

DOMPE' 'BRINDA' AL NUOVO SITO INTERNET, TECNOLOGIA E SEMPLICITA'

12 Marzo 2014

MILANO – Tecnologia di alto livello, snodo informativo di contenuti scientifici, grafica accattivante e di ultima generazione. Il tutto mixato con un'estrema fruibilità, legata alla semplicità di navigazione.

È questo il cocktail che caratterizza il nuovo sito internet di Dompe' (www.dompe.com), azienda biofarmaceutica leader in Italia.

Lo spazio virtuale – si legge in una nota – si caratterizza per un layout innovativo in linea con la strategia del Gruppo, nato con l'obiettivo di guidare l'utente all'interno della storia e del futuro dell'azienda. Un viaggio da percorrere con agilità attraverso le varie sezioni, per scoprire le peculiarità di un Gruppo che si è progressivamente dedicato alla biotecnologia e alla ricerca e sviluppo di nuovi farmaci per patologie rare spesso orfane di cura, come la cheratite neurotrofica, o per migliorare le risposte a trattamenti d'avanguardia, come il trapianto di isole pancreatiche. Il tutto, mantenendo lo storico interesse per i farmaci destinati alla cura di malattie e sintomi comuni, da quelle dell'apparato respiratorio all'infiammazione, oltre che al settore dei medicinali destinati all'automedicazione.

Il layout del nuovo sito Dompe.com – si legge ancora nella nota dell'azienda – punta a rappresentare l'innovazione dell'approccio aziendale, grazie a linee essenziali ma ricercate e alla disponibilità degli ultimi accorgimenti in termini di interazione e tridimensionalità dell'immagine.

“Con il profondo restyling del sito www.dompe.com abbiamo voluto offrire, a chi vuole approfondire la realtà di un'azienda dinamica e impegnata in ricerca, l'opportunità di conoscerci meglio, sfruttando le potenzialità della rete – spiega Eugenio Aringhieri, Ceo Dompe' – un sito che punta a innovare nel modo di comunicare e a differenziarsi, restituendo peculiarità e caratterizzazione dell'approccio strategico del Gruppo Dompe'. Una scelta in linea con le nostre attività, sempre più proiettate in una dimensione internazionale, a partenza italiana. Il web rappresenta la 'vetrina' ideale in un mondo sempre più globalizzato e il medium più dinamico per parlare alla comunità dei ricercatori, delle Istituzioni e più in generale delle persone che possono trarre beneficio dalla nostra ricerca. La trasparenza e la condivisione di ciò che facciamo sono elementi chiave nel nostro impegno, e sono certo che questo strumento potrà offrire un'opportunità in più per chi vuole conoscere da vicino la realtà di un'azienda italiana che mira ad essere tra i player globali nel red biotech”.

Grazie a queste caratteristiche il sito Dompe.com si propone quindi come punto di riferimento nel panorama della ricerca biotecnologica internazionale, ed offre continui aggiornamenti sia sulle ricerche in corso, sia sul percorso di ricerca di farmaci come Reparixin, attualmente in fase di sviluppo nel trapianto di isole pancreatiche e nel trattamento del tumore al seno, e rhNGF, sviluppato in Italia a partire dagli studi del Premio Nobel Rita Levi Montalcini per patologie gravi dell'occhio quali la cheratite neurotrofica e la retinite pigmentosa.

“A fronte dell'attuale scenario altamente complesso e competitivo il web rappresenta uno strumento di comunicazione irrinunciabile per un'azienda tesa a intessere legami profondi e duraturi con stakeholder sia nazionali sia di portata internazionale – spiega Patrizia Musso, direttore di Brandforum.it e docente di Forme e Strategie della Comunicazione Digitale presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano – e se risulta ormai consolidato un uso del web come piattaforma efficace per raccontare la propria identità e storia, non del tutto scontato è un suo utilizzo in chiave slow brand, volto cioè a mostrare come l'impresa si immerga pienamente nelle varie pieghe del vissuto sociale non solo tramite la proposta di prodotti che rispondono a precise esigenze, in questo caso di salute, ma anche attraverso azioni innovative, attività concrete e di lungo periodo che toccano l'area della Csr. Essere quindi 'attori responsabili del proprio tempo' a trecentosessanta gradi nei confronti sia del pubblico esterno sia dei dipendenti (attuali e futuri): questo a mio parere è l'elemento di spicco che si dispiega nelle varie pagine dell'anima digital di Dompe'”.

Navigando nel sito, realizzato con la collaborazione dell'agenzia Saatchi & Saatchi e sviluppato da Razorfish Healthware, non mancano poi le curiosità e i servizi. Si parte dalla storia dell'azienda, che si interseca con i principali passaggi della scienza medica da fine 1800, fino ad arrivare all'impiego delle moderne biotecnologie per la salute, per giungere a conoscere da vicino il polo produttivo e di Ricerca & Sviluppo dell'Aquila e le varie sedi del Gruppo. Ampio spazio è dedicato alle patologie che vedono l'azienda direttamente impegnata e alla Responsabilità sociale.

Non manca, infine, la sezione dedicata alle opportunità di impiego, come pure i rimandi ai social network sui quali Dompé è attualmente presente.