

Roberto Adrower
Life Science Professional Marketing &
Communication...



<https://www.linkedin.com/in/roberto-adrower-0499291/>

Life Science Professional Marketing & Communication External Lecture
Professor of Marketing and Market Access of Drugs
Corso di Laurea Scienze Farmaceutiche Applicate - Facoltà Farmacia e Medicina Università La Sapienza Roma
Nobile Collegiale Chimico Farmaceutico Universitas Aromatariorum Urbis

CURRICULUM VITAE

nato a Firenze 08.12.1955

Sposato con due figlie,

- Laureato in Farmacia 103/110 (Iscrizione Ordine Farmacisti Roma 794/1980 Roma)
- Marketing & Communication Life Science Professional (registro CEPAS 01) a tutt'oggi
- Esperto Senior di Marketing e Comunicazione (registro CEPAS 16) sino al 2018
- Consigliere Nazionale AIMF (Associazione Italiana Marketing Farmaceutico) dal 2001 al 2016
- Titolare e Direttore di Farmacia privata dal 2011
- Amministratore Bee-BIP & Co sas di Roberto Adrower – Pharma Health Consulting sino al 2020
- Amministratore Soc . SE.Ri.B srl Società Servizi Onlus 2016-2018
- Esperto tecnico nel settore QMS19 - EA13 : Farmaceutici e prodotti medicinali, profumi, cosmetici ed oli essenziali dal 2014
- Docenza in Marketing & Communication Scienze Farmaceutiche Applicate(Facoltà Medicina- Farmacia Un. La Sapienza Roma) dal 2015
- Iscritto dal 2015 Albo Ufficiale dei Formatori (Business International Fiera di Milano)
- Professore a contratto Marketing e Tecniche di Accesso al Mercato Farmaceutico Facoltà Farmacia e Medicina Università La Sapienza Roma Corso di laurea Scienze farmaceutiche Applicate anno 2017-2018- 2018-2019 -2020-2021

Principali Esperienze lavorative in primarie Aziende Farmaceutiche :

- Maggioni Farmaceutici Spa
- Organon Spa
- Squibb Spa
- Bristol Myers Squibb Srl

Sintesi esperienze lavorative

40 anni nel Marketing e Communication, Advertising e Supply Chain in Aziende Farmaceutiche Italiane e Multinazionali in differenti funzioni nel Marketing/ Comunicazione/ Accesso al Farmaco (Senior PM, Marketing Services Manager , Marketing Planning Manager, Advertising Manager, Market Research & Forecasting Manager, Supply Chain Manager , Regulatory Affairs Manager).

Specialties:

Negotiation ;Branding Identity ;Supply Chain , Training and Development Communication &

Marketing - Patient Communication - Marketing Research, Mature Brands Expertise

Accreditamento

- Redattore Free lance per riviste scientifiche e di settore
 - Collabora con primarie aziende farmaceutiche Internazionali su comunicazione, marketing formazione ,gestione mature brands
 - Collabora con Società dedicate alla Pianificazione ed Ottimizzazione dei Processi di Produzione e Vendita dei prodotti Farmaceutici
 - Esperto Certificatore Sanità e Gruppo di Approvazione Settoriale CEPAS- Bureaux Veritas Vendite e Marketing
 - Collaborazione con la Facoltà di Statistica dell'Un.Bicocca
 - Collaborazione con Università Tor Vergata Roma Facoltà di Farmacia (English Course) 2015
 - Collaborazione Università Camerino Facoltà Farmacia sull'Informazione Scientifica farmaco 2014
 - Collaborazione con la Facoltà Scienze Farmaceutiche Cattedra di Economia e Marketing del Farmaco Università Studi Milano in merito alla "Certificazione delle Professioni Farmaceutiche "
 - Collaborazione con CNR SPP Roma progetto "Farmacia Cardiometabolica "
 - Collaborazione con Campus Biomedico per gli aspetti dei costi indiretti in sanità
 - Relatore ECM per eventi medici : Comunicazione, relazione e decisione in Sanità "Connettere Conoscenza alla Comunicazione"
- Collaborazione con Business International Fiera Milano per la Chairmanship dei Convegni Sanitari Farmaceutici
 - Collaborazione con AboutPharma per la Chairmanship dei Convegni Sanitarie Farmaceutici
 - Membro commissione FAD e Cultura Ordine Farmacisti Roma dal 2014
 - Collaborazione con il RETAIL INSTITUTE ITALY Milano 2017-2018-2019
 - Commissario esami di stato Un Tor Vergata 2015-2017/ 2020-2021
 - Collaborazione Media4Health 2016 a tutt'oggi
 - Collaborazione Rivista Tema farmacia 2018-2019
 - Collaborazione IKN Mi 2019
 - Collaborazione Talent Garden Mi 2019
 - Giudice Digital Award 2019-2020-2021 About Pharma
 - Advisory Board IKN-Retail Institute Pharma Retail

DOCENZE

Lezioni Frontali e on line come

Professore a contratto di Marketing e Tecniche di Accesso al Mercato del Farmaco Corso di Laurea in Scienze Farmaceutiche Applicate (Facoltà di farmacia e Medicina) negli ultimi 5 anni

Lezioni frontali e on line per eventi pubblici e/o universitari negli ultimi 5 anni

- Docenza l'Un La Sapienza Roma Facolta Scienze Farmaceutiche Applicate per gli aspetti Comunicazione /Strategia nel Mercato Farmaceutico
- Docenza Marketing Master di Il Livello Nutraceutica e Cosmeceutica di Prodotti di Origine Vegetale
- Docenza Un.La Sapienza Facoltà di Farmacia e Medicina 2018
- Chairmanship Corso di Alta Formazione " Pharma Retail " Roma Gennaio 2017 About Pharma Studio Origoni & Partners
- Docenza Corso di Alta Formazione " Digital Health Marketing Plus " Business International Fiera Milano – Pharmacy Phaculty Tor Vergata 2016
- Chairmainship :Seminario "Pharma Retail Engagement" Retail Institute sept 2017
- Docenza Cosmofarma : Digital Transformation in farmacia Aprile 2018
- Chairmainship : Pharma Retail e shopper engagement Sept 2018
- Gruppo di studio IPACS : Quali progetti possibili di Empowerment Luglio Settembre 2018
- Docenza Corso Market Access in Life Science : Un La Bicocca- About Pharma Nov 2018
- Docenza Master di Il Livello "I Manager Chiave nell'Azienda Nutraceutica e Cosmeceutica", direttore Prof.ssa Luisa Mannina.Un La sapienza Roma 2019

- Pharma Retail: le potenzialità del canale farmacia per il Patient Access About Pharma 5 Aprile 2019
- Pharma Retail (Retail Institute) Scenari di mercato e modelli farmaceutici a confronto: tradizionale vs e-commerce 16 Aprile 2019
- Modelli e strategie di PATIENT ACCESS per relazionarsi con Pazienti, Istituzioni e Associazioni al fine di massimizzare l'accesso al farmaco con un approccio Patient Centric IKN Pharma Hub 16 Giugno 2019
- Il tesoretto dei mature brands About Pharma 2019
- ISF nel 2021: a che punto siamo? Informatori .it
- Multimediale e Multicanale : Tra tradizione e nuovi modelli comunicativi : il Pharmaretail nel post-covid IKN 2021
- Chairmanship Retail4pharma IKN/Reatil Institute 2021
- Un. Pavia **“FUTURE ATTIVITA' E RUOLI NELLA FARMACIA E OLTRE IL BANCO PER IL LAUREATO IN FARMACIA” Marzo 21**
- Free Webinar | Digital Innovation e personalizzazione per una migliore customer experience 7 maggio 21 dalle 10.00
- La Compliance in farmacia
Il ruolo del farmacista per sostenere l'aderenza alle terapie
Un focus su depressione e patologie cardiovascolari
15 giugno 2021
- Chairmanship : Retail4Pharma Day, il 6 luglio 2021 a Milano evento sul futuro della farmacia

Pubblicazioni SVOLTE PRESSO LA FACOLTA' DI FARMACIA E MEDICINA PER LA LAUREA IN SCIENZE FARMACEUTICHE APPLICATE E LAUREA IN FARMACIA

- Il modello DISC: uno strumento sempre più attuale per il self assessment In Pubblicazione
- Nuovi approcci al Marketing Farmaceutico : Healthcare e Social Marketing Ott 21
- La gestione dei rischi ed opportunità nell'Informazione Scientifica del Farmaco in era pandemica Luglio 21
- Il marketing dei prodotti cosmeceutici Luglio 2021
- Empowerment engagement del paziente nei progetti di Marketing Farmaceutico luglio 21
- Immagine Aziendale e comunicazione ai pazienti attraverso il web e social media : aziende a confronto Luglio 21
- Vantaggi della Supply Chain nei modelli organizzativi del SSN: integrazione del digitale per garantire l'assistenza al paziente. Marzo **MARKETING DEI SERVIZI IN FARMACIA: VANTAGGI ECONOMICI E SOCIO-SANITARI** Genn21
- Applicazioni tecnologia Blockchain: progetti e opportunità nel Marketing e nella Supply Chain del Pharma Dc 2020
- Informazione scientifica nell'era della pandemia dic 2020
- La comunicazione in farmacia ai tempi del Covid-19 - Punti di forza e criticità nella gestione dell'emergenza sanitaria in farmacia Dic 2020
- Lockdown: analisi degli effetti sul mercato farmaceutico e studio di un nuovo business model conseguente al covid-19 Ott 20
- Vaccini e comunicazione scientifica: una overview nazionale ed internazionale” Luglio 202
- La contraffazione del farmaco: tra le cause della scarsa compliance dei pazienti Luglio 2020
- Farmaci orfani : il marketing sociale dalla filiera del farmaco al paziente marzo 2020
- Pharma Marketing tra e-commerce social media e fisicità della vendita Gennaio 2020

- La Farmacia etica: dal marketing delle merci al marketing per il paziente Ottobre 2019
- Blockchain nella filiera del farmaco :modelli strategici e di Marketing Ottobre 2019
- Cross Counselling : strategia di Marketing e/o Comunicare meglio con il paziente ?Luglio 2019
- Evoluzione del Market Access nelle Aziende Farma – Nuovi Ruoli e Funzioni Dic. 2018
- Comunicazione Farmaceutica Aziendale nell'era digitale Ott. 2018
- Le ricerche di mercato tra format tradizionali e non Sett. 2018
- Il Benchmarking Farmaceutico nella strategia di impresa Ott. 2018
- Il content Marketing nell'healthcare aziendale : a che punto siamo ? Dicembre 2018
- Il tesoretto dei mature brands nel mercato farmaceutico : modelli e piani di marketing e gestionali Settembre 2017
- Ellaone – La rivoluzione in una pillola: analisi storica chimica , economica di un farmaco rivoluzionario Ottobre 2018
- Coaching Farmaceutico per la selezione dell'eccellenza Luglio 2017
- Programmazione Neuro linguistica e vendita emotiva possono incidere sulla performance della Farmacia ? luglio 2017
- Evoluzione della Farmacia : il farmacista nuova figura per il Marketing Farmaceutico: Luglio 2017
- La figura assistenziale del farmacista : Cros/coun- selling : guida ad una vendita educativa: Luglio 2017
- Un piano Marketing di successo attraverso l'utilizzo della nuova frontiera comunicativa : il social network: Luglio 2017
- Price Sensitivity in tempo di crisi: una scelta di marketing strategico Mar 20, 2017
- Un nuovo modello di comunicazione medico scientifica : Il digital detailingMar 20, 2017
- Farmaci on line : una nuova area di business e marketing per la farmacia territoriale Mar 20, 2017
- Il Multichannel Rep: L'informazione Scientifica del Farmaco tra Comunicazione Tradizionale e DigitaleJan 13, 2017
- Il packaging Farmaceutico : Leva di Marketing sulla Compliance del Paziente Jan 13, 2017
- L'Informazione Scientifica tra Marketing Farmaceutico e Comunicazione Medico -Paziente: Social Media e Trusted Pharma Jan 13, 2017
- Snellire i processi della filiera del farmaco : pricipi e tecniche di managment farmaceutico Oct 27, 2016
- La strategia : un arma per accrescere la competitività dell'impresa Jan 14, 2016
- Comunicare Salute attraverso i Social Media dateJan 14, 2016
- Market Access ,una leva strategica per le aziende farmaceutiche : Stato dell'Arte e prospettive publication 2016

Publicazioni Scientifiche

Int J Gynecol Cancer. 2015 Oct;25(8):1541-6. doi: 10.1097/IGC.0000000000000512.

Economic Impact Among Family Caregivers of Patients With Advanced Ovarian Cancer.

Angioli R¹, Capriglione S, Aloisi A, Miranda A, de Cicco Nardone C, Terranova C, Adrower R, Plotti F.

Pubblicazioni economiche

Co-autore del volume : Industria Italia ce la faremo se saremo intraprendenti – Editrice Sapienza

<https://www.editricesapienza.it/node/7945>

Co autore : INDUSTRIA Che investimenti occorrono? Osservatorio sulle Imprese Facoltà di Ingegneria Civile e Industriale Sapienza, Università di Roma

<https://www.ing.uniroma1.it/sites/default/files/Industria%20Sapienza.pdf>

Articoli editoriali

Farmacia del Futuro alcuni spunti – Media4Health

<https://www.digitalmarketingfarmaceutico.it/farmacia-del-futuro>

Marketing per l'impresa farmacia: Articoli pubblicati su Tema Farmacia

<https://www.farmacianews.it/marketing-per-limpresa-farmacia-come-e-perche-farmacia-news>

Paziente consapevole : serve il marketing?

Dirigere con stile

Manager etico in farmacia

Gestire prodotti o clienti : il dubbio ricorrente

Supply chain e responsabilità sociale

I servizi alla comunità

Scenario 21 : la prossima farmacia

La comunicazione virale in tempi di epidemia

Le tendenze di mercato nell'etica della farmacia

Strategia e gestione ai tempi del Covid

Parlare in pubblico...distanziati

Benchmarking : confrontarsi con i migliori

Il valore tempo in farmacia

Market access e supply chain niente sarà come prima

Snellire i processi con la Balanced Scorecard

La gestione dei prodotti maturi

Dai prodotti alle persone come cambia il marketing

Nuovi format e modelli di comunicazione

Laurea in farmacia e sbocchi professionali

Off Line e On Line ,prove di convivenza

Provate con il Coaching

La Farmacia ai tempi della Blockchain

Alla ricerca di un modello competitivo

Leggere un bilancio

Relazioni il paziente al Centro

Qualità e Produttività ripartiamo da qui

Articoli per Medical Academy In MA.CRO Start up

Marketing dei servizi in farmacia :vantaggi economici e socio sanitari <https://www.ma-cro.com/it/riviste/medical-academy-in/pubblicazioni/33-servizi-e-assistenza-al-cittadino.html>

Articoli per il portale informatori.it <https://informatori.it/>

FARMACIA E INFORMAZIONE SCIENTIFICA DEL FARMACO: POTREBBE ESSERE IL MOMENTO PER RIVEDERE QUESTO RAPPORTO?

L'INFORMATORE SCIENTIFICO SI DEVE CONCENTRARE SUL FARMACO O SUL SERVIZIO?

L'INFORMATORE SCIENTIFICO SI DEVE CONCENTRARE SUL FARMACO O SUL SERVIZIO?

L'INFORMAZIONE CHE VORREI

PERSONAL BRANDING E SOCIAL MEDIA PER GLI INFORMATORI: IL MARKETING DI SÉ STESSI

1)Comunicare efficacemente

2) Quali social utilizzare

INFORMATORE SCIENTIFICO DEL FARMACO: “MISSIONARIO TECNOLOGICO”?

INFORMAZIONE SCIENTIFICA DEL FARMACO – ACCORDI TRA AZIENDE: STRATEGIA E OPERATIVITÀ AL LAVORO

Smart Marketing :

Un 2020 da buttarci alle spalle, ma che ci ha insegnato a lottare e a reinventarci con nuove forme di lavoro <https://www.smarknews.it/smark/smarknews,smart,marketing/roberto-adrower/>

