

**Rivoluzioni** Gli italiani sono tra gli europei più attivi nell'utilizzare la risorsa web

# La Rete della Sanità Così Internet aiuta a combattere le malattie

Dai social network riservati ai medici, alle informazioni più semplici. Ecco come siti e blog diventano un fattore nella ricerca della salute

81

per cento  
Gli italiani che utilizzano  
abituamente la Rete alla  
ricerca di notizie  
di natura sanitaria

47

per cento  
Gli italiani che utilizzano  
abituamente la Rete e usano  
le informazioni raccolte per  
elaborare delle auto-diagnosi

DI FABIO SAVELLI

**V**enture capital. Banner pubblicitari. Sponsorizzazioni di case farmaceutiche. Sottoscrizioni di abbonamenti dalle strutture ospedaliere. Benvenuti nel business della salute 2.0, la condivisione delle informazioni sanitarie sul web e improntata alla massima interattività tra pazienti, medico-paziente (con i pareri di professionisti in forum, blog, chat), medico-medico (condividendo esperienze e informazioni sui social network).

## L'audience

Ma quanti sono gli italiani che si affidano a Internet per cercare informazioni sanitarie? Che animano gruppi di discussione? Che interagiscono con i medici su come affrontare una determinata patologia? Uno studio di Bupa (gruppo assicurativo britannico) — commissionato dalla London School of Economics — certifica che gli italiani sono *web-addicted* in ambito sanitario: l'81% ha utilizzato Internet alla ricerca di consigli sulla salute e sull'utilizzo delle medicine (contro il 59% dei francesi). E ancora: il 47% degli italiani usa il web per elaborare un'auto-diagnosi (più di te-

deschi, francesi e spagnoli) e il 42% s'informa sulle valutazioni delle singole strutture ospedaliere. Ma la domanda di informazioni sanitarie in Rete contempla anche la volontà, da parte dei due terzi dei nostri connazionali, «di avere accesso online ai propri test e alle proprie analisi mediche».

Lella Mazzoli, direttore del dipartimento di scienze della comunicazione dell'Università di Urbino, traccia l'identikit di chi si rivolge alle modalità della sanità 2.0: «la maggior parte delle persone cerca in Internet storie di vita legate a una determinata patologia. Ovvio che la discriminante è la possibilità di accedervi attraverso un portale legittimato da un medico o da un'associazione di pazienti, altrimenti l'informazione viene percepita come inattendibile».

Mentre Paola Zappa, ricercatrice in statistica sociale all'università Bicocca di Milano, evidenzia che «il web svincola il paziente nella ricerca delle informazioni e gli permette spesso di decodificare al meglio il linguaggio medico. Ma è utile soprattutto come supporto psicologico per chi è affetto da malattie rare e trova in Rete la possibilità di dialogare

con chi è nella sua stessa situazione».

Calcolare il giro d'affari italiano dell'*e-democracy* delle informazioni sulla salute è quasi impossibile, data la velocità con la quale nascono portali e aggregatori di contenuti. «L'utilizzo dell'*information and communication technology* nel settore della sanità e la completa digitalizzazione dei suoi processi consentirebbero al sistema di conseguire importanti risparmi, ad esempio fino all'80% nel caso della teleassistenza a domicilio per i pazienti cronici, ma non solo» afferma Gianfilippo D'Agostino, responsabile public sector di Telecom Italia, attiva nel settore.

## I modelli

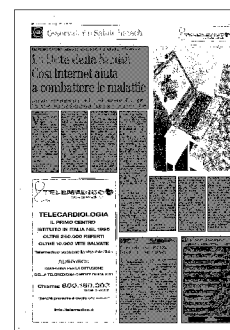
I principali aggregatori italiani sono per ora ispirati a modelli anglosassoni, pionieri dell'*health 2.0* come *sermo.com*, una *community* di medici nata a Cambridge nel Massachusetts, e *patientopinion.org.uk*; piattaforma fondata dal guru Paul Hodgkin e dalla quale ha preso le mosse l'omologa italiana *pazienti.org* start-up nata per volontà del medico e imprenditrice sociale *tech*, Linnea Passaler.

Un altro esempio? *Esa-*

*num*. Nelle intenzioni di Bodo Müller, primario di ginecologia ed ostetricia al policlinico Vivantes di Berlino, il primo «Facebook dei medici». Considerazione che ha animato Gianpiero Manes, gastroenterologo all'ospedale Luigi Sacco di Milano, nel traslare l'esperienza teutonica attraverso un *social network* aperto ai soli medici — previa verifica d'iscrizione all'Ordine — che possono così scambiarsi le esperienze su alcune patologie e sull'uso di un determinato farmaco.

## Gli investitori

Logico che *Esanum* abbia incontrato sulla sua strada l'interesse di Lilly Italia, controllata dalla multinazionale americana Eli Lilly and Company, tra i principali brand di Big Pharma a livello mondiale. Lo testimonia il banner pubblicitario ospitato all'interno di Cool (<http://www.esanum.it/cool/>), il gruppo di *Esanum* riservato agli specialisti in oncologia toracica. Soldi utili per



 **Novità**

## Date i voti al vostro medico: la rivoluzione parte dal basso

Una democratizzazione delle informazioni sanitarie, permettendo ai pazienti di dare i voti alle strutture ospedaliere. È l'obiettivo di *Pazienti.org*. Mentre *Esanum* vorrebbe trasformarsi nella Quora (una rete sociale online nata a Palo Alto in California) dei medici. Un *social network* tutto interno alla professione dove condividere diagnosi e esperienze.

Il primo sito, *Pazienti.org*, è totalmente finanziato dai soci fondatori e ora si avvale di un team di sviluppatori interni, creativi, venditori e collaboratori redazionali, *Esanum* invece «è un progetto partito dalla Germania e interamente finanziato da investitori privati tedeschi — spiega Lorenzo Manes, esperto in nuovi media e fra-

tello di Gianpiero, direttore scientifico di *Esanum* Italia —. Siamo totalmente indipendenti dalle multinazionali e dalle industrie».

Il modello di *business* di *Pazienti.org* è orientato alla sottoscrizione di abbonamenti con strutture ospedaliere, centri di diagnostica e laboratori di analisi, che vogliono un contatto più diretto con i pazienti, *Esanum* è molto attento a evitare le pressioni lobbistiche della case farmaceutiche. Per ora conta 4 mila medici registrati (la procedura è gratuita) che mettono in Rete il proprio *know-how* in tre aree specialistiche: gastroenterologia, cardiologia e neurologia.

F. SAV.


© RIPRODUZIONE RISERVATA

coprire anche «i costi di gestione del sito e di posizionamento sui motori di ricerca», specifica Lorenzo Manes, responsabile tecnico del portale.

Mentre *pazienti.org*, che a breve si aprirà «a investitori esterni» al gruppo di soci fondatori capeggiati dalla Passaler, ha un modello *for profit* basato sulla sottoscrizione di abbonamenti da parte di cliniche e studi, centri termali e case riposo, laboratori di analisi e centri diagnostici, «ognuna con un'offerta studiata *ad hoc* sia come tipologia di pagina sia come costi», precisa Passaler.

Ma anche la Rete nazionale dei tumori rari può essere considerata a pieno titolo un'esperienza di sanità 2.0, una sorta di collaborazione permanente tra le strutture oncologiche italiane, nata per volere dell'Istituto nazionale dei tumori e improntata alla «condivisione a distanza di casi clinici».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

 **L'hit parade dei navigatori**
