

Information

Les professionnels de santé veulent de la qualité

Les supports d'information médicale destinés aux professionnels sont de plus en plus nombreux et leur production échappe désormais au seul secteur scientifique. Exemples de cette mutation de l'offre.

Avec la multiplication des instances de production et de diffusion, le statut et l'origine de l'information délivrée aux professionnels se diversifient. Les laboratoires pharmaceutiques, les assurances, les centres de recherche (CNRS, INTS, CEA, etc.) ou les institutions publiques (HAS, CNAM, AFSSAPS, etc.) produisent et diffusent désormais de l'information qui dépasse largement le simple cadre de l'information médicale : informations pratiques, couverture de congrès, comptes rendus scientifiques, vidéos expliquant des techniques de soins, plates-formes d'e-learning... « On passe d'une relation très push, où on envoie des revues aux abonnés ou des newsletters, à une relation beaucoup plus interactive et à un dialogue avec les professionnels », analyse Frédérique Jeske, directeur commercial d'Elsevier-Masson. Les éditeurs s'adaptent aux évolutions en

créant des nouveaux supports, notamment sur Internet, et en développant des contenus plus liés aux pratiques. C'est le cas du portail EMconsulte¹ ou d'Egora qui proposent des modules de FMC par pathologies. Développées avec une « contribution éducative » des industriels et des partenariats avec des sociétés savantes, ces produits ont un statut de crédibilité plus fort que s'ils émanaient uniquement de l'industrie.

Plus indépendante et moins dirigée

Car les professionnels souhaitent de plus en plus une information de qualité avec une caution scientifique, mais plus indépendante et moins « dirigée » que celle provenant des laboratoires. Les produits et contenus issus de partenariats entre laboratoires, agences, éditeurs de journaux médicaux, groupes de patients, professionnels de santé... sont ainsi plébiscités au détriment de la seule information dé-

livrée par les entreprises du médicament qui regrettent de ne pouvoir prendre le leadership de la communication médicale tout public. Comme d'autres domaines plus politiques, ce secteur connaît lui aussi une remise en cause des informations délivrées par les industriels et voit croître le développement d'une information « alternative ». Autre créneau dans l'air du temps, les news en vidéos. WKF lance une newsletter « NetSE » sur l'environnement et son impact sur la santé, où la vidéo a la part belle. « L'ensemble des contenus de www.net-sante-environnement.fr est réalisé en collaboration avec des experts professionnels de la santé et de l'environnement et s'adresse à tout professionnel : médecins, pharmaciens, vétérinaires, infirmières », explique Jean-Christophe Goulemot, directeur commercial. Idem pour *La Revue du Praticien* qui a ouvert en janvier son site², apportant ainsi une vraie valeur ajoutée par l'inclusion de vidéos décrivant des gestes techniques (exemple : l'implantation d'une prothèse valvulaire aortique), de nombreuses interviews d'experts et des modules interactifs (quizz, tests de connaissances...). Le discours s'oriente donc de plus en plus vers l'expression de savoir-faire et de techniques spécialisés (cardiologie, gastrologie...), l'information sur les traitements ne venant qu'en second plan. En même temps, se développe la communication « experts » avec des leaders d'opinion.

Des modules de formation pour des infirmières

Le groupe Troubat a réalisé un programme de formation « environnement » soutenu par Roche pour les infirmières des services de néphrologie. Cette opération, qui a duré près de cinq ans, s'est faite par le biais d'une association (SAISIR). Elle a été proposée aux responsables des services de néphrologie hospitaliers clients du laboratoire, afin de former leurs infirmières à l'éducation des patients sur une pathologie chronique telle que l'insuffisance rénale. Troubat a pris en charge la création de l'association SAISIR, la conception et la rédaction des neuf modules de formation, le recrutement et l'encadrement de 20 infirmières formatrices et la logistique de toutes les formations en région (environ 20/mois en rythme de croisière). Cette initiative long terme reposait sur l'accompagnement et l'amélioration de la prise en charge du patient avec un contenu allant des conseils nutritionnels, à des informations sur la dialyse et la transplantation.

Transformer les gisements

Dernière innovation, et pas des moindres pour ceux qu'on nomme les « in-

La Revue du Praticien promeut la culture médicale francophone

Les médecins francophones, en particulier d'Afrique, sont très nombreux à avoir de tout temps manifesté leur souhait de recevoir cette revue de référence. Mais ils n'avaient pas les moyens de s'y abonner et le journal n'avait pas les moyens de la leur offrir et/ou de la leur acheminer. Avec le web, ces difficultés sont dépassées. *La Revue du Praticien* propose désormais à chaque médecin français qui s'abonne ou se réabonne à la RP de parrainer un confrère de la francophonie du sud en lui offrant ses codes confidentiels d'accès au site de la RP. Cette action, encouragée par le ministère de la Santé, par le ministère des Affaires Etrangères et par l'Organisation internationale de la francophonie (OIF), vient de démarquer et rencontre d'emblée un réel succès.

fluenceurs », les laboratoires ou même les médecins : les informations que l'on remonte en provenance des sites grand public santé. Une mine de connaissances analysées à partir des verbatim de patients sur les forums médicaux comme l'explique Alain Trebucq, directeur général de Global Media Santé. « Nous avons introduit un logiciel développé par AMI software afin d'étudier la manière dont les patients vivent leur maladie, leurs symptômes. Ce logiciel permet de transformer ces gisements d'information en connaissances, directement exploitables par les experts du domaine. Ainsi,

en cancérologie, cet outil nous a permis de travailler avec des cancérologues sur la signification des témoignages et a abouti à des modifications de certaines de leurs pratiques. Ce logiciel, qui peut aussi servir à faire de la veille documentaire, est amené à se développer de manière importante car ce que les patients disent sur un blog ou un forum est bien plus vaste que ce qu'ils racontent à leur médecin. Et ça intéresse tous les professionnels. »

Les médecins blogueurs

Enfin, il y a une information plus marginale et plus vivante à la fois,

moins empreinte de conformisme et de solennité : celle qui provient de blogs créés par des médecins. Malgré leur manque de temps, ces médecins sont des sacrés blogueurs qui, parfois, n'hésitent pas à donner des informations sur les patients et recommandent même des produits. Ce nouveau moyen de communication est très peu encadré, ce qui laisse place à beaucoup de créativité mais aussi à des dérives. Parmi les blogs sympas et pour le fun, citons celui d'une jeune femme médecin « Juste après dresseuse d'ours »³, celui d'un cardiologue « Grange blanche »⁴ ou celui d'une externe qui exprime ses doutes et ceux de ses patients : « mablogothérapie »⁵. Hilarant ! ■

Brigitte Postel

- (1) www.em-consulte.com
- (2) www.larevuedupraticien.fr
- (3) www.jaddo.fr
- (4) www.grangeblanche.hautefort.com
- (5) mablogotherapie.canalblog.com

L'hôpital en chiffres

par diagnostics, types d'interventions, populations, pathologies, statuts d'établissement...

Activité des établissements de santé

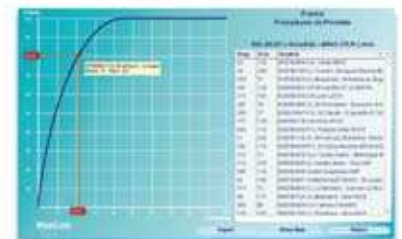
Géociblage des bassins de recrutement

Détermination de populations cibles

Descriptifs de pathologies

Optimisation de la sectorisation

Analyses médico-économiques



Hox-Com

Etudes et communication santé