



**“Fatelo meno, Fatelo meglio, Fatelo dal veterinario”:
la campagna di sensibilizzazione di MSD Animal Health fa riflettere sulla necessità di una corretta prevenzione parassitaria per gli animali da compagnia.**

- **Un italiano su due non si rivolge al Medico Veterinario per la cura del proprio pet, preferendo informarsi su canali differenti.**
- **Il 48% dei proprietari di pet si affida a canali diversi dal veterinario per reperire informazioni sulla prevenzione e il 64% non verifica le informazioni con il veterinario stesso.**
- **Meno della metà (il 46%) sa che il veterinario svolge un compito importante per proteggere sia l'animale che la famiglia.**

Milano, 18 aprile, 2018 – MSD Animal Health, azienda multinazionale leader nella tutela della salute animale, lancia una campagna di sensibilizzazione dal titolo **“Fatelo meno, Fatelo meglio, Fatelo dal veterinario”**, patrocinata da **ANMVI (Associazione Nazionale Medici Veterinari Italiani)** ed **ESCCAP (European Scientific Council Companion Animal Parasites)**, con l'obiettivo di richiamare l'attenzione sulla necessità di una corretta prevenzione parassitaria negli animali da compagnia, da effettuare secondo il consiglio del veterinario.

“La prevenzione è un fatto culturale. Agire prima che si manifesti il danno non fa parte del nostro bagaglio culturale. siamo ancora un Paese che aspetta l'emergenza. Questo si verifica perché la prevenzione lavora sull'invisibile e non gratifica come l'intervento ex-post. Chiaramente è un errore di impostazione culturale. difficile da contrastare. perché guarire una malattia è un gesto misurabile, evidente, che gratifica il proprietario molto di più di un comportamento che quella malattia la evita, percepito come privo di risultato. Il ruolo del veterinario in questo contesto è fondamentale. in quanto è il punto di riferimento per informarsi ed essere accompagnati e guidati nelle scelte di salute e

prevenzione” – afferma Marco Melosi, Presidente ANMVI”

Ma come si comportano i proprietari di piccoli animali?

Da una ricerca Doxapharma emerge che in Italia **solo un proprietario su due ritiene che il veterinario abbia un ruolo fondamentale per la salute del proprio animale, meno della metà (il 46%) sa che il veterinario svolge un compito importante per proteggere sia l'animale che la famiglia. Inoltre ancora il 48% dei proprietari di pet si affida a canali diversi dal veterinario per reperire informazioni sulla prevenzione parassitaria del proprio animale da compagnia e, di questi, il 64% non verifica le informazioni con il veterinario stesso.**

“Stiamo assistendo ad un fenomeno molto interessante: l'aumento di animali da compagnia tra i giovani proprietari, single, coppie o neo-genitori. Il proprietario del pet sta diventando sempre più informato e più desideroso di acquisire informazioni dirette. La vera sfida sta qui: confrontarsi con il proprietario sulle fonti di informazione, non reprimere la sua curiosità, fare il possibile per incoraggiarlo ad un' analisi critica dei contenuti insieme al Medico Veterinario” – aggiunge Melosi.

“Siamo entusiasti di questo progetto” – afferma Paolo Sani di MSD Animal Health – “MSD Animal Health desidera veicolare una campagna di sensibilizzazione diretta al pubblico con un linguaggio semplice, di forte impatto, che susciti attenzione e sia memorabile per stimolare un cambio di comportamento. In questo modo la nostra azienda contribuisce a tutelare la salute degli animali, delle persone, e quindi dell'intero ecosistema, perché la salute è un bene di tutti che deve essere difeso responsabilmente”.

La fase “teaser” della campagna, appena conclusa, si articolava in due spot da 10” (dal 3 aprile per due settimane) nei quali il pay-off accattivante **“Fatelo meno, Fatelo meglio”** invitava i protagonisti a modificare comportamenti non corretti come il cibo spazzatura o l’ossessione per internet in ogni occasione. Dal 15 aprile si è “svelata” con uno spot da 30” nel quale compare la figura del veterinario che, con il pay off **“Difendere i vostri amici dai parassiti? Fatelo meno, Fatelo meglio, Fatelo dal veterinario”**, invita a recarsi nell’ambulatorio o in clinica per garantire al proprio animale da compagnia la prevenzione più appropriata.

La campagna è stata veicolata con attività outdoor nelle città di Milano, Roma e Torino, oltre che con una promozione digitale attraverso i propri canali social (Facebook e LinkedIn), il sito www.fatelomenofatelomeglio.it ed il coinvolgimento di diverse community e influencer online.

Angela Zeverino, angela.zeverino@omnicomprgroup.com, tel 340 973 91 88

Alberto Muggeo, alberto.muggeo@omnicomprgroup.com, tel 02 31804.719

Forward-Looking Statement of Merck & Co., Inc., Kenilworth, N.J., USA

This news release of Merck & Co., Inc., Kenilworth, N.J., USA (the “company”) includes “forward-looking statements” within the meaning of the safe harbor provisions of the U.S. Private Securities Litigation Reform Act of 1995. These statements are based upon the current beliefs and expectations of the company’s management and are subject to significant risks and uncertainties. If underlying assumptions prove inaccurate or risks or uncertainties materialize, actual results may differ materially from those set forth in the forward-looking statements.

Risks and uncertainties include but are not limited to, general industry conditions and competition; general economic factors, including interest rate and currency exchange rate fluctuations; the impact of pharmaceutical industry regulation and health care legislation in the United States and internationally; global trends toward health care cost containment; technological advances, new products and patents attained by competitors; challenges inherent in new product development, including obtaining regulatory approval; the company’s ability to accurately predict future market conditions; manufacturing difficulties or delays; financial instability of international economies and sovereign risk; dependence on the effectiveness of the company’s patents and other protections for innovative products; and the exposure to litigation, including patent litigation, and/or regulatory actions.

The company undertakes no obligation to publicly update any forward-looking statement, whether as a result of new information, future events or otherwise. Additional factors that could cause results to differ materially from those described in the forward-looking statements can be found in the company’s 2014 Annual Report on Form 10-K and the company’s other filings with the Securities and Exchange Commission (SEC) available at the SEC’s Internet site (www.sec.gov).

Nota informativa (Delibera dell’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, n. 256/10/CSP del 9 dicembre 2010, all. A, art. 4)

Soggetto realizzatore: Doxa Pharma Srl - Milano. *Soggetto committente:* MSD Animal Health Srl. *Soggetto acquirente:* MSD Animal Health Srl. *Estensione territoriale del campione:* nazionale. *Consistenza numerica del campione:* 408 interviste CAWI a proprietari di cani e/o gatti che utilizzano prodotti antiparassitari - *Data di esecuzione:* 29 Novembre – 11 Dicembre 2017.

Il documento completo relativo al sondaggio è disponibile sul sito www.agcom.it.