



**MEDICOM**  
BRANDED CONTENT FARMACEUTICO



**MEDI+COM**

**KOL ENGAGEMENT**

...niche Farmaceutiche, Università degli Studi di Parma

OPINIONE PUBBLICA



**MEDICOM**  
BRANDED CONTENT FARMACEUTICO

SHOWCASE

# VIDEO MEDICALI



**66%**

DEI MEDICI PREFERISCE  
ANCORA UN RAPPORTO  
FACE 2 FACE

**100**

LE MAIL CHE UN MEDICO RICEVE  
IN MEDIA OGNI GIORNO

- 30% su topic di informazione medico-scientifica
- 15% da agenzie di comunicazione
- 4% da società scientifiche
- 3% da case farmaceutiche e istituzioni

**50%**

INFO RICEVUTE DAI  
MEDICI VIA DEM  
RILEVANTI PER LA  
PRATICA CLINICA

Fonte: SONDAGGIO BHAVE 2023 condotto trasversalmente su 36.000 medici

**PRATICA CLINICA & DIGITAL**

**LA DIFFERENZA LA FA  
L'EMPATIA DEL  
CONTENUTO**

**MEDICOM**  
BRANDED CONTENT FARMACEUTICO



# 72%

DEGLI INFORMATORI HA  
A DISPOSIZIONE UN CRM  
AZIENDALE

# 53%

PREFERISCE ANCORA UNA  
RELAZIONE FACE 2 FACE MA LA  
COMUNICAZIONE CON MEDICI E  
FARMACISTI STA PASSANDO DA  
UNA DIMENSIONE MULTICHANNEL  
AD UNA OMNICHANNEL  
(STRUMENTI ONLINE E OFFLINE  
INTEGRATI TRA LORO)

# 58%

NON HA SEGUITO CORSI  
FORMATIVI NEL 2023

Fonte: OSSERVATORIO Informatori.it 2023

## INFORMAZIONE SCIENTIFICA



## IL CONTENUTO AUDIOVISIVO CHE FORMA ED INFORMA

# KOL ENGAGEMENT STRATEGIES



TRAINING EXPERIENCE

## WEBINAR & FAD

Webinar on topic per divulgazione e video medicali con i clinici per scopi di formazione asincona

TOPIC UPDATING

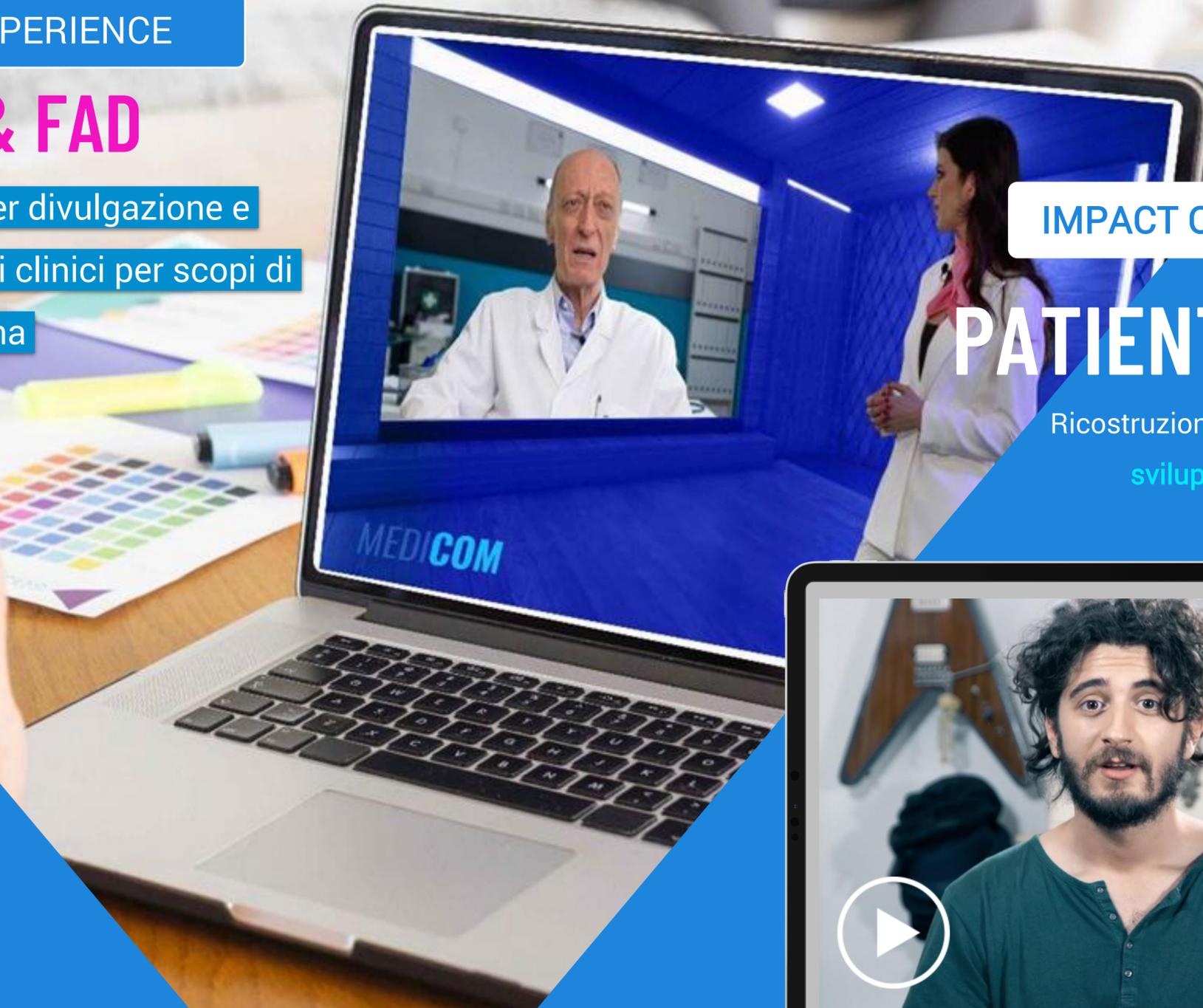
## CAMPAGNE DEM

Coinvolgimento dei KOL in campagne DEM intese anche come strategia di avvicinamento ad un evento fisico o digitale

IMPACT ON EVERYDAY LIFE

## PATIENT JOURNEY

Ricostruzione in fiction di **Storie Pazienti** sviluppate insieme ai KOL per fare informazione





IN VIAGGIO VERSO IL

## FUTURO DEL DIABETE

Il trattamento del DIABETE a terapia insulinica basale è in costante evoluzione. I video di approfondimento con medici specialisti anticipano il tema della sicurezza di una terapia basale più flessibile come strategia di avvicinamento ad un webinar dedicato.

- Circuito Medici Specialisti (Diabetologi)





DIVULGAZIONE AD ALTA QUOTA

## STEP BY STHEP

Il trattamento della psoriasi viene affrontato da un livello più alto con un focus sulla qualità di vita del paziente.

- Circuito Medici Specialisti (Dermatologi)



# CAMPAGNE DI PREVENZIONE



UNA PANORAMICA SULLA VACCINAZIONE

## PANORAMA PREVENZIONE

Ci sono virus infettivi pericolosi per la salute di uomini, donne e bambini che possono però essere evitati grazie ai vaccini. In **Panorama Prevenzione** un excursus sulle patologie che causano ed i vantaggi della prevenzione.

- Circuito Medici Specialisti (Ginecologi e Urologi, Pediatri)
- MMG
- Centri di Trattamento





I NUMERI DELLA DIVULGAZIONE

## PAROLA DI PROVIDER

L'audiovisivo MEDICOM è la migliore strategia per incrementare ingaggio ed interazione nelle comunicazioni focus degli ISF o nelle strategie di CRM per medici e specialisti

+49%  
CTR

 IQVIA™

SU CAMPAGNE

ALFASIGMA   novo nordisk®

BAUSCH + LOMB +

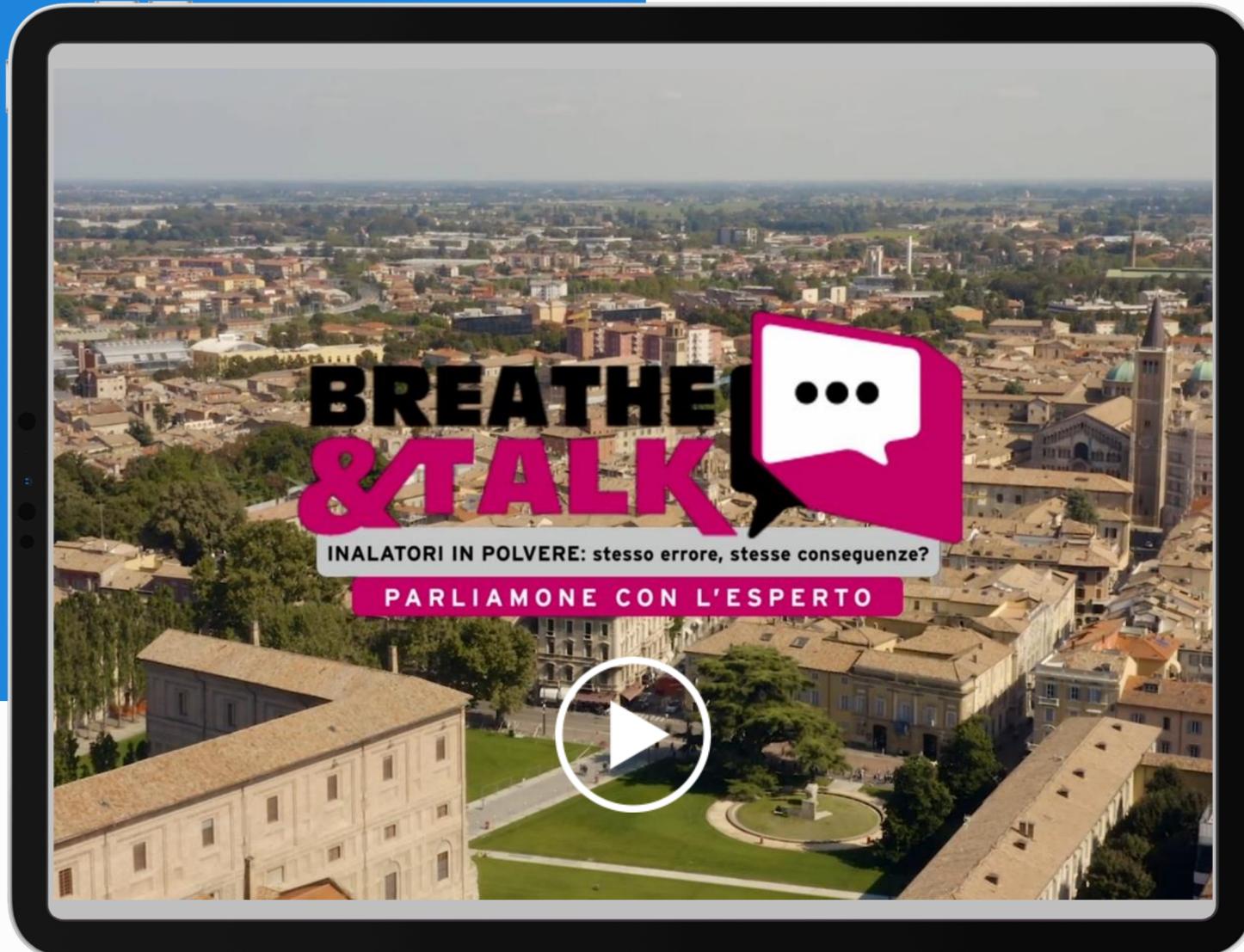
UNA MAPPA PER SPIEGARE LA COMBINAZIONE UNICA DI

## ARTELAC ULTRA 4S

Nel trattamento del disturbo da occhio secco (DED) una mappa concettuale aiuta a comprendere i benefici terapeutici dei 4 componenti del collirio.

- Circuito medici specialisti (oftalmologi)
- Farmacisti
- Sales Force





PARLIAMO DI ASMA

## BREATHE & TALK

Un confronto tra gli inalatori a polvere secca per il trattamento dell'asma ad opera dell'esperto per favorire la corretta gestione della terapia

- Circuito medici specialisti (oftalmologi)
- Farmacisti
- Sales Force

# DIVULGAZIONE DA STUDIO VIRTUALE



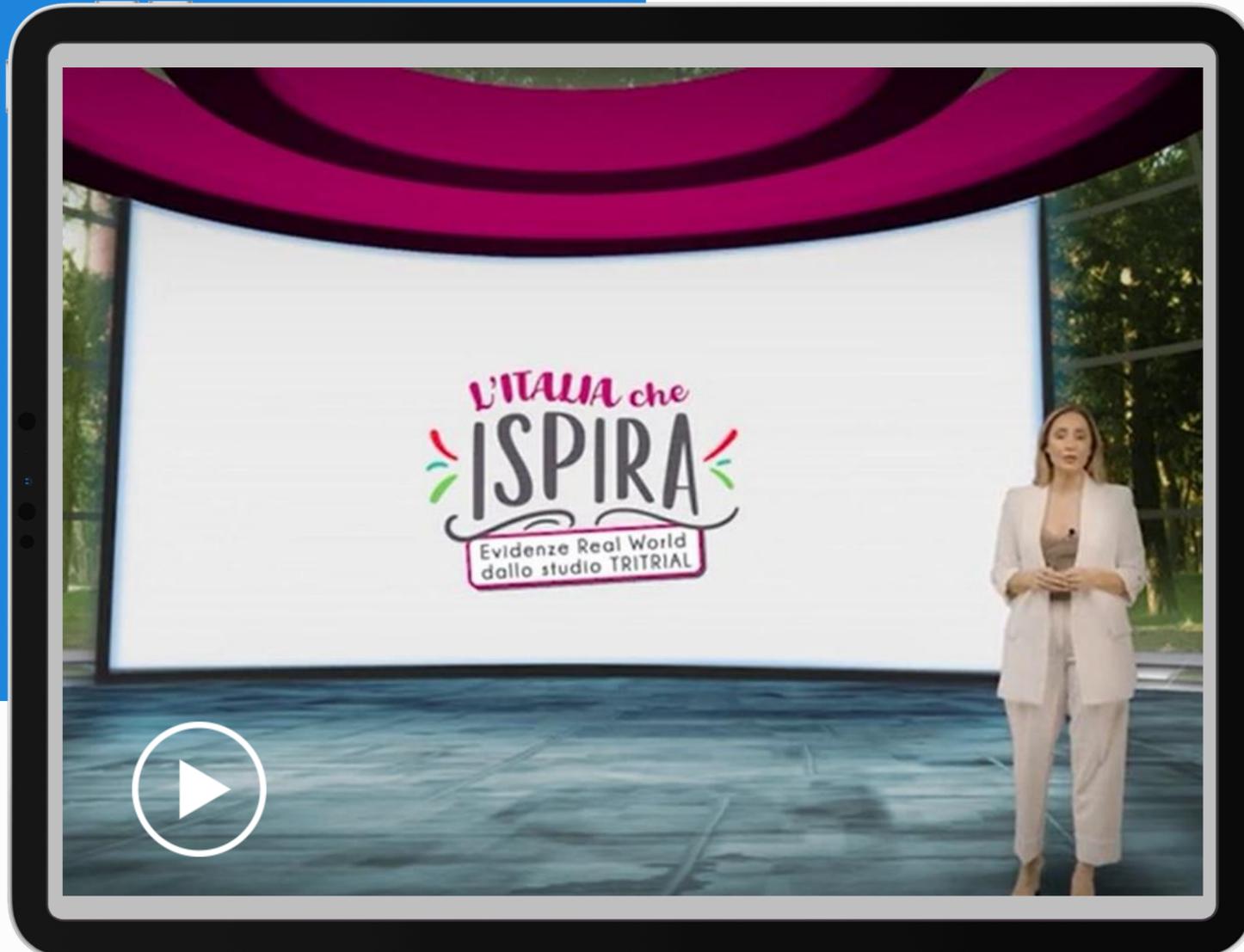
ULTIME NOTIZIE SUL TnBC

## BREASTING NEWS

Per veicolare con urgenza importanti aggiornamenti sulla diagnosi del Tumore triplo negativo metastatico, un format in stile TG è il mezzo ideale per supportare nuovi dati scientifici.

- Circuito Medici Specialisti (Oncologi)





PARLIAMO DI ASMA

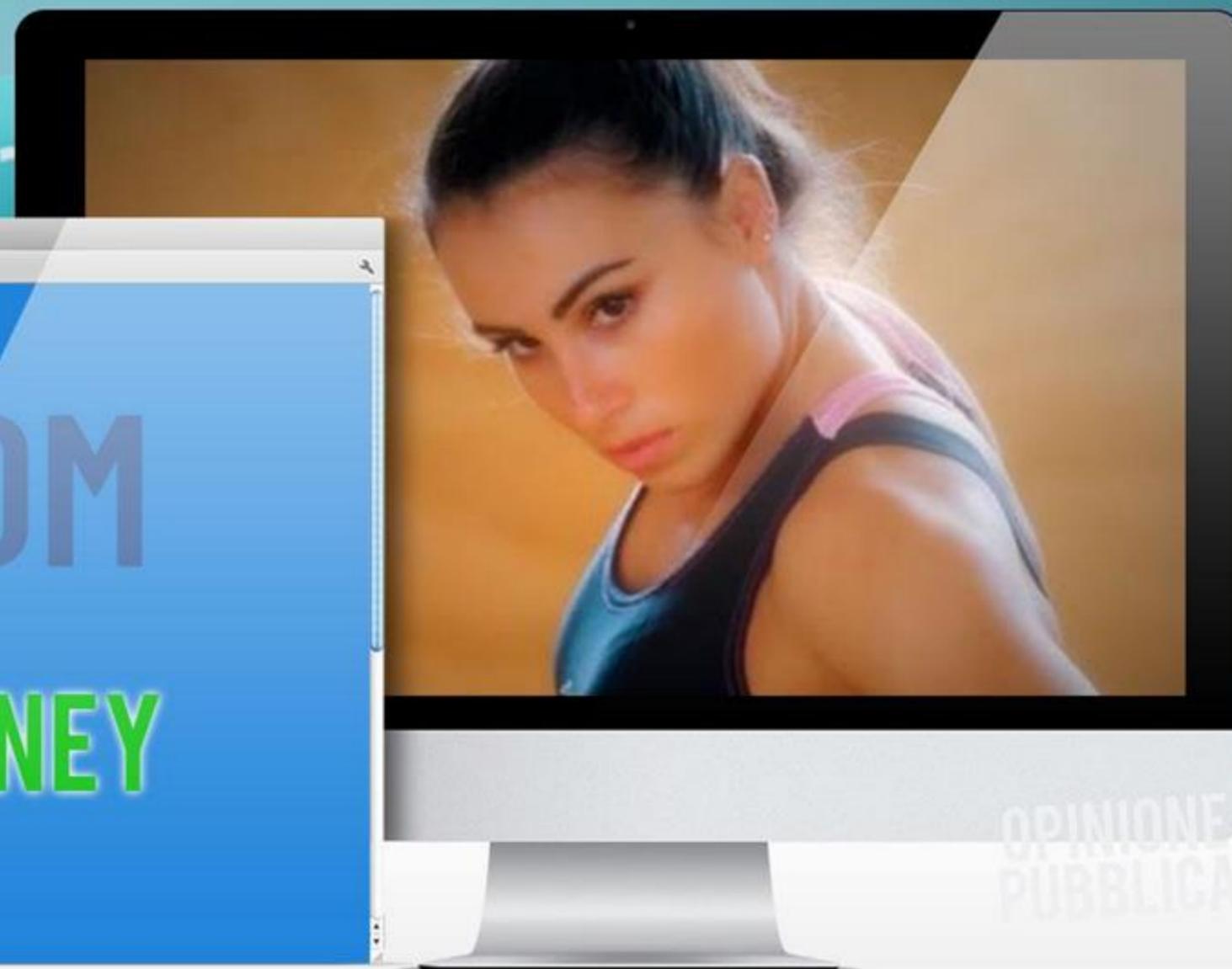
## ITALIA CHE ISPIRA

Un importante aggiornamento sul respiro degli Italiani (e sulla terapia da BPCO) utile a formare gli spettatori grazie ai risultati emersi dallo **studio TRITRIAL**, il primo Studio condotto in Italia su pazienti in Real Life.

- Circuito medici specialisti (pneumologi)
- Farmacisti
- Sales Force



**MEDICOM**  
BRANDED CONTENT FARMACEUTICO



[www.formatmedicom.it](http://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

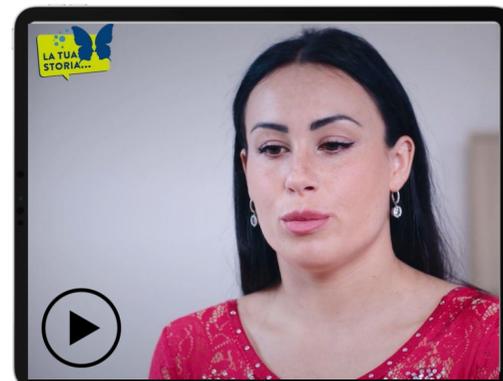
## IO E LA TIROIDE & LA TUA STORIA

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<sup>+</sup>**  
DELL'ATTENZIONE

**FOLLOW US!**

DARIONUZZO.COM

FORMATMEDICOM.IT



DARIO NUZZO



MEDICOM