

Nuova visual identity per il Gruppo Chiesi, alla base le parole e le esperienze dei pazienti

Published On: 2021-03-22 00:00

Category: #ThePlaceToBe

- La nuova *visual identity* è la prima manifestazione pubblica della continua evoluzione del Gruppo Chiesi, Società Benefit e azienda certificata B Corp
- La centralità del paziente è alla base della nuova identità del Gruppo

Parma, 22 marzo 2021 – Chiesi, gruppo farmaceutico internazionale orientato alla ricerca (Gruppo Chiesi), presenta oggi la sua nuova *visual identity*, ispirata dalle parole ed esperienze dei pazienti. L'annuncio segna un ulteriore passo avanti nel continuo sforzo intrapreso dal Gruppo per creare una cultura aziendale realmente empatica nei confronti dei pazienti e allineata con i più alti standard etici e di sostenibilità a cui Chiesi aderisce come Società Benefit e azienda certificata B Corp.

In questo percorso, il Gruppo Chiesi ha seguito un nuovo approccio ascoltando le necessità dei pazienti, delle famiglie e dei caregiver ed entrando in empatia con loro facendo proprie le loro esperienze di vita quotidiana e la gestione della patologia.

Il risultato ha fornito una visione unica della percezione che i pazienti hanno della loro condizione, ed ha creato una solida base emotiva per l'ideazione della nuova *visual identity* del Gruppo, attraverso anche una serie di workshop, che hanno visto la partecipazione delle stesse persone di Chiesi di diverse funzioni e Paesi.

“La nostra nuova visual identity – e il nostro approccio nello svilupparla – è la prima manifestazione pubblica della nostra cultura di azienda certificata B Corp, che pone il paziente al primo posto,” ha affermato **Alberto Chiesi, Presidente del Gruppo Chiesi**. *“Vogliamo assicurarci che l'empatia sia al centro di tutto ciò che facciamo. Tutti in Chiesi devono essere messi nelle condizioni di comprendere davvero le esigenze dei nostri pazienti e le loro esperienze nel gestire patologie croniche e rare giorno dopo giorno. Ciò che abbiamo imparato nel corso di questo processo è di valore inestimabile. Continueremo a promuovere l'ascolto attivo tra i nostri pazienti, collaboratori e caregiver, con l'obiettivo di migliorare la qualità della vita delle persone in modo responsabile sia dal punto di vista sociale che ambientale”*.

“Questo è un momento estremamente importante per Chiesi, che sta forgiando un approccio unico per l'industria farmaceutica,” ha aggiunto **Martin Lindstrom, esperto di trasformazione del**

brand e della cultura aziendale e fondatore della Lindstrom Company, che ha supportato Chiesi nel processo creativo. *“Il rebranding è la dimostrazione dell’impegno di Chiesi verso i pazienti e si adatta al loro modo di esprimersi. Ciò evidenzia l’attenzione posta da Chiesi sui concetti di empatia e autenticità, di cui il settore ha estremamente bisogno”.*

Con la nuova *visual identity*, il Gruppo Chiesi ha ridefinito la comunicazione della struttura del brand partendo dalle sue 3 aree terapeutiche Air, Rare e Care. Oltre ad un nuovo schema di colore, i nomi delle aree terapeutiche si ispirano all’uso del linguaggio non-medico utilizzato dai pazienti. Una terminologia più semplice non può che migliorare la comprensione del portfolio Chiesi:

- **Air**: prodotti e servizi in ambito respiratorio, dai neonati agli adulti.
- **Rare**: si focalizza sulla ricerca di soluzioni innovative e servizi personalizzati per migliorare la qualità di vita dei pazienti con malattie rare e ultra-rare.
- **Care**: unisce prodotti e servizi a supporto delle cure specialistiche e prodotti per la cura ed il benessere della persona fornite da professionisti sanitari.

“Il lancio della nostra nuova visual identity è il punto d’inizio di molti altri cambiamenti che saranno introdotti gradualmente per implementare un approccio ai pazienti veramente guidato dall’empatia,” ha detto **Ugo Di Francesco, CEO del Gruppo Chiesi**. *“Il nostro obiettivo è di rendere più semplice la vita dei nostri pazienti e di chi si prende cura di loro. Per raggiungerlo, stiamo lavorando in tutte le sedi del Gruppo a diversi progetti come l’applicazione di intelligenza artificiale che aiuti i pazienti a dosare i loro farmaci o a nuove confezioni che siano istantaneamente riconoscibili da parte dei pazienti daltonici”.*

Inoltre, il Gruppo Chiesi sta continuando il proprio percorso per diventare un’azienda completamente sostenibile. Un’area a cui si sta rivolgendo particolare attenzione è quella del cambiamento climatico. L’azienda presenterà nuovi obiettivi con la versione 2020 del Report di Sostenibilità, che uscirà nel mese di giugno.

Il Gruppo Chiesi

Con sede a Parma, in Italia, Chiesi è un gruppo internazionale orientato alla ricerca con oltre 85 anni di esperienza, presente in 30 Paesi, impiega oltre 6.000 persone (Gruppo Chiesi). Per realizzare la propria missione di migliorare la qualità di vita delle persone agendo in maniera responsabile verso la società e l’ambiente, il Gruppo ricerca, sviluppa e commercializza farmaci innovativi in tre aree specifiche: AIR (prodotti e servizi in ambito respiratorio, dai neonati agli adulti), RARE (soluzioni innovative e servizi personalizzati per migliorare la qualità di vita dei pazienti con malattie rare e ultra-rare) e CARE (prodotti e servizi a supporto delle cure specialistiche e per la cura e il benessere della persona). La Ricerca e Sviluppo del Gruppo ha sede a Parma e si integra con altri sei importanti centri di ricerca in Francia, Stati Uniti, Canada, Cina, Regno Unito e Svezia, per promuovere i propri programmi preclinici, clinici e regolatori.

Chiesi è dal 2019 il più grande gruppo farmaceutico al mondo certificato B Corp. Chiesi ha, inoltre, modificato nel 2018 il proprio status legale in Società Benefit in Italia e negli Stati Uniti (Benefit Corporation) e più recentemente in Francia (Société à Mission), inserendo nel suo statuto obiettivi di beneficio comune, per generare valore per il proprio business, la società e l'ambiente. Le B Corp sono realtà leader globali impegnate ad usare il business come forza positiva. Inoltre, in qualità di Società Benefit, Chiesi Farmaceutici S.p.A. è tenuta per legge ad inserire nel proprio statuto obiettivi di beneficio comune e a rendicontare annualmente in maniera trasparente. Il Gruppo si è assunto l'impegno di raggiungere la neutralità carbonica entro la fine del 2035.

Contatti per la stampa:

Chiesi Group

Alessio Pappagallo

Global Communication Manager

Tel: +39 339 5897483

Email: a.pappagallo@chiesi.com