

WebTV et podcasts

Au cœur du « multi-canal »

Tous n'ont pas un iPhone, mais les médecins surfent bien sur la toile et y téléchargent des contenus en tous genres afin de se former et de s'informer. L'offre en pleine explosion répondrait-elle à la demande ?

Le « multi-canal » s'impose dans toutes les stratégies de communication pharma : il faut déployer sa communication *via* de multiples canaux, du plus classique (la VM) au plus moderne (l'Internet). Mais il est aussi acquis que ne sont « nouveaux » que les modes d'utilisation de ces outils et non pas les canaux eux-mêmes. Aujourd'hui, sur un panel de 530 médecins connectés à Internet répondant à une enquête en ligne¹, 98 % ont une connexion ADSL, un sur deux dit échanger de temps en temps, de façon informelle, par mail des informations avec ses confrères et 75 % disent se former sur Internet *via* des modules de formation vidéo. Il s'agit ici d'une réelle modification des comportements : les professionnels de santé utilisent pleinement les outils de communication et d'information « online », y compris les contenus téléchargeables, audio ou vidéo. Ils effectuent seuls leurs recherches, surfent et téléchargent des fichiers sur Internet, en vue de s'informer et de s'auto-former en permanence. Selon la même étude, seul un médecin sur deux considère que la visite médicale lui fournit un contenu de qualité. Et pour ceux qui ne reçoivent plus la VM, les sources d'information privilégiées sont les revues professionnelles (85 %) et les sites Internet professionnels, quasiment à égalité (82 %)².

« Vos podcasts, Docteur »

Le médecin serait donc un internaute comme un autre, téléchargeant sur Internet de l'information sous différents formats, jetant parfois un coup d'œil à son écran d'ordinateur au cours de la consultation ou entre deux patients. A condition de sélectionner des contenus de source sûre, il sait qu'il peut améliorer la qualité de ses consultations, mettre à jour ses connaissances, sans perte de temps. La présence des entreprises du médicament sur la toile est évidemment indispensable, mais certains ont un train d'avance sur la technologie. Avec son portail « Docteur W », le laboratoire Wyeth marque des points sur le contenu et les formats proposés. Pour les médecins hospitaliers, pour les médecins de ville, mais aussi pour les pharmaciens, l'information se décline en fichiers pdf, audio ou vidéo. Le médecin peut éditer des fiches pour ses patients, trouver par exemple des modèles de certificats médicaux en ligne, des liens utiles pour mieux utiliser le Web médical, mais aussi des vidéos de formation sur des sujets de consultation, des fichiers audio répondant à des questions clés de la profession... et, bien sûr, de l'info plus traditionnelle sur les médicaments du laboratoire. Pour Vincent Varlet, directeur de la communication du laboratoire Wyeth, la technicité de « Docteur W » répond à une réelle évolution des pratiques des



SUR DOCTEUR PODCAST, LE MÉDECIN PEUT TÉLÉCHARGER DES FICHIERS EN FORMAT AUDIO OU VIDÉO ET LES STOCKER POUR UNE UTILISATION DIFFÉRÉE.

utilisateurs. « La démarche de l'utilisateur d'Internet a bien explosé côté grand public, indique-t-il. L'arrivée du haut débit a nettement favorisé le téléchargement de vidéos et autres fichiers en podcasts. Sur le site, le professionnel peut aussi bien consulter des vidéos en flux continu et télécharger certains fichiers pour les consulter ultérieurement sur son ordinateur, son téléphone portable, son iPhone ou son PDA. » Ces podcasts³, que le médecin peut télécharger et stocker sur son ordinateur pour une utilisation différée, sont réunis dans la partie « Docteur Podcast » du site. Comment savoir si les médecins s'y retrouvent au cœur de cette abondance de contenus ? Vincent Varlet affirme avoir 30 000 médecins abonnés. En 2008, 500 000 podcasts ont été téléchargés, dont 20 % par les professionnels de santé. Des chiffres qui signent un certain engouement pour le site, à la fois sur le fond et la forme.

Web TV, tout compris

Avant que les laboratoires ne s'intéressent à ces formats interactifs, d'autres ont misé sur le format vidéo avec des Web TV à destination des professionnels de santé. Parmi les leaders, le site Pratis.com se distingue avec de l'actualité chaude tous les jours, renouvelée, en plus de contenus de formation et d'information signés ou non par

des annonceurs industriels du médicament. Le médecin regarde sa chaîne de télévision « Pratis TV » en ligne à tout moment de la journée et il profite en deux minutes du dernier flash infos sur le monde de la santé, façon journal télévisé, en quelques minutes d'un point de vue d'expert sur un sujet de diagnostic donné. Il peut aussi bien assister à une opération de chirurgie en direct du bloc ou découvrir l'interview d'un dirigeant de laboratoire. Dans la section formation du site domine le format vidéo, avec des programmes courts et ciblés. Mais le médecin, qui a de moins de en moins de temps à consacrer à ses patients, peut-il vraiment regarder la télévision en dehors de ses consultations ? Cette formule lui correspondrait assez bien puisque Pratis.com comptabiliserait plus de 50 000 visiteurs médecins en 10 jours en moyenne⁴, chaque émission diffusée étant vue, selon l'éditeur, par 2 000 à 13 000 praticiens. Pratis.com est l'une des créations du groupe PPD, positionné à l'origine sur le créneau des logiciels de gestion du cabinet médical (voir encadré). Dans un style différent, le groupe de presse Edimark Santé vient de don-

ner, le 31 mars dernier naissance à une Web TV, Edimark.tv, dédiée aux spécialistes et d'accès gratuit. Chaque spécialité est abordée sur une chaîne distincte (infectiologie, oncologie, cardiologie...). Au sommaire de l'infectiologie, quelques émissions sont déjà visibles sur le thème du VIH : découverte du virus, tests de dépistages, perspectives thérapeutiques. D'autres pathologies suivront dans les prochaines émissions.

D'un écran à l'autre

D'autres contenus vidéos sortent du lot, tels ceux créés par la société de production audiovisuelle MVS Production. L'entreprise a d'abord produit des documentaires santé pour France Télévision. Des programmes mettant en lumière les professionnels de santé entourant les patients, mais aussi les patients eux-mêmes. Aujourd'hui, la société de production développe également du contenu médical sur le Web. Sur l'un des sites proposés, medical-congress.com, les médecins peuvent suivre en direct les grands congrès médicaux, avec un journal multimédia quotidien sur les événements clés de la journée, des analyses d'experts,

des débats. MVS propose aussi medcinews.com : tout y est dit en textes, images, vidéos et l'actu se mélange à la formation continue. Une véritable avalanche de contenus interactifs en ligne, qui interroge sur les attraits des revues médicales traditionnelles. Pour Philippe Berrebi, directeur associé de MVS productions, « les médias rapides et interactifs offrent des possibilités qui sont complémentaires des revues et textes de réflexion à l'usage des médecins, mais ils ne les remplacent pas ! » Le multimédia s'est fait une belle place dans nos cerveaux et le secteur médical confirme nettement la tendance : le médecin apprend, lui aussi, *via* tous les canaux. ■

Emilie Soulez Barselo

(1) Indice Jenesa, septembre 2008

(2) Cf. *Pharmaceutiques* n° 165, spécial communication, « FMC : la presse pro plébiscitée ».

(3) Le « podcast » permet de télécharger des programmes audio ou vidéo d'un site internet vers un baladeur numérique ou un PC.

(4) Source Weborama : <http://www.weborama.fr/top/sciences-savoirs/forme-sante-medecine/>

Jean-Pierre Delaunay : « Question de format »

Jean-Pierre Delaunay, fondateur du groupe PPD Santé, explique le succès de la Web TV du groupe, Pratis TV.

Comment est venue l'idée de créer une Web TV dédiée au médecin ?

● L'arrivée de l'ADSL¹, il y a quelques années, a bouleversé les rapports de force entre les médias, au profit de l'Internet, particulièrement au niveau de la vidéo en ligne. Comment ignorer cette tendance ? Ce phénomène planétaire ? Nous avons fait le pari de lancer Pratis TV, la 1^{ère} chaîne TV des médecins. En deux ans à peine, nous avons réussi, grâce à ce positionnement unique, à devenir le premier site médecin en termes d'audience.

Comment expliquer que le format vidéo convienne aussi bien au médecin ?

● Les médecins ont un emploi du temps surchargé. Entre les consultations et les tâches administratives, ils doivent aussi se tenir informés et se former en continu. La vidéo en ligne est le support qui offre finalement le plus de liberté et de flexibilité : ils se connectent quand et où ils le souhaitent, de leur cabinet



POUR JEAN-PIERRE DELAUNAY, LA VIDÉO EN LIGNE EST LE SUPPORT QUI OFFRE FINALEMENT LE PLUS DE LIBERTÉ ET DE FLEXIBILITÉ.

ou à leur domicile ! Ils choisissent aussi ce format parce qu'il est beaucoup plus efficace en termes de pédagogie et de mémorisation : une personne retient 20 % de ce qu'elle entend, 30 % de ce qu'elle voit et 70 % de ce qu'elle voit et entend.

(1) Technologie capable de transporter plusieurs mégabits par seconde sur les deux fils de cuivre du téléphone.