

DIGITAL AWARDS 2024

LA COMMUNITY SI ALLARGA E IRROMPE L'AI

Si è conclusa l'undicesima edizione del premio destinato a imprese, istituzioni, società e associazioni di pazienti che scommettono sulla trasformazione dell'healthcare. Angelini Pharma e Sanofi si aggiudicano Best Digital e Best Social Company, Pro Format Comunicazione è la migliore agenzia digitale. Premiate anche due Regioni

■ A cura della redazione di AboutPharma
redazione@aboutpharma.com

Oltre quattro mila candidature e 189 premi. Sono i numeri che raccontano le undici edizioni dell'ormai storica competizione degli AboutPharma Digital Awards, l'ultima delle quali si è conclusa lo scorso 16 maggio a Milano all'Allianz Cloud davanti a circa 430 invitati. A condurre la cerimonia di assegnazione ancora una volta Stefania Ambra e Giulio Zuanetti, rispettivamente ceo e chairman di HPS-AboutPharma, che hanno ricordato come la selettività degli Awards sia uno dei tratti distintivi che fa dell'iniziativa il più ambito riconoscimento per la comunità della digital health italiana. Come precisato da Giulio Zuanetti, infatti, al netto delle numerose candidature che arrivano ogni anno, già salire sul podio come finalisti è un grande risultato. "Solo il 4% delle candidature ha ricevuto un premio negli anni", sottolinea. "È un grande onore ricevere un Award e noi pensiamo che la sfida sia aiutare la crescita del settore, sia nella presentazione che nell'esecuzione dei progetti digitali".

I NUMERI DELL'UNDICESIMA EDIZIONE

Sono state diciannove le categorie "Best digital project", all'interno delle quali sono stati premiati i migliori progetti digitali presentati da aziende, istituzioni, società scientifiche e agenzie di comunicazione per un totale di ben 563 candidature, oltre alle tre categorie come Best Company. Quarantotto i giurati che nei mesi precedenti hanno valutato i progetti selezionando i migliori in base a tre criteri: idea (se ne valuta l'originalità e l'innovatività dell'approccio); action (si considera la bontà di esecuzione del progetto con particolare riferimento alla capacità di coinvolgere tutti gli sta-

Le categorie

Wellness, prevenzione e qualità di vita
Comunicazione verso le istituzioni
Comunicazione verso gli Healthcare Professional
Comunicazione verso i cittadini e i pazienti
Comunicazione verso i cittadini e i pazienti – Malattie rare (novità)
Patient engagement and advocacy
Ricerca Clinica
Digital Health Partnership
Digital in ESG
Animal Health
Trasformazione digitale e industria 4.0
Engagement del team aziendale
HTA offerta e assistenza sanitaria
Artificial Intelligence Application (novità)
Telemedicina
Aggiornamento e supporto ai farmacisti
Aggiornamento e formazione dei medici
Supporto alla professione dei medici
Miglioramento della cura dei pazienti

keholder e al rispetto della tempistica predefinita); results (conta il raggiungimento degli obiettivi). "Impatto", "chiarezza", "concretezza", "approccio data driven", sono alcune delle parole chiave emerse dalla campagna #IDJURY lanciata negli scorsi mesi per chiedere ai giurati quali fossero gli aspetti più rilevanti nella valutazione dei progetti. Numerose anche quest'anno le new entry, cioè le aziende che hanno partecipato agli AboutPharma Digital Awards per la prima volta; "gli emergent", società che in questi dieci anni hanno partecipato occasionalmente e i "frequent flyer", ovvero gli habitués che hanno calcato il parterre degli



AboutPharma Digital Awards per almeno quattro volte in questi anni. Tra questi anche numerosi giudici saliti sul palco per le premiazioni, che hanno ribadito all'unisono di aver visto crescere negli anni la qualità e la quantità dei progetti. A supportare la serata di gala i partner dell'evento (Consorzio Dafne, Federated Innovation@ Mind, Human AssistCare, Media Engineering, OneVision+, Studio legale Stefanelli&Stefanelli, Superbello, Tecno Esg e Up2you) e numerosi i patrocini. Il tutto, ancora una volta, nel rispetto per l'ambiente con una serie di azioni intraprese nel corso della serata per rendere l'evento carbon neutral. L'impatto ambientale prodotto da ciascun partecipante è stato infatti compensato scegliendo un progetto tra quelli reperibili tramite QR code disponibili sui tavoli degli invitati.

DUE LE REGIONI PREMIATE

Nel pieno del loro spirito di innovazione gli AboutPharma Digital Awards continuano ad evolversi ogni anno, restando al passo con i tempi. Proprio per questo tra le novità dell'11th edition è stata istituita la categoria "Artificial Intelligence Application", in cui sono state premiate ex aequo: Ever Pharma Italia e Ucb Pharma, rispettivamente per i progetti: "Parkinsider - A patient learning monitoring suite" e "Digital assistant: la bussola per navigare tra i clinici". Altra novità dell'anno è stata la creazione di un'ulteriore categoria "Comunicazione verso i cittadini e i pazienti" dedicata alle sole malattie rare ("Malattie rare Comunicazione verso i cittadini e i pazienti"): il premio per la prima volta assegnato in questa categoria è andato a Sobi - Swedish Orphan Biovitrum per il progetto "What ai feel". È stata la Re-

gione Puglia invece ad aggiudicarsi il primo posto nella categoria "Comunicazione verso i cittadini e i pazienti" con il progetto "Sm@rthealth". Un'altra Regione, la Campania è stata premiata nella categoria "Hta offerta e assistenza sanitaria" con il progetto "Screening neonatale Campania". Segno che anche le istituzioni accelerano sul piano della digitalizzazione e che il bacino degli attori raggiunti dagli AboutPharma Digital Awards si espande anche nella pubblica amministrazione.

LE BEST COMPANY

Tra le aziende più premiate della serata Angelini Pharma, che rimane salda sui gradini dei podi delle categorie più ambite degli AboutPharma Digital Awards e si aggiudica, come la passata stagione, il Gold Award come Best Digital Company e il Silver Award come Best Social Company, oltre a due premi di categoria. A seguire, nella categoria Best Digital Company, Chiesi Italia conquista il Silver Award e Novartis riconferma la sua posizione con il Bronze Award. Come sia riuscita Angelini Pharma a mantenere le sue posizioni sui vari podi lo racconta Fabrizio Caranci, Global digital innovation executive director della società: "Il nostro impegno nel digitale è iniziato nel 2019 con una strategia che sta trasformando l'azienda a 360 gradi e sta portando frutti non solo nel mondo commerciale, ma

**Guarda tutte le
interviste degli
AboutPharma
Digital Awards**



I giudici dell'undicesima edizione



Roberto Adrower, professore a contratto, Università La Sapienza Roma

Raimondo Anello, Chairman Pathfinder Investor

Isabella Baroni, coordinatrice digital Associazione Italiana Sclerosi Multipla (Aism)

Massimiliano Boggetti, presidente Cluster Scienze della Vita Alisei

Enrico Gianluca Caiani, professore di Digital health e Biomedical engineering, Politecnico di Milano

Agostino Carloni, direttore Comunicazione Stampa e Progetti associativi Farindustria

Roberto Cavazzoni, direttore Associazione nazionale imprese salute animale (Aisa)-Federchimica

Luca Cinquepalmi, Chief Future and Innovation Officer, Fondazione Enpam

Nicolò Clementi, Finance & Healthcare Industry Manager, Google

Giampaolo Colletti, giornalista collaboratore Sole24Ore e direttore Startup Italia

Ruggiero Corcella, Corriere della Sera

Fiorenzo Corti, vice segretario nazionale Federazione italiana medici di medicina generale (Fimmg)

Marco Cossolo, presidente Federfarma

Davide Dattoli, CoFounder & Executive Chairman, Talent Garden

Mila De Iure, direttore generale Assoram

Fabio di Bello, Senior Customer Training Manager, Wiley Global Technology (Private) Limited

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 scientifico Centro di Simulazione (CeSi)

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, direttivo Siicp, Area Telemedicina e Sanità Digitale

Daniele Marazzi, consigliere delegato Consorzio Dafne

Paolo Mariani, professore ordinario di Statistica Economica, Università degli Studi di Milano Bicocca

anche in quello industriale e delle operations. Stiamo sfruttando le opportunità della digitalizzazione nell'efficientamento dei processi e a supporto della ricerca e sviluppo, per poter identificare, ad esempio, nuove molecole o nuovi percorsi terapeutici grazie a tecnologie come l'intelligenza artificiale". Parola chiave quest'ultima che rappresenta anche il futuro dell'azienda impegnata a capire come ap-

plicare l'intelligenza artificiale non solo a i processi interni, ma anche per esempio agli approcci di comunicazione nei confronti dei medici, dei farmacisti, dei pazienti e dei consumatori.

Per Chiesi Italia invece "il digitale più che un fine è un mezzo per raggiungere i clienti", come precisano ai microfoni di AboutPharma Daniele Stragapede, Innovation & customer experience director e



Veronica Mariani, founder and Ceo Premiaweb Holding srl
Marco Melosi, presidente Associazione Nazionale Medici Veterinari Italiani (Anmvi)
Teresa Minero, Founder&CEO, LifeBee, ISPE
Cristiana Montani Natalucci, Head of Health Projects Management Cittadinanzattiva onlus
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, Vicepresidente, responsabile relazioni istituzionali AiSDeT, associazione italiana della sanità digitale e telemedicina
Francesca Puggioni, Head Clinical Coordinator ImmunoCenter, Irccs Humanitas Research Hospital
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 Sofia, presidente International Bureau for Epilepsy

(Ibe) – direttrice generale Fondazione Cassa Depositi e Prestiti
Francesca Romana Spinelli, ricercatrice in Reumatologia – Dipartimento di Scienze Cliniche Internistiche, Anestesiologiche e Cardiovascolari, Università La Sapienza di Roma
Silvia Stefanelli, Owner | Partner senior, Studio Legale Stefanelli&Stefanelli
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
Roberto Triola, capo Area Trasformazione Digitale di Farindustria
Michele Uda, direttore Generale Equalia – Industrie Farmaci Accessibili
Roberto Valenti, partner, Head of the Life Sciences Sector, Dla Piper Italy
Marco Venturelli, Ambassador Life Sciences at Federated Innovation @MIND
Matteo Villa, Senior Independent Consultant, Co-Founder Platform & Loop
Roberto Volpe, medico ricercatore Consiglio nazionale delle ricerche (Cnr) di Roma

Giovanni Gigante Head of Medical Department. “Abbiamo cercato di attuare una strategia di digital transformation anche nell’ambito del Medical Affair – continuano – e applicato nuove tecnologie digitali, come l’intelligenza artificiale, per nuovi trial clinici, per la raccolta di real word evidence e soprattutto per metterle al servizio dei pazienti con processi di Patient support program (Psp) e anche

attività dirette con l’ingaggio dei pazienti. In breve, abbiamo attuato tutte le possibili strategie e metodologie digitali che potessero implementare il rapporto con i pazienti e la raccolta dei dati”. Nell’altra ambita categoria, la Best Social Company, è invece Sanofi ad aggiudicarsi la medaglia d’oro, risalendo di due gradini rispetto alla decima edizione. Seguono Angelini Pharma (silver come già



ricordato) e IBSA Italy (bronze). Una scalata quella di Sanofi resa possibile da una strategia portata avanti da alcuni anni, come spiega Matteo Bertone, digital & social media manager della società: “È una strategia diversificata, integrata, che mira a raccontare sui nostri canali tutte le campagne dell’azienda e i principi in cui Sanofi crede. Il tutto in un modo innovativo per cercare di raggiungere gli utenti social, interessarli e ingaggiarli, un obiettivo sempre più difficile, soprattutto per un’azienda pharma”. Proprio per questo, secondo Bertone, il Gold Awards è un riconoscimento importante: “Significa che stiamo andando nella giusta direzione nonostante quello dei social sia un mondo che cambia quasi quotidianamente e bisogna correre insieme a questi cambiamenti”. Va infine a Pro Format Comunicazione il company award come Best Digital Agency, categoria lanciata per la prima volta lo scorso anno.

IL DIGITAL INSIGHT LAB

Sul sito di AboutPharma e su quello dedicato agli AboutPharma Digital Awards sono pubblicate tutte le foto e le videointerviste raccolte nel corso della serata. Mentre nei prossimi mesi e fino alla prossima edizione si svolgerà il Digital Insight Lab, con cinque appuntamenti dedicati ad approfondire i progetti dei finalisti e vincitori dell’edizione 2024 relativi alle categorie: Omnichannel Projects; Team Engagement; HCP Engagement; Animal Health; Artificial Intelligence. Un momento di confronto per capire con gli esperti cosa distingue i progetti finalisti e vincenti, quali sono i fattori che consentono il raggiungimento di performance eccellenti nella comunicazione digitale e per esplorare nuove soluzioni nel campo della digital health. Per arrivare preparati alla prossima edizione degli AboutPharma Digital Awards. Il primo incontro dedicato agli “Omnichannel Projects” si svolgerà il prossimo 11 settembre. ■

ECCO TUTTI I VINCITORI DELL'UNDICESIMA EDIZIONE DEGLI ABOUTPHARMA DIGITAL AWARDS

BEST DIGITAL COMPANY

Per la seconda volta di seguito Angelini Pharma viene premiata con il Gold Award, seguita da Chiesi Italia (Silver) e Novartis Farma (bronze) per la terza volta di fila sul podio: nella passata edizione come terza e due anni fa come prima

BEST SOCIAL COMPANY

Ad aggiudicarsi il premio come miglior azienda social è invece Sanofi che porta a casa il Gold Award dopo il Bronze Award dello scorso anno. Al secondo posto ancora Angelini Pharma (che per il secondo anno di seguito riceve il Silver Award in questa categoria) seguita da IBSA Italy.



Gold: **Angelini Pharma**



Gold: **Sanofi**



Silver: **Chiesi Italia**



Silver: **Angelini Pharma**



Bronze: **Novartis**



Bronze: **IBSA Italy**

BEST DIGITAL AGENCY

Nella categoria lanciata per la prima volta lo scorso anno è stata premiata Pro Format Comunicazione, che si è aggiudicata il company award come Best Digital Agency.



Pro Format Comunicazione

BEST DIGITAL PROJECT: ECCO I NOMI DEI VINCITORI E DEI FINALISTI PER OGNUNA DELLA CATEGORIE (DESCRIZIONE DEL PROGETTO REDATTA DALLE AZIENDE)

1 - WELLNESS PREVENZIONE E QUALITÀ DI VITA

Sanofi "Gioca con noi. Insieme contro l'Rsv"



Il Virus respiratorio sinciziale (Rsv) è la principale causa di ospedalizzazione nei neonati. Tuttavia, c'è ancora una scarsa conoscenza da parte delle famiglie. La campagna di sensibilizzazione #TogetherAgainstRSV nasce per far conoscere l'Rsv a famiglie e popolazione generale. Quest'anno ha preso forma con l'evento "Gioca con noi. Insieme contro l'Rsv", tenutosi il 30 settembre e il 1° ottobre a Milano, che ha trasformato la Biblioteca degli Alberi (Bam) in un parco avventure. Attraverso un percorso interattivo, bambini e genitori hanno affrontato diverse sfide per sconfiggere simbolicamente il virus e apprendere l'importanza della prevenzione. L'iniziativa ha avuto un forte impatto social con il coinvolgimento di genitori influencer, che hanno raccontato sui loro profili la giornata e della pediatra Valentina Paolucci, che ha fornito preziosi consigli ai genitori per riconoscere i primi sintomi dell'infezione da Rsv. Straordinari i risultati ottenuti: 3 mila partecipanti, 3 milioni di social reach e 3,8 milioni di social impression.

Finalisti:

Msd "Respiro impatto zero"

Hollister "Dansac nurse academics"

Chiesi Italia "I nuovi noi"

Italfarmaco "Woman factor"

Servier "Tutti per uno"

2 - COMUNICAZIONE VERSO LE ISTITUZIONI

Angelini Pharma "#stobenegrazie"



Progetto di disease awareness contro lo stigma di cui soffrono i pazienti malati di depressione. Progetto indirizzato alle Istituzioni, popolazione e clinici. Progetto articolato in quattro fasi fondamentali: 1) Installazione esperienziale al museo Maxxi di Roma aperta al pubblico con sei stanze per far capire cosa sia la depressione e che dalla depressione si può uscire; 2) Campagna social con il coinvolgimento di influencer; 3) Campagna mediatica su testate come Sole 24 ore e Repubblica; 4) Evento istituzionale che ha visto coinvolti il coordinatore del tavolo tecnico sulla salute mentale, parlamentari e Associazioni pazienti. È un progetto ideato, promosso e gestito da You & Web con il contributo non condizionante di Angelini Pharma. Solo l'evento istituzionale è stato ideato e sviluppato all'interno del progetto #stobenegrazie da Fondazione The Bridge con il contributo non condizionato di Angelini Pharma.

Finalisti:

Ucb Pharma "Make the difference together in dravet"

IBSA Italy "IBSA for women"

Novartis "Nel cuore di..." by ascolta il tuo battito"

Kite a Gilead Company "Viaggio nelle Car-T"

Sanofi "Il valore del tempo"

3 - COMUNICAZIONE VERSO GLI HEALTHCARE PROFESSIONAL

Chiesi Farmaceutici "Rare land"



Una malattia rara è come una terra sconosciuta... a "Rare land", che Alexandros e la sua famiglia devono attraversare dal momento in cui ricevono la diagnosi di Alfa-Mannosidosi. Rare land è un film che racconta la loro storia, quella del primo paziente diagnosticato in Grecia e delle difficoltà che questa famiglia ha dovuto affrontare. La potenza narrativa, la fotografia evocativa e la musica toccante fanno vivere allo spettatore le vicende della famiglia con un trasporto emotivo tale da immedesimarsi nei protagonisti. Il film fornisce dunque una prospettiva unica e originale sul patient journey che Chiesi Global Rare Di-

seases si impegna a condividere con tutti i principali stakeholder, dai medici ai policy makers, dalle Associazioni pazienti ai media. Adottando un approccio multistakeholder, il film è stato integrato in eventi sviluppati su misura dei singoli target con l'obiettivo comune di far capire cosa significa attraversare questa terra sconosciuta... questa Rare land.

Finalisti:

Leo Pharma "Progetto pediatri an omnichannel journey"

Viatrix Italia "Med-cast"

Amgen "*Makeitvisible"

Intramed Vmly&R Health "A story that matters"

Takeda "Campagna di comunicazione il senso delle parole"

4 - COMUNICAZIONE VERSO I CITTADINI E I PAZIENTI

Regione Puglia "Sm@rthealth"



Regione Puglia da sempre favorisce la digitalizzazione dei processi e delle interazioni con i cittadini, riservando particolare attenzione alla comunicazione dei percorsi di prevenzione e promozione della salute. In questa prospettiva è stata implementata la piattaforma "Sm@rthealth", utilizzata inizialmente nel reclutamento degli screening oncologici, affiancando l'invito cartaceo con notifiche digitali e multicanale (Sms, WhatsApp, AppIO, e-mail), sempre accessibili e con servizi personalizzati (promemoria, informazioni mediche e di cortesia), e in corso di estensione per la gestione di campagne vaccinali e malattie infettive (tra cui Covid-19). Applicativi di BI consentono la verifica real-time delle notifiche per ogni singolo ambito sanitario. Da giugno 2022 sono oltre 480mila le persone contattate, con un aumento del 21% di adesione agli screening e risparmi stimati in 7 milioni per l'anno 2022-23, derivanti da minori costi di gestione delle pratiche e della riduzione dei no-show.

Finalisti:

Daiichi Sankyo "Cardiobreast dragon boat festival"

Novartis "È tempo di vita"

Astrazeneca "Disegno la mia storia"

Sanofi "Fermata MM"

Novartis Aism - "The willchair"

5 - MALATTIE RARE COMUNICAZIONE VERSO I CITTADINI E I PAZIENTI

Sobi Swedish Orphan Biovitrum - "What AI feel"



L'obiettivo primario del progetto è quello di portare ulteriore attenzione sulla tematica delle malattie rare, in particolare dell'Emoglobinuria parossistica notturna (Epn), e dare voce alle persone che convivono con questa rara malattia ematologica. "Chi ha una malattia rara non sempre riesce a trasmettere le proprie sensazioni. L'intelligenza artificiale ci può aiutare a trasformare le emozioni in immagini. L'impegno condiviso ci può aiutare a riscriverle". Un forte messaggio rivolto a tutta la popolazione. La campagna rivolta alla popolazione ha utilizzato diversi canali: Video trailer sui canali Instagram, Facebook e YouTube; Comunicato stampa apparso su numerose testate; Out of home a Milano su 72 posizioni per 3 settimane. La campagna si è poi arricchita con la creatività di ulteriori patologie rare (Itp, Dlbcl, Emofilia), veicolate tramite un nuovo video trailer apparso sui canali social.

Finalisti:

Chiesi Farmaceutici "Rare land"

Wellspect "Sexability"

Boehringer Ingelheim Italia "Sulla mia pelle vivere con la Gpp"

Horizon Therapeutics (now a part of Amgen) "Rare che"

Alnylam "Living with Porphyria"

6 - PATIENT ENGAGEMENT AND ADVOCACY

ex aequo

Pfizer Italia "La voce dell'intimità"



La sessualità nelle pazienti con tumore al seno metastatico è ancora un argomento poco dibattuto

tuto. Le pazienti si trovano ad affrontare, da sole e in silenzio, problemi psicologici, ginecologici e sessuali dovuti agli stessi trattamenti. "La voce dell'intimità" è un progetto dedicato alle donne con tumore al seno metastatico con l'obiettivo di aiutarle a rompere il silenzio su un tema fondamentale per il loro benessere psicofisico, offrendo loro la possibilità di aprirsi liberamente e senza imbarazzo, grazie anche al supporto di un team multidisciplinare composto da esperti nel campo dell'oncologia, della psico-oncologia, della sessuologia e della ginecologia. Tra gli obiettivi: aumentare l'awareness e l'informazione sul tema per le donne con tumore al seno metastatico; mettere la paziente al centro dando voce ai suoi bisogni e sensibilizzando l'audience su argomenti ancora considerati tabù; Coinvolgere i principali stakeholder del patient journey del carcinoma mammario metastatico.

Takeda "Campagna di comunicazione 'il senso delle parole'"



Un'altra comunicazione è possibile: una campagna omnicanale promossa da Takeda Italia in partnership con 4 Associazioni pazienti e il patrocinio di Fondazione Aiom (Associazione italiana oncologia medica). Obiettivo primario della campagna è accrescere l'attenzione sui bisogni psicosociali dei pazienti oncologici come parte di un percorso di cura che, oltre agli aspetti diagnostici e terapeutici, deve considerare anche l'impatto psicologico e le ricadute sociali. Primo risultato della campagna è il "Dizionario emozionale" che esplora le parole più frequenti nella relazione di cura tra medico, paziente e caregiver. Sono stati realizzati inoltre: incontri aperti al pubblico, i Libretti sei parole del Dizionario emozionale hanno ispirato altrettanti brevi racconti, i Podcast sei dialoghi "in presa diretta" che coinvolgono medici, pazienti e caregiver, un Position Paper che sintetizza proposte concrete rivolte alle Istituzioni, la Landing Page di progetto e il canale Facebook dedicato.

Finalisti:

Sanofi "Fermata MM"

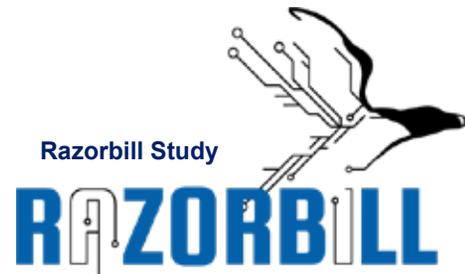
IBSA Italy "Ticket to love"

Apmarr Aps | Ets "#Diamoduemani23"

Novartis "Ada by la pelle conta"

7 - RICERCA CLINICA

Novartis "Razorbill study"



La degenerazione maculare legata all'età (wAmd) è caratterizzata da neovascolarizzazione, perdita vascolare retinica e accumulo di liquidi nella retina che se non trattati portano alla cecità. La tomografia a coerenza ottica (OCT) è diventata uno strumento importante per la diagnosi e il trattamento dei pazienti secondo necessità. Utilizzando l'intelligenza artificiale per assistere nell'analisi critica delle scansioni OCT, si potrebbe ottenere un'identificazione più rapida e sensibile dell'attività della malattia, traducendosi direttamente in decisioni terapeutiche. Basandosi su queste conoscenze, ipotizziamo che Discovery, una piattaforma di gestione delle immagini in oftalmologia integrata con tecnologia avanzata di intelligenza artificiale per l'analisi e l'arricchimento delle scansioni OCT 3D, fornirà informazioni specifiche di supporto per una valutazione più rapida e precisa dei segni anatomici dell'attività della malattia. "Razorbill" è uno studio osservazionale, multicentrico, multinazionale e in aperto progettato per investigare l'influenza dell'arricchimento automatico delle immagini OCT retiniche con informazioni di segmentazione sulla valutazione dell'attività della malattia nei pazienti con wAmd trattati con anti-Vegf autorizzati.

Finalisti:

Data solution provider - "Clark"

Chiesi Italia "La real world evidence a portata di tutti"

Angelini Pharma "Ai&ML per indagare la relazione bidirezionale tra epilessia e depressione"

Merck Italia "Mcube app"

Astrazeneca "Studio ananke"

8 – DIGITAL HEALTH PARTNERSHIP

Sifi “Sifi startup space”



Questo progetto si concentra sull'innovazione nella salute visiva digitale attraverso strategiche partnership, tra queste la collaborazione con “Vita Accelerator”, un programma di accelerazione per startup nel settore della salute, un'iniziativa dedicata all'accelerazione della ricerca farmaceutica per migliorare la qualità della vita del paziente. Nel contesto in continua evoluzione dell'Oftalmologia digitale, il progetto mira a sviluppare e implementare soluzioni tecnologiche avanzate, per migliorare l'accesso ai dispositivi medici e ottimizzare l'esperienza del paziente. Attraverso una serie di collaborazioni strategiche con delle startup già da Sifi selezionate, il progetto si propone di creare e implementare piattaforme digitali intuitive e personalizzate. Queste piattaforme non solo consentiranno una gestione efficiente dei dati clinici in ambito oftalmico, ma promuoveranno anche l'adozione di tecnologie all'avanguardia per il monitoraggio remoto dei pazienti.

Finalisti:

Novartis “Progetto Hermes”

Dompé farmaceutici “Innovazione e trasparenza nel farmaceutico”

Merck Italia “Mcube app”

Pfizer Italia “Icademy”

Abbvie “Una malattia con la C digital awareness campaign”

9 – DIGITAL IN ESG

Eli Lilly Italia “Lilly global day of service 2023”



Fare innovazione è anche la capacità di mettere insieme risorse e competenze già esistenti,

creando nuove connessioni per rispondere in maniera più efficace e avere un impatto positivo per la comunità, affrontando bisogni e fragilità emergenti. Il volontariato d'impresa è una leva di innovazione sociale che attiva partnership tra soggetti diversi (l'azienda e le no profit) per un obiettivo comune nel disegno e nella realizzazione di un'attività a impatto sociale/ambientale. Il volontariato d'impresa rappresenta un reale contributo al raggiungimento dei 17 obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030 dell'ONU. In quest'ambito si colloca il Lilly global day of service, la giornata di volontariato Lilly a livello globale in cui ci riuniamo per servire le comunità in cui viviamo e lavoriamo. Come Team Lilly ci impegniamo attraverso progetti dedicati ad aiutare le nostre comunità e ad avere un impatto positivo, in linea con il nostro scopo di migliorare la vita.

Finalisti:

Merck Italia “Podcast ottostorie. Racconti per un mondo migliore”

Chiesi Italia “La farmacia sostenibile”

Bioviix “BIO₂”

Teva Italia “Humanizing health awards”

Merck Italia “Passaporto digitale”

10 – ANIMAL HEALTH

Vetoquinol Italia “Amore preventivo – Un progetto educativo firmato FelprevA®”



Il nostro progetto è rivolto sia ai proprietari di gatti sia ai medici veterinari con lo scopo congiunto di migliorare la relazione e la cura del proprio animale attraverso una corretta prevenzione antiparassitaria. Obiettivi per i proprietari: creare maggiore coscienza del problema parassiti; investire sulla prevenzione per la salute del gatto e di tutta la famiglia (One health); favorire la connessione e l'empatia con il medico veterinario. Obiettivi per i medici veterinari: comprendere meglio i proprietari di gatti e aiutarli nella protezione antiparassitaria; comunicare in modo efficace la prevenzione dai parassiti ai proprietari; consolidare la awareness dell'antiparassitario ad ampio spettro FelprevA®.

Finalisti:

Virbac "Smart Sdct (asciutta selettiva intelligente)"

Vetoquinol Italia "D-Days - tratta e libera dai parassiti intestinali"

Boehringer Ingelheim Italia - Educom "Pet shop manager - portare valore al pet owner"

Msd Animal Health - "Around the table"

Bioviix - "Merry beestmas"

11 - TRASFORMAZIONE DIGITALE E INDUSTRIA 4.0

Merck Italia "L'intelligenza artificiale per l'analisi del controllo di qualità"



Il controllo di qualità (Qc) dei prodotti farmaceutici è essenziale per garantirne sicurezza ed efficacia. Il Qc parte dalle materie prime fino all'analisi del prodotto finito, usando varie tipologie di analisi compresa la cromatografia che viene usata per misurare purezza, identità ed efficacia. L'industria farmaceutica affronta costantemente la sfida dell'elaborazione manuale dei dati cromatografici e le autorità sanitarie richiedono la minimizzazione della variabilità tra operatori. L'AI, in particolare quella basata sul "deep learning", potrebbe migliorare la standardizzazione e l'efficienza nella generazione dei dati. Abbiamo sviluppato in Merck un prototipo che affronta le sfide tecniche e commerciali, in linea con le recenti riflessioni dell'Ema, sull'uso dell'AI nel ciclo di vita dei medicinali. Questo prototipo potrebbe migliorare la robustezza del dato nel Qc garantendo sicurezza ed efficacia dei farmaci, a beneficio dei pazienti.

Finalisti:

Roche Diagnostics "Qui puoi farmashare pro"

Sifi "Sifi digital connection"

Chiapparoli logistica "Rfid visibility channel"

Angelini Pharma "Angelini pharma sceglie l'Ar"

Boehringer Ingelheim Italia "Zenit forecasting tool"

12 - ENGAGEMENT DEL TEAM AZIENDALE

Angelini Pharma "Digital contagious 2023"



"Digital contagious" è un progetto culturale dedicato al digitale e alle nuove tecnologie rivolto ai dipendenti di Angelini Pharma. Composto da quattro eventi periodici, vede partecipare speaker nazionali, internazionali e startup; il programma mira a diffondere un mindset innovativo e a stimolare la transizione digitale in azienda, diffondendo la cultura del digital. L'iniziativa vuole essere inoltre un momento condiviso, in cui le funzioni di business e le principali realtà innovative in Italia si incontrano per discutere delle nuove opportunità di marketing derivanti dalla rapida evoluzione della tecnologia, per contaminarsi reciprocamente, valutare nuove opportunità e attivare nuovi progetti. Obiettivo: stimolare un mindset innovativo; ridurre il digital divide; creare un ambiente favorevole all'innovazione; sviluppare progetti innovativi; creare un documento strategico; sviluppare partnership digitali; agire sulla brand reputation presso Istituzioni e stakeholder esterni.

Finalisti:

Chiesi Italia "Cx excellence"

Gilead Sciences "Virtual reality preceptorship in breast cancer"

Medtronic Italia "One surgical Tv"

Pfizer Italia "Roadmap to launch"

Daiichi Sankyo Italia "One ds culture"

13 - HTA OFFERTA E ASSISTENZA SANITARIA

SO.RE.SA.- Regione Campania "Screening neonatale Campania"



La piattaforma web Screening Neonatale Campania (SNC) consente la cooperazione multicen-

trica e multidisciplinare per l'individuazione tempestiva delle malattie metaboliche ereditarie e i disturbi dell'udito, così come previsto dai livelli essenziali di assistenza (LEA). SNC è integrata in "Sinfonia" (Sistema INFormativo saNità CampaniaIA) e consente la registrazione dei certificati di assistenza al parto (CeDAP) e la gestione dei flussi informativi relativi allo screening metabolico e uditivo del neonato. Inoltre, SNC rappresenta una soluzione digitale che facilita il monitoraggio delle nascite nella Regione Campania e della salute dei neonati, gestisce l'intero processo di gestione dei campioni dal prelievo al referto finale e al follow-up, e migliora l'efficienza dei processi di screening neonatale, collegando attraverso un modello Hub-Spoke i 66 Centri nascita presenti in Regione, il laboratorio del Centro unico regionale dello screening neonatale e le strutture di conferma diagnostica.

Finalisti:

Pfizer Italia "Psp easy up"

Angelini Pharma "Campusangelini.it"

AAA Italy - a Novartis company "Re-model: re-immaginare l'organizzazione delle medicine nucleari"

Horizon Therapeutics "Hta di inebilizumab"

Hollister "Dansac nurse academics"

14 - ARTIFICIAL INTELLIGENCE APPLICATION

ex aequo

Ever Pharma Italia "Parkinsider - A patient learning monitoring suite"



"pArkInsider" è la suite di servizi di Ever Pharma Italia dedicata alle persone con malattia di Parkinson. pArkInsider integra un device innovativo per l'erogazione del farmaco (D-mine® Pump), un sistema di monitoraggio dell'aderenza integrato nel device (Data-mine® Report) e Stat-On™, un wearable device con tecnologia Ai per il monitoraggio dei sintomi motori in tempo reale. L'obiettivo di pArkInsider è: fornire un servizio di assistenza che si occupi del paziente in tutto il percorso terapeutico e migliori la sua qualità della vita; favorire la continuità terapeutica e il monitoraggio di sintomi motori e di aderenza al

trattamento; ottimizzare la gestione terapeutica grazie alla condivisione con i centri specialistici di report che mettono in relazione lo schema terapeutico con il quadro sintomatologico.

Ucb Pharma "Digital assistant: la bussola per navigare tra i clinici"



Digital business transformation è il percorso scelto da Ucb Pharma per creare valore per i pazienti, accelerando la digitalizzazione dei processi. Ucb Pharma concepisce questa trasformazione come un "viaggio" che richiede una trasformazione culturale e di pensiero. L'azienda ha investito in metodologie, sistemi e competenze digitali per fornire un'esperienza positiva agli stakeholder. Il "Digital assistant", sviluppato in collaborazione con Ibm, sfrutta dati provenienti da diverse fonti, come il Crm, le vendite, la sensibilità ai prezzi dei farmaci e le campagne di marketing automatizzate, per fornire suggerimenti personalizzati in tempo reale agli informatori scientifici del farmaco (Isf). Questo strumento migliora l'interazione con i clinici e integra le informazioni delle campagne digitali gestite tramite Marketing automation, permettendo una gestione completa delle comunicazioni e il monitoraggio dei Kpi. Il digital assistant supporta l'Isf nel monitorare e raggiungere gli obiettivi attraverso suggerimenti personalizzati.

Finalisti:

Health Triage "Virtual biopsy"

Fujifilm Italia "Ai per l'emergenza Covid"

Astrazeneca "Agiles (Ai predictive tool in Sle)"

Bid Company "Chatto - Ai generativa per l'informazione scientifica"

15 - TELEMEDICINA

Novartis "Telecuore"

**TeleCuore**

Il progetto nasce dalla partnership tra l'Ausl di Piacenza e Novartis, con l'obiettivo comune di promuovere un modello di gestione ospedale-territorio del paziente cronico, migliorando la presa in carico grazie al supporto della Telemedicina. L'iniziativa è stata avviata a gennaio 2023 ed è indirizzata a 250 pazienti con scompenso cardiaco di gravità lieve o moderata. Si registra un ingaggio positivo dei pazienti verso il progetto: si stima che ciascuno effettui mediamente 11 misurazioni ogni settimana. I pazienti valutano il servizio complessivamente con un punteggio pari a 9/10. Tutto il personale dell'Ausl ha dichiarato di ritenere utile il supporto fornito dal progetto TeleCuore nello svolgimento del proprio lavoro. Sia i pazienti che il personale dell'Ausl sono concordi che TeleCuore abbia migliorato le visite di controllo. Nel progetto sono stati coinvolti il dipartimento di Cure primarie e 10 Mmg.

Finalisti:

Bioviix "Hemohelp"**Merck Italia** "Smartdot"**Boehringer Ingelheim Italia** "Spirohome"**Samsung Electronics Italia** "Sonosync: la soluzione di telemedicina reale"**Farmaitech** "Memory med - il 1° test sulla memoria in telemedicina"**16 - AGGIORNAMENTO E SUPPORTO AI FARMACISTI**

Pfizer "Covid in farmacia"



Dopo la fase emergenziale da Covid-19 siamo entrati in una fase di "nuova normalità": le

strutture di prossimità della gestione Covid-19, quali le Usca o gli hub vaccinali, sono venute meno facendo emergere ancor di più il ruolo del farmacista e della farmacia come punto di riferimento per il cittadino. Il progetto mira a sostenere la figura del farmacista come: consulente per la gestione del paziente Covid-19, ad esempio identificando prontamente il paziente con sintomatologia sospetta, indicandogli le azioni da intraprendere in termini di diagnosi e avvio dell'iter terapeutico; esecutore della campagna vaccinale nella popolazione, soprattutto quella a rischio di progressione di Covid-19 in forma grave, e portavoce sulle raccomandazioni vaccinali.

Finalisti:

Angelini Pharma "Angelini pharma plus"**Iqvia - Medglox** "Class-evo: la banca dati per una classificazione evoluta dei Dm/Ivd"**Roche Diagnostics** "Qui puoi farmashare pro"**Zentiva Italia** "Certificazione in prevenzione cardiovascolare"**Angelini Pharma** "Realtà aumentata per il farmacista"**17 - AGGIORNAMENTO E FORMAZIONE DEI MEDICI**

Igoover "Virtual campus in oncologia"



L'Università degli Studi di Torino, nella persona del prof. Massimo Terzolo, e iGoOver hanno siglato un accordo per svolgere un'attività di ricerca finalizzata alla valutazione dell'impatto sulla didattica di sistemi di apprendimento a distanza, basati sulla realtà aumentata in ambienti immersivi, per il Corso di Laurea in Medicina e Chirurgia in lingua inglese. La metodologia utilizzata si basa sulla simulazione comportamentale e si avvale di un ambiente virtuale (un ambulatorio) che consente agli studenti di partecipare da remoto all'attività didattica utilizzando il proprio Pc e un visore Vr. Rimanendo presso il domicilio nel Paese di residenza, gli studenti potranno accedere con un avatar negli ambienti didattici e interagire con pazienti virtuali simulando delle visite am-

bulatoriali, come avrebbero fatto nella realtà. Il progetto prevede un programma incentrato sull'acquisizione di competenze trasversali, in particolare le tecniche di comunicazione tra medico e paziente.

Finalisti:

Gsk "Meningioca il primo gioco (serious!) Per la pediatria di famiglia"

Boehringer Ingelheim Italia "Pf-Ids academy 2023"

Accurate - Chiesi Farmaceutici "Aura (Augmented lisa training)"

Alfasigma "Virtual vascular experience"

Boehringer Ingelheim Italia - "Connect2me: facciamo salute insieme"

18 - SUPPORTO ALLA PROFESSIONE DEI MEDICI

Chiesi Italia "Kalanit Rehab"



Si tratta di un dispositivo medico digitale con marchio Ce. È una app disponibile su smartphone e tablet (iOS e Android) con indicazione "mal di schiena e collo aspecifici" che, grazie a un algoritmo evoluto di intelligenza artificiale, guida il paziente nello svolgimento degli esercizi fisici di riabilitazione suggeriti dal medico specialista, senza che il paziente stesso debba indossare sensori/wearables e fornendo un feedback in tempo reale (motion tracking). La possibilità di condividere rapidamente il diario clinico (inclusi i risultati della scala del dolore Vas di cui è dotata la app) tra medico e paziente permette di verificare la compliance alla terapia consigliata e la sua efficacia. Vuole soddisfare i bisogni di: medici, in modo da avere maggiore continuità terapeutica tra ospedale-territorio e dare un supporto tangibile alla riabilitazione fisica da loro consigliata; pazienti, fornendo supporto e flessibilità per la gestione della terapia riabilitativa, fondamentale e complementare a quella farmacologica/nutraceutica.

Finalisti:

Medtronic Italia - "Galaxy"

Fujifilm Italia - "Pisa model: synapse 3D per la diagnostica dei pazienti Covid"

Bristol Myers Squibb "Cart gallery"

Sita - Shionogi "Maiday - second opinion on infectious diseases"

Asl Vco "Cat - Cabine attrezzate di televisita"

19 - MIGLIORAMENTO DELLA CURA DEI PAZIENTI

Astrazeneca "Az Brain"



Content Recommender basato su **Intelligenza Artificiale** al servizio dell'**informazione scientifica**

Un progetto di:
AstraZeneca

La Broncopneumopatia cronica ostruttiva (Bpco) in Italia rappresenta una crescente sfida di salute pubblica e la sua complessità sottolinea la necessità di un approccio terapeutico mirato. In questo scenario, il rapporto medico-informatore costituisce il ponte innovativo tra la ricerca farmaceutica e la pratica clinica. "AZBrain" è un sistema di raccomandazione basato sull'intelligenza artificiale, che apprende dalle passate interazioni dei clinici, incorporando le priorità della strategia comunicativa e i dati scientifici più aggiornati. Il risultato sono suggerimenti di contenuti e formati su misura per ciascun medico. Queste raccomandazioni sono state rese facilmente accessibili agli informatori tramite una dashboard Netflix-like all'interno del Crm, che permette di veicolare i contenuti con un singolo click.

Finalisti:

Zentiva Italia "Fastlab"

Roche Diagnostics "Shining a light on infectious diseases management"

Angelini Pharma "Medical enquiry platform"

Asl4 Chiavari - Polimi - Novartis "Leadership design and innovation in healthcare"

Astellas Pharma "One more time".

I partner che hanno reso possibile il progetto

MAIN PARTNER

Studio legale Stefanelli&Stefanelli



Lo studio legale Stefanelli&Stefanelli con sedi a Bologna, Milano, Roma e Venezia opera nei settori sanità, appalti, imprese. In particolare si occupa di diritto dei dispositivi medicali e di diritto sanitario; di digitalizzazione sanità, valorizzazione dei dati, piattaforme di telemedicina, App medicali, Intelligenza artificiale. Nel settore degli appalti è specializzato nella consulenza alle imprese sia in fase preliminare di partecipazione alle gare sia in quella d'esecuzione. Privacy, nuove tecnologie, impresa e lavoro rappresentano altri importanti settori di consulenza dello studio. Composto da 14 avvocati, 5 of counsel e 4 junior, il team agisce nella convinzione che i servizi legali non solo gestiscano una crisi, ma possano creare valore: la compliance legale alza l'immagine di qualità, l'affidabilità e la competenza sul mercato aumentando il vantaggio competitivo di un'azienda.

www.studioglealestefanelli.it

PARTNER

Consorzio Dafne



Il Consorzio Dafne è la Community B2b no profit di riferimento per la filiera healthcare. Con oltre 240 aziende consorziate, da anni promuove l'integrazione e la collaborazione trasversale lungo l'intera supply chain, contribuendo a realizzare un ecosistema sempre più interconnesso, digitale e sostenibile. Intorno alla Community gravitano oltre 800 organizzazioni che si rapportano con il Consorzio: aziende healthcare (farmaci, dispositivi medici, prodotti per salute e benessere, ...), distributori, concessionari, vettori, depositari, rivenditori, strutture sanitarie. Il confronto aperto nella Community, il dialogo costruttivo con le Istituzioni, l'attivazione di progetti collaborativi e la sensibilizzazione alla crescita culturale del settore sono le principali linee d'azione del Consorzio, concretizzate nel coinvolgimento attivo e

nell'impegno di tutti gli attori della #TheHealthcare-Community.

www.consorziodafne.com

Federated Innovation @MIND



Nata all'interno di MIND-Milano Innovation District a febbraio 2021, Federated Innovation @MIND è un progetto innovativo che riunisce le aziende che intendono collaborare in un ambiente virtuoso per accelerare la traduzione di idee in nuovi prodotti, processi e servizi che contribuiscano al rilancio economico del Paese. Promosso da Lendlease in qualità di responsabile della progettazione e dello sviluppo privato di MIND, con il contributo di Cariplo Factory come facilitatore dei processi di innovazione, il modello, nel rispetto delle normative antitrust, intende andare oltre l'open innovation e l'innovazione proprietaria e si basa su un framework legale unico che consente di raccogliere nuove idee, progetti e visioni, di svilupparle in maniera rapida e lineare con modalità operative e procedure predefinite al fine di metterle a disposizione di tutti, agendo in questo modo da "sviluppatore dell'innovazione". La rete di imprese è in continua espansione e vede la sinergia attiva di alcuni enti pubblici di riferimento al fine di favorire le connessioni tra ricercatori e innovatori e, tra questi, il mondo industriale, dell'economia sociale e le comunità locali. Federated Innovation @MIND è il punto di compimento dello sviluppo dell'ecosistema MIND che ha portato alla creazione di una nuova entità legale per guidare e coordinare il processo di creazione di innovazione in MIND.

<https://www.federatedinnovation-mind.com/>

Human AssistCare



Human AssistCare è la divisione con cui ItaliAssistenza, leader di settore con oltre 15 anni di esperienza, progetta e realizza pro-

grammi di supporto al paziente, Patient Support Program e Decentralized Clinical Trials, volti a massimizzare l'aderenza terapeutica, grazie al lavoro di un team multidisciplinare di esperti del settore e all'implementazione di processi di qualità (ISO 9001 e ISO 27001). La divisione Human AssistCare di ItaliAssistenza è, inoltre, dotata di Autorizzazione Sanitaria per l'erogazione di servizi di cure domiciliari con strumenti di telemedicina. Human AssistCare propone un ecosistema di servizi sanitari, socio-assistenziali e di supporto e monitoraggio da remoto, servendosi di strumenti digitali di ultima generazione: piattaforma tecnologica personalizzata, portali web, App native e devices, per rispondere a tutte le esigenze dei pazienti e dei medici dei centri di cura nell'ambito del percorso terapeutico.

<https://www.humanassistcare.it/>

Media Engineering



Media Engineering è un'azienda leader nella comunicazione digitale innovativa con una missione chiara: aiutare i propri clienti a trovare soluzioni creative fortemente innovative per valorizzare le proprie progettualità. Il risultato è garantito grazie a una combinazione unica di competenze ingegneristiche e creatività multimediale, che consentono al team di Media Engineering di spaziare tra soluzioni di realtà virtuale, realtà aumentata, business game applicato all'apprendimento e sistemi olografici interattivi con Artificial Intelligence, dimostrando un impegno costante verso l'innovazione e la trasformazione digitale.

Per maggiori dettagli visita il sito Media Engineering. <https://mediaeng.it/>

One Vision Plus | T&O Italia



In One Vision Plus, società del gruppo T&O Italia, crediamo che l'innovazione sia qual-

cosa di vivo che richiede passione, cura e dedizione affinché possa crescere e dare risultati di valore. Fin dalla nostra nascita abbiamo messo tutto il nostro impegno nel realizzare soluzioni che possano davvero aiutare le aziende a esprimere il proprio potenziale, perché dall'innovazione tecnologica possono nascere opportunità ineguagliabili che migliorano la vita delle persone e la qualità del lavoro. La partnership è il segreto del nostro successo: la fiducia che i nostri clienti ripongono in noi ci permette di dar vita a soluzioni software che non solo rispondono alle loro esigenze lavorative, ma che riescono a esprimere la loro unicità, perché ogni cliente è diverso e ha bisogni specifici.

<https://onevisionplus.com/>

Tecno ESG Società benefit



I cambiamenti climatici stanno mettendo a rischio il benessere del pianeta e dei suoi abitanti. È arrivato il momento di agire: or-

ganizzazioni, aziende, istituti finanziari, Stati, nessuno può sentirsi escluso. Siamo Tecno ESG Società benefit, neonata del Gruppo Tecno. Guidiamo grandi imprese e PMI verso la transizione digitale e sostenibile. Il nostro supporto si traduce in un percorso virtuoso, che genera valore per le aziende e per il pianeta. Interventi mirati di breve e lungo respiro costituiscono il viaggio verso lo sviluppo sostenibile che affrontiamo quotidianamente insieme. Sostenibilità aziendale, digitalizzazione e responsabilità sociale non sono solo i temi del futuro, sono i pilastri sui quali costruire un nuovo presente, il nostro.

<https://www.tecnosrl.it/>

PARTNER TECNICI

SuperBello

SUPERBELLO

Siamo un team creativo specializzato in produzione video, organizzazione eventi, motion graphics e live broadcasting. Con una passione per la storytelling visiva, offriamo soluzioni innovative per eventi memorabili

e contenuti dinamici. Esperti in motion graphics, trasformiamo idee in realtà visiva coinvolgente. Nel live broadcasting, garantiamo trasmissioni fluide e di alta qualità. La nostra esperienza abbraccia vari settori, assicurando produzioni video che catturano l'essenza del tuo brand. Lascia che la nostra creatività racconti la tua storia.

<https://www.superbello.com/>

Up2You



Up2You è una greentech e B Corp certificata che si impegna per rendere le aziende protagoniste nella lotta al cambiamento climatico, fornendo loro servizi e tecnologie all'avanguardia. Attraverso la nostra Climate Formula, aiutiamo le organizzazioni a misurare, ridurre e compensare le emissioni, potenziare la formazione, coinvolgere il personale e comunicare in modo trasparente l'impegno per la sostenibilità ambientale.

<https://www.u2y.io/>

I patrocini



Aziende/Istituzioni

Angelini Pharma, Chiesi Italia, Novartis, Sanofi, IBSA Italy, Pro Format Comunicazione, Msd, Hollister, Italfarmaco, Servier, Ucb Pharma, Kite, Gilead Sciences, Chiesi Farmaceutici, Leo Pharma, Viatrix Italia, Amgen, Intramed, Takeda, Regione Puglia, Regione Campania, Daiichi Sankyo Italia, Astrazeneca, Aism, Sobi, Wellspect, Boehringer Ingelheim Italia, Horizon Therapeutics, Alnylam, Apmarr Aps | Ets, Data solution provider, Merck Italia, Sifi, Dompé Farmaceutici, Abbvie, Gsk, Eli Lilly Italia, Bioviiix, Teva Italia, Virbac, Vetoquinol Italia,

Educom, Msd Animal Health, Roche Diagnostics, Chiapparoli logistica, Medtronic Italia, AAA Italy, Ever Pharma Italia, Health Triage, Fujifilm Italia, Bid Company, Samsung electronics Italia, Farmaitech, Iqvia, Medglox, Zentiva Italia, Igoover, Accurate, Alfasiigma, Bristol Myers Squibb, Sita - Shionogi, Asl Vco, Asl4 Chiavari, Polimi, Astellas Pharma, Consorzio Dafne, Federal Innovation @Mind, Human AssistCare, Media Engineering, OneVision+, Studio legale Stefanelli&Stefanelli, Superbello, Tecno Esg e Up2you