

Per il Colorectal Cancer Awareness Month 2022, Merck Italia con GreatPixel lancia una campagna contro la paura puntando su DOOH e sound branding

In occasione del Colorectal Cancer Awareness Month 2022, il mese dedicato al tumore del colon-retto, Merck – azienda leader in ambito scientifico e tecnologico – lancia in Italia una campagna innovativa nel messaggio e nei mezzi utilizzati per sensibilizzare le persone e comunicare l'importanza e il valore della prevenzione.

Merck Italia ha scelto così di comunicare la campagna tramite un'attività di DOOH e su LinkedIn, attivando una challenge connessa a una speciale playlist su Spotify. Il tumore al colon-retto è una delle neoplasie più diffuse in Occidente, ma se viene diagnosticato e gestito per tempo la sopravvivenza dei pazienti sale fino al 90%¹. Ciò che spesso ostacola la prevenzione e frena un paziente dall'effettuare un esame di screening, generando un inevitabile ritardo su una possibile diagnosi, è la paura.

Ecco perché la campagna di Merck Italia, pensata e organizzata insieme al partner di comunicazione digitale GreatPixel e su circuito maxi led di Urban Vision, propone un key message forte e capace di andare dritto al punto: PauraREVENZIONE, Cancellare la paura di un controllo può salvarti la vita. Questo il messaggio che è possibile leggere in questi giorni sui maxischermi per le strade di Roma e Milano, e sulla company page LinkedIn aziendale (<https://www.linkedin.com/company/merck-italia/>).

Ed è proprio su LinkedIn che una delle iniziative promosse dall'azienda ha attivato un vero e proprio movimento che fa leva sul sound branding per diffondere una nuova cultura della prevenzione. Attraverso la creazione della playlist Fearless Vibes su Spotify (<https://rebrand.ly/MerckSpotifyFearlessVibes>), Merck Italia è riuscita a veicolare il messaggio della campagna ma soprattutto a unire e coinvolgere gli utenti online nell'iniziativa.

È stata lanciata una challenge sui social media, invitando le persone a partecipare per vincere la paura a supporto di tutti coloro che, con coraggio, superano ogni ostacolo per intraprendere un percorso di cura proprio contro il tumore del colon-retto.

La challenge, tutt'ora in corso, prevede la scelta di una canzone speciale per ciascun partecipante - un brano capace di far superare la paura, qualunque essa sia - e di condividerla tramite post sul proprio profilo personale taggando Merck Italia e un'altra persona, aggiungendo gli hashtag di campagna #FearlessVibes #ColorectalCancer #CRCAwarenessMonth.

La playlist sta raccogliendo tutte le canzoni pubblicate e condivise e sarà completata alla fine del mese. “Questi momenti di sensibilizzazione e awareness sono fondamentali per lavorare sulla cultura della salute in modo ampio e impattante sulle persone. Come Merck Italia ci impegniamo costantemente nel cercare linguaggi immediati e canali sempre nuovi per comunicare al vasto pubblico. Crediamo che questa campagna ne sia un’ulteriore conferma, al servizio dei pazienti e della popolazione.” Queste le parole a commento della campagna di Iris Buttinoni, Head of Communications Italia per Merck.

“La cultura orientata al cliente e la continua ricerca sull’innovazione sono i due motori che, in GreatPixel, ci spingono a fare sempre meglio sui progetti in cui siamo coinvolti. Questa collaborazione con Merck Italia e i risultati che stiamo raggiungendo insieme, considerando le tematiche delicate ma fondamentali per le persone e l’intero Sistema Paese, ci riempie di orgoglio” sono le riflessioni di Giovanni Pola, CEO e Founder di GreatPixel.

La challenge rimarrà poi a disposizione di tutti: uno spazio generato dalle persone e dedicato alle persone, unite e solidali contro la paura.

Informazioni su Merck

Merck è un’azienda impegnata nell’innovazione scientifica e tecnologica che opera nei settori healthcare, life science ed electronics. I suoi circa 60.000 dipendenti lavorano ogni giorno per fare una differenza positiva nella vita di milioni di persone per creare modi di vivere più felici e sostenibili. Merck è presente ovunque: dalle più avanzate tecnologie per l’editing genetico alla scoperta di trattamenti all’avanguardia per le patologie più difficili, fino allo studio di tecnologie che permettano ai device di diventare “intelligenti”. Nel 2021 Merck ha generato vendite per 17,5 miliardi di Euro in 66 Paesi.

Ricerca scientifica e gestione imprenditoriale responsabile sono state la chiave per il raggiungimento dei traguardi scientifici e tecnologici di Merck, che opera secondo questa filosofia sin dalla sua fondazione nel 1668. La famiglia fondatrice possiede tuttora la partecipazione di maggioranza nella Società. Merck detiene i diritti sul nome e sul marchio Merck a livello globale. Le sole eccezioni sono Stati Uniti e Canada, dove l’azienda opera con le denominazioni EMD Serono nell’healthcare, MilliporeSigma nelle life science e EMD Electronics. www.merck.it.

Informazioni su GreatPixel

GreatPixel è un’agenzia di marketing, content, design e tech consultancy con sedi a Milano e Roma, dedicata a progetti complessi di Customer Experience, Brand Growth & Innovation per startup innovative, eccellenze del Paese e Fortune 500 companies.

Per ulteriori informazioni

greatpixel.it

info@greatpixel.it

+39 0236556370

[LinkedIn](#)

greatpixel

[Instagram](#)

MERCK