

JOHNSON & JOHNSON MEDTECH

Guarire con la tecnologia

Negli ultimi due anni
la multinazionale ha
modificato le linee guida
per affrontare i temi
della salute e proporre
soluzioni. Dai medical
device alle app

Nella sua storia, c'è l'invenzione – durante la guerra civile americana – dei fili di sutura antibatterici, che servirono a guarire le ferite dei soldati evitando le infezioni provocate fino a quel momento da materiali realizzati con budella di animali non sterili. E c'è, in tempi recentissimi, uno dei vaccini usati per combattere il Covid. In 136 anni di vita Johnson & Johnson, nata da tre fratelli americani, diventata oggi una multinazionale che realizza e vende in 175 Paesi farmaci, dispositivi medici e prodotti per la cura personale, spesso ha prodotto innovazioni per migliorare la salute delle persone.

Gli ultimi due anni però hanno spinto l'azienda a un'accelerazione speciale. Che sul piano dell'immagine si concretizza nell'operazione rebranding: non più Johnson & Johnson Medical, ma Johnson & Johnson MedTech. La tecnologia diventa così una linea guida per affrontare i temi della salute e fornire soluzioni.

Il punto di partenza è la rapidissima trasformazione del settore healthcare. Questo implica anche la necessità di comunicare con tempi veloci e soprattutto a più stakeholder. Carla Sangiorgio, global communications and public affairs director Johnson & Johnson MedTech, si occupa di medical device, ossia di quei dispositivi, protesi e strumenti che utilizzano i chirurghi (di medicina generale, oncologia, cardiologia, ortopedia e vision care) per operare. “La nostra comunicazione è storicamente b2b”, spiega. “I clienti sono gli ospedali, privati e pubblici, e ci siamo sempre rivolti al target degli operatori sanitari, perché conoscessero e preferissero le nostre protesi o dispo-

sitivi. Parlando quindi ai professionisti, il nostro compito era valorizzare le caratteristiche scientifiche e le opportunità cliniche dei prodotti. Questo continuiamo a farlo, ma intanto è

cambiato tutto il sistema”.

Il sistema è cambiato da una parte perché oggi gli acquisti non sono decisi semplicemente dal chirurgo, ma anche dalla direzione sanitaria e dalle regioni. Di conseguenza, sono aumentati gli stakeholder da intercettare con la comunicazione, e ognuno di loro è interessato a plus diversi. Per fare un esempio: “Al clinico interessano le evidenze scientifiche, il direttore sanitario controlla più l'aspetto economico”.

Dall'altra parte, mentre avveniva questa trasformazione, in atto già prima delle ultime emergenze, il Covid ha ulteriormente stravolto la situazione. E l'aspetto più evidente, osserva Sangiorgio, è stato l'empowerment del paziente: “Ogni cittadino in pandemia si è sentito potenzialmente paziente e questo ha cambiato l'attitudine rispetto alle informazioni che riguardano la salute”. Lo confermano i dati forniti dall'Osservatorio di innovazione digitale di sanità del Politecnico di Milano: il 90% degli utenti ha utilizzato i social per trovare e condividere informazioni sulla salute, il 72% ha usato il web per cercare notizie su terapie e farmaci, il 42% si basa su ciò che trova in Rete per decidere come curarsi. Le ragioni possono essere diverse, ma di sicuro ha un suo peso il fatto che “durante la pandemia siamo rimasti disconnessi dai tradizionali punti di riferimento sanitario, dal medico di medicina generale alle strutture ospedaliere chiuse per fronteggiare l'emergenza, ed è quindi cresciuta l'esigenza



di cercare informazione per gestire il proprio stato di salute”.

Il paziente – J&J preferisce utilizzare la parola ‘cittadino’ – diventa parte più attiva del percorso medico e di cura, ed è più informato e partecipa che in passato, anche se a volte il fai da te rischia di essere deleterio. Proprio qui, per evitare fake, “interviene il nostro ruolo: come aziende che si occupano di salute e sono in contatto con gli operatori sanitari, abbiamo il dovere di fornire informazioni accreditate scientificamente, affinché il cittadino trovi sulla Rete le risposte giuste, sappia orientarsi nei percorsi di prevenzione e di cura”.

Nello stesso tempo, la trasformazione si rende necessaria perché il sistema sanitario sta ripensando la formula ospedalecentrica e adesso al centro è (o dovrebbe essere) proprio il paziente. Paziente che J&J si ripropone di seguire nel suo intero percorso: dagli screening di prevenzione alle diagnosi, dal trattamento pre-chirurgico al post operatorio, accompagnandolo poi nel ritorno alla normalità.

Per farlo, l’azienda diventata MedTech ha messo a punto alcune app che consentono alla persona di rimanere in contatto con l’équipe medica prima e dopo un’operazione. Quando nel pieno della pandemia non si riusciva ad andare in ospedale perché gli accessi erano bloccati, le app hanno consentito al paziente di seguire un protocollo di preparazione ottimale fisica e psicologica per arrivare nelle migliori condizioni all’intervento. E tornati a casa controllano il decorso post ospedaliero così da intercettare eventuali complicanze. “Le app nascono come supporto per il paziente ma anche per l’équipe medica, e il loro protocollo è stato studiato con professionisti e opinion leader”, spiega Sangiorgio.

E prosegue: “Questo è stato il primo esperimento di comunicazione fatto l’anno scorso a un pubblico generalista. Lo scorso luglio abbiamo poi lanciato la campagna ‘La mia salute non può aspettare’, realizzata con la Fondazione Gimbe: abbiamo approfondito il tema dei ritardi, che è il nostro principale cruccio perché noi trattiamo patologie tempo dipendenti, come il tumore del colon retto o quello del polmone, la cui unica possibilità di cura è una chirurgia tempestiva. Nel primo periodo di pandemia i cit-

tadini avevano però paura di andare in ospedale e fare i controlli di routine. Per questo abbiamo pensato di sensibilizzarli sul ritorno alla cura e su un sito web abbiamo fornito una serie di informazioni per orientarsi, coinvolgendo dieci società scientifiche per coprire tutte le aree patologiche e terapeutiche che trattiamo, e cinque associazioni pazienti per stilare una serie di consigli pratici”.

Puntare sulle tecnologie non significa però operare in un mondo strettamente virtuale. J&J lavora sempre a fianco di ‘umani’ e assieme ad associazioni di pazienti e società scientifiche ha presentato un appello alle istituzioni con un decalogo che definisce i punti prioritari per la ripresa. Queste iniziative sono state pensate a livello internazionale, per i Johnson & Johnson di tutto il mondo. L’Italia però ha aggiunto una parte personalizzata, che gli Stati Uniti non hanno preso in considerazione: oltre a fornire i dati locali, ha coinvolto i diversi stakeholder, opinion leader, società scientifiche e associazioni di pazienti. Il risultato è che “per la prima volta abbiamo parlato ai cittadini, utilizzando il web come snodo centrale di una campagna multicanale e multistakeholder”.

Quanto alle nuove app, le Care4Today Monitor si rivolgono, fra gli altri, ai pazienti bariatrici, gli obesi che si devono sottoporre a chirurgia riduttiva e che sono stati molto esposti anche al Covid: “Queste persone sono però anche le più inclini a informarsi e a vivere sul web, cercano molte informazioni e le condividono sui social. La nostra app fornisce loro le corrette informazioni per prevenire o per indirizzare la cura”, spiega Carla Sangiorgio.

Ma c’è anche una novità tecnologica per i medici. Con il software Surgical Process Institute “forniamo soluzioni digitali per i chirurghi: una sorta di tutorial dell’operazione che aiuta a eseguire l’intervento perfetto nei tempi prestabiliti perché si sa in anticipo quanto durerà l’operazione, quante risorse verranno impiegate e quale sarà l’esito. Così si efficientano le scarse risorse disponibili”.

D’altra parte, siamo tutti consapevoli che la gestione economica del sistema sanitario ha un futuro tempestoso, anche perché la popolazione invecchia e le risorse non aumentano. La tec-

nologia può quindi aiutare a ottimizzare alcune situazioni. Non solo in sala operatoria: un altro ‘strumento’ di J&J è per esempio una tecnologia che legge i codici e cataloga tutte le protesi presenti in un ospedale, inserendo poi i dati nel sistema e permettendo agli operatori sanitari di dedicarsi ad attività di cura e non solo di gestione.

“Il modello su cui stiamo lavorando va dalla prevenzione al follow up, non si limita agli ospedali ma guarda all’intero percorso del paziente per immaginare nuovi luoghi o modalità di cura, dall’aiuto fornito dalle app alle piattaforme digitali per l’autodiagnosi, dalle soluzioni per simulare in 3D il trattamento personalizzato a quelle per ridurre i tempi di degenza. Il futuro vedrà la tecnologia fornire una serie di informazioni ai medici per curare meglio i pazienti. Per questo Johnson & Johnson è diventato MedTech. Fondamentale è tuttavia sempre comunicare con istituzioni e partner perché noi mettiamo a disposizione la tecnologia, ma dobbiamo reimmaginare tutti insieme il processo di cura per allocare diversamente le risorse e trattare più persone e meglio”, conclude la direttrice della comunicazione.

Visto poi che la salute della persona non è separata dalla salute della terra, perché noi siamo ciò che mangiamo e ciò che respiriamo, Johnson & Johnson a livello mondiale promette di impegnarsi per l’ambiente. Cominciando a farlo in piccolo. Da un green team che in ufficio ottimizza le risorse, come carta e plastica. E con la app Spi Green pensata per aiutare lo staff della sala operatoria nel corretto smaltimento dei materiali dopo l’intervento.

Marina Cappa



Carla Sangiorgio è global communications and public affairs director Johnson & Johnson MedTech.



**LA MIA SALUTE
NON PUÒ ASPETTARE**

**NON FARLA
ASPETTARE.**

La tua salute è importante e non va rimandata.
Dopo più di un anno di pandemia e con tutte le difficoltà imposte al sistema sanitario, ora è il momento per riprendere il tuo percorso di cura. La campagna "La mia salute non può aspettare" lanciata da Johnson & Johnson Medical vuole informarti sulla sicurezza di ospedali e strutture per i pazienti.

Accreditamento

Associati Partner


Per saperne di più, visitate il QR Code o vai su www.johnsonjohnsonmedtech.it oppure chiamando il numero verde 800 00 00 00. Per info sui nostri prodotti vai su www.johnsonjohnsonmedtech.it

**Johnson & Johnson
MEDTECH**



**Purposeful technology
to reimagine health.**



'La mia salute non può aspettare' è una campagna lanciata da Johnson & Johnson MedTech. L'iniziativa nasce dal desiderio che i pazienti possano riprendere in mano il proprio percorso di cura, per mantenere o migliorare le proprie condizioni di salute.



La sede di Johnson & Johnson MedTech Italia; sotto, visori per la realtà virtuale.

