

## CORONAVIRUS. AXESS PR: QUASI 14 MLN ITALIANI INCOLLATI A TV PER NOTIZIE



### FRANCOLINO: FASE 2 INIZIA CON NOSTRO NUOVO SITO, RICCO E INTUITIVO

(DIRE) Roma, 19 mag. - Una vera e propria infodemia quella generata negli italiani dall'annuncio, lo scorso 21 febbraio, dei primi casi accertati di positività al Covid-19 in Lombardia e in Veneto. "Un italiano su quattro (13,9 milioni, 23%) a marzo 2020- spiega Dario Francolino, fondatore e presidente di **Axess** Public Relations- e' rimasto 'incollato' alla tv per seguire l'emergenza Coronavirus. Centinaia di notizie riversate in modo ansiogeno e commentate da medici spesso in disaccordo tra loro e da politici in lotta per tentare di guadagnare manciate di consenso con cambi ripetuti di opinioni che hanno disorientato e confuso non poco l'opinione pubblica. Un disastroso, per certi versi, effetto 'Babele' che ha informato tanto ma spesso solo a valanga l'opinione pubblica, non concentrandosi troppo sulle informazioni veramente essenziali per sopravvivere alla pandemia. Tante parole, poche infografiche e probabilmente zero strategia ed elaborazione di uno storytelling puntuale ma empatico e rigoroso.

La fase 2, cominciata ufficialmente, deve ora necessariamente basarsi su un solido percorso narrativo e di comunicazione, in grado di comunicare in maniera ordinata ai cittadini i comportamenti più idonei da adottare per convivere con un virus dalla pericolosità e velocità di replicazione ancora micidiali e mobilitarli all'azione".

**Axess** Public Relations, società di comunicazione con sede a Monza, a capitale totalmente italiano, facente parte del network internazionale Iprn (International Public Relations Network) e specializzata in divulgazione scientifica, farmaceutica e nell'ambito assicurativo e bancario (life science, health & care, insurance) ha deciso di fornire il proprio contributo educativo e professionale attraverso la realizzazione di una nuova piattaforma digitale, semplice e immediata: [www.axesspr.com](http://www.axesspr.com). L'obiettivo? Comunicare gli strumenti essenziali della professione agli stakeholder pubblici e privati e alle associazioni di pazienti e organizzazioni no profit.

"Vogliamo aiutare i nostri clienti, che sono aziende farmaceutiche, associazioni no profit, management ospedaliero, banche e compagnie assicurative- prosegue Francolino- a comunicare al proprio target di riferimento le grandi scoperte della medicina, i progressi della scienza, le principali informazioni di politica sanitaria e più in generale la vita, la cura e la salute. La pandemia da Sars-Cov2 ci ha insegnato quanto sia determinante la buona comunicazione per coinvolgere in modo empatico e mobilitare all'azione milioni di cittadini. Servono contenuti, declinati per target prioritari e l'utilizzo, nelle diverse fasi dell'emergenza ben presto trasformatasi in crisi, dei mezzi più idonei. Tutto questo è scontato per chi lavora nel settore ma sembra assolutamente sconosciuto per i diversi soggetti istituzionali che hanno governato l'emergenza. Il nuovo sito di **Axess** PR nasce quindi anche dalla necessità di spiegare in modo semplice e intuitivo quali sono i contenuti e gli strumenti migliori da utilizzare per comunicare in modo efficace le tematiche della salute, della sanità, del comparto assicurativo e bancario. Ricco di case history e di articoli ad hoc scaricabili gratuitamente e' nello stesso tempo un 'manifesto' e un richiamo per fare in modo che le Istituzioni coinvolgano sempre più nella comunicazione i principali professionisti del settore, vera eccellenza italiana".

(Red/ Dire) 13:32 19-05-20