# ABOUTPHARMA

Giugno 2022 | Numero 199 | Euro 12,00 | **www.aboutpharma.com** | ISSN 2282-6491

AboutPharma Digital Awards

# La carica dei seicento aspettando il decennale

**Ddl concorrenza e plasma**
Alla ricerca dell'autosufficienza
**Pag. 24**

**Sotto la lente**
Le tante velocità dell'Europa digitale
**Pag. 60**

**Ricerca sul cancro**
Un vaccino italiano a caccia di sponsor
**Pag. 70**

# ABOUTPHARMA DIGITAL AWARDS
## LA CARICA DEI SEICENTO

In attesa del decennale (2023) si conclude un'altra edizione da record. Salgono candidature, categorie rappresentate e il numero dei giudici. Boom anche delle persone in sala nella serata di premiazione a inizio maggio

**Stefano Di Marzio**
AboutPharma
sdimarzio@aboutpharma.com

**Annalisa Lospinuso**
AboutPharma
alospinuso@aboutpharma.com

Nove anni e sembra ieri. Tanti ne sono passati dalla prima edizione degli AboutPharma Digital Awards. A inizio maggio ancora una volta si è ritrovata a Milano la piccola-grande comunità di imprese, istituzioni, agenzie di comunicazione e persone accomunate da un obiettivo che strada facendo si è fatto sempre più chiaro: utilizzare la tecnologia digitale per migliorare processi, prodotti e servizi destinati – direttamente o no – a migliorare salute e benessere. In questi ultimi nove anni il mondo è cambiato anche grazie agli algoritmi. Velocità e semplificazione sono tali – solo per fare un esempio che stanno permettendo a chiunque ne abbia bisogno di restare a casa e ricevere ugualmente diagnosi, terapie e controlli. Si dice sia questa la grande eredità della pandemia ma di certo non è stata che l'accelerazione di qualcosa che veniva da più lontano. E che ancora più lontano andrà se solo si pensa solo ai grandi traguardi della medicina di precisione e delle terapie personalizzate che appaiono lì a portata di mano: non fosse per algoritmi e supercalcoli, una cosa qualunque come il sequenziamento del genoma umano, da cui tutto è cominciato, sarebbe ancora oggi l'oggetto della speculazione di menti geniali e poco più.

### SI TORNA IN PRESENZA

Il fermento della piccola-grande comunità che ogni anno raccoglie la sfida degli AboutPharma Digital Awards, in attesa della decima edizione, anche stavolta si è concretizzato in numeri ragguardevoli, con la grande soddisfazione – dopo due anni trascorsi tra lockdown e doverose prudenze – di ritrovarsi in poco meno di cinquecento persone per la serata di gala. Più del solito vivace e scoppiettante, forse anche per effetto dei mesi di segregazione e videocall.
Si diceva dei numeri. "L'entusiasmo per questa nona edizione – da detto Stefania Ambra, Ceo di Hps-AboutPharma – ha portato a un vero boom di candidature presentate: 627 per 14 categorie oltre ai Company Awards. Accanto ai premi tradizionali abbiamo introdotto una nuova categoria per premiare i progetti di Corporate Social Responsibility (Csr). Un tema caro a tutti noi perché mette al centro il benessere delle persone e la sostenibilità del pianeta".
Quest'anno è cresciuto anche il numero dei membri della giuria, che è passato da 36 a 46, per consentire una valutazione sempre più puntuale e approfondita dei progetti presentati e soprattutto per agevolare la grandissima mole di lavoro da parte degli esperti (rigorosamente terzi rispetto all'organizzazione del premio), molti dei quali accompagnano gli Awards dai suoi albori.

### RINGRAZIAMENTI

Come ricordato da Giulio Zuanetti, chairman di HPS, l'apprezzamento e i ringraziamenti per la loro opera – nei mesi che precedono (e seguono) l'assegnazione – non sarà mai abbastanza.
Ringraziamenti che vanno ovviamente estesi a società sponsor, agli enti patrocinatori e a McKinsey & Company che anche quest'anno non ha fatto mancare la sua knowledge partnership.

### ALTRI NUMERI

Nelle nove edizioni di AboutPharma Digital Awards sono state ricevute 2640 candidature per 116 vincitori in totale. Dalla prima volta a


© 2022 Health Publishing & Services S.r.l. – Tutti i diritti riservati

**Stefania Ambra**

oggi sono 362 gli enti del mondo healthcare in competizione: aziende farmaceutiche, società di medical devices, agenzie digital, aziende ospedaliere, aziende sanitarie locali, università, istituti di ricerca, fondazioni, start up, società scientifiche, associazioni di pazienti, associazioni di categoria, istituti di cura privati.

**IL TEMA DI QUEST'ANNO**

La Human innovation è stato il tema di quest'anno. Dedicare la nona edizione alla centralità delle persone e del loro valore non era scontato, soprattutto se parlando di tecnologie, per quanto mirate alla salute (non solo delle persone ma degli animali e dell'intero pianeta, secondo il mantra One Health) il rischio di affezionarsi troppo a microchip e connessioni è sempre dietro l'angolo.

**I VINCITORI**

AboutPharma ha dato ampio risalto in tempo reale – e ancora ne darà – alle performance dei partecipanti sui propri canali digitali e social. Come di consueto lo fa anche nelle pagine del

## I criteri per la premiazione

I giudici hanno valutato secondo tre criteri: idea, action, results.

Quanto alla prima si considera l'originalità e la innovatività dell'approccio. Nella presentazione da parte dei candidati è infatti fondamentale indicare se il progetto è un'idea originale del team italiano o è uno sviluppo/adattamento di un progetto nato a livello internazionale.

Per l'Action si valuta la bontà di esecuzione del progetto con particolare riferimento alla capacità di coinvolgere tutti gli stakeholder e al rispetto della tempistica predefinita. Per Results ci si riferisce ovviamente al raggiungimento degli obiettivi del progetto.

L'individuazione delle evidenze dei tre criteri di valutazione (idea, action, results) è lasciata alla libera scelta di chi presenta il progetto.

 | © 2022 Health Publishing & Services S.r.l. – Tutti i diritti riservati

**Giulio Zuanetti**

**Matteo Zanin**, Senior Partner McKinsey

magazine e dunque rende merito a Novartis e Angelini Pharma che vincono i Company Awards. La prima si aggiudica il gold Award quale Best Digital Company, seguita da MSD Italia (silver) e della stessa Angelini (bronze). A quest'ultima va invece la palma come Best Social Company, accompagnata sul podio ancora da MSD Italia e Pfizer.

## LA "SORPRESA" MARCHE

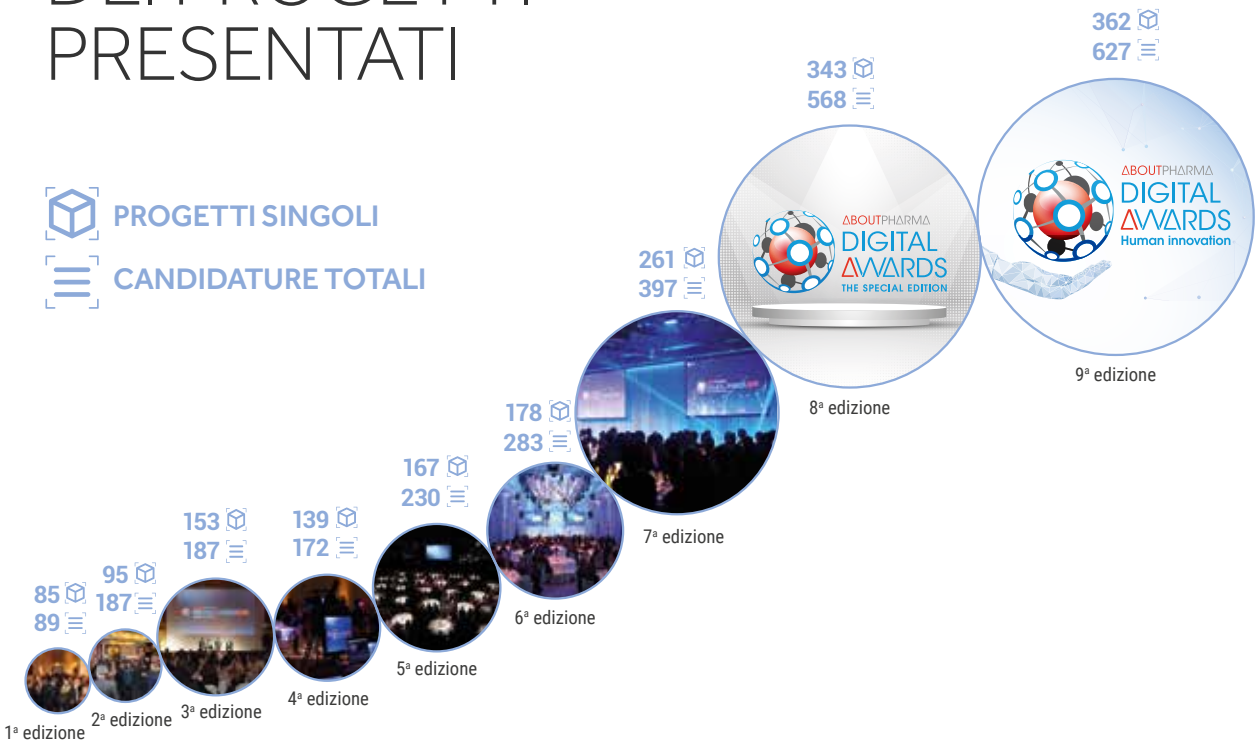
Per la prima volta una Regione (le Marche) si aggiudica un Award: si tratta del progetto "Mycup-Marche" che si porta a casa il primo premio in una delle categorie più partecipate ("Comunicazione verso il cittadino, il paziente e le istituzioni").

## LE NOVITÀ

Quest'anno tre nuove categorie si sommano a quelle storiche. Il Covid-related diseases e il Covid change management, rispettivamente vinte da Siemens Healthcare e Pfizer, per sottolineare come la pandemia da Sars-CoV-2 abbia stimolato l'impegno di team aziendali, istituzioni, agenzie


© 2022 Health Publishing & Services S.r.l. – Tutti i diritti riservati 

# L'ESCALATION DEI PROGETTI PRESENTATI




e software house a trovare vie innovative per far fronte all'emergenza. La terza categoria riguarda la Corporate Social Responsibility (Csr), nella quale si stanno moltiplicando gli sforzi dell'industria, ogni anno inseriti nei bilanci sociali con pianificazioni e obiettivi da raggiungere. AboutPharma è particolarmente affezionata alla Csr, perché fa piacere dare spazio alle buone notizie, alle azioni meritorie e agli sforzi per realizzare obiettivi che mirano all'interesse collettivo. Contribuire con un premio a stimolare la competizione su un terreno su cui si misura sempre di più anche la reputazione delle imprese, un asset assai rilevante, ci sembrava doveroso. Chi ne capisce di risorse umane ci ha spiegato che la Csr concorre ad attrarre e selezionare talenti e persone sempre migliori all'interno delle organizzazioni. Anche questa è human innovation e anche è questo l'augurio che AboutPharma ha rivolto a ciascun partecipante (per inciso il premio della categoria è stato vinto da Chiesi Italia con il progetto "Eroi anonimi" come più avanti descritto).

## LE ALTRE CATEGORIE

Le altre undici categorie sono: Wellness, prevenzione, qualità di vita; Miglioramento della cura dei pazienti; Patient engagement; Education e training dei medici; Supporto alla professione dei medici; Aggiornamento e supporto ai farmacisti; Comunicazione verso l'healthcare professional; Comunicazione verso il cittadino, il paziente, le istituzioni; Animal Health; Engagement del team aziendale; Trasformazione digitale e 4.0.

## IL REBRANDING DI ABOUTPHARMA

La serata di gala è stata anche l'occasione per presentare ufficialmente il rebranding di HPS-AboutPharma con il nuovo logo e il rinnovamento del sito corporate e di AboutPharma. "Il progetto di rebranding si fonda su tre pilastri: la community, i dati, il percorso nato da noi che mira a condividere tutti voi. Più spazio alle news, all'informazione, alla formazione e ai contributi multimediali", ha ricordato Giulia Venditti, marketing & digital director.

**Per rivedere il video della serata di premiazione inquadra il QR code**

# L'elenco dei giudici

**Roberto Adrower**, professore a contratto, Università La Sapienza Roma
**Enrico Allievi**, direttore Assosalute – Associazione Nazionale farmaci di automedicazione
**Raimondo Anello**, Senior Advisor "Arthur D. Little"
**Isabella Baroni**, coordinatrice digital Associazione Italiana Sclerosi Multipla (Aism)
**Giacomo Bellani**, professore associato Università degli Studi Milano Bicocca
**Massimiliano Boggetti**, presidente Confindustria Dispositivi Medici
**Ilaria Capocci**, Innovation Project Manager, Ministero per l'innovazione tecnologica e la digitalizzazione
**Agostino Carloni**, direttore Comunicazione Stampa e Progetti associativi Farmindustria
**Roberto Cavazzoni**, direttore Associazione nazionale imprese salute animale (Aisa)-Federchimica
**Luca Cinquepalmi**, Chief Future and Innovation Officer, Fondazione Enpam
**Nicolò Clementi**, FMCG & Healthcare Industry Manager, Google
**Ruggiero Corcella**, Corriere della Sera
**Fiorenzo Corti**, vice segretario nazionale Federazione italiana medici di Medicina generale (Fimmg)
**Marco Cossolo**, presidente Federfarma
**Sara Fargion**, vice president, Advisory (EMEA) The RepTrak Company
**Federico Ferrazza**, direttore Wired Italia
**Guendalina Graffigna**, professore ordinario Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano
**Pierluigi Ingrassia**, direttore Centro Professionale Socio-sanitario medico-tecnico di Lugano
**Veronica Jagher**, director Industry Solutions Health at Microsoft
**Lorenzo Leogrande**, past president Associazione Italiana Ingegneri Clinici (Aiic)
**Roberto Liscia**, presidente Consorzio NETCOMM – Il Commercio Digitale Italiano
**Michaela Liuccio**, Department of Public Health and Infectious Diseases, Università La Sapienza di Roma
**Alberto Malva**, MD Digital Health Expert School of Health Unitelma Sapienza & Fondazione Smith Kline"
**Paolo Mariani**, professore ordinario di Statistica Economica, Università degli Studi di Milano Bicocca
**Veronica Mariani**, founder and Ceo Premiaweb Holding srl
**Marco Melosi,** presidente Associazione Nazionale Medici Veterinari Italiani (Anmvi)
**Teresa Minero**, ISPE, International Board of Directors, European Leadership Team, Steering Committee Pharma 4.0
**Cristiana Montani Natalucci,** Head of Health Projects Management Cittadinanzattiva onlus
**Valerio Perego**, Sector Lead Largo Consumo Sales Manager di Facebook
**Riccardo Picca**, Executive director, Global Operations Transformation Sandvik Coromant
**Emanuela Pieroni**, Settore HTA – Ufficio Monitoraggio della Spesa Farmaceutica e Rapporti con le Regioni Agenzia Italiana del Farmaco (Aifa)
**Sergio Pillon**, Coordinatore della Trasformazione Digitale at ASL Frosinone – ISS – Istituto Superiore di Sanità
**Annarosa Racca**, presidente di Federfarma Lombardia
**Alberto Ronchi**, presidente Associazione Italiana Sistemi Informativi in Sanità (A.I.S.I.S.)
**Eugenio Santoro**, Capo Laboratorio Istituto di Ricerche Farmacologiche Mario Negri
**Francesca Selva**, vice President Marketing and event Messe Frankfurt Italia
**Francesca Sofia**, presidente International Bureau for Epilepsy (Ibe)
**Francesca Romana Spinelli**, ricercatrice, reumatologa, Università La Sapienza di Roma
**Enzo Maria Tieghi**, membro Comitato Scientifico CLUSIT
**Francesco Tissoni**, senior Digital Consultant & Digital Innovation Strategist Università degli Studi di Milano
**Luca Toschi**, Coordinator of the Master in Communication for Medical-Scientific and Health Services, Università di Firenze
**Alberto Eugenio Tozzi**, Head of Multifactorial and Complex Diseases Research Area Ospedale Pediatrico Bambino Gesù di Roma
**Roberto Triola**, capo Area Trasformazione Digitale di Farmindustria
**Michele Uda**, direttore Generale Egualia – Industrie Farmaci Accessibili
**Roberto Valenti**, partner, Head of the Life Sciences Sector, DLA Piper Italy
**Roberto Volpe,** medico ricercatore Consiglio Nazionale delle Ricerche (Cnr) di Roma

**La giuria**


© 2022 Health Publishing & Services S.r.l. – Tutti i diritti riservati 

# ECCO TUTTI I VINCITORI

**BEST DIGITAL COMPANY**
È il premio che viene assegnato alle aziende che dimostrano un elevato grado di digitalizzazione in diverse aree aziendali.
Gold: **Novartis**
Silver: **MSD Italia**
Bronze: **Angelini Pharma**

**Visita la gallery con tutti i vincitori**

Per la categoria Best Digital Company, **Novartis** sale sul palco a ritirare il Gold Award

Per la categoria Best Digital Company, **MSD Italia** sale sul palco a ritirare il Silver Award

Per la categoria Best Digital Company, **Angelini Pharma** sale sul palco a ritirare il Bronze Award


© 2022 Health Publishing & Services S.r.l. – Tutti i diritti riservati 

## BEST SOCIAL COMPANY

In questa categoria vengono individuate le aziende del settore life science che mostrano una strategia consolidata in ambito Social Media.
Gold: **Angelini Pharma**
Silver: **MSD Italia**
Bronze: **Pfizer**

Per la categoria Best Social Company, **Angelini Pharma** sale sul palco a ritirare il Gold Award

Per la categoria Best Social Company, **MSD Italia** sale sul palco a ritirare il Silver Award

Per la categoria Best Social Company, **Pfizer** sale sul palco a ritirare il Bronze Award

## 1 – COVID RELATED DISEASES

È una delle nuove categorie introdotte quest'anno per individuare i progetti concepiti per migliorare la gestione dei problemi legati alla pandemia Covid-19 e alle conseguenze di tipo clinico, psicologico, di organizzazione dell'offerta sanitaria e di gestione dell'impatto sociale ed economico.

Vincitore:
**Siemens Healthcare** con il progetto "BeHome"

L'App BeHome RapidTest di Siemens Healthineers serve a gestire il flusso di lavoro dello screening dei pazienti affetti da Covid-19 in un unico processo in grado di garantire la tracciabilità dei test effettuati, eliminare la burocrazia e i processi manuali e di essere adattabile ai diversi flussi di lavoro. È applicabile in contesti concreti e diversificati come scuole, aziende, Rsa, Centri Covid ed eventi sportivi. È un programma formativo ed esperienziale di crescita e sensibilizzazione per genitori e figli sul benessere digitale, per supportare i colleghi, le famiglie e la community allargata con un percorso interattivo, grazie al contributo di professionisti d'eccellenza. Una serie di webinar e podcast servono a promuovere una corretta cultura del digitale, trasformando rischi in opportunità e un crowdsourced documentary raccoglie i contributi dei ragazzi. L'obiettivo del progetto è la digitalizzazione e la tracciatura di un processo eseguito con i test rapidi, che attualmente è gestito in modo manuale.

Finalisti:
**AstraZeneca** ("Non prendere le distanze da screening e trattamenti")
**Siemens healthcare** ("BeHome")
**Siemens healthcare** ("Piattaforma AI-RAD")
**Novo Nordisk** ("Insideout | Insideme")
**Medispa** ("Epidemic Prevention Suite")
**Menarini** Group e **Fondazione Internazionale Menarini** ("Coronavirus Library")

## 2 – COVID CHANGE MANAGEMENT

Anche questa è una nuova categoria pensata per premiare i progetti che mirano a ottimizzare la struttura organizzativa e il lavoro all'interno di istituti ospedalieri, industrie life science e nella filiera healthcare, sia come risposta all'emergenza sia come capacità di implementare nuovi modelli organizzativi e economici.

Vincitore:
**Pfizer** con il progetto "Vaccine day" – Operazione Babbo Natale

Con l'obiettivo di fornire un messaggio di speranza in Italia ma anche in Europa, Pfizer ha deciso di far partire simbolicamente le vaccinazioni anti-Covid nella stessa data, il 27 dicembre 2020, sei giorni dopo l'approvazione da parte dell'EMA, e di garantire soluzioni tecnologicamente innovative, sicurezza, tracciabilità del prodotto e un elevato livello di servizio direttamente ai punti di spedizione. Per la prima volta in Italia un'industria farmaceutica ha utilizzato il modello "Internet of things" per il monitoraggio automatico e in tempo reale del processo di distribuzione del vaccino Comirnaty e di controllo qualità in modalità cold chain, il tutto integrato con un sistema di comunicazioni automatiche verso i clienti, mai utilizzate prima dagli ospedali italiani. Una novità rivoluzionaria che ha garantito un monitoraggio costante e tempestivo durante tutto il processo distributivo, lanciato durante il periodo di Natale 2020 e attualmente utilizzato nella campagna di vaccinazione Pfizer anti-Covid 19.

Finalisti:
**Novartis Farma** ("Simple Evolution")
**Adres** ("Easier App")
**Pfizer** ("Vaccine Day")
**Laboratorio sui sistemi informativi sanitari/ALTEMS** ("Telemedicina subito!")
**Chiesi Italia** ("Bewais")
**MSD Italia** ("Nuove modalità di vaccinazione in Italia Covid-19")


© 2022 Health Publishing & Services S.r.l. – Tutti i diritti riservati 

## 3 – CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

In questa nuova categoria vengono premiati i progetti che testimoniamo l'impegno sociale delle società, per la sostenibilità economica ambientale e/o che incentivano l'inclusione e la diversità all'interno delle organizzazioni.

Vincitore:
**Chiesi Italia** con il progetto "Eroi anonimi"

Con "Eroi anonimi" Chiesi Italia vuole dare un contributo concreto agli ottomila pazienti in attesa di un trapianto in Italia attraverso una campagna di comunicazione sul tema della donazione. La campagna si sviluppa sul sito web, sulla pagina Facebook e su un podcast in sette puntate che raccontano le storie, le emozioni e i progetti di vita di persone trapiantate, accompagnate dalla voce narrante del testimonial Nek e dai messaggi scientifici dei clinici. Il testimonial consente di giungere a un'ampia platea e, con un approccio empatico attraverso il racconto di storie di vita positive di pazienti trapiantati, promuovere una call to action ad esprimere il consenso alla donazione di organi, una scelta altruistica che può salvare vite umane o offrire al prossimo un'opportunità di vita migliore.

Finalisti:
**Sanofi** ("Se ne parli non è raro")
**Angelini** Pharma ("Al Dio ignoto")
**MSD Italia** ("MSD Crowdcaring")
**Chiesi Italia** ("Eroi anonimi")
**Viatris Italia** ("Mettici il cuore")
**Eli Lilly Italia** ("Global Day of service 2020")

## 4 – COMUNICAZIONE VERSO IL CITTADINO, IL PAZIENTE, LE ISTITUZIONI

I progetti premiati in questa categoria, per la quale sono state ricevute 83 candidature, sono quelli che esprimono la capacità di comunicare verso i target (cittadini, pazienti e istituzioni), sia in ambito corporate sia in merito ad aree terapeutiche o a prodotti specifici.

Vincitore:
**Regione Marche** con il progetto "MycupMarche"

La Regione Marche ha attivato la piattaforma multicanale "MycupMarche" per prenotare, cancellare o pagare le prestazioni, accedere a contact center multicanale (IVR, SMS, MAIL, APP), ma anche tecnologie emergenti, quali Bot e sensoristica; che include anche App con Protesica, INR, buoni digitali per patologie, gestione al 100% digitale di screening e vaccinazioni; offre la navigazione outdoor e indoor; il recupero crediti con avviso bonario digitale; la community APP. Con la pandemia il progetto è cresciuto e oggi la piattaforma è usata anche per telemonitorare i pazienti in isolamento domiciliare, gestire test sierologici e tamponi, recuperare prestazioni sospese a causa dell'emergenza, inviare comunicazioni profilate a cittadini e operatori, effettuare il contact tracing. Obiettivo del progetto è quello di garantire un'interazione costante e multicanale tra cittadino e sanità in modalità automatizzata e multicanale e in linea con il Codice dell'Amministrazione digitale.

Finalisti:
**Ibsa Farmaceutici** ("Insoliti sospetti")
**Regione Marche** ("MyCup Marche")
**Novartis Farma** ("È tempo di vita")
**Roche Italia** ("Screening routine")
**Chiesi Italia** ("#WeWearStripes")
**Angelini Pharma** ("Headway 2023-Mental Health Index")

## 5 – WELLNESS, PREVENZIONE E QUALITÀ DELLA VITA

I progetti presentati in questa categoria, ben 73, hanno l'obiettivo di favorire il benessere dei cittadini e la prevenzione primaria e secondaria delle patologie, migliorare la qualità di vita dei pazienti e dei loro caregiver.

Vincitore:
**Janssen Cilag** con il progetto "Fattore J"

"Fattore J" è percorso di formazione per la scuola italiana, nato con l'obiettivo di aiutare i giovani a sviluppare intelligenza emotiva, rispetto ed empatia, aumentare la fiducia nei progressi della scienza e sensibilizzarli verso l'importanza di una corretta informazione scientifica. Quest'anno, con un network allargato di 13 associazioni pazienti e tre società scientifiche, Janssen Cilag punta a far riflettere oltre 10 mila giovani sui progressi della scienza e della ricerca in ambito sanitario. Le attività prevedono: laboratori per mettere alla prova la capacità di verificare le notizie scientifiche; testimonianze di clinici/pazienti sul vissuto delle malattie in epoca Covid; selezione di giovani ambasciatori social e creazione del primo "Manifesto della salute del futuro".

Finalisti:
**Janssen Cilag** ("Fattore J")
**Janssen Cilag** ("Diamo voce al futuro")
**Sanofi** ("The Smeakers")
**Astellas Pharma** ("Qui pro Quo")
**Medtronic Italia** ("A tutta vita!")
**Chiesi Italia** ("I nuovi noi")

## 6 – PATIENT ENGAGEMENT

I progetti di questa categoria (67 candidature) sono rivolti a migliorare l'engagement dei pazienti per ottimizzare l'aderenza alla terapia e rendere più ottimale la gestione complessiva della malattia.

Vincitore:
**Novartis** con il progetto "NoEmi"

NoEmi è la piattaforma voluta da Novartis per offrire un nuovo tipo di supporto al paziente che soffre di emicrania e cefalea in tutte le fasi del percorso di cura. È l'alleato digitale per dire "no all'emicrania". Offre servizi digitali innovativi come il diario del mal di testa, il libretto sanitario, un questionario di valutazione e la check list per la prima visita. Il progetto è stato sviluppato insieme con un pool di esperti neurologi che ha validato ogni tool. La registrazione al sito è gratuita e permette di accedere a un'area personale sicura con contenuti di approfondimento, articoli e video.

Finalisti:
**Novartis Farma** ("NoEmi")
**Fondazione MSD** ("Involontaria-Off")
**Pfizer Oncologia** ("Di più sul tumore")
**Sanofi Pasteur** ("Life-La salute che verrà")
**Chiesi Italia** ("Vite salate")
**Sandoz Italia** ("Omnisourceapp")


© 2022 Health Publishing & Services S.r.l. – Tutti i diritti riservati 

## 7 – ENGAGEMENT DEL TEAM AZIENDALE

Lo scopo della categoria, per la quale sono state inviate 50 candidature, è di promuovere e incentivare la trasformazione digitale della propria struttura e dei suoi diversi dipartimenti, con un particolare focus sulle persone, da parte delle industrie life science, degli ospedali e delle altre realtà sanitarie.

Vincitore:
**Medtronic** con il progetto "Leadership inclusiva"

Leadership inclusiva è un progetto pensato per i people manager e basato su una piattaforma digitale customizzata (SKILLGYM), che simula, attraverso un'esperienza immersiva e interattiva, una discussione di performance tra un manager e la sua risorsa. Nel corso della simulazione di digital role play vengono affrontati diversi temi come stereotipi legati a differenze di genere, di generazioni, e in base alle risposte del manager il sistema si adatta e modifica le proprie interazioni. Viene poi elaborata un'analisi puntuale sull'efficacia della conversazione in relazione alla capacità del manager di creare un ambiente inclusivo, nella quale la risorsa si possa sentire libera di esprimere se stessa e di affrontare un percorso di crescita e sviluppo.

Finalisti:
**Gilead Sciences** ("Gilead Digital Campus")
**Boehringer Ingelheim Italia** ("Customer One voice")
**UCB Pharma** ("Digital Business Transformation")
**Servier Italia** ("MyServier")
**Medtronic Italia** ("Leadership inclusiva")
**Zambon** ("Benvivere digital care")

## 8 – COMUNICAZIONE ALL'HEALTHCARE PROFESSIONAL

In questa categoria, che ha raccolto 56 candidature, vengono premiati i progetti in grado di migliorare la comunicazione verso il target healthcare professional, sia per quanto riguarda l'ottica corporate sia per le aree terapeutiche e di prodotto.

Vincitore:
**MSD Italia** con il progetto #Oltreilbuio

#Oltreilbuio è la campagna educazionale di MSD Italia rivolta non soltanto ai pazienti e al grande pubblico, ma anche ai professionisti della sanità, in particolare alla categoria medica degli anestesisti-rianimatori, e ai rappresentanti delle istituzioni governative. Il cortometraggio, attraverso la metafora della "Paura del buio" e il linguaggio onirico del cinema d'autore, racconta il ruolo dell'anestesista-rianimatore, ruolo chiave soprattutto durante la pandemia, nell'informare e accompagnare il paziente durante tutto il percorso perioperatorio, per superare insieme la paura dell'anestesia.

Finalisti:
**MSD Italia** ("#Oltreilbuio")
**Novartis Farma** ("Pneumorace")
**Bristol Myers Squibb** ("The Sequence")
**Pfizer** ("The Big Date")
**Janssen Cilag** ("JVoice")
**Eli Lilly Italia** ("The Empossible Journey")

## 9 – ANIMAL HEALTH

Una categoria interamente dedicata alla salute animale e ai progetti che favoriscono l'uso di linguaggi innovativi per aggiornamento, formazione e supporto alla professione dei veterinari, la sensibilizzazione verso la cura dell'animale e la pet therapy, la formazione dei farmacisti nell'animal health, la sinergia professionale tra HCP, in particolare tra veterinario e farmacista.

Vincitore:
**MSD Animal Health** con il progetto "Protect our future too"

Le alterazioni stagionali mettono in pericolo anche la salute dei nostri pet. L'aumento delle temperature ha avuto un impatto sulla diffusione di parassiti potenziali vettori di patologie, ora presenti tutto l'anno. MSD Animal Health ha lanciato l'iniziativa #protectourfuturetoo per diffondere contenuti digitali che incoraggiano il cambiamento nei pet parent, anche grazie al supporto scientifico di 22 esperti in salute animale. È stato anche integrato il Pet Meteo, un algoritmo di intelligenza artificiale che fornisce consigli sulla salute del pet, in base a umidità, temperatura e vento.

Finalisti:
**Ceva Salute Animale** ("Febbre Q")
**Ceva Salute Animale** ("Myvbdmap")
**MSD Animal Health** ("Protect our future too")
**Vetoquinol Italia** ("Osteoartrite. Un percorso di consapevolezza")
**AniCura Italy** ("Nomenclatura clinica per medicina veterinaria")
**Vetoquinol Italia** ("Nemiciinvisibili")

## 10 – AGGIORNAMENTO E SUPPORTO AI FARMACISTI

I progetti ricevuti per questa categoria sono accomunati dall'obiettivo di facilitare l'aggiornamento e fornire strumenti di supporto per la pratica e la professione del farmacista.

Vincitore:
**Teva** con il progetto "Social connect"

Teva Social Connect è la piattaforma B2B2C che consente alla farmacia la pubblicazione automatizzata, sulla propria pagina Facebook, di post personalizzabili in pochi semplici click, con risultati immediati e misurabili. La farmacia deve solo scegliere i post che preferisce e impostare data e ora: con un solo accesso è possibile programmare un intero anno di attività social. I post sono patient oriented e promuovono anche on line l'immagine del farmacista come dispensatore di salute. A oggi, oltre 950 farmacie hanno aderito con più di 7.100 post pubblicati e quasi un milione di pazienti raggiunti.

Finalisti:
**MSD Italia** ("MSD Play")
**Roche Diagnostics** ("Qui puoi")
**Studiofarma – CompuGroup Medical** ("Pharmup Upgrade your pharmacy")
**Teva Italia** ("Teva Social Connect")
**Alfasigma & 3Ways** ("Yosada")
**APMARR** ("#Diamoduemani")


© 2022 Health Publishing & Services S.r.l. – Tutti i diritti riservati 

## 11 – SUPPORTO ALLA PROFESSIONE DEI MEDICI

Per questa categoria sono state inviate 55 candidature di progetti che mirano ad aiutare i medici a svolgere la loro professione nel miglior modo possibile.

Vincitore:
**AstraZeneca** con il progetto "AZFastNet"

AZFastNet è un progetto sviluppato a supporto della diagnostica molecolare in oncologia affinché, mediante analisi di mutazioni del DNA in campioni biologici, a partire da uno screening precoce si arrivi a una vera e propria target therapy. In particolare, AZFastNet è una piattaforma software connessa a un corriere specializzato, con lo scopo di consentire il contatto tra i centri oncologici e i laboratori di diagnostica nell'esecuzione dei test EGFR (tumore del polmone) e BRCA (tumore ovarico) su tutto il territorio nazionale, contribuendo alla prevenzione e a una maggiore efficacia della terapia nel tumore. Attraverso una rete di diagnostica interconnessa e omogenea, AZFastNet garantisce un valido supporto agli operatori sanitari nell'identificazione dei pazienti che potranno maggiormente beneficiare di un particolare prodotto terapeutico. L'obiettivo della prima edizione è stato quello di delineare "una strada comune" per affrontare le prossime sfide del sistema sanitario a partire dagli insegnamenti appresi durante la pandemia. La seconda edizione aveva l'obiettivo di fare chiarezza sull'importanza che i vaccini hanno rivestito nella storia dell'uomo. La terza, infine, ha voluto riportare i riflettori sul virus dell'HIV, quasi una pandemia nella pandemia, con l'obiettivo di creare consapevolezza riguardo a questo virus e agli scenari di gestione dell'infezione, creando un ponte tra generazioni di medici.

Finalisti:
**Janssen Cilag** ("JMC Soft skills per medici")
**Novartis Farma** ("Star Project")
**Medtronic Italia** ("Be Smart in surgery")
**Novo Nordisk** ("Aida Chatbot")
**AstraZeneca** ("AzFastNet")
**Siemens Healthcare** ("Piattaforma AI-RAD")

## 12 – EDUCATION AND TRAINING DEL MEDICO

Le aziende che hanno partecipato inviando progetti per questa categoria, ben 59, hanno presentato iniziative volte ad aiutare il medico nel suo percorso di aggiornamento continuo e nell'apprendimento di nuove tecniche e tecnologie diagnostiche e terapeutiche.

Vincitore:
**Molteni** con il progetto "Molteni virtual journey"

Il progetto di Molteni è pensato per migliorare l'engagement dei clinici e promuovere la conoscenza del prodotto, facendo vivere un'esperienza immersiva in realtà virtuale che permetta loro sia di provare la modalità applicativa del trattamento sia di divertirsi grazie ad una parte di gamification. Molteni virtual journey, realizzato in collaborazione con Mediacross, offre un'esperienza immersiva in realtà virtuale caratterizzata da diverse parti ed è stata portata in diverse sedi congressuali e in alcuni centri specializzati nell'area terapeutica di riferimento.

Finalisti:
**Molteni Farmaceutici (**"Molteni virtual journey")
**Novartis Farma** ("Digital education 4 value")
**Jazz Healthcare Italy** ("VOD Case Forum 2021")
**Angelini Pharma** ("www.campusangelini.it")
**Angelini Pharma** ("Psychiatry Innovation Summit")
**Abbott** ("Gestione del paziente diabetico")

## 13 – MIGLIORAMENTO DELLA CURA DEI PAZIENTI

I 51 progetti candidati in questa categoria hanno l'obiettivo di migliorare la cura del paziente, ad esempio attraverso l'ottimizzazione di diagnosi, terapie farmacologiche, l'uso di medical devices con software, app e mobile tools, wearable technologies, l'applicazione di intelligenza artificiale e big data alla diagnosi e alla terapia, la telemedicina, la blockchain, la realtà aumentata, il 3D printing, l'adattamento di tecnologie utilizzate in altri settori a tematiche mediche, l'utilizzo di advanced therapies, digital medicines, digital therapeutics.

Vincitore:
**Abbott Medical Italia** con il progetto "Il Sistema Cardiomems "

CardioMems è un sensore della pressione arteriosa polmonare che deve essere posizionato in maniera permanente, mediante procedura mini-invasiva, in un ramo dell'arteria polmonare e consente la misurazione di una serie di dati emodinamici (FormaPA, PA sistolica, diastolica e media e frequenza cardiaca) che permettono di gestire il paziente con HF da remoto ed in maniera proattiva. Si tratta della combinazione di un avvolgimento e un condensatore sensibile alla pressione racchiusi in una capsula senza cavi o batterie, indicato per la gestione del paziente scompensato prima della comparsa dei sintomi, mediante misurazione e monitoraggio wireless della pressione dell'arteria polmonare, evitando i ricoveri ricorrenti e progressione della malattia, con miglioramento della QoL e dell'outcome clinico.

Finalisti:
**Novartis** ("Areal")
**Bristol Myers Squibb** ("IAR Plus televisita")
**Angelini Pharma** ("Ecosistema digitale tachipirina")
**Abbott Medical Italia** ("Il Sistema Cardiomems")
**Siemens Healthcare** ("Sistema di gestione delle attività di assistenza domiciliare integrata")
**Pharmaprime** ("Pharmaprime")

## 14 – TRASFORMAZIONE DIGITALE 4.0

Le aziende che hanno partecipato a questa categoria (35 candidature) hanno mostrato il loro impegno nel migliorare i processi aziendali grazie alla trasformazione digitale e alle tecnologie abilitanti del 4.0 nella filiera life science, per raggiungere maggiore competitività, flessibilità, sostenibilità, compliance, produttività, velocità e affidabilità dei processi stessi a beneficio ultimo dei pazienti.

Vincitore:
**Sanofi** con il progetto "Sanofi Scoppito: eccellenza digitale"

Il sito produttivo Sanofi di Scoppito, in provincia di L'Aquila, ha avviato nel 2020 una forte trasformazione digitale ancora in atto, implementando moltissimi tool globali e sviluppandone altri a livello locale. La sfida è stata di quella di creare un'eccellenza digitale, migliorando l'operatività del sito, il livello di compliance qualitativa e ottimizzando nel contempo le performance. Tra gli strumenti integrati nel nuovo sito ci sono la realtà virtuale, la realtà aumentata, eOEE, DGBI etc.

Finalisti:
**Angelini Pharma** ("Smart energy management")
**Sanofi** ("Sanofi Scoppito: eccellenza digitale")
**Chiesi Italia** ("AI4Spiro")
**Chiapparoli Logistica** ("La soluzione RFID per la supply chain del farmaco")
**Gadamed (**"Biotrac")
**MSD Italia** ("NBE")


© 2022 Health Publishing & Services S.r.l. – Tutti i diritti riservati 

## Knowledge partner

McKinsey & Company

## Gli sponsor

## I patrocini

**Aziende/Istituzioni**

Abbott Medical Italia, Abbott, Adres, Alfasigma & 3ways, Angelini Pharma, Anicura Italy, Apmarr, Astellas Pharma, Astrazeneca, Boehringer Ingelheim Italia, Bristol Myers Squibb, Ceva Salute Animale, Chiesi farmaceutici, Chiesi Italia, Eli Lilly Italia, Fondazione MSD, Gadamed, Gilead Sciences, Ibsa farmaceutici, Janssen Cilag, Jazz Healthcare Italy, Laboratorio sui sistemi informativi sanitari, Altems, Medispa, Medtronic Italia, Menarini group, Fondazione internazionale Menarini, Molteni farmaceutici, MSD Animal Health, MSD Italia, Novartis farma, Novo Nordisk, Pfizer, Pharmaprime, Regione Marche, Roche Diagnostics, Roche Italia, Sandoz Italia, Sanofi, Servier Italia, Siemens Healthcare, Studiofarma – Compugroup medical, Teva Italia, Ucb Pharma, Vetoquinol Italia, Viatris Italia, Zambon, McKinsey & Company, Aglatech, Chiapparoli Logistica, Dla Piper, One Vision+, Human AssistcCare, polk&union, Res Freedata, Stefanelli & Stefanelli, American Chamber of Commerce, Aicro, Aiic, Aisis, Anmvi. Cittadinanzattiva, Confindustria, Confindustria Dispositivi Medici, Consiglio nazionale delle Ricerche, Federazione Ordini dei Farmacisti italiani, Fnomceo, Federchimica Aisa, Federchimica Assobiotec, Federchimica Assosalute, Federfarma, Iab Italia, netcomm, Omar, Università degli Studi di Milano Bicocca