



# Comunicazione adv Armolipid e Bitmama al lavoro insieme per metterci il cuore e parlare di prevenzione

Pianificata su digital e social, l'attività andrà online a partire da metà ottobre e gli episodi saranno pubblicati fino a dicembre sui profili Facebook e Instagram del brand e sulla landing page dedicata



Con l'obiettivo di consolidare l'impegno del brand in attività solidali, Armolipid e Bitmama, agenzia creativa del gruppo Reply, lanciano "Mettici il cuore Talks", una serie di video-interviste sul tema della prevenzione realizzate in una suggestiva location sui colli piacentini, con il sostegno della casa di produzione 1806 Agency. Già nel 2021 il brand, appartenente al gruppo Viatris, aveva coinvolto la sua community in un'operazione benefica a supporto di [Banca delle Visite](#), fondazione che garantisce alle persone bisognose e associazioni di volontariato l'accesso gratuito a visite mediche specialistiche e prestazioni sanitarie. A fronte del grande successo riscosso, la scelta strategica è stata di continuare nella stessa direzione, coinvolgendo ancora di più la community: sono stati proprio gli utenti sui social di Armolipid a scegliere la prevenzione come oggetto della nuova iniziativa benefica, rinnovando la collaborazione con [Banca delle Visite](#). In "Mettici il

cuore Talks", il food mentor e divulgatore scientifico Marco Bianchi intervista cinque ospiti portavoce di uno speciale punto di vista sulla prevenzione: Viola Leporatti, cuoca e food content creator, esplora il ruolo dell'alimentazione; il Matteo Piro, Direttore S. C. di Medicina Interna presso l'Università degli studi di Perugia e Giovanna Roncati, titolare della Farmacia del Castello di Genova, approfondiscono gli strumenti messi a disposizione dalla medicina; Ellen Hidding, presentatrice televisiva, affronta l'argomento da un punto di vista lifestyle e Francesco Bruyere, allenatore della Nazionale Italiana Femminile Judo e docente all'Università di Scienze Motorie di Torino, ne parla secondo la sua visione di sportivo. Queste cinque personalità non solo vogliono sensibilizzare il pubblico sull'importanza della prevenzione, ma anche portare esperienze e consigli unici per avvicinare gli utenti a uno stile di vita più sano. La campagna digital e social è onli-

ne e gli episodi saranno pubblicati fino a dicembre sui profili Facebook e Instagram di Armolipid e sulla landing page dedicata. Ciascuna interazione degli utenti, visualizzazioni, like, commenti e download degli episodi dal sito, sarà convertita in una visita medica gratuita per chi ne ha più bisogno grazie alla collaborazione con Banca della Visite.

## Credits

Client: **Viatris Italia**  
Head of Consumer and Pharma Care  
Marketing Digital Engagement:  
**Anne-Marie Van de Kieft**  
Category Lead Food Supplements  
& Hair Care: **Sara Mauriello**  
Marketing Support Food Supplements & Hair Care:  
**Valeria Roncaglio**  
Agency: **Bitmama Reply**  
Chief Creative Officer & Partner:  
**Nicola Gotti**  
Client Creative Director:  
**Alberto Rigozzi**  
Copywriter: **Silvia Belà**  
Junior Art Director:  
**Claudia Pardo**

Junior Copywriter:  
**Francesco Codemo**  
Motion Designer:  
**Shahin Khanide**  
Account Manager:  
**Marta Zurlo**  
Social media strategist:  
**Elena Loro**  
Social media manager:  
**Greta Caputo**  
Responsabile Divisione Comunicazione:  
**Ethiopia Abiye**  
Director:  
**Cosimo Bruzzese**  
Production Company:  
**1806Agency**  
Executive producer:  
**Mario Saronne**  
Production coordinator:  
**Giorgia Bellondi**  
Set designer:  
**Kadri Hirvesaar**  
MUA:  
**Naïke Bilardo**  
Influencer Marketing Company:  
**Buzzoole**