

## Internet strumento di promozione per i medici e strumento d'informazione per i pazienti

(Vincenzo Coluccia AD di EDRA Spa)

Portali : [www.dica33.it](http://www.dica33.it) , [www.doctor33.it](http://www.doctor33.it) – [www.pharmamarketing.it](http://www.pharmamarketing.it)

Quotidiani on line *Doctornews33* – *Farmacista33* -

Settimanali on line: 21 specialistici

### Diffusione di Internet in Italia

Dall'indagine EUROSTAT (1° trimestre 2006) risulta che 40 case su 100 sono in rete in Italia. La diffusione del medium Internet ci vede allineati con la Francia ma ancora molto indietro rispetto a

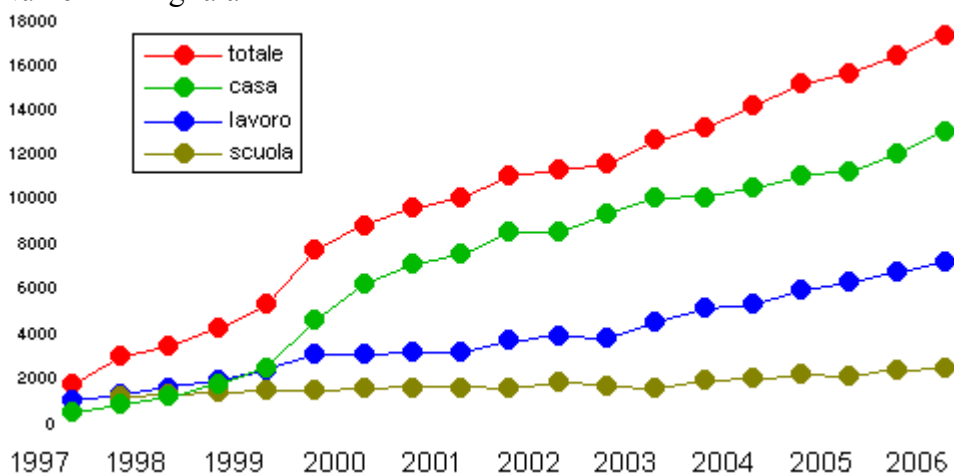
Gran Bretagna (63 per cento) e Germania (67 per cento).

Il 31% degli italiani utilizzano regolarmente la rete Internet, abbiamo quindi quasi raggiunto i 19.000.000 di Utenti.

### Alcuni dati

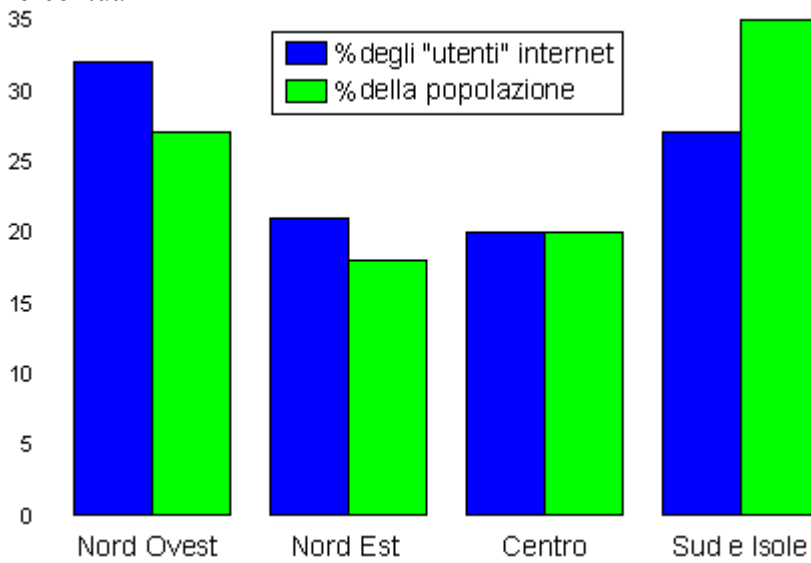
“Utenti” internet in Italia 1997-2006

Numeri in migliaia



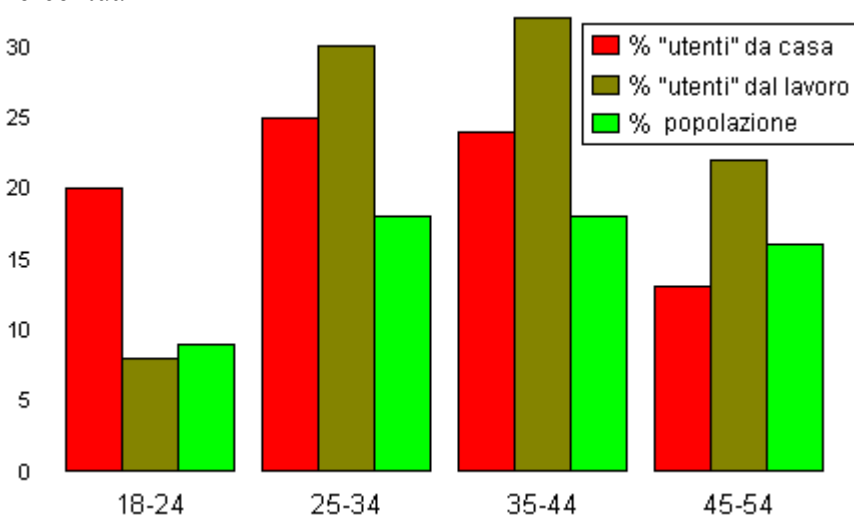
## “Utenti” internet per aree geografiche

Percentuali



## “Utenti” internet per età

Percentuali



## Internet e il Medico

Il mondo della Sanità occupa complessivamente 1.200.000 operatori.

I medici in Italia, universo comprensivo dei medici in pensione, è costituito da circa 440.000 unità.

Dai dati FNOMCeO risulta che l'evoluzione della categoria medici e odontoiatri è la seguente:

	<b>Medici iscritti agli Ordini</b>	<b>Odontoiatri</b>
1985	235.230	
1991		22.065
2000	327.558	39.601
2003	339.098	41.906
2006	353.945	51.975

**Popolazione residente in Italia: 56.557.067**

**1 medico ogni 165 residenti**

**1 odontoiatra ogni 1.124 residenti**

Dal 1994 (8 settembre) ad oggi EDRA ha registrato nella comunità Medikey circa **170.000** operatori tra medici ed odontoiatri, oltre a circa **30.000** operatori di Governo della Sanità-

Il medico riceve una coppia di chiavi (User ID e Password) che gli danno l'accesso al portale [www.doctor33.it](http://www.doctor33.it) e a tutti i siti del network (circa 140).

Ogni giorno nella sua casella di posta elettronica riceve **Doctornews33**

Il medico in funzione delle sue competenze e dei titoli universitari acquisiti può collaborare con il portale offrendo collaborazione editoriale e segnalando informazioni sulla Sanità locale.

Il rapporto è proattivo ed estremamente inteso, tanto che il servizio l'**Esperto Risponde** (*Second Opinion*) del portale rivolto ai cittadini ([www.dica33.it](http://www.dica33.it)) ha un traffico settimanale di circa 5.000 richieste di "second opinion" sulle varie specialistiche mediche.

Dalla parte del medico invece sono state attivate importanti relazioni tra colleghi con il servizio di consulto e teleconsulto.

## La norma

La FNOMCeO il 16/12/2006 ha pubblicato il nuovo "Codice di Deontologia Medica" ed anche le Linee Guida per l'informazione e la pubblicità del medico.

**Pubblicità si ma con rigore**

## **Elementi obbligatori dell'informazione pubblicitaria del medico**

Il medico su ogni comunicazione informativa dovrà inserire:

- nome e cognome
- il titolo di medico chirurgo e/o odontoiatra
- il domicilio professionale

L'informazione tramite siti Internet deve essere rispondente al D.Lgs n. 70 del 9 aprile 2003 e dovrà contenere:

- il nome, la denominazione o la ragione sociale;
- il domicilio o la sede legale;
- gli estremi che permettono di contattarlo rapidamente e di comunicare direttamente ed efficacemente, compreso l'indirizzo di posta elettronica;
- l'Ordine professionale presso cui è iscritto e il numero di iscrizione;
- gli estremi della laurea e dell'abilitazione e l'Università che li ha rilasciati;
- la dichiarazione, sotto la propria responsabilità, che il messaggio informativo è diramato nel rispetto della presente linea guida;
- il numero della partita IVA qualora eserciti un'attività soggetta ad imposta.

Inoltre dovrà contenere gli estremi della comunicazione inviata all'Ordine provinciale relativa all'autocertificazione del sito Internet rispondente ai contenuti della presente linea-guida.

I siti devono essere registrati su domini nazionali italiani e/o dell'Unione Europea, a garanzia dell'individuazione dell'operatore e del committente pubblicitario.

## **Elementi aggiuntivi**

i titoli di specializzazione, di libera docenza, i master universitari, dottorati di ricerca, i titoli di carriera, titoli accademici e ogni altro titolo consentito dalle norme vigenti (Legge 175/92). I titoli riportati devono essere verificabili; a tal fine è fatto obbligo indicare le autorità che li hanno rilasciati e/o i soggetti presso i quali ottenerne conferma;

il curriculum degli studi universitari e delle attività professionali svolte e certificate anche relativamente alla durata, presso strutture pubbliche o private, le metodiche diagnostiche e/o terapeutiche effettivamente utilizzate e ogni altra informazione rivolta alla salvaguardia e alla sicurezza del paziente, certificato negli aspetti quali-quantitativi dal direttore o responsabile sanitario;

il medico non specialista può fare menzione della particolare disciplina specialistica che esercita, con espressioni che ripetano la denominazione ufficiale della specialità e che non inducano in errore o equivoco sul possesso del titolo di specializzazione, quando abbia svolto attività professionale nella disciplina medesima per un periodo almeno pari alla durata legale del relativo corso universitario di specializzazione presso strutture sanitarie o istituzioni private a cui si applicano le norme, in tema autorizzazione e vigilanza, di cui all'art. 43 della Legge 23 dicembre 1978, n. 833. L'attività svolta e la sua durata devono essere comprovate mediante attestato rilasciato dal responsabile sanitario della struttura o istituzione. Copia di tale attestato va depositata presso l'Ordine provinciale dei medici chirurghi e odontoiatri;

nell'indicazione delle attività svolte e dei servizi prestati, deve farsi riferimento al Tariffario Nazionale o ai Nomenclatori Regionali o ad elenchi eventualmente predisposti dalla FNOMCeO. L'Ordine valuterà le attività non contemplate in tali elenchi, in modo particolare le cosiddette Medicine e Pratiche non convenzionali così come individuate nella delibera del Consiglio Nazionale del 18 maggio 2002, prevedendo l'esplicitazione delle caratteristiche del curriculum

formativo. In ogni caso dovranno restare escluse le attività manifestamente di fantasia o di natura meramente reclamistica, che possono attrarre i pazienti sulla base di indicazioni non concrete o veritiere;

ogni attività oggetto di informazione deve fare riferimento a prestazioni sanitarie effettuate direttamente dal professionista e, ove indicato, con presidi o attrezzature esistenti nel suo studio. In tal caso i sanitari dovranno dichiarare di essere in possesso di quanto necessario per l'effettuazione della prestazione nel proprio studio e che l'attrezzatura corrisponde ai requisiti previsti dalla normativa vigente;

pagine dedicate all'educazione sanitaria in relazione alle specifiche competenze del professionista; l'indirizzo di svolgimento dell'attività, gli orari di apertura, le modalità di prenotazione delle visite e degli accessi ambulatoriali e/o domiciliari, l'eventuale presenza di collaboratori e di personale ausiliario e, per le strutture sanitarie, le branche specialistiche con i nominativi dei sanitari afferenti e del sanitario responsabile. Può essere pubblicata una mappa stradale di accesso allo studio o alla struttura;

le associazioni di mutualità volontaria con le quali ha stipulato convenzione;

- laddove si renda necessario ai fini della chiarezza informativa e nell'interesse del paziente, il medico utilizza, ove non già previsto, il cartellino o analogo mezzo identificativo fornito dall'Ordine;

nel caso in cui il professionista desideri informare l'utenza circa le indagini statistiche relative alle prestazioni sanitarie, deve fare esclusivo riferimento ai dati resi pubblici e/o e comunque elaborati dalle autorità sanitarie competenti.

Il chiarimento su questa normativa ha indotto EDRA a sviluppare un'offerta di promozione nei confronti del medico tesa a promuoverne l'immagine e l'attività.

Il primo sito Italiano [www.dica33.it](http://www.dica33.it) con oltre 1.000.000 di utenti singoli / mese rappresenta una spinta comunicazionale **indispensabile** per la diffusione di una pubblicità etica e conforme alla normativa.

## **Comunicazione e salute**

L'indagine Censis evidenzia quanto crescente sia l'interesse sui temi della Salute da parte del cittadino.

Il 59,3 per cento degli italiani dichiara di prestare sempre attenzione quando si parla di salute, sia che si tratti di notizie che giungono dai media, sia che si tratti di conversazioni o informazioni che arrivano da familiari, amici e conoscenti.

Di fronte ad un evento patologico, poi, la maggioranza dei rispondenti, il 75,4 per cento, manifesta l'esigenza di capire cosa gli sta succedendo, mentre il bisogno di trovare subito un rimedio efficace costituisce la priorità per il 24,6 per cento.

### **Principali fonti di informazione sulla salute utilizzata dai cittadini (*risposta multipla*):**

- Medico di medicina generale 65,8% in calo rispetto al 71,6 % del 2003.
- Televisione 43,2% in aumento rispetto al 22,8% del 2003.
- Internet 13,1% in aumento rispetto al 2,8% del 2003.

**Se aumenta il titolo di studio la Televisione passa al 34,3% e Internet sale al 23,1%**

### **Internet strumento d'informazione per i pazienti**

Nel complesso è circa il 25% degli italiani ricorrere a internet per ottenere informazioni sulla Salute

### **Difetti che gli italiani attribuiscono all'informazione sulla salute veicolata dai media?**

- 30% Carenza di informazioni di tipo pratico (ad esempio sui servizi, professionisti e ospedali più adatti alle proprie necessità, o sulle terapie realmente disponibili, ecc.)
- 29,6% Complessità dell'informazione
- 18,3% Mancato aggiornamento delle informazioni che vengono divulgate (18,3 per cento).

EDRA grazie alla sua redazione di giornalisti medici ( 10 professionisti nella sede di Milano e 5 nella sede di Roma) divulga i contenuti di oltre 5.000 esperti di materia che lavorano per i suoi portali.

### **Come deve essere la comunicazione su Internet**

Il pubblico, necessita di un linguaggio semplice e comprensivo con una forte componente didattica sulla patologia. Il pubblico riceve molte informazioni sulla salute (Tv, giornali,web) ma è sicuramente internet il luogo dove il lettore di "alto-medio" profilo cerca informazioni per la soluzione dei problemi della sua salute e di quella dei suoi familiari per valutare/confrontare le informazioni ricevute dal medico.

I contenuti verso il pubblico: negli articoli riguardanti la salute sarà indispensabile fornire al cittadino tutta una serie di informazioni di servizio che lo possano indirizzare praticamente o operativamente.

In ambito salute il pubblico cerca informazioni sulle patologie, sui sintomi, sul Lifestyle & Benessere sul SSN.

### **Quando si parla di patologie il cittadino ha bisogno di sapere:**

- quale è la causa di una determinata patologia
- con quale sintomatologia si manifesta
- quale è il modo più idoneo per fare diagnosi
- rischi/contagiosità/terapia
- quale è lo specialista a cui deve rivolgersi
- come trovare il medico giusto
- credibilità della fonte

### **Quando si parla di sintomi il cittadino ha bisogno di sapere:**

- perché si manifesta quel determinato sintomo
- a quali patologie è riconducibile
- quali sono le indicazioni clinico/strumentali che dal sintomo permettono di risalire alla patologia
- rischi/contagiosità/terapia
- quale è lo specialista a cui deve rivolgersi
- come trovare il medico giusto
- credibilità della fonte

### **Quando si parla di Lifestyle & benessere il cittadino ha bisogno di sapere:**

- perché uno stile di vita è da adottare
- quali danni causa un atteggiamento non corretto
- diete ed alimenti salutari
- come viaggiare sicuro
- come lo sport può aiutare a mantenersi in salute
- credibilità della fonte

### **Quando si parla di Sistema Sanitario Nazionale il cittadino ha bisogno di sapere**

- quali centri erogano determinate prestazioni di eccellenza
- come si accede al servizio (orari, costi, recapiti)
- come funziona l'iter burocratico per accedere alle prestazioni (ricette, CUP, ecc)
- informazioni complete sulle iniziative di prevenzione di Regioni, Ministero o privati

## **Il progetto EDRA WEB 3.0 (il web semantico)**

### **Dal 1994 ad oggi**

Internet è un insieme di testi, un insieme molto vasto di documenti che descrivono dei contenuti. La novità di Internet sta nel fatto che questi testi possono richiamarsi l'uno con l'altro, in modo molto rapido. Il link è l'elemento nuovo che l'HTML ha saputo proporre.

### **1^ Fase (Web 1)**

Ai suoi esordi Internet era costituito unicamente di testi e indici ipertestuali di testi. Col tempo le cose si sono evolute.

### **2^ Fase (Web 2)**

Sono arrivati i motori di ricerca, che tentano di accedere direttamente al contenuto dei testi, e le strutture dei siti sono state differite su più livelli (database, script cgi, fogli di stile).

### **3^ Fase (Web 3 → web semantico)**

Informazioni aggregate per significato

Da febbraio 2007 tutta l'attività editoriale di EDRA su Internet applicherà queste nuove logiche di trattamento delle informazioni.

Un esempio pratico :

selezionando sul motore di ricerca di [www.dica33.it](http://www.dica33.it) la parola "orecchioni"

comparirà :

La **parotite**, più conosciuta con il nome popolare di **orecchioni**, è una [malattia infettiva](#) contagiosa acuta.

<b>parotite</b>	
	Processo infiammatorio mono- o bilaterale della ghiandola parotide provocato da infezione virale o batterica o da agenti tossici.

Chi è il medico con cui parlarne ?

Se sei adulto  
C.A.P.

Se il consumatore è in età pediatrica  
C.A.P.

Si può ricorrere all'automedicazione

Rimedi

Ogni funzione selezionata porterà in evidenza i professionisti delle diverse discipline che collaborano con i nostri portali.

L'ordine di visualizzazione terrà conto dei seguenti score

1 punto su specializzazione del medico nell'area specifica

1 punto su collocazione del medico all'interno della struttura sanitaria e numerosità dei casi trattati (SDO)

0,5 punti per ogni contributo editoriale o parere di "second opinion" sulla patologia specifica

0,5 punti su adesione del medico al progetto di comunicazione EDRA

0,5 punti sulle pubblicazioni con Impact factor

0,1 punti su partecipazione ad eventi ECM sulla patologia specifica