



MEDICOM
BRANDED CONTENT FARMACEUTICO



MEDI+COM
DISEASE



OPINIONE PUBBLICA



1. I MAGGIORI FRUITORI DI INFO ONLINE SONO UTENTI TRA I 35-54 ANNI

2. E' IN CRESCITA COSTANTE LA PERCENTUALE DEGLI UTENTI OVER 55

Fonte: ISTAT 2023

3. ENDOMETRIOSI, ALZHEIMER, LIPOMA, ACUFENE, SCOLIOSI TRA LE 15 PATOLOGIE PIÙ CERCATE NEL 2023

Fonte: Statistiche Google 2023

60% DI RICERCHE ONLINE SONO SU DISTURBI SPECIFICI ma anche prevenzione e benessere sono in crescita

Fonte: ISTAT 2023

NUOVI DATI PER

DOTT. GOOGLE

EDUTAINMENT

MEDICOM



15" DI EDUCAZIONE SCIENTIFICA **CLIP EDUCATIONAL**

Pochi secondi di immagini didascaliche rappresentano le principali caratteristiche della patologia e della sua corretta gestione



MEDICOM

IL FOCUS SUL TEMA

TUTORIAL HCP

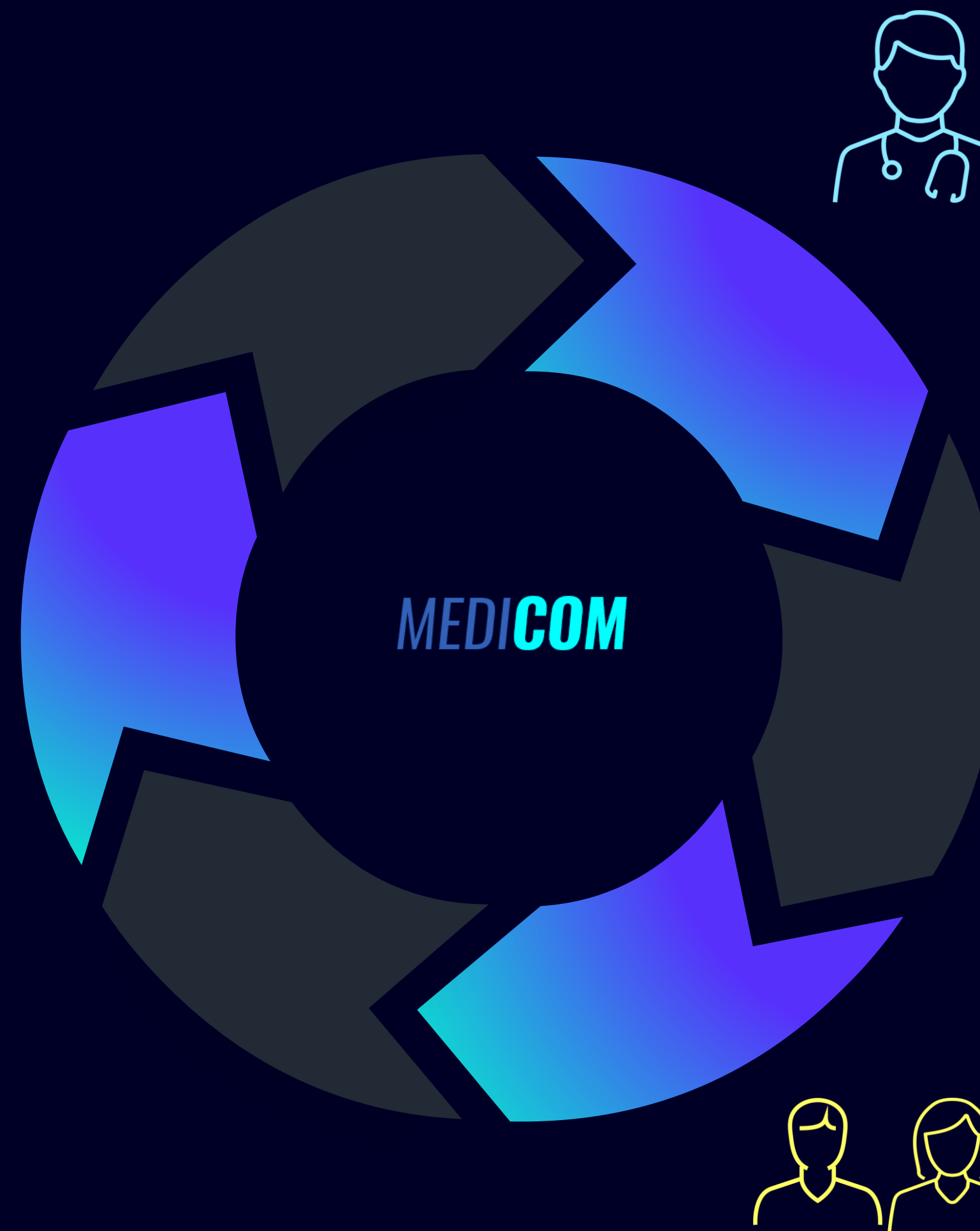
I **tutoriali di approfondimento scientifico**, ad opera dei clinici e collegati a ciascun episodio, offrono buone pratiche per la comprensione e la gestione della patologia.



TOUCHPOINTS

Il contenuto **MEDICOM** mette in relazione gli stakeholder sui diversi canali di riferimento.

Il messaggio della campagna omnichannel diventa condiviso a tutti i livelli dalle PR ai target interni.



CLINICI

Per un coinvolgimento emozionale dei KOL



SOCIETÀ SCIENTIFICHE & ASSOCIAZIONI PAZIENTI

Per offrire contenuti di divulgazione/sensibilizzazione



ISF/SALES/CENTRI/FARMACIE

Per offrire materiali agli uomini sul campo/centri di trattamento/farmacie

OPINIONE PUBBLICA

Per raggiungere il pubblico su scala più ampia



49%+ 

6mln+ 



**GUARDA
LA SERIE**



KIT SALE D'ATTESA CON QR CODE

La campagna continua nei centri di prevenzione attraverso l'uso del QR Code è possibile accedere ai contenuti disponibili online



KIT MATERIALI PER CLINICI/SALES FORCE CON QR CODE

La campagna MEDICOM è declinata su più materiali utili al medico nell'approccio con il paziente e alla sales force nel contatto con il clinico



MATERIALI PER FARMACIE

La campagna MEDICOM viene declinata su più materiali di comunicazione OFFLINE utili ad ingaggiare l'end user presso le farmacie.

EXPLORE

QR CODE è ponte tra l'ingaggio online/offline



 KIT POP



MEDICOM
BRANDED CONTENT FARMACEUTICO



SHOWCASE
CINEMA





COMING
SOON



CONTRO LA BPCO

DAMMI IL LA

Il Maestro Maurizio Adagio deve mettere su in piedi un coro in tempo record per salvare il Centro Berulli dalla chiusura. Le prove del coro saranno un'occasione per parlare di e prevenire la BPCO.

- Circuito Clinici/Centri di Trattamento
- Sito di Campagna/Social Network/Spotify
- Partnership **CORRIERE SALUTE**
- Partnership **PRIME VIDEO ITALIA**
- Partnership **RTL 102.5**

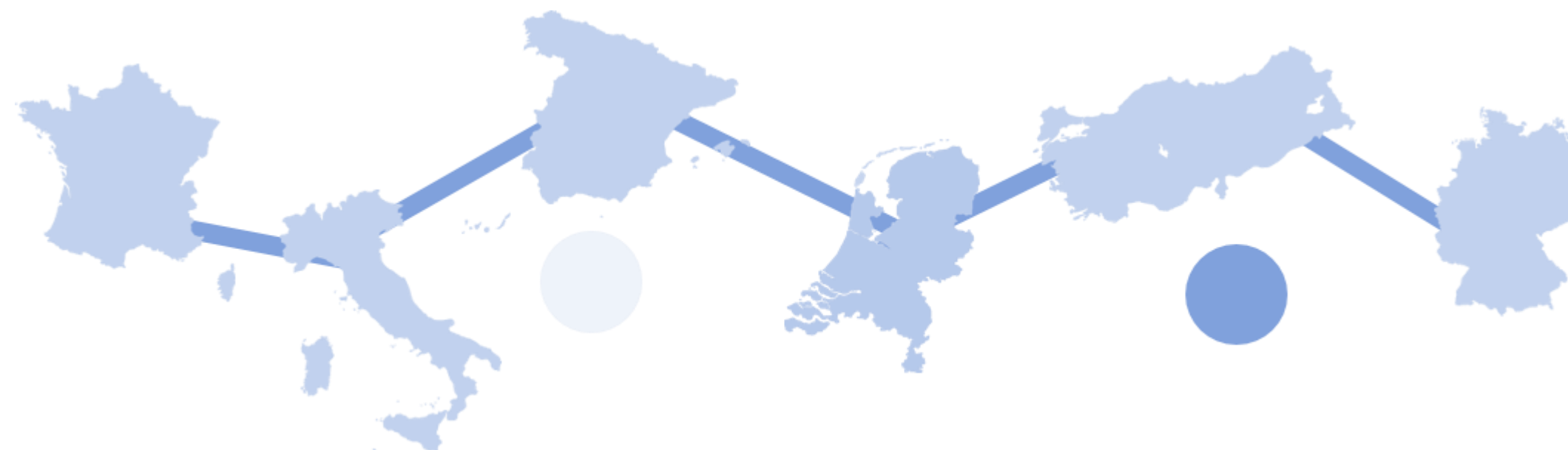


SALUTE & SOSTENIBILITA'

FUTURE SEEDS

Per combattere l'eco-ansia di sua nipote Anne, la giornalista Elsa intraprende un viaggio per l'Europa insieme alla teenager per farle scoprire "semi" di un impegno concreto in favore del benessere del pianeta e dell'umanità.

- Partnership **PRIME VIDEO EUROPE**
- Circuito **FESTIVAL CINEMATOGRAFICI** nazionali ed internazionali



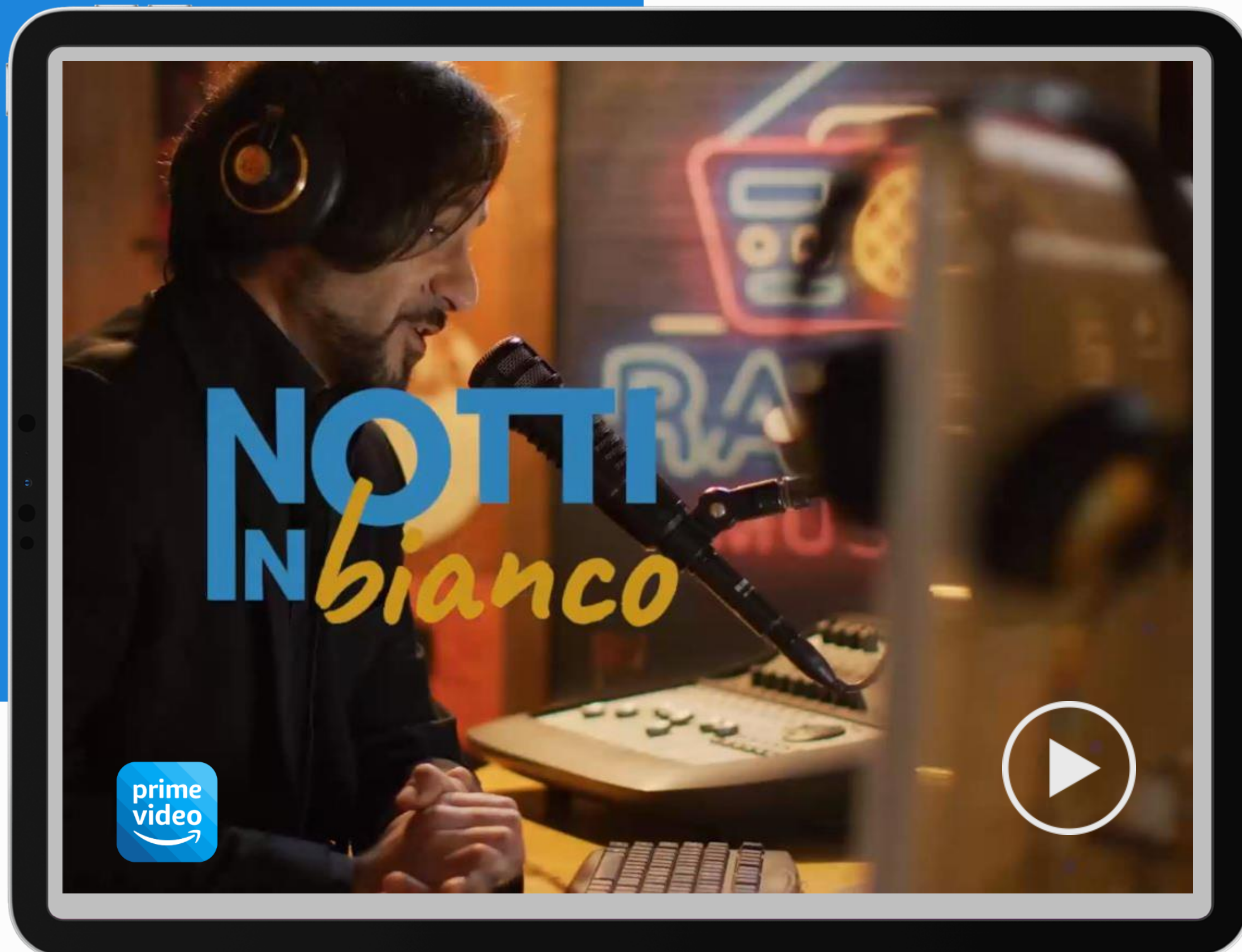


CICLO SONNO-VEGLIA

NOTTI IN BIANCO

Valentina, Giacomo, Piero e Iolanda oltre ad abitare nello stesso Parco Condominiale hanno in comune problemi a prendere sonno: le loro storie sono raccontate dal DJ di Radio Morfeo durante il suo programma notturno.

- Circuito Clinici/Centri di Trattamento
- Sito di Campagna/Social Network
- Partnership **CORRIERE SALUTE**
- Partnership **PRIME VIDEO ITALIA**
- Sale cinematografiche **UCI/THESPACE**



TRAILER CINEMA

SUL BENESSERE VISIVO



LA BUONA VISIONE

IN QUATTRO FILM...

Per la nuova campagna eyecare quattro prodotti come lenti a contatto, lenti sole-vista, lenti progressive e lenti anti luci blu diventano i protagonisti di quattro emozionanti trailer cinematografici

- Circuito Retail
- Sito di Campagna/Social Network/
- Partnership **CORRIERE SALUTE**





MEDICOM
BRANDED CONTENT FARMACEUTICO



SHOWCASE
WEB SERIE

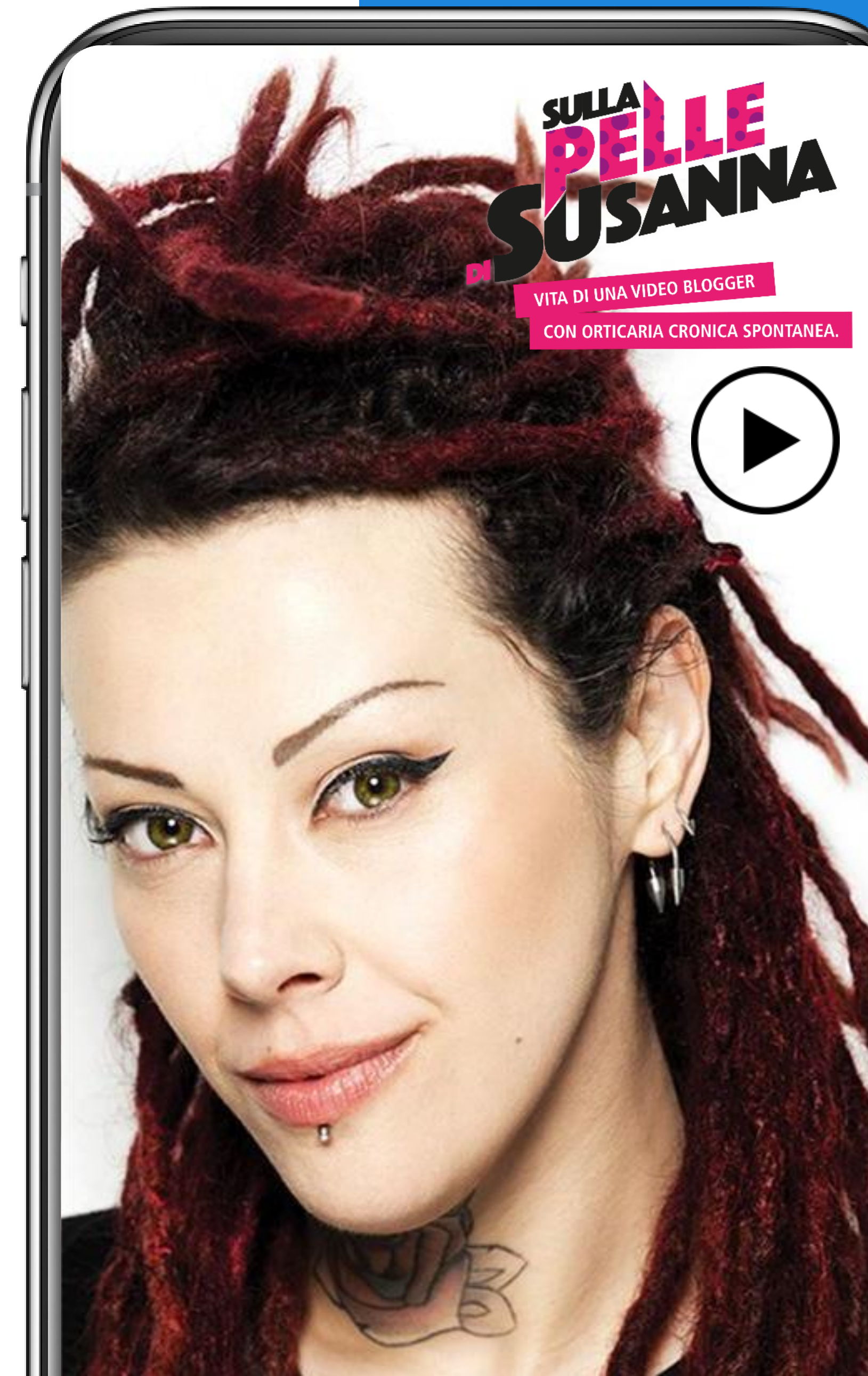


IL RACCONTO IN VLOG

SULLA PELLE DI SUSANNA

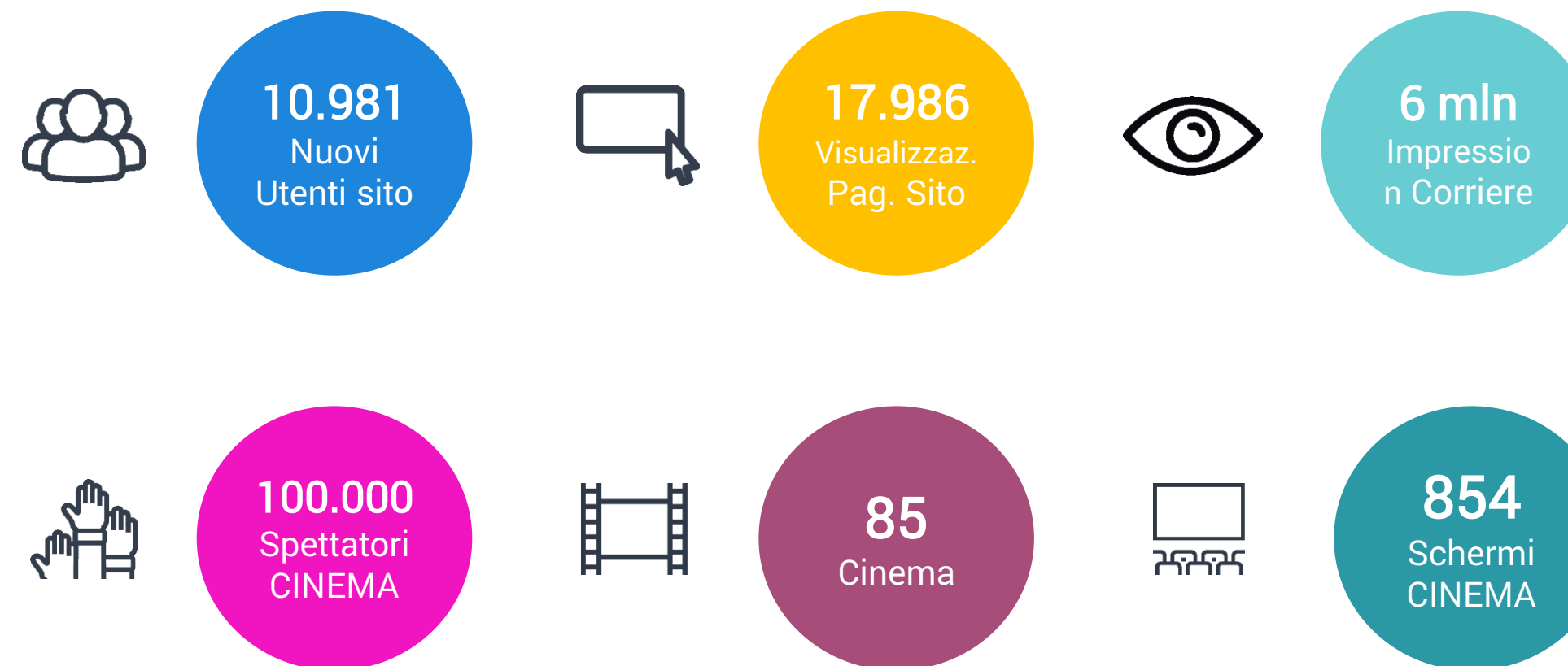
Diario di una youtuber che condivide con i suoi follower la sua vita con l'orticaria cronica spontanea.

- Circuito Clinici (dermatologi)/Centri di Trattamento
- Sito di Campagna/Social Network
- Partnership **CORRIERE SALUTE**
- Sale cinematografiche **UCI/THESPACE**



SULLA PELLE DI SUSANNA

I NUMERI DEL PROGETTO



1°

CLASSIFICATO

XXIII EDIZIONE PREMIO MEDIASTARS

Categoria Etico Social - Sezione Corporate Identity



WEB SERIE

DISEASE



SERVIER

AL CUORE DELL'ADERENZA

IMPAZIENTI CRONICI

Sei storie di pazienti molto poco pazienti nell'aderire alle cure per la prevenzione delle malattie cardiovascolari

- Corso ECM sul rischio CV
- Circuito Clinici/Centri di Trattamento
- Sito di Campagna/Social Network
- Partnership **CORRIERE SALUTE**
- Sale cinematografiche **UCI/THESPACE**
- Partnership **RADIO RAI 1**





● IMPAZIENTI CRONICI

I NUMERI DEL PROGETTO



37.000
Nuovi
Utenti sito



350.000
Impressions
FACEBOOK



+6 mln
Impressio
n Corriere



150.000
Spettatori
CINEMA



18.000
Survey
Compile



190
Articoli
Pubblicati

FINALISTA

DIGITAL AWARDS 2020 di ABOUTPHARMA

COLLATERAL DI CAMPAGNA



INGAGGIO SERVIER PEOPLE

CANDID CAMERA

Per il lancio della web serie una candid camera coinvolge i dipendenti dell'azienda per sensibilizzare al tema con il sorriso.



WEB PERSONALIZATION

CLIP AVATAR

I personaggi della web serie supportano sul **sitoweb** la navigazione dell'utente per un ingaggio differente ALCUOREDELLADERENZA.IT



INIZIATIVE SPECIALI

BATTÀGE RADIO

I personaggi della serie offrono ulteriori contenuti di prevenzione in occasione delle **Giornate Nazionali di Sensibilizzazione**

Rai Radio





QUESTIONE DI PREVENZIONE

VICINI DI COLESTEROLO

Gli inquilini di un condominio speciale sottovalutano i rischi di elevati livelli di colesterolo. La portiera e il cardiologo li metteranno in guardia...

- Circuito Clinici/Centri di Trattamento
- Sito di Campagna/Social Network
- Partnership **CORRIERE SALUTE/REPUBBLICA**
- Sale cinematografiche **UCI/THESPACE**
- Partnership **PRIME VIDEO ITALIA**
- Partnership **RADIO RAI 1- 2**



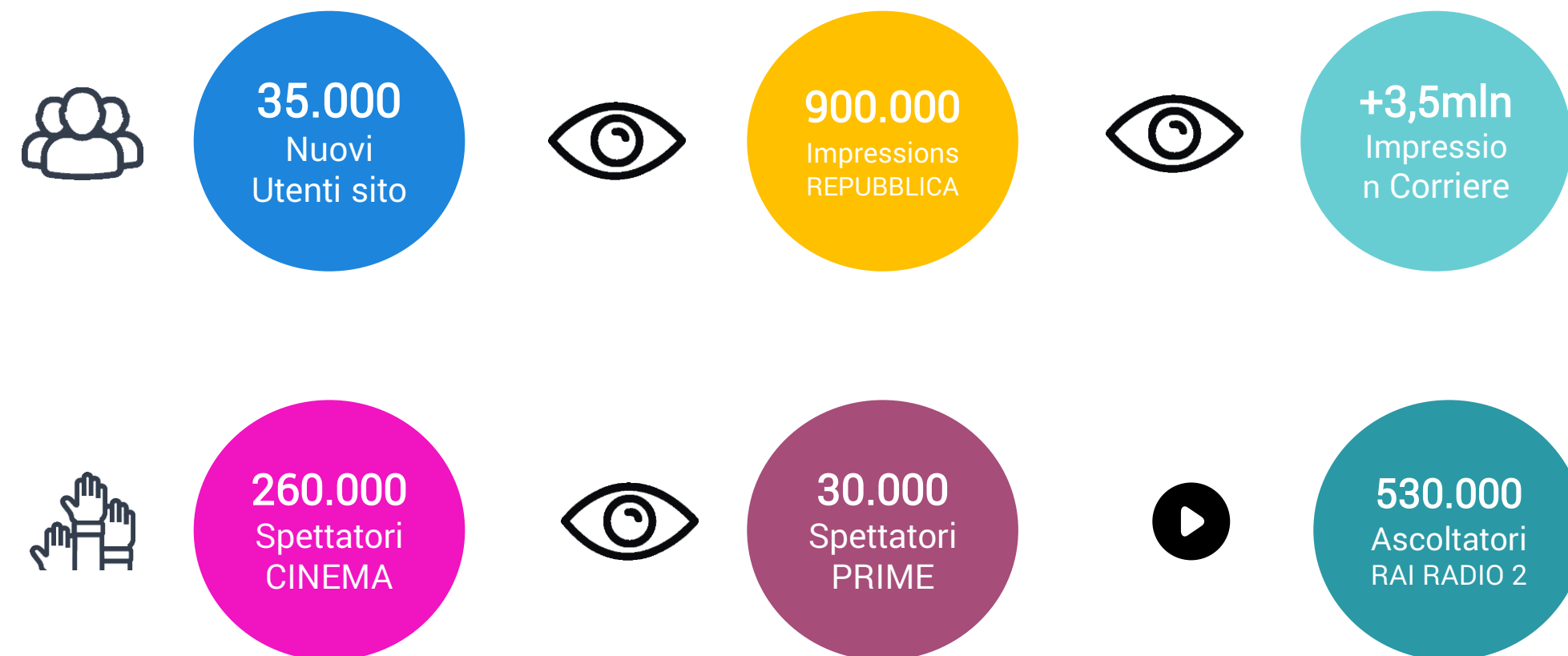


VICINI di COLESTEROLO



● VICINI DI COLESTEROLO

I NUMERI DEL PROGETTO



PRIMA SERIE PHARMA SU PRIME

La prima web serie a tema salute ad approdare
sulla piattaforma di streaming PRIME VIDEO ITALIA





DAGLI INFLUENCER CASA SURACE

NONNA ROSETTA

La Nonna più famosa d'Italia è stata una testimonial in favore di trapiantati ed immunodepressi nell'uso del sottocutaneo per evitare la congestione degli Ospedali durante il COVID.

- Social Network

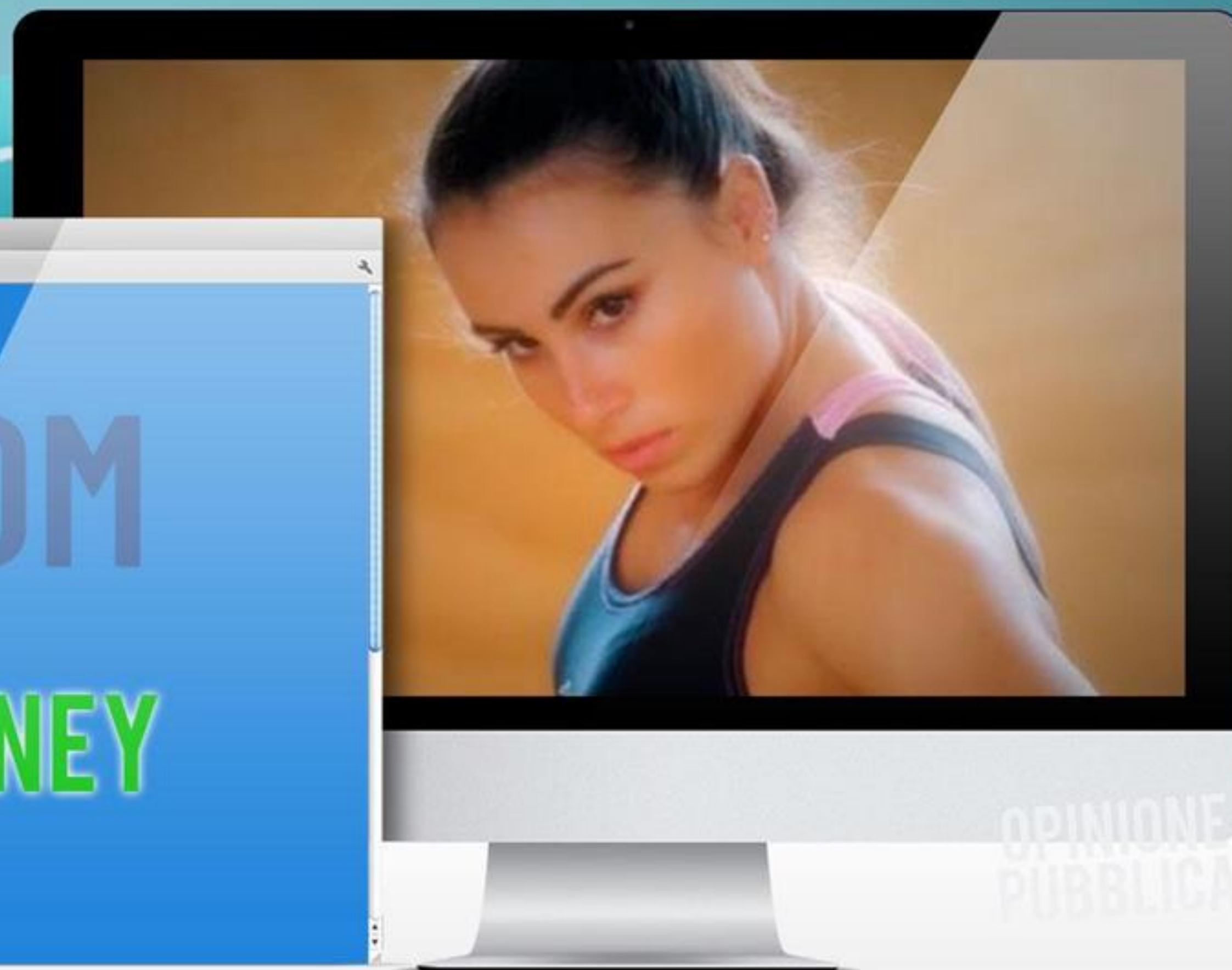




MEDICOM
BRANDED CONTENT FARMACEUTICO



MEDI+COM
PATIENT JOURNEY



www.formatmedicom.it

73%

DEGLI ITALIANI UTILIZZA
INTERNET PER **CERCARE
INFORMAZIONI**

36%

UTILIZZA INTERNET PER
**CERCARE INFO SU TEMI O
PRODOTTI** CHE RIGUARDANO LA
SALUTE

94%

DEGLI ITALIANI **USANO I
SOCIAL NETWORK** (QUASI
43mln)

47%

**USA I SOCIAL PER
INFORMARSI E LEGGERE
NUOVE STORIE**
ALTRETTANTI PER
OCCUPARE IL TEMPO
LIBERO

Fonte: [REPORT DIGITAL 2024 ITALIA - WE ARE SOCIAL](#)

25
mln

I MALATI
CRONICI
STIMATI IN
ITALIA NEL
2028, I
MULTI-
CRONICI
SARANNO 14
MILIONI

Fonte: [OSSERVATORIOSALUTE](#)
2018

**LA DIFFERENZA LA FA IL
CONTENUTO**

MEDICOM

BRANDED CONTENT FARMACEUTICO

PAZIENTI & DIGITALE



STORIE ED ESPERIENZE DA CONDIVIDERE

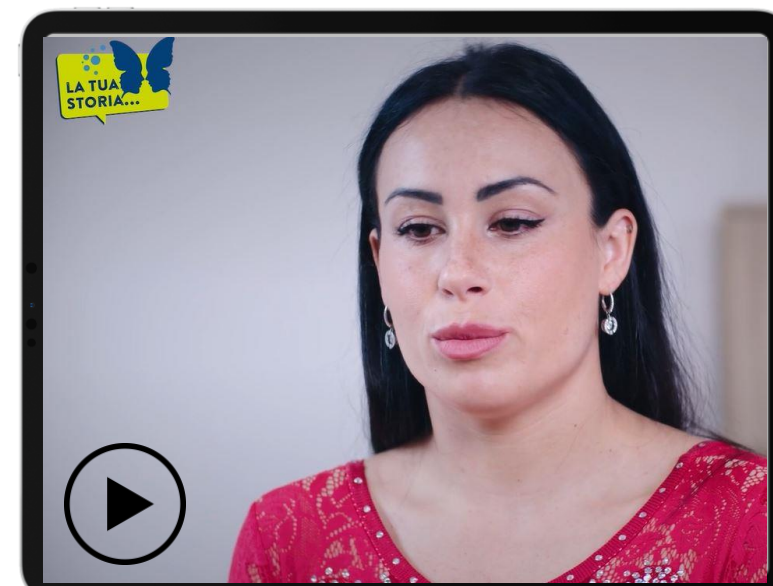
IO E LA TIROIDE & LA TUA STORIA

Due progetti per raccontare storie di ipotiroidismo e promuovere la condivisione di esperienze nel quotidiano tra diagnosi e cure.

- Circuito Clinici/Centri di Trattamento
- Sito di Campagna/Social Network/Circuito Cinema
- Partnership **CORRIERE SALUTE**
- Partnership **SPOTIFY**

TESTIMONIAL

VANESSA FERRARI,
Campionessa affetta da
tiroidite di Hashimoto





● E TI DIRO'

I NUMERI DEL PROGETTO



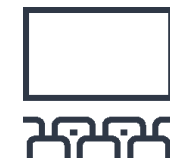
37.000
Nuovi
Utenti sito



+4 mln
Impressions
CORRIERE



+6 mln
Impressio
n
FACEBOOK



150.000
Spettatori
CINEMA



18.000
Spettatori
PRIME

ONLINE SU PRIME

Disponibile per 12 mesi sulla piattaforma di streaming PRIME VIDEO ITALIA



RACCONTARE IL CAMBIO TERAPIA



LA TERAPIA CHE CAMBIA LA VITA

ALL'ULTIMO MINUTO

Nel diabete a terapia insulinica il cambio terapia può rappresentare una svolta nella vita dei protagonisti.

- Circuito Clinici/Centri di Trattamento
- Sito di Campagna/Social Network
- Partnership **CORRIERE SALUTE**



RACCONTARE

IL VIAGGIO TERAPEUTICO



SULLA PELLE DI SUSANNA...

...E DEI SUOI FOLLOWER

Alcuni pazienti affetti da orticaria cronica spontanea hanno deciso di partecipare alla sfida lanciata da Susanna, e raccontare la loro personale esperienza quotidiana con la malattia

- Circuito Clinici/Centri di Trattamento
- Sito di Campagna/Social Network
- Partnership **CORRIERE SALUTE**

AL PROGRAMMA EDUCAZIONALE, SI AGGIUNGONO
LE STORIE DEI FOLLOWER DI SUSANNA.
PERCHÉ SAPERE DI NON ESSERE SOLI È GIÀ UN OTTIMO RIMEDIO.



VIVERE
MEGLIO



AL CUORE DELLE BUONE ABITUDINI

TUTTI A TAVOLA

Fare prevenzione dell'ipercolesterolemia attraverso le buone abitudini alimentari con un format in stile tv e i consigli di un'amabile Food Coach.

- Circuito Clinici/Centri di Trattamento
- Sito di Campagna/Social Network
- Partnership **CORRIERE SALUTE**
- Sale cinematografiche **UCI/THESPACE**





TUTTI A TAVOLA

I NUMERI DEL PROGETTO



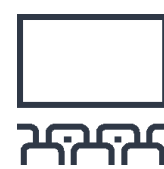
51.000
Nuovi
Utenti sito



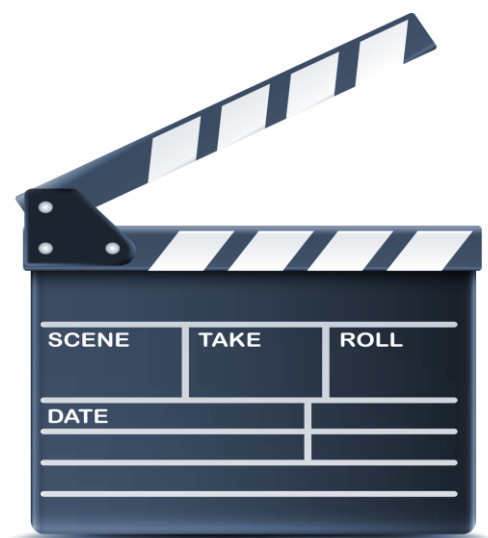
+4 mln
Impressions
CORRIERE



+3 mln
Impressio
n
FACEBOOK



100.000
Spettatori
CINEMA



L'INFORMAZIONE CHE FA SPETTACOLO DI DARIO NUZZO

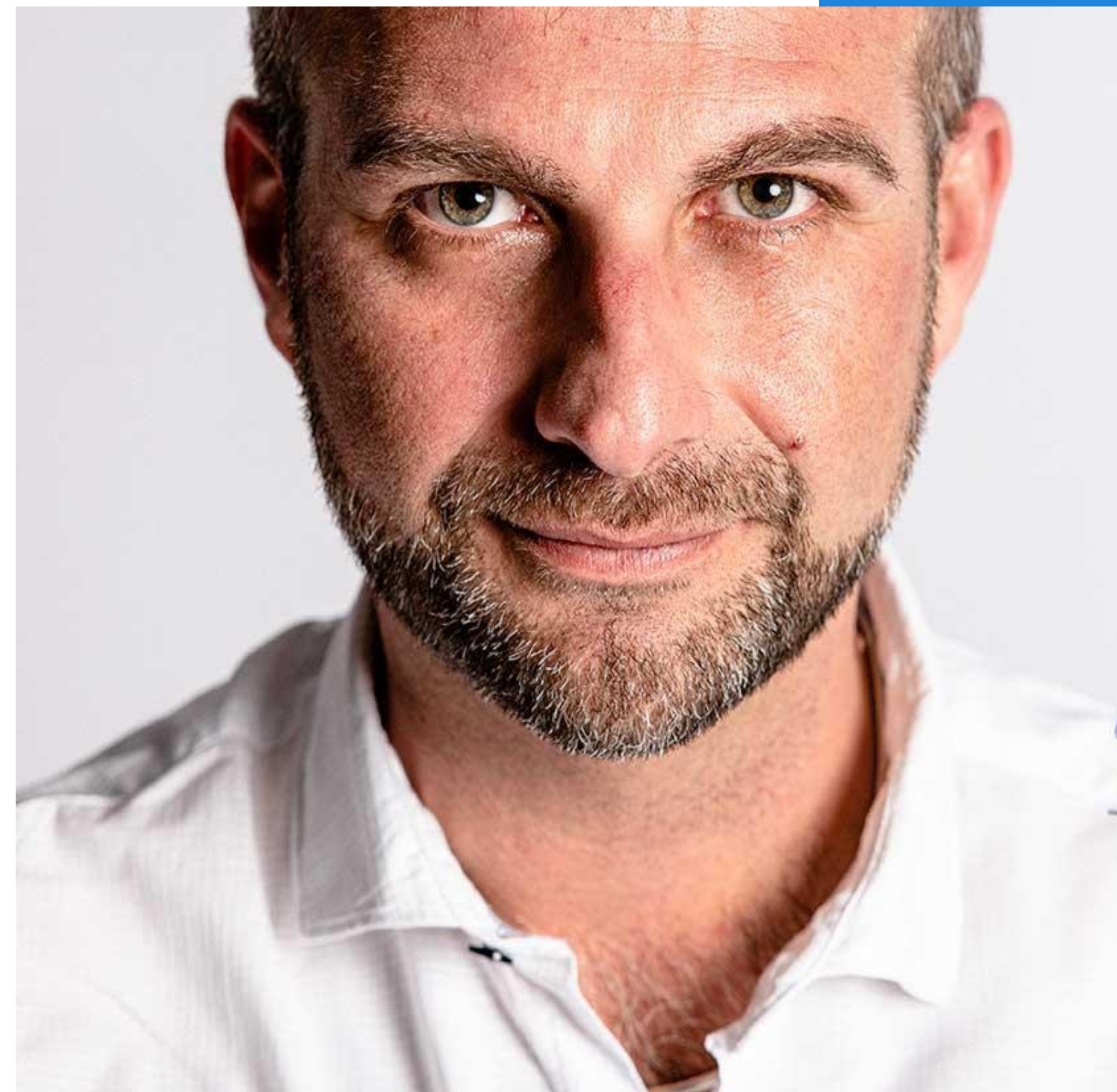


Autore tv, giornalista,
branded content specialist

“Dai giochi di prestigio che facevo fin da ragazzo ho imparato cos'è la MERAVIGLIA: uno stupore che ho riportato in un prodotto tv per bambini, MUKKO PALLINO, legato indissolubilmente al GIFFONI FILM FESTIVAL.

Ciò che cattura l'attenzione di grandi e piccoli mi ha accompagnato anche MEDIASET nelle avventure TV di 'Mistero', 'Wild' e 'Dalla Parte degli Animali' e nei branded content per il settore farmaceutico, assicurativo e automotive.

Da edutainment ed infotainment ho capito che intrattenimento ed empatia sono indispensabili per attirare l'attenzione, specialmente nel mondo della salute”.



Dario Nuzzo





ABOUT US

FEED **Chiesi**

“Ho trovato il prodotto efficace, apprezzato qualità della troupe e del montaggio oltre che la guida nelle scelte di storytelling in fase progettuale”.

FEED **ALFASIGMA**

“Ho apprezzato la creatività del format con contenuti innovativi ed emozionali e la professionalità e competenza dello staff”.

FEED **Chiesi**

“Sono molto soddisfatta dell'utilizzo del format per tradurre dati nella vita reale del paziente per l'originalità e la garanzia di maggiore engagement del target”

FEED **BAUSCH+LOMB**

“Mi ritengo molto soddisfatta. Il format proposto è stato innovativo e mi ha dato la possibilità di comunicare con i miei stakeholders in maniera differente e competitiva”.





patrocinato da:
SCUOLA MEDICA
SALERNITANA

MEDICOM
BRANDED CONTENT FARMACEUTICO

GRAZIE⁺
DELL'ATTENZIONE

FOLLOW US!

DARIONUZZO.COM

FORMATMEDICOM.IT



DARIO NUZZO



MEDICOM