

ABOUTPHARMA DIGITAL AWARDS TUTTI I VINCITORI 2017

Record di progetti (167) presentati alla quinta edizione. Tredici in tutto i riconoscimenti assegnati a imprese, enti e associazioni pazienti. Tra le novità il premio speciale riservato alle startup e la piattaforma di e-voting

A cura della redazione
di AboutPharma and Medical Devices
redazione@aboutpharma.com

Tintinnii di bicchieri che si incontrano per il brindisi, eleganza composta e atmosfera festosa. Poi l'annuncio dei vincitori, gli applausi scroscianti, le dichiarazioni, i sorrisi e le foto in posa. Anche quest'anno la serata degli AboutPharma Digital Awards 2017, celebrata il 26 ottobre a Milano all'interno del Teatro Vetra, ha aggiunto un tocco festoso al lavoro e alle idee di aziende healthcare, associazioni ed enti pubblici che si sono sfidati a colpi di progetti digitali.

È Janssen la Best Digital Company 2017. La società si è aggiudicata il riconoscimento più ambito degli AboutPharma Digital Awards, giunti quest'anno alla quinta edizione. Gli Awards sono destinati a industrie life science, enti pubblici e privati, società scientifiche, associazioni di pazienti e (da quest'anno) startup, che si sono particolarmente distinte nell'innovazione in senso digitale delle proprie attività.

Sono stati 167 i progetti presentati quest'anno. Al termine dei due step di giudizio (ventinove in tutto i giurati suddivisi tra tecnici e istituzioni) a favore di Janssen ha pesato la vittoria già ottenuta in precedenza nella categoria "Progetti rivolti a medici, farmacisti



Premio speciale: Best Digital Company 2017
Vincitore: Janssen

e altri operatori sanitari – Aggiornamento e formazione dei medici” grazie al progetto JPepper Burke e al suo ro-

bot che interagisce con i clinici, capace di percepire e comprendere le emozioni, così da adattare il proprio compor-



Janssen Italia sugli scudi: l'orgoglio di Scaccabarozzi

“Sono orgoglioso del lavoro svolto in ambito digital da tutti i miei colleghi. Il riconoscimento di Best Digital Company 2017 – ha commentato Massimo Scaccabarozzi, presidente e amministratore delegato di Janssen Italia – è solo un ulteriore esempio che anche in questo ambito stiamo percorrendo la giusta strada che va verso l'ascolto delle esigenze di tutti gli stakeholder del mondo della salute: pazienti, clinici, farmacisti e operatori sanitari nel loro complesso. Il mondo della salute sta cambiando e il settore farmaceutico fa da traino nell'innovazione attraverso la digitalizzazione e l'industria 4.0, aree in cui Janssen è punto di eccellenza. La nostra voglia di innovazione ci porta sempre a esplorare spazi nuovi come quello della robotica e dell'intelligenza artificiale e mi fa ulteriore piacere il fatto che a nobilitare questo eccellente risultato sia arrivato anche il primo premio con il progetto Jpepper nella categoria “Aggiornamento e formazione dei medici”.

tamento a seconda dell'interlocutore. Sul gradino più alto sono salite anche MSD e Sanofi che si dividono ex

aequo l'AboutPharma Digital Award come Best social company, che premia il miglior posizionamento e dinamismo sui principali social network. Le due aziende avevano già prevalso rispettivamente nelle categorie “Progetti rivolti a pazienti – Miglioramento della qualità di vita e aderenza alla cura” e “Progetti rivolti a pazienti – Multichannel e social marketing”. MSD ha vinto grazie a Chat yourself, prima chatbot per pazienti con malattia di Alzheimer agli esordi, pensata per tenere il filo della propria memoria. Sanofi con Abbassiamo il Colesterolo (AIC&MYPCoach), piattaforma che facilita prevenzione, diagnosi e cura della patologia dislipidemica.

I CRITERI DI SCELTA

A supportare i giudici nella scelta è stato un nuovo sistema di votazione online basato sulla piattaforma Eligo. Per concorrere agli AboutPharma Digital Awards nelle categorie speciali Best Digital e Social Company, tutte le aziende farmaceutiche, biotecnologiche e di medical device hanno dovuto presentare almeno tre progetti. La decisione finale della giuria si è basata sulla valutazione dei singoli progetti presentati e del profilo social e digital delle società in gara.

INNOVATION, ENGAGE, IMPACT

Sono queste le parole chiave degli Awards 2017. La prima richiama l'innovatività e l'originalità del progetto candidato. Qualcosa di unico, che abbia, nel corso dei mesi e degli anni, un evidente impatto nel settore di riferimento. Il secondo cardine del concorso si riferisce alla capacità di penetrare il mercato con un'idea intelligente che davvero cambi le cose, che migliori la capacità organizzativa di un'azienda, la salute dei pazienti e la professione di medici e farmacisti. Ma tutto questo ha bisogno di un terzo elemento trainante.

Quello dell'engagement. Il processo richiede un accompagnamento dei soggetti interessati attraverso tutte le sue fasi. Bisogna coinvolgere professionisti, clinici, pazienti e dipendenti nella realizzazione dell'idea. Per quanto innovativo e di impatto il progetto sia, è comunque necessario il sostegno di tutto l'ecosistema in cui l'azienda si muove. Compresi i social network.

“Abbiamo bisogno di lavori interdisciplinari. A livello di progettazione – commenta in video Luca Toschi, dell'Università di Firenze, nonché membro della giuria – bisogna mettere intorno a un tavolo aree di compe-

Daniela Poggio (Sanofi Italia): “Il premio valorizza l’impegno trasversale di tutta l’azienda”

“Da oltre due anni – dice Daniela Poggio, direttore della comunicazione di Sanofi Italia – la società conta su una community di quasi 60 mila utenti, con 560 post su Facebook e oltre 6 mila tweet. I nostri canali Facebook e Twitter e format come #MeetSanofi hanno delineato un percorso nello scenario della comunicazione pharma sui social media e rappresentano oggi un punto di riferimento per il racconto dell’azienda e delle sue iniziative, e interpretano un mondo della salute in profonda trasformazione. Ai canali social corporate, si aggiungono anche quelli di prodotto come Mag e “La salute in movimento” di Synvisc, i canali di educazione alla patologia o dedicati al professionista come “Eccellenza in farmacia”, oltre a nuove azioni digitali di marketing come la campagna #amolamiapancia ideata e gestita dalla business unit CHC. Un’accelerazione garantita anche dal team Business operations and support, capitanato da Gianluca Ferri, che ulteriormente indirizza e coordina anche lo sviluppo di soluzioni digitali a supporto del paziente su cui Sanofi sta investendo molto sotto la guida di Alexander Zehnder. Un esempio è Abbassiamo il colesterolo, premiato quest’anno come miglior progetto multicanale e social marketing nell’ambito del un ecosistema digitale che sensibilizza i cittadini sul tema del

colesterolo LDL e rischio cardiovascolare attraverso il sito web, ricco di contenuti informativi ed educativi scientificamente verificati e aggiornati, la pagina Facebook e MyPCoach, un network digitale e telematico tra paziente, specialista e medico di medicina generale. Siamo arrivati nella cinquina finalista in altre due categorie, grazie alla web app Fastex e al contest di Sanofi Genzyme MaketoCare, rispettivamente nelle categorie “Aggiornamento e supporto alla professione di farmacisti e medici” e “Progetti di miglioramento dell’organizzazione e dei processi dell’offerta sanitaria”. Insomma, un bel passo avanti nel solco della nostra ambizione a diventare una delle aziende più innovative d’Italia. Essere stati riconosciuti come Best Social Company 2017 quindi conferma e valorizza l’impegno trasversale di tutta Sanofi nell’ascolto e nel dialogo anche attraverso i social media con i protagonisti dell’ecosistema della salute. E dal 18 ottobre Sanofi è anche su Instagram per dare forma alla propria missione e volto alle storie di chi affronta le sfide che la salute pone nelle diverse fasi della vita, un racconto corale in grado di trasmettere tenacia e positività. L’occasione è stata il lancio di Empowering Life, la tagline che accompagnerà il logo Sanofi nelle sue attività istituzionali”.

Premio speciale: Best Social Company 2017
Vincitore ex aequo: MSD e Sanofi



Un ex aequo. Non c’è una primatista nella categoria social, sintomo di una propensione ormai consolidata dei player dell’healthcare a migliorare il proprio posizionamento su Facebook, Twitter o LinkedIn. Senza contare, inoltre, la difficoltà incontrata dalla giuria nel

Ilaria Catalano (MSD Italia): “Ai social abbiamo creduto da subito”

“Abbiamo partecipato a tutte le edizioni e per quattro anni siamo stati Best Digital Company. Siamo andati in finale con quasi tutti i nostri progetti e siamo molto contenti. Il titolo di Best Social Company – dice Ilaria Catalano, executive director business operation & digital strategy di MSD Italia – è in linea con la nostra linea digitale. Abbiamo creduto in questa strategia social fin dall’inizio, prima che diventasse un importante topic. All’interno del nostro ecosistema digitale le comunicazioni sui social vengono veicolate diversamente. Parliamo di awareness su Twitter, coinvolgimento del paziente su Facebook, approfondimenti su LinkedIn. E ora Instagram, che è un canale pensato per millennial. Poi c’è il chatbot che è un progetto di punta dell’azienda e molto vicino ai social. Poggia sulla piattaforma di messenger di Facebook e stabilisce una conversazione con il paziente”.

determinare il vincitore. MSD ha sviluppato Chat Yourself, vincendo nella categoria miglioramento della qualità di vita e aderenza alle terapie. Sanofi Italia ha invece prevalso nella sezione multichannel e social marketing con il progetto AIC&MYPCoach.

tenza e ricerca diverse. Oggi abbiamo bisogno di innovazioni di sistema. Ben vengano i prodotti, ma è importante che un’esperienza così fondamentale come Industria 4.0. si renda sempre più conto che l’innovazione vera è proprio quella di sistema”.

E nel sistema rientrano anche le farmacie. “Porteremo i progetti delle farmacie alla conoscenza di tutti”, ha detto Annarosa Racca, presidente Federfarma Lombardia, nonché membro della giuria istituzionale. “L’informazione della farmacia è una realtà.

Lo dimostra la ricetta elettronica che ha uniformato il Paese”.

LE CINQUE CANDELINE

Sono passati cinque anni dalla prima edizione degli AboutPharma Digital Awards. Le tecnologie si sono evolute



Premio speciale: Miglior progetto startup
Vincitore: Carepy

La grande novità 2017 è stata l'inserimento di un riconoscimento anche per le società giovani. Quest'anno, all'esordio, vince Carepy e a premiare sul palco la startup è stato Federico Barilli, segretario generale di Italia Startup. Un sistema, Carepy, che gestisce farmaci e terapie attraverso un'applicazione per smartphone e tablet destinata ai pazienti e ai loro caregiver. L'app si interfaccia direttamente con il farmacista di fiducia, che gestisce le disponibilità e l'approvvigionamento dei farmaci, e con il medico curante che controlla in corso d'opera le terapie e l'aderenza terapeutica.

Premio speciale riservato ai progetti di miglioramento dell'organizzazione e dei processi dell'offerta sanitaria
Vincitore: Asl di Taranto



Nome progetto: Sm@rt Health

Attivo dal 2015, Sm@rt Health è un progetto multicanale, trasversale e digitale che ottimizza più processi come liste d'attesa, prenotazioni, pagamenti, campagne screening e vaccinali, recupero crediti e privacy. L'innovatività riconosciuta dalla giuria alla Asl di Taranto, sta nel garantire un servizio di sanità 2.0, una forte trasversalità, ma anche la tracciabilità per fini amministrativi e legali, nonché una totale interconnessione delle attività e dei flussi di informazioni su più servizi.



Premio: Disease awareness e prevenzione patologie
Vincitore: Pfizer

Categoria: Progetti rivolti ai pazienti

Nome progetto: Capitan Hemo (Agenzia: McCann Health)

Capitan Hemo è un'applicazione per dispositivi mobili (smartphone e tablet), strutturata come edugame per bambini fra i 3 e i 10 anni. A seconda dell'età dei bambini la app propone due linguaggi e tipologie di comunicazione differenti. Per il target primario 3-5 anni vengono utilizzate prevalentemente immagini, colori e suoni con giochi a livello. Per il target 5-10 anni si ricorre a testi scritti e animazioni con giochi dinamici e sfidanti. Con l'applicazione i giovani pazienti vengono informati sulla loro patologia nonché educati a comportamenti non lesivi nei loro confronti per non mettere a rischio la propria salute.

Sul podio: Ho una storia da raccontare di MSD (2°); LmCome di Janssen (3°); La Mia ipertensione di Servier Italia - IFB Stroder (4°); Tiroide, meriti il meglio di Fondazione Cesare Serono (5°).

e con esse anche le aziende del settore healthcare. Ma a crescere con loro è stato il concorso stesso. “Nel 2013 abbiamo lanciato il primo AboutPharma Digital Awards con l'auspicio che potesse diventare un appuntamento annuale dedicato a tutti quei progetti

digitali che stanno popolando e trasformando il mondo della salute, sia per le loro applicazioni cliniche che per quelle della comunicazione e della formazione”, commenta Stefania Ambra, amministratore delegato di Hps-AboutPharma.

“Guardavamo con fiducia al risultato, con una sensazione di aver colpito nel segno. Dagli 85 progetti candidati nel 2013, siamo arrivati a 167 progetti unici di elevata qualità”. Il totale è quasi raddoppiato, insomma, passando per i 95 progetti del 2014, i 153 del

Premio: Miglioramento della qualità di vita e aderenza alle terapie
Vincitore: MSD



Categoria: Progetti rivolti ai pazienti

Nome progetto: Chat Yourself (Agenzia: Y&R – Italia Longeva)

Chat Yourself, progettato da MSD, è un chatbot per aiutare le persone affette da Alzheimer a tenere il filo della propria memoria. Il software basato sull'intelligenza artificiale è in grado di simulare una conversazione con se stessi sulla chat di Facebook. Una sorta di assistente virtuale capace di memorizzare l'intera vita di una persona restituendole informazioni su richiesta (24 ore su 24).

Sul podio: Pedius di Pedius (2°); Modusonline di Roche diabetes care (3°); Carepy di Carepy (4°); One touch reveal di J&J medical (5°).



Premio: Patient empowerment
Vincitore: Biogen

Categoria: Progetti rivolti ai pazienti

Nome progetto: Io non sclero (Agenzia: Edelman)

Io non sclero è una campagna di informazione e sensibilizzazione sulla sclerosi multipla sviluppata da Biogen insieme all'Osservatorio nazionale sulla salute della donna (Onda), in collaborazione con l'Associazione italiana sclerosi multipla (Aism) e con il patrocinio della Società italiana di neurologia (Sin). Dal 2014 la campagna svela il vero volto della sclerosi multipla in Italia attraverso una strategia di comunicazione integrata, dove le dimensioni offline e online si intrecciano. I pazienti e i loro familiari sono i veri protagonisti della campagna, soprattutto sui social. Facebook fa da padrone con una community online che vanta 76 mila like.

Sul podio: Vree monitor salute di MSD (2°); One touch reveal di J&J medical (3°); Chiedilo a Sic di Sic (4°); Docured, il whatsapp della telemedicina di Big Tree (5°).

Premio: Aggiornamento e formazione dei medici
Vincitore: Janssen

Categoria: Progetti rivolti ai medici, farmacisti e altri operatori sanitari

Nome progetto: JPepper Burke (Agenzia: Softec)

Pepper è una sorta di compagno robot, creato con lo scopo di comunicare con le persone nel modo più naturale e intuitivo possibile. Secondo gli ideatori di Janssen, Pepper è capace di percepire e comprendere le emozioni, così da adattare il proprio comportamento a seconda del proprio interlocutore.

Sul podio: Resuscitation game di Imaginary (2°); Univadis mobile app di Aptus health (3°); Ecosistema MSD salute di MSD (4°); ProfessionistiSalute di Novartis (5°).



2015 e i 139 del 2016.

“Le ragioni di questo successo sono molteplici. Tra queste, la condivisione del percorso di preparazione con gli stakeholder, il coinvolgimento dei giudici e la graduale ma progressiva evoluzione della tipologia dei progetti

da premiare, che accompagna e si allinea alla rapida evoluzione dell’offerta digitale in campo sanitario”, conclude Stefania Ambra. Tra i segnali di novità, come evidenziato anche da Eugenio Santoro (Istituto Mario Negri), giudice tecnico degli Awards sin dalla

prima edizione, c’è stata l’apertura a nuove categorie di pazienti.

LA NOVITÀ STARTUP

Il 2017 è stato l’anno delle giovani imprese innovative. Per la prima volta, infatti, non solo grandi aziende o isti-



Premio: Supporto alla professione dei medici
Vincitore: FinCeramica Faenza

Categoria: Progetti rivolti ai medici, farmacisti e altri operatori sanitari
Nome progetto: Anytime you need, anywhere you are: CustomBone Service

CustomBone Service è un portale accessibile via internet, nel quale il neurochirurgo e il suo staff caricano la Tac del paziente. I tecnici Finceramica la elaborano attraverso un sistema di modellazione 3D e realizzano il prototipo della protesi. Quando validata, sempre con il portale e il suo sistema 3D, la protesi viene realizzata e spedita alla struttura ospedaliera per l'impianto. La novità è che non è più necessario inviare le Tac e i prototipi fisici tramite corriere. Si riducono quindi i tempi di gestione, i ritardi e si proteggono i dati personali riservati dei pazienti. Il chirurgo è sempre in grado di collegarsi e richiedere online modifiche al progetto con semplice click

Sul podio: Appcardiosound di MSD (2°); Fastex web app di Sanofi (3°); Smartsens di AbbVie (4°); Igbid Score di AbbVie (5°).



Premio: Aggiornamento e supporto alla professione di farmacisti e altri operatori sanitari
Vincitore: Apoteca Natura

Categoria: Progetti rivolti ai medici, farmacisti e altri operatori sanitari
Nome progetto: PhAN practice system – virtual reality training (Agenzia: 3F–Lab)

La piattaforma interattiva in realtà virtuale riproduce l'intero contesto di interazione tra farmacisti e clienti/pazienti nell'ambito dell'attività di consiglio in farmacia. L'obiettivo è innovare la formazione obbligatoria di tutti i farmacisti della rete delle farmacie Apoteca Natura, con lo scopo di sviluppare le hard e le soft skills indispensabili per l'erogazione di un servizio qualificato e personalizzato in base alla clientela.

Sul podio: Vicini, concreti, digitali di Zambon (2°); Proximity marketing di MSD (3°); Younique di Sanofi (4°); E-Camp flexima 3S di B. Braun (5°).



Premio: Engagement del team aziendale
Vincitore: Merck

Categoria: Progetti di digitalizzazione delle industrie life science
Nome progetto: Merck for Health

Merck for Health è un progetto a lungo termine per trovare nuove idee e soluzioni ai problemi dei pazienti. Prevede un hackaton di 48 ore di innovazione e lavoro di squadra, la sinergia di quattro startup nate dall'incontro di studenti e professionisti del settore healthcare e un follow up di sei mesi di accelerazione con il supporto del mentore di Merck.

Sul podio: Facciamoci sentire di Daiichi Sankyo (2°); Polifarma digital transformation di Polifarma (3°); App Eca di MSD (4°); Pfizergo di Pfizer (5°).

tuzioni hanno concorso per l'ambito premio. Alla fine ha trionfato Carepy, nata dall'idea di tre ragazzi – Davide Sirago, Luigi Brigida e Alessio Germinario – che hanno creato una soluzione informatica per migliorare la qualità della vita dei malati e di chi li assiste,

con l'obiettivo di migliorare l'aderenza terapeutica e diminuire la spesa a carico del Ssn. La stessa esperienza, lo scorso anno, era stata premiata dal presidente della Repubblica Sergio Mattarella nell'ambito del concorso nazionale "Il premio dei premi".

Parole chiave

Innovazione digitale, intelligenza artificiale, patient engagement, patient empowerment
Aziende/Istituzioni

Janssen, MSD, Sanofi, Carepy, Asl Taranto/I-Tel, Pfizer, McCann Health, Biogen, Edelman, FinCeramica Faenza, Apoteca Natura, Merck, Federfarma Lombardia, Istituto Mario Negri, Y&R, Italia Longeva, Softec, 3F–Lab

