

ELV

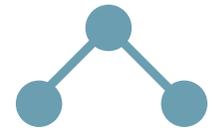
Culture of Innovation



Valorizzazione

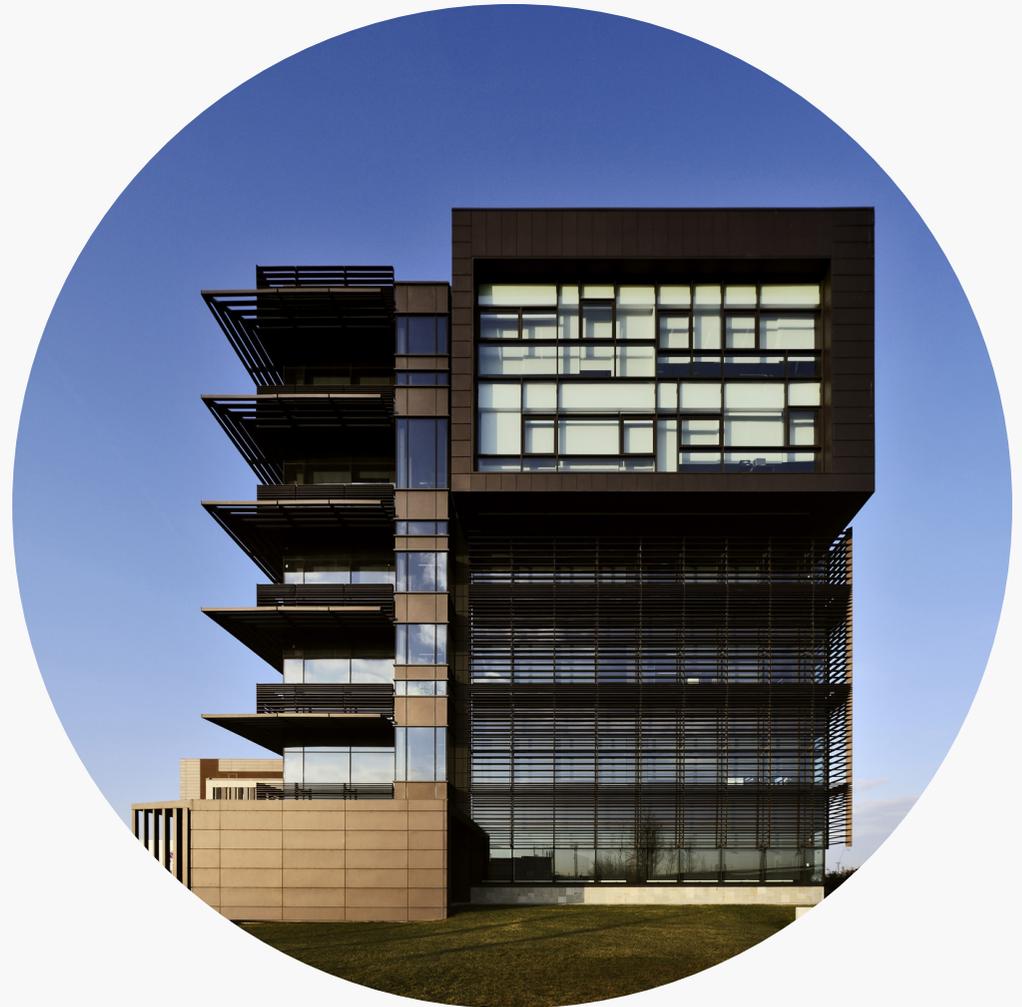
BRAND IDENTITY

Chiesi Farmaceutici

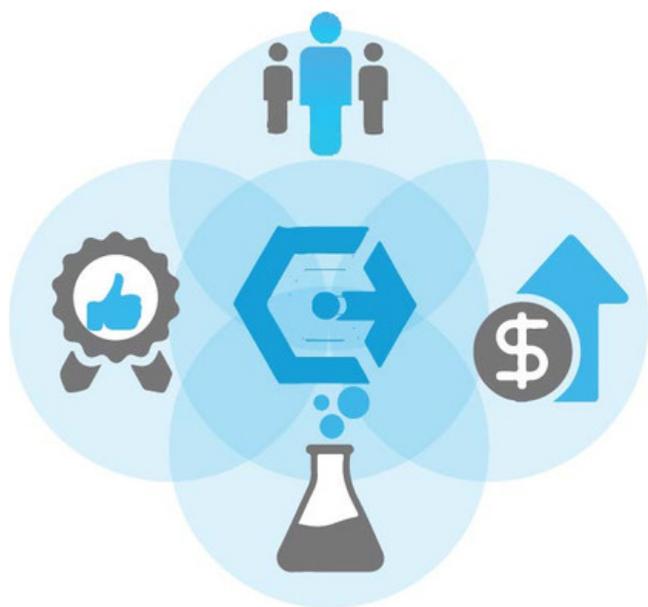


Centro Ricerche Chiesi

Individuazione del Centro Ricerche
come elemento chiave per la
costruzione della Brand Identity



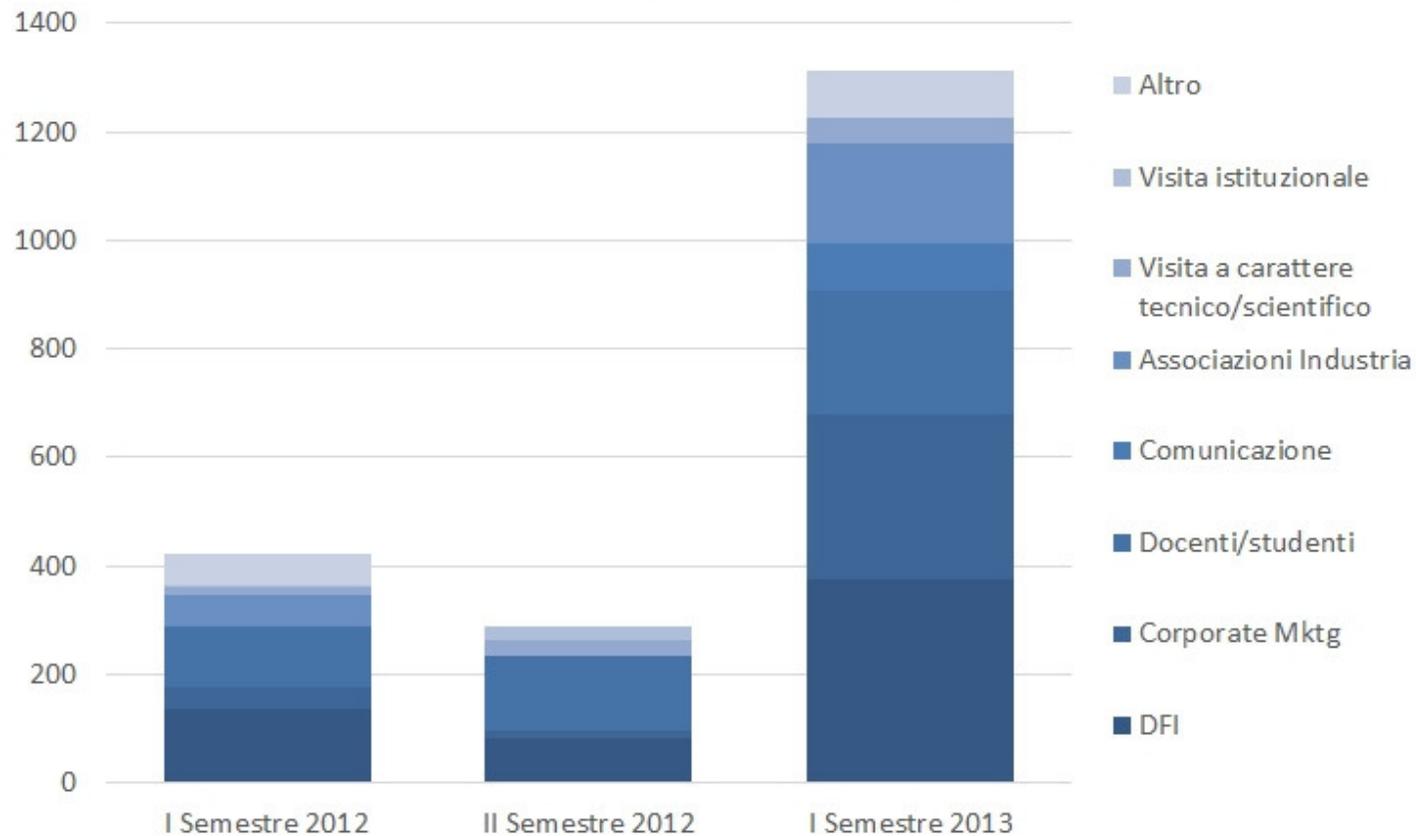
Centro Ricerche Chiesi



- Unicità della testimonianza del Gruppo Chiesi nel settore farmaceutico
- Qualità architettonica e tecnologica del Centro: evoca la passione per l'eccellenza
- Rilevanza dell'investimento architettonico e d'immagine, in linea con la brand reputation della Società
- Produzione di valore aggiunto a livello scientifico e di innovazione.



Visitatori al Centro Ricerche



Analisi del Centro e delle attività di Ricerca e Sviluppo. Analisi dei "Lab Virtual Tour". Inoltre, solo piccoli gruppi (inferiori a 15 visitatori), possono visitare parzialmente i laboratori al piano C22e B2.



Benchmark musei emiliani

Plesso espositivo	Ingresso	Città	Visitatori
Centro Ricerche Chiesi	Gratuito	PARMA	
Museo Archeologico Nazionale di Sarsina	A Pagamento	SARSINA (FORLÌ-CESENA)	
Cella di Santa Caterina	Gratuito	PARMA	
Museo Nazionale del Castello Malaspina	A Pagamento	BOBBIO (PIACENZA)	
Impianto Portuale Tardo-Romano e Basilica di San Severo (Classe)	A Pagamento	RAVENNA	
Circuito Museale: - Museo Nazionale - Mausoleo di Teodorico - Basilica di Sant'Apollinare in Classe	A Pagamento	RAVENNA	
Circuito Museale: - Museo Nazionale - Mausoleo di Teodorico"	A Pagamento	RAVENNA	
Villa Romana di Russi	A Pagamento	RUSSI (RAVENNA)	



Analisi economica del mercato turistico di riferimento.

Progettazione dell'intervento



Mission

Valorizzare il Centro Ricerche come polo scientifico e culturale sul territorio

Punti di forza ed opportunità

E' stato visto nel DNA del Centro la possibilità di diventare un vero e proprio polo d'innovazione con la possibilità di divulgare cultura scientifica e d'impresa, consolidando la reputazione del Gruppo.

Si è quindi pensato di dar vita ad un racconto all'interno del Centro stesso, realizzando un percorso espositivo armonico con gli spazi preesistenti e che racconti e valorizzi i contenuti della sua ricerca.



Modalità di fruizione e stili di comunicazione



Testi brevi
corredati di
immagini
esplicative

Infografiche

Tecnologia
per creare
attenzionali a
favore del
racconto

Scelte espositive a partire da una fruizione dei contenuti prevista in tempi molto rapidi.

Il Racconto

Atrio: Chi Siamo

- Le Origini dell'Azienda
- Storia ed evoluzione
- Internazionalizzazione e innovazione
- Chiesi Foundation

Auditorium: Ricerca e Produzione

Cos'è la ricerca per Chiesi
R&D Development
Pipeline
Produzione

Presidenza: CSR

- Cos'è la Corporate Social Responsibility per Chiesi





Arte, Tecnica e Tecnologia

Arte

Il racconto d'Impresa è potenziato dalle cornici in corten rappresentanti la città di Parma.

Tecnica

Per poter aggiornare il racconto ogni anno, si è scelto di utilizzare tessuti elastici con stampa ad altissima definizione, tese da eleganti cornici metalliche

Tecnologia

Scelta di ologrammi e pannelli led temporizzati per creare attenzionali e completare il racconto

RESEARCH FOCUSED

INTERNATIONAL GROUP



Layout finale
rinnovabile ogni anno



MILESTONES

Chiesi completes the acquisition of Cornerstone Therapeutics

2013 Chiesi acquires Zymenex

2014 Chiesi completes the acquisition of Cornerstone Therapeutics

2011 Inauguration of the new Research Centre

2012 Foster Nexthaler is approved in Europe

2008 Holostem foundation

2006 Foster arrives

1993 Launch of the surfactant Curosurf

1989 Launch of the anti-inflammatory Brexin

1979 The first original Chiesi product: Clemil

1978 Internationalization starts

1955 More than a bigger venue

1940's An expanded laboratory and the first sales abroad

1946 Post-war recovery

6 July 1935 The beginning of the adventure

1965 The second generation

Chiesi logo: People and Ideas for innovation in healthcare

RESEARCH FOCUSED INTERNATIONAL GROUP

WORLD WIDE COLLABORATORS IN ITALY MORE THAN EMPLOYEES IN MANUFACTURING SITES RESEARCHERS

PEOPLE

- 1600
- 3900
- 650
- 487

REVENUES BY GEOGRAPHIC AREA

- EUROPE 71%
- OTHERS 2%
- ASIA 9%
- SOUTH-LATIN AMERICA 6%
- NORTH AMERICA 12%

Chiesi FOUNDATION

ETHICS

RESPONSIBILITY

KNOWLEDGE

SOLIDARITY

EDUCATION

Chiesi logo

Chiesi FOUNDATION

OUR MISSION
Promote health and alleviate the suffering of patients affected by respiratory and neonatal diseases

Scientific Research

- Better understanding of the patients' needs and improve their management
- Promoting scientific communication and the dissemination of knowledge

Education

- Promoting innovative training solutions for healthcare providers and patients
- Promoting the full realization of the right to health for the population most in need

International Cooperation

- NEST Africa: Burundi, Eritrea, Uganda
- National School of Neurology: Azerbaijan, Mongolia, Ukraine

Other Initiatives:

- GASIN - Global Access to Speciality Project
- Goyana

MAIN R&D SITES

"Research is to see what everybody else has seen, and to think what nobody else has thought!"
(Albert Szent-Gyorgyi)

Research Centre in Parma (1452)
R&D Hub

Oxford
R&D for Respiratory

Paris (122)
Global Core

London (114)
Process Innovation

Dary (110)
Central & Regulatory

Chesham (117)
Drug Delivery Technologies

PRODUCTION OPERATIONS

Capacity of 8 million DPI units per year

Parma plant
Center of Excellence for pMDIs, DPIs and Inhalation Products
- Capsules
- Tablets
- MDIs
97 employees

Santana de Paranaiba plant
Center of Excellence for Inhalation Products
- Cold Inhalation
- Nebulizer Solutions
- Suspensions for MDIs
122 employees

Biois plant
Center of Excellence for pMDIs and DPIs
15.5 million finished packages per year

Other Production Sites:

- All Chiesi's productions
- 65 million finished packages per year
- Registered sites in 80 countries
- 515 employees

Main Partners:

- Depoal (UK)
- Ospem (ITA)
- Centrafarm (GR)

CHIESI WORLDWIDE AMERICAS

MILESTONES

- 6 July 1935: The beginning of the adventure
- 1940's: An expanded laboratory and the first sales abroad
- 1955: More than a bigger venue
- 1965: The second generation
- 1978: Internationalization starts
- 1979: First pMDI product: Clenil
- 1983: Launch of the first plant in Parma
- 1989: Launch of the anti-inflammatory Brexin
- 1995: The third generation
- 2005: Birth of the Chiesi Foundation
- 2006: Foster arrives
- 2011: Inauguration of the new Research Centre
- 2012: Foster NEXThaler is approved in Europe
- 2015: EMA grants Holoclair for corneal reconstruction
- 2017: Trimbrow approved by EMA
- 2018: Lamzedo approved by EMA

Chiesi
People and ideas for innovation in healthcare

ELV

Culture of Innovation

www.elvalue.it
info@elvalue.it