



Comunicato Stampa

STEFANO GUINDANI FIRMA LA CAMPAGNA CREATIVA DEL PROGETTO DI CENSIS E JANSSEN ITALIA “I CANTIERI PER LA SANITÀ DEL FUTURO”

Una reinterpretazione dell'elemento simbolo di ogni cantiere, l'umarell, in dodici scatti realizzati in quattro diverse regioni italiane per guardare con ottimismo alla costruzione della sanità di domani

Milano, 22 giugno 2020 – È a firma del fotografo Stefano Guindani la campagna creativa a supporto del progetto di Censis e Janssen Italia “I Cantieri per la Sanità del Futuro”. Nei dodici scatti che compongono la campagna, l'elemento simbolo di ogni cantiere, l'umarell, viene reinterpretato con un filo di leggerezza, che ci spinge a guardare al futuro con ottimismo. Protagonisti degli scatti sono infatti dei bambini, soli o in compagnia di un adulto, che, nella posa classica con le mani dietro la schiena, osservano simbolicamente i cantieri e la sanità che sta nascendo ed è in costruzione.

“I Cantieri per la Sanità del Futuro” è la piattaforma costruita da Censis e Janssen Italia per essere una base di partenza e di collaborazione fattiva sulle direttrici di sviluppo che i protagonisti del sistema salute hanno individuato come fondamentali in futuro, a partire dalla medicina di prossimità e quella digitale.

Nel Rapporto di Censis e Janssen Italia sono state analizzate e ascoltate in particolare quattro diverse sanità regionali: Puglia, Lazio, Piemonte e Veneto. Per questo, la campagna vede come soggetti 6 importanti strutture sanitarie italiane distribuite in queste 4 regioni: in Puglia, l'I.R.C.C.S. Istituto Tumori "Giovanni Paolo II" di Bari e l'Azienda Ospedaliero-Universitaria Consorziale Policlinico di Bari; nel Lazio, l'Azienda Ospedaliero-Universitaria Policlinico Umberto I di Roma e il Policlinico Tor Vergata – Fondazione PTV di Roma; in Veneto, l'Azienda Ospedale Università di Padova; in Piemonte, l'A.O.U. Città della Salute e della Scienza di Torino – Ospedale Molinette. A ogni immagine di una delle sei strutture sanitarie viene affiancato, inoltre, uno scatto rappresentativo della regione di appartenenza, a simboleggiare lo stretto legame tra la sanità e il suo territorio.

La campagna prenderà vita sui canali social di Janssen Italia: [Twitter](#), [LinkedIn](#) e [Instagram](#).

Credits:

Direzione artistica: Stefano Guindani

Fotografia: Stefano Trovati

Art director: Alessandro Stenco

Copywriter: Lorenzo Rocchi

Janssen

Janssen è l'azienda farmaceutica del Gruppo Johnson & Johnson (NYSE: JNJ), impegnata a costruire un futuro in cui le malattie siano un ricordo del passato.

16 molecole frutto della sua ricerca sono ritenute "essenziali" per l'umanità secondo l'Organizzazione mondiale della sanità: Janssen è impegnata nello sviluppo di soluzioni terapeutiche che rispondano ai bisogni di cura dei pazienti, in diverse aree terapeutiche, fra cui onco-ematologia, immunologia, neuroscienze, malattie infettive e vaccini, malattie cardiovascolari e metaboliche e ipertensione arteriosa polmonare.

In Janssen Italia lavorano circa 1.500 persone tra la sede di Cologno Monzese e lo stabilimento di Latina, uno tra i più innovativi al mondo con una produzione di circa 5 miliardi di trattamenti orali all'anno e un export che sfiora il 95% verso più di 100 paesi.

Per ulteriori informazioni visitate il sito www.janssen.com/italy e seguitemi su [LinkedIn](#) e [Twitter](#)