



MÉDIAS SOCIAUX & MÉDECINE SONT-ILS INCOMPATIBLES ?



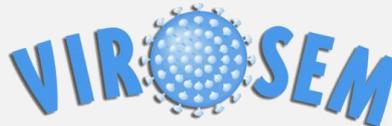
INTRODUCTION

Le canal digital, et les médias sociaux ont métamorphosé notre mode de vie, de consommation, notre façon d'échanger, de collaborer ou encore de s'informer.

Alors que nous comptabilisons plus de deux milliards d'internautes à travers le monde, dont plus de la moitié sont des socionauts actifs.

Comment les professionnels de la santé ont intégré ce nouveau territoire, et les médias sociaux et la médecine sont-ils incompatibles ?

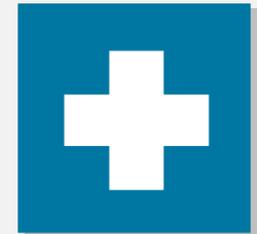
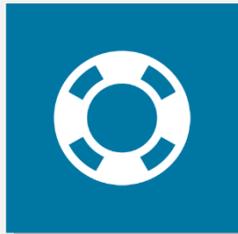
C'est ensemble, que nous tenterons de répondre à ces questions.





ÉTAT DES LIEUX DES MÉDIAS SOCIAUX

Partie 1

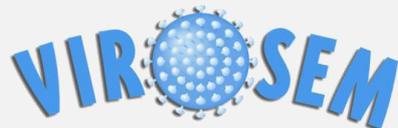


DE L'INTERNET AU WEB SOCIAL

1969 - Une connexion est faite entre l'Université de Californie à Los Angeles et l'Institut de recherche de Stanford. **Arpanet est né**, créé par l'Agence américaine pour les projets de recherche avancée de défense.

LOGIN

Sera le **1^{er} message** envoyé entre ces deux institutions. Suite à un **bug**, seules les 3 premières lettres arriveront (en une heure).



DE L'INTERNET AU WEB SOCIAL

1971 - Le premier virus est développé : **Creeper**. Ce virus était capable d'accéder à un système distant via un modem, et d'afficher un message d'avertissement à l'utilisateur : « **I'm the Creeper : catch me if you can** ».

CREEPER

Son nom ferait référence à un **super-héros de l'univers DC Comics** apparu en 1968. Il peut être vu comme un **double positif du Joker**.



DE L'INTERNET AU WEB SOCIAL

1977 - Apple commercialise le 1^{er} ordinateur à destination du grand public sous le nom d'**Apple II**. Ses ventes firent la richesse d'Apple, et représentèrent la majeure partie de son chiffre d'affaires jusque dans la **seconde moitié des années 1980**.

APPLE II

Est considéré comme l'un des **symboles majeurs** de la **révolution technologique** qui se préparait.



DE L'INTERNET AU WEB SOCIAL

1978 - Plus de 400 utilisateurs d'Arpanet (soit presque la totalité des membres de ce réseau) reçoivent un **email les invitant à une démonstration de produit**. Ce message est considéré comme le **1^{er} spam au monde**.

SPAM

Cette appellation fait référence au fameux **sketch des Monty Python** intitulé Spam.



DE L'INTERNET AU WEB SOCIAL

1982 - Le 19 septembre 1982, à 11h44, Scott E. Fahlam, écrit le message suivant à ses contacts « **Je propose les caractères suivants pour faire remarquer une blague :-)** »

SMILEY

Scott, n'a pas oublié d'indiquer qu'il était souhaitable d'utiliser le smiley suivant :-(
lorsque l'on ne rigolait pas.

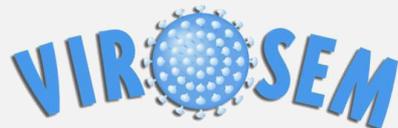


DE L'INTERNET AU WEB SOCIAL

1982 - Le Minitel pour « Médium interactif par numérisation d'information téléphonique » est une innovation française, qui sera commercialisée après une phase test initiée en 1980.

MINITEL

Le **30 Juin 2012**, 30 ans après son lancement, Orange fermait ce service qui comptait à cette date encore **plusieurs centaines de milliers d'utilisateurs**.

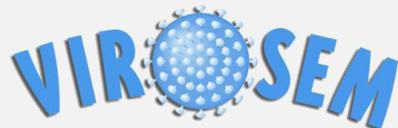
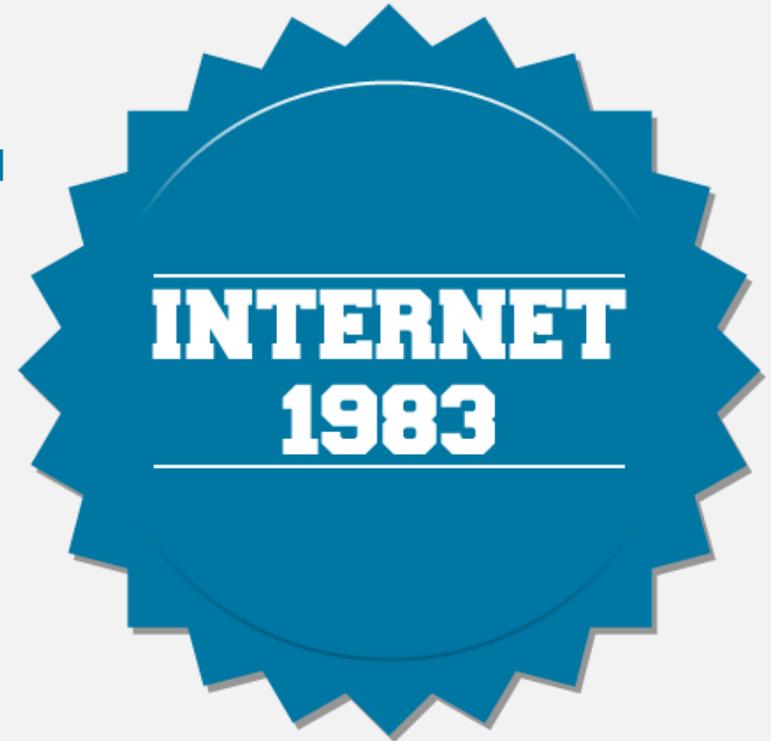


DE L'INTERNET AU WEB SOCIAL

1983 - Le 1er Janvier, Arpanet adopte la suite de protocoles TCP/IP et la dénomination Internet. C'est cette technologie qui sera la base du web.

INTERNET

Est un système d'interconnexion de machines qui constitue un **réseau informatique mondial**.



DE L'INTERNET AU WEB SOCIAL

1992 - Welcome to the **World Wide Web** ! Littéralement, **Bienvenue dans la toile d'araignée mondiale** ! Le 3 novembre 1992, le CERN présente le web qui se compose à l'époque de 26 sites.

WWW

En 1993, le **CERN a renoncé aux droits d'auteur** sur les logiciels du World Wide Web, et permet leur mise dans le domaine public.



VIRUSEM



PAUSE

**Mais pourquoi il nous raconte ça ?
Parce que maintenant tout va s'accélérer !**

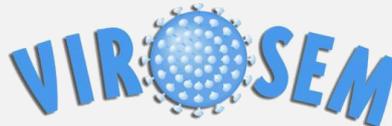
DE L'INTERNET AU WEB SOCIAL

1995 - Intégré dans Windows NT 4.0 gratuitement, Microsoft propose le 1^{er} navigateur grand public et gratuit (à la différence de Netscape qui était quant à lui payant).

16 Millions d'utilisateurs - 0,4% de la population mondiale

SURFONS

Internet Explorer est certainement **le navigateur** qui a offert à la majorité des internautes du monde entier leur **1^{ère} expérience du web**.



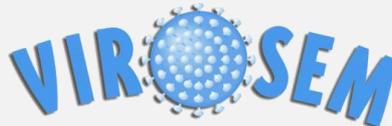
DE L'INTERNET AU WEB SOCIAL

1998 – Google Inc. est fondée le 27 septembre 1998 par Larry Page et Sergueï Brin. Google s'est donné comme mission « **d'organiser l'information à l'échelle mondiale et de la rendre universellement accessible et utile** »

147 Millions d'utilisateurs – 3,6% de la population mondiale

SLOGAN

Le slogan de Google « Don't be evil » sous-entend la volonté de la société d'**œuvrer pour un monde meilleur.**



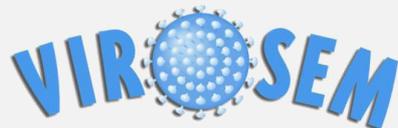
DE L'INTERNET AU WEB SOCIAL

2001 – Wikipédia est un projet d'**encyclopédie universelle** lancé par Jimmy Wales et Larry Sanger le 15 janvier 2001, multilingue (287 langues mi-2013), coopératif, collaboratif.

513 Millions d'utilisateurs – 8,6% de la population mondiale

LIBRE

L'encyclopédie Wikipédia est fondée sur le modèle du **Copyleft** qui autorise tout utilisateur à copier, modifier et distribuer son œuvre



DE L'INTERNET AU WEB SOCIAL

2003 – WordPress est un système de gestion de contenu libre écrit en PHP, reposant sur une base de données MySQL, et distribué par Automattic. En résumé c'est l'un des outils les plus utilisés pour créer des sites web.

719 Millions d'utilisateurs – 11,1 % de la population mondiale

BLOG

Wordpress a été initialement développé pour la création de **blog**, ces sites web personnels où **l'internaute pouvait enfin prendre la parole**.





PAUSE

**C'est intéressant mais...
à présent, nous changeons de paradigme !**

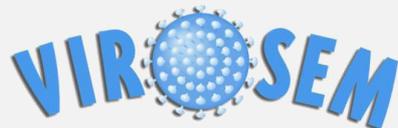
DE L'INTERNET AU WEB SOCIAL

2004 – Le concept de **web 2.0** apparaît et démontre qu'une nouvelle ère débute. Un Web tendant vers davantage de simplicité et d'interactivité permettant à la majorité des internautes de créer facilement et d'échanger rapidement. C'est le début du web social.

817 Millions d'utilisateurs – 12,7% de la population mondiale

WEB 2.0

Ce concept intègre des principes technologiques, toutefois ce terme est davantage un **buzzword** principalement utilisé d'un **point de vue marketing**.



DE L'INTERNET AU WEB SOCIAL

2004 - Le 3 Février 2004, Mark Zuckerberg lance le réseau social TheFacebook limité initialement aux étudiants de Harvard. Moins de 10 ans plus tard, Facebook compte plus de 1 milliard d'utilisateurs dans le monde.

817 Millions d'utilisateurs - 12,7% de la population mondiale

LE N°1

Facebook, est **le 1^{er} réseau social au monde**, il est le plus complet mais aussi le plus controversé en raison des polémiques relatives au concept de **vie privée**.



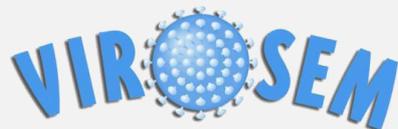
DE L'INTERNET AU WEB SOCIAL

2005 – YouTube est un site web d'hébergement de vidéos sur lequel les utilisateurs peuvent envoyer, visualiser et partager des séquences vidéo. Il a été créé en février 2005 par Steve Chen, Chad Hurley et Jawed Karim.

1,018 Milliards d'utilisateurs – 15,7% de la population mondiale

YOUTUBE

Racheté par Google en octobre 2006, ce média social génère aujourd'hui plus d'**un milliard de visites mensuelles**, et plus de **72 heures de vidéo** sont chargées chaque minute.



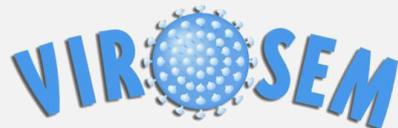
DE L'INTERNET AU WEB SOCIAL

2007 - Apple lance l'iPhone, plus qu'un gadget, ce nouvel objet va accélérer la démocratisation des smartphones, de l'internet mobile mais surtout ouvrir un nouveau marché celui des applications mobiles.

1,319 Milliards d'utilisateurs - 20,0% de la population mondiale

MOBILE

Le développement du marché des smartphones a transformé le **visage du web** en l'incitant à devenir **responsive**, et en nous permettant une **connexion constante**.



DE L'INTERNET AU WEB SOCIAL

De 2007 à Aujourd'hui - Depuis tout s'est accéléré et métamorphosé : nos usages, nos attentes, nos modes de consommation ou encore nos communications. La technologie et le web sont présents à chaque instant de nos vies.

2,749 Milliards d'utilisateurs - 38,8% de la population mondiale

3 Milliards

de recherches sont effectuées
chaque jour sur Google

297 Milliards

d'emails sont envoyés chaque
jour

634 Millions

de sites web

34 722 Likes

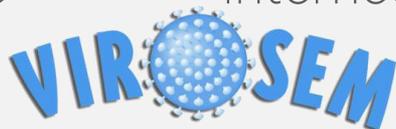
sont effectués par des membres
auprès d'organisations ou de sociétés

2 Milliards

de vidéos sont regardées
chaque jour sur YouTube

571 Sites

sont créés chaque minute sur
internet



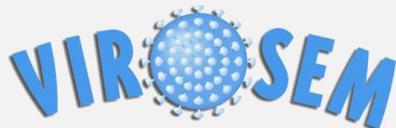
DE L'INTERNET AU WEB SOCIAL

Ok, mais c'est quoi le web social ?

Selon Wikipédia, **le web social** fait référence à une vision d'Internet considéré comme un **espace de socialisation**, un lieu dont l'une de ses fonctions principales est de faire **interagir les utilisateurs entre eux** afin d'assurer une production continue de contenu, et non plus uniquement la **distribution de documents**.

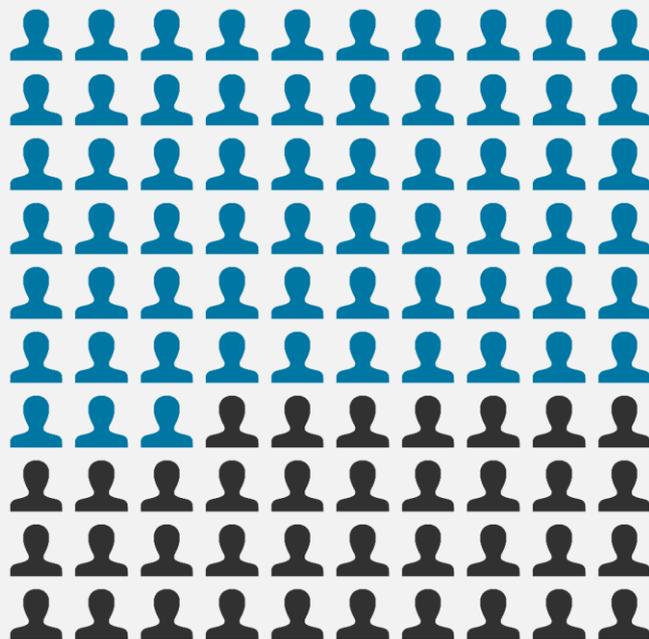
En pratique c'est :

- Les réseaux sociaux : Facebook, Twitter, LinkedIn, Google+...
- Les médias sociaux : YouTube, Dailymotion, Instagram, Vine...
- Les blogs
- Les wiki
- L'open-source
- Les applications
- Le crowdfunding, crowdsourcing...
- Etc.



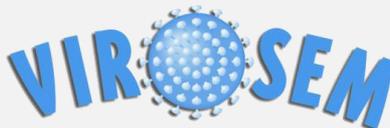
LES LEADERS DU WEB SOCIAL

Nous constatons une progression de 10 points entre 2012 et 2013 du nombre de socionautes, puisque l'année passée **53% des internautes français** déclaraient être membres d'au moins un réseau social.



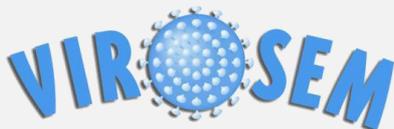
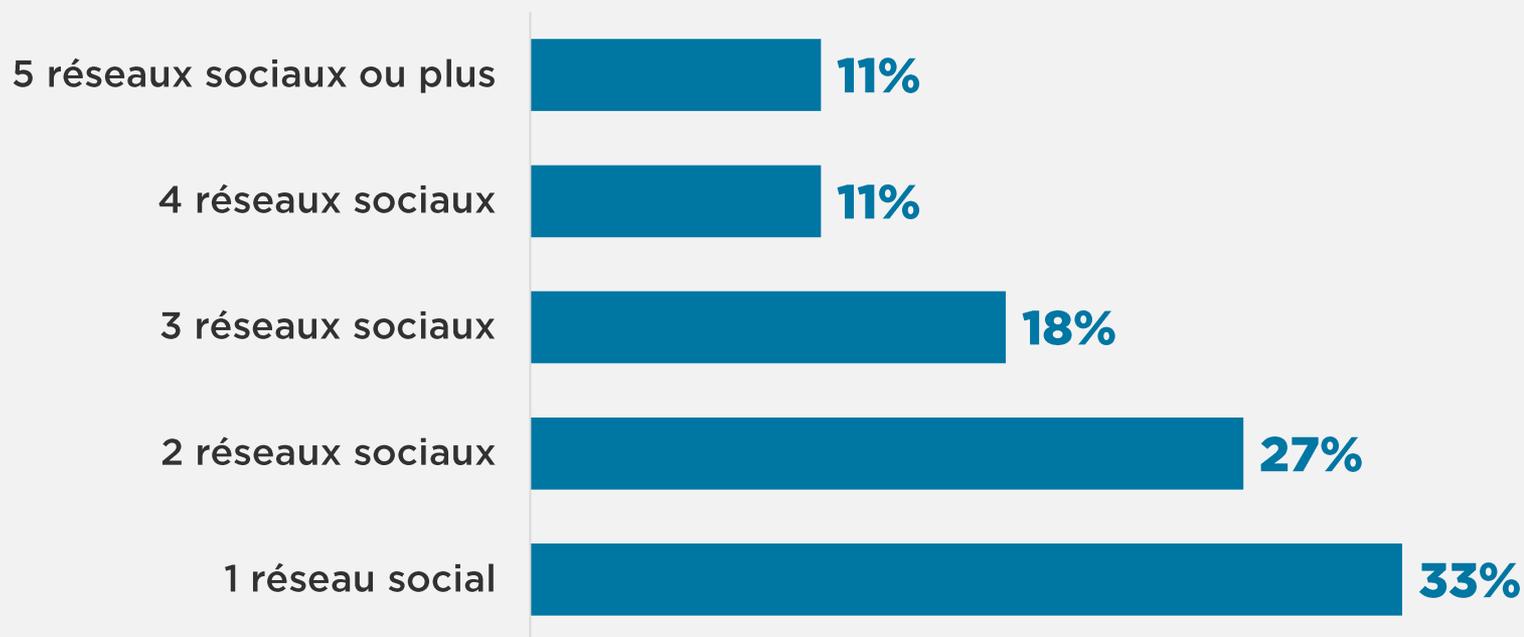
63%

Des internautes français sont des **socionautes**



LES LEADERS DU WEB SOCIAL

La maturité des socionautes s'affirme davantage chaque année, alors qu'en 2012, **48%** des socionautes étaient membres d'un seul réseau social, ce pourcentage n'est que de **33%** en 2013.



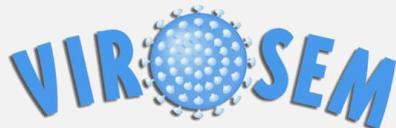
LES LEADERS DU WEB SOCIAL

Facebook domine largement le marché des réseaux sociaux en France avec un taux de pénétration de **93%** en 2013, toutefois nous détectons une légère baisse de **2 points** par rapport à 2012.



93%

Des socionautes
français sont membres
de **Facebook**



LES LEADERS DU WEB SOCIAL

A la différence de Facebook, tous les autres réseaux progressent fortement en 2013. Google+ avec une progression de **8 points**, gagne une place dans notre classement. LinkedIn est quant à lui le réseau qui connaît la plus grosse augmentation **+ 12 points** par rapport à 2012.



35%



34%



31%



25%



15%



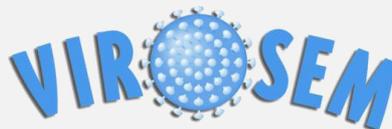
7%



6%



3%



LES LEADERS DU WEB SOCIAL

Si **98% des socionautes** possèdent et se connectent sur leurs réseaux via un ordinateur, ce sont les usages mobiles qui continuent leur progression. Les smartphones ont connu une augmentation de **8 points** et les tablettes de **13 points** par rapport à 2012.



98%

se connectent via un **ordinateur**



62%

se connectent via un **smartphone**



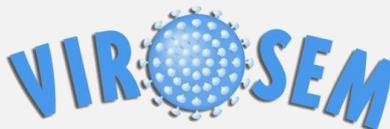
28%

se connectent via une **tablette**



11%

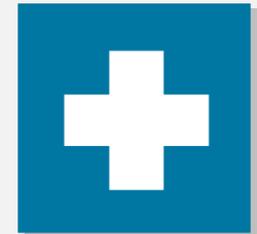
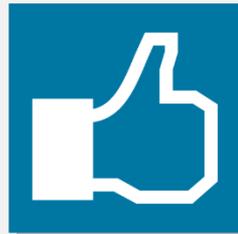
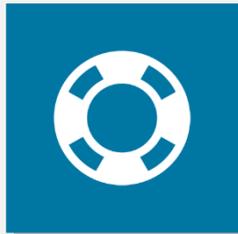
se connectent via une **TV Connectée**





LA SANTÉ 2.0

Partie 2



LE CONCEPT

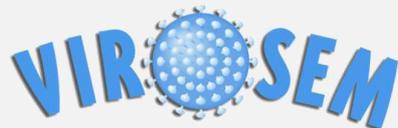
Une évolution naturelle ?



La santé 2.0 (ou health 2.0) est un concept apparu en parallèle du web social.

Il correspond à l'utilisation d'un ensemble d'**outils spécifiques au web** (blogs, podcasts, les réseaux sociaux, les moteurs de recherches, les forums, les wikis, les applications, etc) par les **acteurs de la santé** (médecins, chercheurs, scientifiques, et patients).

L'objectif est d'**améliorer les soins** à travers la collaboration, la prévention, ou encore la collecte d'informations.



LE CONCEPT

Quels usages pour quels publics ?



S'informer

En utilisant l'ensemble des outils du web afin de s'informer des dernières évolutions dans un domaine spécifique.

Publics

Tous (médecins, chercheurs, patients, grand public...)

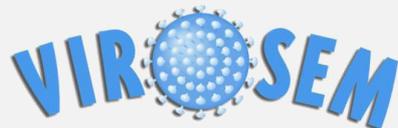


Prévenir & Eduquer

En utilisant l'ensemble des outils du web afin de communiquer, prévenir, et éduquer sur différentes thématiques sanitaires.

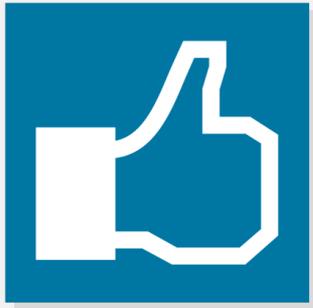
Publics

Tous (médecins, chercheurs, patients, grand public...)



LE CONCEPT

Quels usages pour quels publics ?



Collaborer

En utilisant les outils du web social pour faciliter le recueil d'informations, échanger avec ses pairs sur un cas spécifique...

Publics

Médecins, infirmiers, chercheurs...

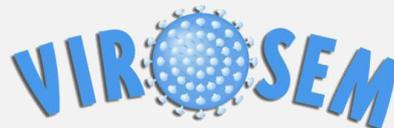


Echanger

En bénéficiant d'un espace communautaire où les patients peuvent s'exprimer librement sur une maladie particulière.

Publics

Patients



LE CONCEPT

Quels usages pour quels publics ?



Discuter

En bénéficiant d'un espace communautaire mixte où patients et médecins peuvent échanger sur une maladie particulière.

Publics

Tous (médecins, chercheurs, patients, grand public...)

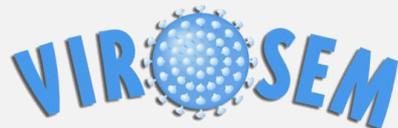


Collecter & Partager

En utilisant les outils disponibles afin de faciliter le recueil d'informations dans le cadre de projets de recherches.

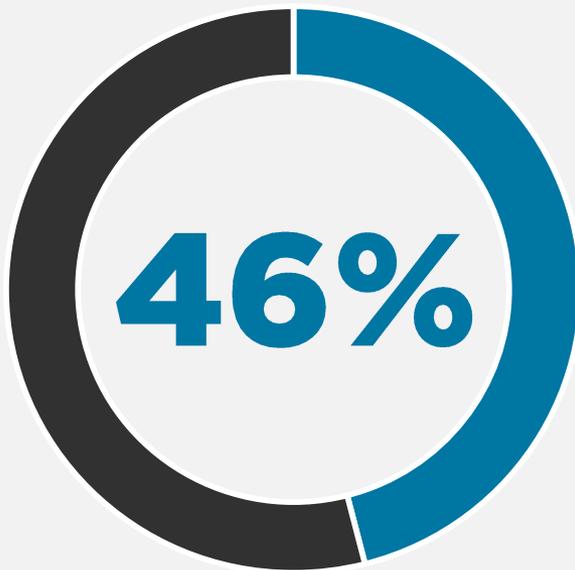
Publics

Médecins, chercheurs...

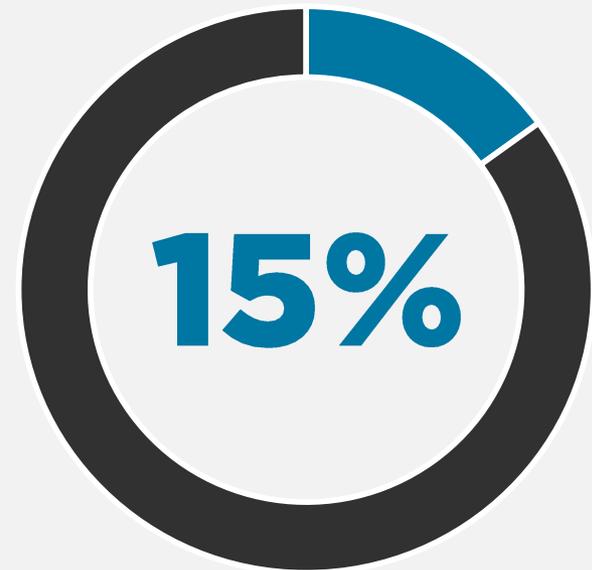


SANTÉ & RÉSEAUX EN FRANCE

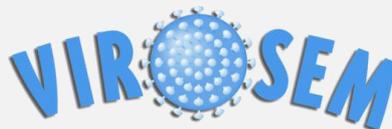
L'usage des réseaux sociaux dans un cadre professionnel, par les spécialistes de la santé se concentre principalement sur les **réseaux généralistes**. Au contraire, les réseaux sociaux spécialisés souffrent d'une faible fréquentation **certainement liée à un manque de notoriété**.



des professionnels de santé déclarent utiliser des **réseaux sociaux généralistes**

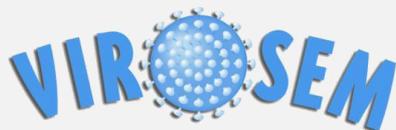
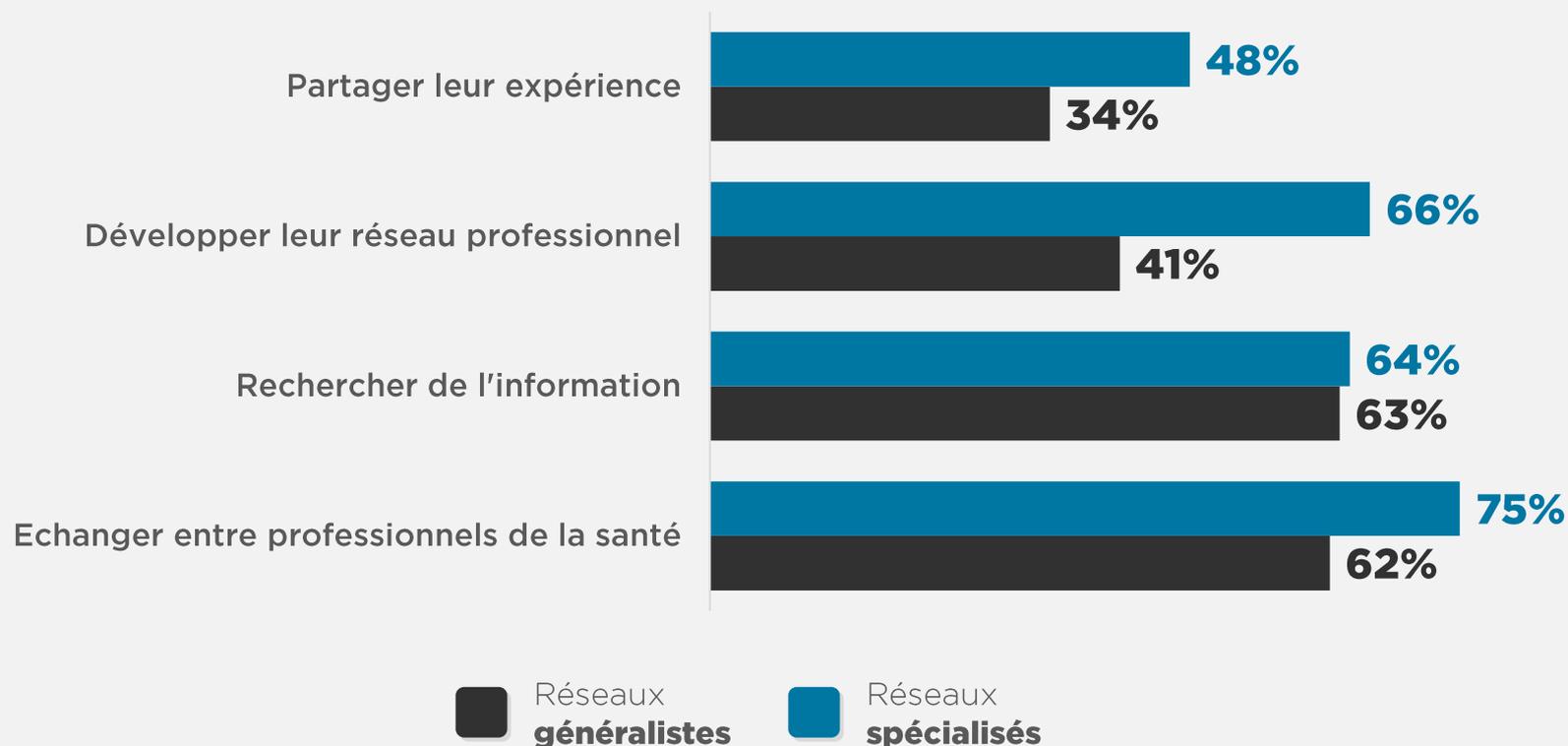


des professionnels de santé déclarent utiliser des **réseaux sociaux spécialisés**



SANTÉ & RÉSEAUX EN FRANCE

Nous constatons que les réseaux spécialisés bénéficient d'un **trafic plus qualifié** que celui des réseaux généralistes.



SANTÉ & RÉSEAUX EN FRANCE

Les trois réseaux sociaux généralistes les plus fréquentés par les professionnels de la santé sont Viadeo, LinkedIn et Facebook.



27%

sont membres de
Viadeo



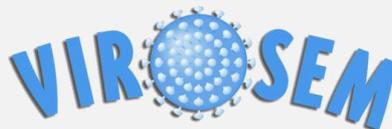
20%

sont membres
Facebook



24%

sont membres
LinkedIn



Source : [SanteConnect](#)

SANTÉ & RÉSEAUX EN FRANCE

Plusieurs réseaux spécialisés ont été cités et ont la particularité d'offrir un lieu d'échanges privilégié entre professionnels uniquement ou entre professionnels et patients.



un service de  MSD

<http://www.univadis.fr>



TalentPharmacie

<http://talentpharmacie.fr/>



ReseauInfirmier

<http://reseau-infirmier.com/>



Le savoir partagé

<http://www.docatus.com>



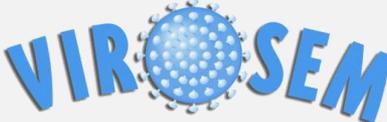
meltingDoc

<http://www.meltingdoc.com/>



BEPATIENT

<http://www.meltingdoc.com/>



VIRUSEM

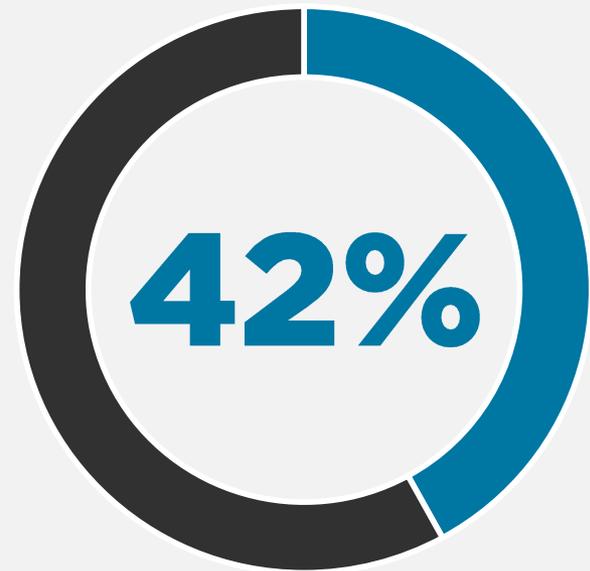
Source : [SanteConnect](#)

SANTÉ & RÉSEAUX EN FRANCE

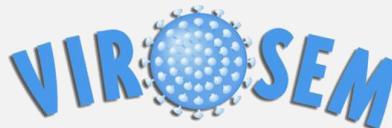
Nous observons que les raisons incitant les professionnels de la santé à ne pas utiliser les réseaux sociaux sont très différentes selon le type de réseau selon qu'il soit **généraliste** ou **spécialisé**.



des professionnels de santé déclarent ne pas utiliser les réseaux sociaux généralistes pour des **raisons de confidentialité**

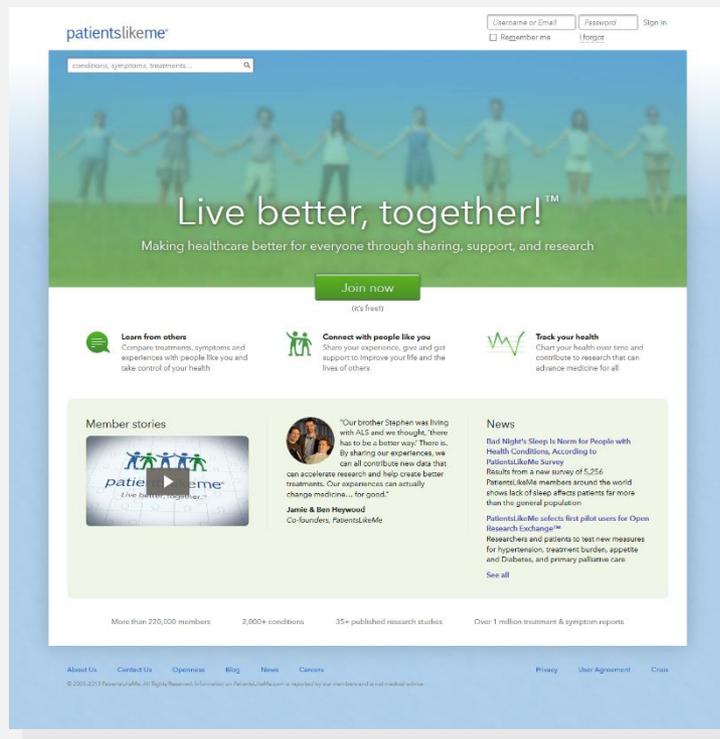


des professionnels de santé déclarent ne pas utiliser les réseaux sociaux spécialisés pour des **raisons de manque de temps**



EXEMPLES D'OUTILS DE SANTÉ 2.0

PatientsLikeMe est un réseau social où des personnes atteintes de maladies spécifiques peuvent échanger des informations sur leur maladie, leur traitement et leur expérience.



patientslikeme

Username or Email Password Sign In
Remember me I forgot

conditions, symptoms, treatments...

Live better, together!™
Making healthcare better for everyone through sharing, support, and research

Join now

065 fresh

Learn from others
Compare treatments, symptoms and experiences with people like you and take control of your health

Connect with people like you
Share your experience, give and get support to improve your life and the lives of others

Track your health
Chart your health over time and contribute to research that can advance medicine for all

Member stories

News

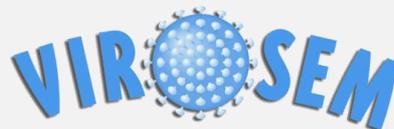
More than 220,000 members 2,000+ conditions 35+ published research studies Over 1 million treatment & symptom reports

About Us Contact Us Openness Blog News Careers Privacy User Agreement Crisis

© 2013-2017 PatientsLikeMe. All Rights Reserved. Information on PatientsLikeMe.com is reported by our members and is not medical advice.

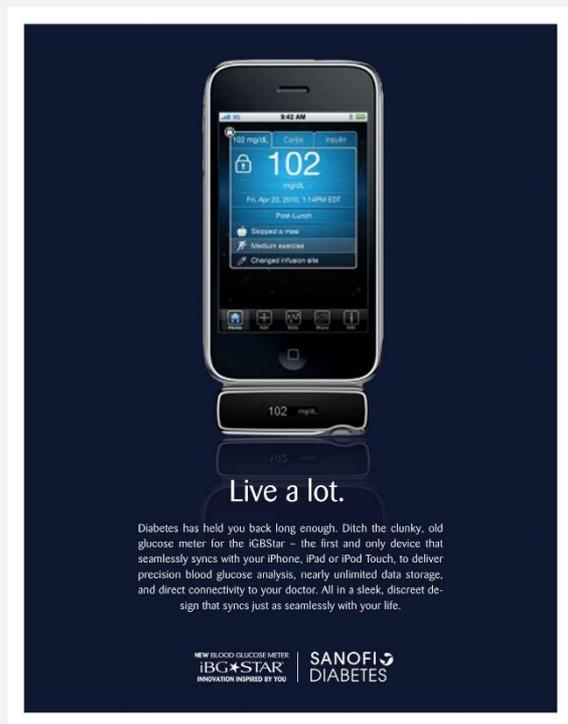
Lancé en 2005, ce site dispose aujourd'hui d'une communauté active construite autour de différentes maladies ou pratiques (HIV, sclérose en plaques, la transplantation d'organes...).

Outre la possibilité d'**échanger en temps réel** avec d'autres patients, le site permet d'intégrer via une dashboard l'ensemble de ses **données médicales** et effets, mais aussi de **participer à des programmes d'essais cliniques**.

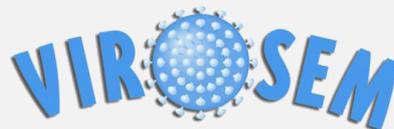


EXEMPLES D'OUTILS DE SANTÉ 2.0

L'**iBGStar** est le premier lecteur de glycémie qui se connecte à l'iPhone ou l'iPod touch. Il s'intègre naturellement à la vie du patient afin de l'aider à gérer son diabète simplement, et à tout moment.



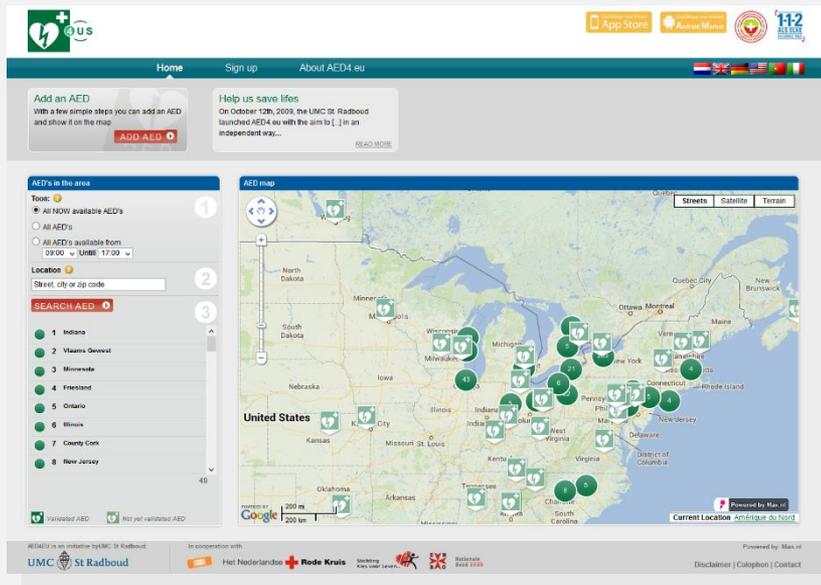
Disposant d'une application, ce nouveau système permet de **suivre sa glycémie** au quotidien, de **bénéficier d'une analyse** de son évolution, mais aussi d'**exporter ses données** afin de les partager avec son médecin, et/ou son entourage.



Source : [iBGStar](#)

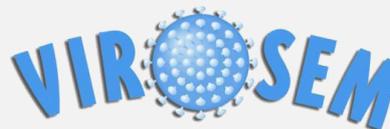
EXEMPLES D'OUTILS DE SANTÉ 2.0

L'**Aed4.us** est un projet de crowdsourcing basé sur le constat que nous connaissons tous l'emplacement et les horaires d'ouvertures des fastfood, des stations services, ou encore des postes. Mais aucune personne ne pouvait indiquer l'emplacement d'un défibrillateur.



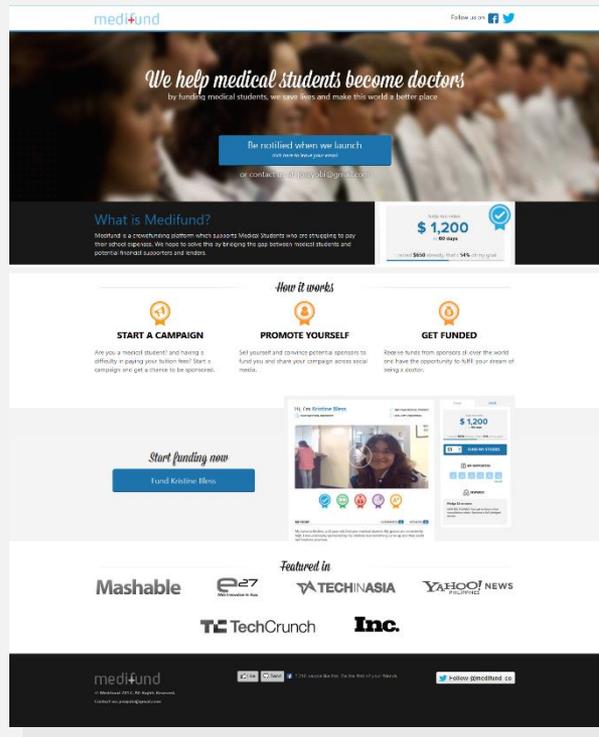
L'Aed4.us a fait un appel général auprès des personnes susceptibles de connaître l'emplacement d'un défibrillateur.

Pour que celui-ci soit intégré dans l'application iPhone ou Android, l'utilisateur doit simplement **réaliser un check-in du lieu, indiquer les horaires de disponibilité**, et l'emplacement est automatiquement inscrit dans l'application.



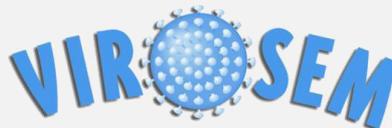
EXEMPLES D'OUTILS DE SANTÉ 2.0

MediFund est une **plateforme de crowdfunding** permettant de financer les études des étudiants en médecine philippins. Comme l'explique son Fondateur, l'insuffisance de docteur est principalement liée aux coûts élevés des études.



Le crowdfunding est devenu l'une des **alternatives aux problématiques de financement** dans divers domaines (art, musique, design, humanitaire...).

Mais MediFund est l'une des premières dans le domaine médical, et se veut **une solution innovante en réponse à un problème sociétal**.

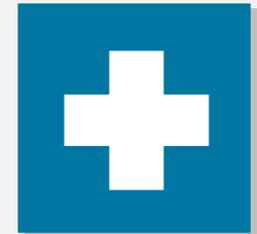


Source : MediFund



LES RISQUES ET LES OPPORTUNITÉS

Partie 3



LES RISQUES

La confidentialité



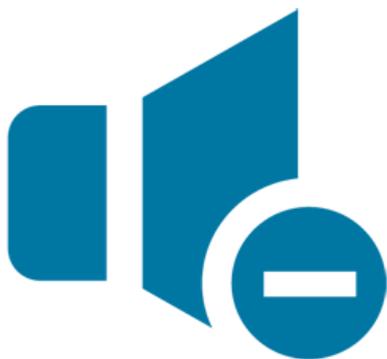
C'est l'un des risques les plus fréquemment cités par les professionnels de la santé, mais aussi par l'ensemble des utilisateurs des médias sociaux.

Cette réalité sous-entend davantage l'**appréhension des individus à partager leurs données privées.**

C'est pour cette raison que de nombreux sites spécialisés favorisent l'**usage d'un pseudonyme** et ne collectent aucune données liées à l'identité du socionaute. Cette approche permet de **maintenir la confidentialité tout en collectant des informations utiles.**

LES RISQUES

L'e-réputation



L'e-réputation est un sujet intéressant, car **elle représente un risque comme une opportunité.**

L'importance est de **maîtriser son e-réputation**, et de savoir utiliser les outils offerts par le web social pour mesurer et connaître les commentaires associés à nos travaux.

Une mauvaise (e-)réputation est rarement infondée, toutefois si cela est le cas, **il est prioritaire de la contrôler.**

LES RISQUES

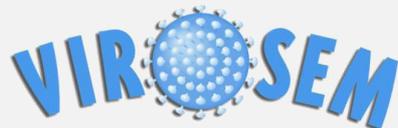
La désinformation



Le **risque de désinformation** est aussi vrai sur le web que dans la vie « réelle ».

Toutefois ce risque potentiel, est généralement compensé sur le web grâce à l'intelligence collective.

Ce risque pourra être d'autant plus limité à travers **l'intervention plus régulière de professionnels de la santé**.



LES OPPORTUNITÉS

Le conseil



Le web social et ses outils permettent de **faciliter les échanges entre les individus** mais aussi entre les **professionnels de la santé, et les patients**.

A travers une prise de parole sur leur expertise, les professionnels offrent au plus grand nombre des conseils et **assurent un rôle de prévention ou d'éducation aux risques sanitaires**.

LES OPPORTUNITÉS

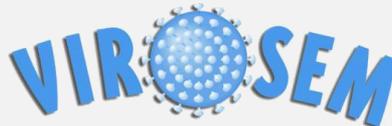
L'e-réputation



Comme indiqué précédemment l'e-réputation a deux facettes.

Les commentaires, les conseils, et les recommandations sont très présents sur le web et peuvent autant concerner une expertise médicale qu'une personne directement.

C'est pour ces raisons, que l'e-réputation est importante puisqu'elle peut **mettre en avant des acteurs ou des innovations clés dans le secteur de la santé.**



LES OPPORTUNITÉS

L'innovation



Le web, les médias sociaux, les données, les nouveaux outils, offrent au secteur de la santé **une opportunité pour faire évoluer ses pratiques, ses méthodes ou ses recherches.**

En maîtrisant ses règles et en connaissant son potentiel, **les professionnels bénéficieront d'un nouveau territoire pour collaborer et innover pour la santé de tous.**

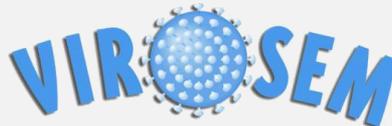
CONCLUSION

1. Une croissance quotidienne et mondiale de nos usages et attentes relatives au canal digital et au web social
2. Le secteur de la santé est impacté par cette révolution, qui l'oblige à repenser ses méthodes et sa relation vis-à-vis de ses parties prenantes
3. Le web social offre un nouveau territoire de recherche, et un fort potentiel d'innovation
4. La santé 2.0 est un concept encore peu intégré en France par rapport aux pays anglo-saxons, mais connaît une attractivité importante de la part des professionnels de ce secteur

Les médias sociaux et la médecine sont compatibles !

Ils sont une véritable opportunité pour la création d'une nouvelle relation entre les professionnels et leurs patients !

Dans son ensemble, le web social est un territoire en constante transformation qui offrira au secteur de la santé des outils innovants, et des méthodologies différentes.





QUESTIONS

MERCI

Et à bientôt sur le web social !

Thomas Guillochon

Email : thomas.guillochon@conscientnetworks.com

LinkedIn : <http://www.linkedin.com/in/thomasguillochon>

Twitter : https://twitter.com/Social_Thomas