



MERCURIO CAMPUS

I progetti di Patient Advocacy: ascolto e engagement del paziente



Roma

Società Geografica Italiana
Palazzetto Mattei in Villa Celimontana,
via della Navicella 12

2 dicembre 2022

MERCURIO
Campus



RAZIONALE

I Patient Advocacy sono progetti di comunicazione multichannel che coinvolgono direttamente il paziente. L'obiettivo primario di tali progetti è identificare i reali bisogni delle persone e trovare soluzioni pratiche, instaurando con le persone una profonda relazione.

Scegliere di intraprendere un progetto di Patient Advocacy significa ascoltare i pazienti e aiutarli a comprendere con maggiore chiarezza la patologia da cui sono affetti, a capire a chi rivolgersi, dove curarsi e quali sono le pratiche corrette da seguire ogni giorno, per migliorare la propria qualità della vita.

Molti sono i modi in cui si possono aiutare i pazienti: dalla semplificazione del percorso terapeutico, allo sviluppo di piattaforme digitali che riducono le distanze; dalla formazione dei Caregiver, alla assistenza o all'uso di particolari dispositivi o nuove tecnologie, o al supporto alla terapia domiciliare.

Il comune denominatore delle progettualità rivolte ai pazienti è lo sviluppo di competenze personali – e/o di chi si prenda cura di loro – utili ad affrontare con maggiore preparazione le sfide quotidiane connesse a una determinata patologia, spesso anche grazie al supporto delle associazioni dei pazienti.

I progetti pensati e rivolti direttamente ai pazienti prevedono un patto di alleanza tra tutti gli attori del sistema sanitario: associazioni dei pazienti, medici, società scientifiche, istituzioni e industria farmaceutica, in un processo di inclusione e coinvolgimento, che mira alla costruzione di comunità, cui fare ricorso nel momento del bisogno.

In questi progetti un punto chiave è la connessione tra le parti in un unico ecosistema, pronte a interagire sinergicamente, concentrandosi sulle voci degli Opinon Leader. Questi progetti richiedono approfondite competenze in termini di Compliance normativa e la produzione di contenuti scientifici, che saranno diffusi attraverso campagne di comunicazione rivolte ai pazienti in target, che avranno anche la capacità di costruire Community tematiche, altamente motivate.

Un progetto di Patient Advocacy di successo, inoltre, non concepisce il paziente quale obiettivo nel mirino, piuttosto lo considera quale il punto di osservazione più corretto da cui partire per instaurare un processo virtuoso, che si pone il fine ultimo di creare valore.

Generare valore per i pazienti attraverso i progetti di Patient Advocacy, spesso, significa facilitare il riconoscimento precoce della malattia, semplificare il processo di accesso alle cure e offrire un supporto concreto e immediato a chi ogni giorno è costretto a misurarsi con le sfide che ogni patologia impone.



Agenda

10:00-10:30 Registrazione dei partecipanti e Welcome Coffee

10:30-10:45 Apertura dei Lavori

10:45-11:00 Costantinus: Il Patient Advocacy sulla DFU (Sindrome dell'ulcera del piede diabetico), Daniela Bonaccini, Molteni

11:00-11:15 Q&A

11:15-11:45 Coffee Break

11:45-12:00 L'associazione dei pazienti ai tempi dei social network, Antonella Celano, Presidente APMAR

12:00-12:15 Q&A

12:15-12:30 L'informazione scientifica sul web può essere attendibile, Dottoremaèveroche, Alessandro Conte, FNOMCeO

12:30-12:40 Q&A

12:40-12:55 Le persone si informano sui social. I medici sono persone. I medici si informano sui social, Oberto Mandia, Responsabile della Comunicazione Mercurio

12:55-13:05 Q&A

13:05-13:20 Le nuove frontiere della comunicazione: Il caso TikTok, Heimi

13:20-13:30 Q&A

13:30-14:30 Networking e Light Lunch