani nei futuri processi decisionali in collaborazione con governi e istituzioni. Purtroppo, nei paesi occidentali, i giovani sono stati spesso considerati semplicemente adulti incompleti, trascurando le peculiarità dei loro approcci comunicativi, fondamentali per un coinvolgimento efficace nelle decisioni.