



La prima campagna di Korian Italia per raccontare l'impegno benefit a tutti gli stakeholder

Un video in motion graphic che illustra i risultati della prima Relazione d'Impatto e una strategia multicanale per raggiungere dipendenti, pazienti, caregiver e opinion leader del settore. Coinvolte le agenzie iCorporate e WABi.

Milano, 21 novembre 2024 – Occuparsi di sanità e salute a 360° e raccontare l'impegno benefit a tutti i propri stakeholder. È con questo approccio che **Korian Italia** – “network della salute”, modello unico in Italia e parte del Gruppo europeo Clariane – ha lanciato la **campagna di comunicazione legata alla prima Relazione d'Impatto**.

Korian Italia è **una delle più grandi società benefit nel nostro Paese**. Il suo obiettivo è creare benefici comuni su diversi fronti: dall'impegno per i pazienti e i loro familiari, all'attenzione ai lavoratori e alle lavoratrici, passando per la creazione di valore economico e benessere sociale per le comunità locali, attraverso contributi concreti per favorire l'innovazione e la ricerca e la sostenibilità ambientale.

Nasce da questo impegno verso la sostenibilità la **campagna di comunicazione che racconta i risultati di Korian Italia in ambito benefit**. Al centro della campagna, un **video in motion graphic**, svelato per la prima volta alla convention annuale dell'azienda a novembre e che verrà **trasmesso nelle strutture sanitarie e socio-sanitarie di Korian in Italia**. Il video mostra i risultati di Korian nelle cinque finalità di beneficio comune in modo dinamico e accessibile a tutti, perché è proprio questo l'obiettivo al centro dell'iniziativa: **raggiungere ogni tipologia di stakeholder**, che siano pazienti, familiari, caregiver, fornitori o gli oltre 5 mila dipendenti di Korian in Italia.

I contenuti del video sono poi stati declinati in diversi formati, con l'obiettivo **'mettere a terra' la campagna sia sui touchpoint digitali dell'azienda** (sito, social media, newsletter) **che nei territori in cui Korian è presente con cliniche, ambulatori e RSA**: dalle infografiche per i social media ai banner up per gli eventi locali come il Forum Mediterraneo in Sanità in Puglia, passando per una pagina dedicata sul sito e per la brochure, fino ad arrivare a diventare materiale di formazione per gli Ambassador aziendali.

*“Il video e la campagna di comunicazione nascono per rafforzare il rapporto di fiducia tra noi e i nostri stakeholder - afferma **Antonella Ferioli, Marketing & Communications Director di Korian Italia** -. Raccontare la prima Relazione d'Impatto, infatti, significa mostrare il nostro modo di fare impresa, l'impegno concreto e quotidiano per coniugare la nostra attività con una crescente responsabilità sociale e ambientale. Per questo abbiamo deciso di strutturare una strategia che percorre più binari, da quello interno a quello esterno, per intercettare dipendenti, pazienti, caregiver ma anche opinion leader di settore. Questo passo si inserisce*



perfettamente nella missione che è da sempre propria del nostro DNA: essere coinvolti in quello che facciamo anche al di fuori delle mura delle nostre strutture ospedaliere e di cura”.

Alla campagna e ai materiali di comunicazione hanno lavorato: per la consulenza strategica e i testi, **iCorporate**, società di consulenza con sede a Milano specializzata nella comunicazione corporate, finanziaria, di sostenibilità e crisi; per gli aspetti grafici, il video e i visual, **WABi**, Branding Design Agency di Treviso.

Il profilo di Korian

Korian, un “network della salute”, modello unico in Italia, fa parte del gruppo europeo Clariane, leader in Europa nel settore sanitario e socio-sanitario, presente in 6 paesi (Francia, Germania, Italia, Belgio, Paesi Bassi, Spagna), con 105.000 posti letto e 60.000 collaboratori. Il Gruppo gestisce più di 1.100 strutture in diverse aree di attività: Residenze per Anziani, Case di Cura e Cliniche di Riabilitazione, Poliambulatori, Cure domiciliari e Appartamenti per la Terza e Quarta Età. In Italia oggi Korian conta 73 strutture per anziani, 54 strutture sanitarie, e 13 servizi di cure a domicilio.

In particolare il gruppo gestisce 14 Case di Cura, 14 Centri di Riabilitazione, 34 Poliambulatori, 65 RSA, 10 Centri Diurni per Anziani, 127 Appartamenti, 6 Case e Comunità per Anziani, 6 Residenze per Disabili, 3 Centri Diurni per Disabili, 1 Centro per i Disturbi Alimentari, 9 Comunità Psichiatriche, 8 Hospice, 13 Servizi di Assistenza Domiciliare, per un totale di 10.000 posti letto e più di 2 milioni e mezzo di prestazioni ambulatoriali erogate ogni anno.

Korian Italia, con la sua holding Segesta Spa SB che include tutte le società del Gruppo in Italia, è il primo operatore attivo sia nel settore sanitario che sociosanitario a diventare Società Benefit, rappresentando così una tra le più grandi aziende ad aver adottato questo modello d’impresa in Italia. L’obiettivo è portare un impatto positivo, concreto e misurabile nei confronti di tutti gli stakeholder coinvolti, anche al di fuori delle proprie strutture.

Contatti: Ufficio Stampa Korian Italia

iCorporate

Eleonora Meneghelli – Eleonora.Meneghelli@icorporate.it +39 3316780063

Valeria Conigliaro - valeria.conigliaro@lcorporate.it +39 333 4985418

Federico Sarri – federico.sarri@icorporate.it +39 334 6539217

Greta Delle Donne – greta.delledonne@icorporate.it +39 335 1342131

Referente Korian Italia

Maura Sancini - maura.sancini@korian.it +39 02 83127179