

## ***European Fertility Week: al via "Che fine ha fatto la cicogna – Un amore senza limiti", la quarta edizione della campagna Merck sui temi della fertilità***

- **Il viaggio verso la genitorialità raccontato dai papà, con la potenza di una dichiarazione d'amore**
- **Merck conferma il proprio impegno nel promuovere una corretta informazione e una maggior conoscenza sulla fertilità**

Roma, 4 novembre 2019 – Voce inedita, quella dei papà, nel racconto del *patient journey*, il viaggio verso la genitorialità delle coppie alla ricerca di un figlio. Un punto di vista unico attraverso cui affrontare i temi legati alla fertilità e promuovere così un'informazione corretta ed esaustiva sull'argomento.

Con questo obiettivo **Merck**, azienda leader in ambito scientifico e tecnologico, lancia la quarta edizione della campagna ***Che fine ha fatto la cicogna – Un amore senza limiti***, confermando il costante impegno in favore di una maggiore conoscenza su questi temi.

**Celebrare l'amore senza limiti di chi è alla ricerca di un figlio.** Questo il *concept* della campagna che Merck lancia oggi, in apertura della ***European Fertility Week***, e che restituisce tutta la forza delle coppie - e delle donne in particolare - nell'affrontare il percorso di Procreazione Medicalmente Assistita (PMA). Attraverso gli occhi dei compagni di viaggio - i papà - **guardiamo con ammirazione queste donne mettendole a nudo con la dolcezza di una dichiarazione d'amore.**

Fil rouge di tutta l'operazione è il format della lettera aperta che, declinato attraverso canali diversi, diviene il mezzo con cui la coppia si racconta,





ripercorrendo le tappe del *patient journey*, attraverso i ricordi e il vissuto dei compagni che celebrano la forza ed il coraggio delle loro donne.

La campagna di comunicazione integrata quest'anno approda sul grande schermo, con circa 10.000 passaggi in oltre 300 sale cinematografiche, e viaggia online su **[www.chefinehafattolacicogna.it](http://www.chefinehafattolacicogna.it)** e **[www.vogliounfiglio.it](http://www.vogliounfiglio.it)**, siti web in cui è possibile trovare informazioni utili su come preservare la fertilità e sul percorso da intraprendere nel caso si riscontri un problema di infertilità. Sui siti è inoltre consultabile l'elenco dei centri specializzati accreditati in Italia per i trattamenti di Procreazione Medicalmente Assistita.

"Assumere il punto di vista del paziente - dichiara **Antonio Messina**, a capo del business biofarmaceutico di Merck in Italia - è fondamentale per restituire la realtà del percorso di PMA e per diffondere una maggior consapevolezza sui temi della fertilità, obiettivo che portiamo avanti da sempre con impegno e costanza".

La campagna *Che fine ha fatto la cicogna - Un amore senza limiti* ha ottenuto i seguenti patrocini: **AGUI** (Associazione Ginecologi Universitari Italiani), **AOGOI** (Associazione Ostetrici Ginecologi Ospedalieri Italiani), **CECOS Italia** (Centri studio conservazione ovociti e sperma umani), **SIA** (Società Italiana di Andrologia), **SIAMS** (Società Italiana di Andrologia e Medicina della Sessualità), **SIDR** (Società Italiana della Riproduzione), **SIE** (Società Italiana di Endocrinologia), **SIERR** (Società Italiana di Embriologia, Riproduzione e Ricerca), **SIFES** (Società Italiana di Fertilità e Sterilità e Medicina della Riproduzione), **SIGO** (Società Italiana di Ginecologia e Ostetricia), **SIRU** (Società Italiana della Riproduzione Umana), **Fondazione Cesare Serono** e **Fondazione PMA**.

#### **Informazioni su Merck**

Merck è un'azienda impegnata nell'innovazione scientifica e tecnologica che opera nei settori healthcare, life science e performance materials. I suoi 56.000 dipendenti lavorano ogni giorno perché la vita di milioni di persone sia più felice e sostenibile. Merck è presente ovunque: dalle più avanzate tecnologie per l'editing genetico alla scoperta di trattamenti all'avanguardia per le patologie più difficili, fino allo studio di tecnologie che permettano ai device di diventare "intelligenti". Nel 2018 Merck ha generato vendite per 14,8 miliardi di Euro in 66 Paesi.

Ricerca scientifica e gestione imprenditoriale responsabile sono state la chiave per il raggiungimento dei traguardi scientifici e tecnologici di Merck, che opera secondo questa filosofia sin dalla sua fondazione nel 1668. La famiglia fondatrice possiede tuttora la partecipazione di maggioranza nella Società, che è quotata alla borsa di Francoforte. Merck detiene i diritti sul nome e sul marchio Merck a



livello globale. Le sole eccezioni sono Stati Uniti e Canada, dove l'azienda opera con le denominazioni EMD Serono nell'healthcare, MilliporeSigma nelle life science e EMD Performance Materials. Per maggiori informazioni su Merck: [www.merck.it](http://www.merck.it)