

«Attenzione al malato e l'1 % del nostro tempo dedicato, per contratto, a chi ha bisogno»

di FLAVIA CIMBALI
volontaria B.LIVE

«Il nostro impegno è cercare soluzioni innovative nel campo della prevenzione e della cura delle malattie. Ci stanno a cuore la salute e il benessere di ogni individuo tanto che abbiamo fatto di Human Health Care la nostra filosofia. Human Health Care significa guardare un paziente e vedere una persona, con le sue gioie, i suoi desideri, le sue speranze, le sue paure. E i suoi bisogni sanitari». Chi parla è la dottoressa Laura Forni, direttrice dell'Oncology Business Group presso Eisai Italia, casa farmaceutica con sede centrale in Giappone che opera nel settore Ricerca e Sviluppo. Il principio che sta alla base della missione dell'azienda è ispirato

alla figura di Florence Nightingale, rampolla di una famiglia benestante dell'alta borghesia inglese, che nell'Ottocento diede forma a quella che possiamo definire l'assistenza infermieristica moderna e dignità a questa professione allora poco stimata, dedicando l'intera vita all'assistenza dei malati e dei feriti di guerra. Di suo pugno sono le lettere in minuscolo, hhc (acronimo di Human Health Care), che campeggiano sul logo. «Vogliamo essere un esempio nella speranza che sempre più aziende si muovano in questa

direzione, verso un mondo migliore per tutti. E lo facciamo in maniera concreta, a cominciare dal fatto che come dipendenti Eisai impieghiamo l'uno per cento del nostro tempo lavorativo remunerato al supporto di persone bisognose di assistenza».

Non solo. A smentire l'opinione diffusa che le case farmaceutiche siano volte unicamente al profitto, nel 2013 EISAI Italia ha creato con la collaborazione di associazioni di pazienti e medici, il sito sempredonna.net per affiancare e aiutare nel quotidiano le donne malate di tumore e i loro familiari. Il progetto, interamente italiano, è stato premiato alla convention di Tokyo dedicata ai pazienti e al loro sostegno. «Oltre a spiegare le malattie in modo scientificamente corretto e comprensibile, il sito parla di attività fisica, trucco, vestiti, parrucche, libri, diritti,

rapporto con i figli», spiega Laura Forni. «Si raccontano storie di vita: storie belle, perché i buoni esempi e l'energia positiva fanno bene. Curano». Attraverso sempredonna.net ci si può mettere in contatto con le varie associazioni di pazienti e con i siti creati dalle pazienti stesse; la società scientifica di oncologia è presente con una propria rassegna stampa e c'è un'informazione costante sulle attività e le novità in questo campo.

Ora quel sito vedrà anche la partecipazione attiva e creativa dei B.Livers, cui è stato affidato l'incarico di trovare per il sito stesso un nuovo nome e un nuovo logo.

La prima riunione, con una piccola rappresentanza dei B.Livers, la Redazione de Il Bullone, Emanuela Bovone, presidente dell'agenzia di comunicazione Save As che segue

sempredonna.net e il team del marketing di Eisai oncologia, si è già tenuta. «Vogliamo essere in rete da ottobre», continua la dottoressa Forni. «L'obiettivo: aiutare ed essere vicini alle persone che soffrono anche a distanza, attraverso uno schermo, per parlare con loro, rispondere alle loro domande, capirle. E in questo i ragazzi sono bravissimi! Crediamo nei B.Livers e nella loro creatività giovane e genuina, nella voglia di fare con passione e di divertirci insieme». L'idea è nata da una precedente collaborazione con B.LIVE.



Laura Forni di EISAI

«Sì, nelle curve della vita, un paio d'anni fa ho avuto modo di conoscere Bill Niada, creatore con la moglie Emilia di Magica Cleme, della Fondazione Near e di B.LIVE e insieme abbiamo elaborato e realizzato la versione italiana della "Scuola Pratica di Filosofia", un progetto che ha lo scopo di aiutare non solo chi ha bisogno di suggerimenti e spunti per superare giornalmente le questioni della vita, ma anche di chi necessita di aiuti concreti. L'intero ricavato è stato infatti devoluto al progetto 5+5 creato da Bill Niada a favore dei Gruppi di Ascolto della San Vincenzo, che offre l'assistenza a 5 donne e a 5 uomini sia italiani che extracomunitari: persone residenti a Milano o nell'hinterland in difficoltà economica a causa della perdita del posto di lavoro, di una separazione e dell'assenza di sostegno sociale».