

ACQUA ULIVETO: PROGETTO DI COMUNICAZIONE AI MEDICI DI MEDICINA GENERALE

Il Premio Uliveto SIMG è stato istituito su iniziativa della Società Acqua e Terme di Uliveto che, attraverso la SIMG, ha inteso stimolare la Medicina Generale alla conoscenza degli effetti benefici sull'organismo delle acque minerali e dell'acqua Uliveto in particolare.

In effetti, come dimostrato anche dai risultati di alcuni lavori presentati per questo Premio, c'è una carenza culturale della classe medica sulle caratteristiche e sugli effetti delle acque minerali, in un Paese come il nostro che ne è particolarmente ricco.

Non si tratta solo di recuperare una tradizione, quella del termalismo, ma di porsi in termini scientifici il problema a partire dalle conoscenze fin qui acquisite (come quelle in campo gastroenterologico per l'acqua Uliveto). Se possibile, sulla base delle forze in campo e della nostra disponibilità, un ulteriore passo può essere quello di approfondire le conoscenze nell'ambito delle cure primarie come proposto da uno degli elaborati premiati, consistente proprio in un progetto di ricerca.

Dal fatto che l'acqua è il principale costituente del nostro organismo deriva la sua importanza in termini di salute: l'acqua deve essere considerata come vero alimento e nutriente essenziale.

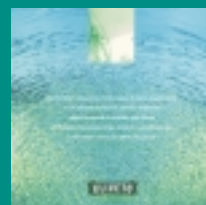
I medici hanno bisogno delle conoscenze necessarie per rispondere ai consigli sempre più frequentemente richiesti dai pazienti, i quali utilizzano l'acqua minerale non solo per la caratteristica di salubrità (più "buona" e "meno contaminata" dell'acqua di rubinetto), ma anche per gli effetti sullo stato di salute.

Un ringraziamento va alla Società Acqua e Terme di Uliveto per aver creduto e scommesso nella Medicina Generale italiana attraverso la principale Società Scientifica che è la SIMG.

La pubblicazione dei lavori premiati ha lo scopo di far conoscere quanto prodotto dai nostri Soci e rendere visibile la nostra azione di arricchimento delle conoscenze finalizzata ad una sempre miglior qualità dell'assistenza.

Claudio Cricelli
Presidente

Società Italiana di Medicina Generale



ONE-INTER
/STRIE-E-D
TORINO-191

ALLGEMEINE AUSSTELLUNG

für



ULIVETO

Aiuta la Digestione

*N*el comune di Vicopisano, circondato dal verde degli ulivi, dove le colline toscane degradano verso le rive dell'Arno, sorge un borgo che deve la sua storia e il suo sviluppo alla Fonte dell'acqua che porta il suo nome: Uliveto.

Un documento del Mille, riportato da Ludovico Antonio Muratori (1672-1750) ci narra che già a quei tempi erano noti gli effetti non solo dissetanti ma soprattutto salutistici di quest'acqua.

*L'*acqua minerale Uliveto per la composizione unica di preziosi minerali, la microeffervescenza naturale e il gusto inconfondibile, aiuta a digerire meglio e ci fa sentire in forma.

*Con Uliveto
digerisci meglio.*



Pubblichiamo l'elaborato al quale è stato assegnato il primo premio del Concorso Uliveto-SIMG. Nei prossimi numeri pubblicheremo i lavori vincitori degli altri premi.

Acqua Uliveto Premio SIMG-Uliveto 2002

Progetto di Comunicazione ai Medici di Medicina Generale

1. Analisi della comunicazione attuale

Uliveto è attivamente presente a molti eventi congressuali significativi di Medicina Interna, Gastroenterologia e Medicina Generale e la sua presenza è visibile. Inoltre è noto come sia sponsor di iniziative scientifiche e culturali di rilievo in campo medico e questo è certamente positivo in termine di immagine verso la classe medica.

Tuttavia si evidenzia che la comunicazione attuale non riesce a far passare il concetto che l'acqua minerale in sé ha proprietà curative utili per la cura dei pazienti. Attualmente l'acqua minerale in oggetto è percepita come una buona acqua al pari di altre note ma niente di più. Anzi sulla base di un pregiudizio comune si può osservare come il parametro più significativo per un'acqua minerale sia ritenuto il suo essere oligominerale (così povera di sodio!) per un effetto diuretico e anti-urico.

Ora, poiché Uliveto non rientra tra le acque oligominerali, può essere vittima di un pregiudizio negativo. Una pretesa attività sull'apparato gastroenterico non è percepita come certa, in quanto si presume che non sia provata, ma basata sulla percezione soggettiva dei pazienti.

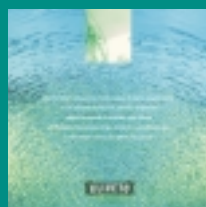
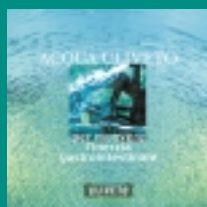
L'immagine grafica, pur bella, richiama vagamente alle terme, ritenute, probabilmente a torto, al pari di altre medicine non convenzionali, una pratica medica non supportata dalle evidenze.

2. La strategia di comunicazione per il Medico di Medicina Generale

Il medico di Medicina Generale non è oggi un praticone influenzato da una comunicazione basata sulla suggestione. Non prescrive più epatoprotettori, ricostituenti e neurotropi dietro richiesta di pazienti illusi di proprietà che non sono scientificamente dimostrate. In compenso è oggi molto disponibile a riscoprire l'utilità pratica nella cura di disturbi largamente diffusi di sistemi attivi differenti o complementari ai farmaci – correlati al *life-style* – in quanto meno costosi, più disponibili e, in genere, senza effetti collaterali.

Egli necessita:

- di proporre un prodotto che sia efficace, anche se si tratta solo di acqua minerale;
- di capire in modo sintetico e chiaro il meccanismo attivo del prodotto;



- c) di essere sinteticamente informato degli studi scientifici che hanno dimostrato con evidenza metodologicamente corretta l'attività del prodotto;
- d) di essere informato in modo chiaro e sintetico della posologia adatta alla particolare condizione patologica, la quale rende realmente efficace il prodotto (che usato in maniera impropria non ha l'efficacia dichiarata).

3. Proposte per una nuova strategia di comunicazione

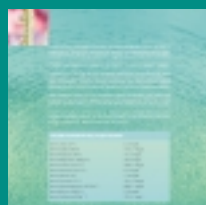
Premesso che i sintomi funzionali dell'apparato gastroenterico sono largamente diffusi e rappresentano il motivo di circa il 5% delle consultazioni in Medicina Generale, oggi il Medico di Medicina Generale non è afflitto tanto dal sintomo pseudoulceroso, in quanto antisecretori ed eradicazione dell'*Helicobacter* hanno definitivamente risolto il problema, e un ritorno ad un rimedio alcalinizzante sa di antico e inefficace (per il noto effetto rebound).

Invece è particolarmente oppresso dal paziente con problemi motori, sia di tipo dispeptico (con disturbo motorio e sintomo prevalente caratterizzato da gonfiore post prandiale, ripienezza precoce, distensione addominale, meteorismo) sia di tipo stitico con rallentamento del transito (escludendo dunque la stipsi prevalentemente anorrettale).

Un ulteriore strumento efficace non farmacologico in questi casi – oltre ai ben noti procinetici, peraltro oggi privati della molecola più efficace e più costosi di un tempo per i pazienti – sarebbe sicuramente ben accetto e favorevolmente proposto ai pazienti.

Per realizzare le finalità di cui sopra ritengo che sia indispensabile creare nuovi sistemi di comunicazione per il Medico di Medicina Generale con le seguenti caratteristiche:

- a) sottolineare il concetto basilare della efficacia dell'acqua minerale: gli ioni presenti in qualità e concentrazione tale da influenzare la motilità dell'apparato gastroenterico. L'attività tamponante l'acidità gastrica è da ritenersi secondaria;
- b) esprimere tale concetto con una immagine sintetica da riproporre in tutti i mezzi di comunicazione utilizzati;
- c) esprimere tale concetto con una breve frase sintetica (slogan);
- d) costruire un breve strumento comunicativo specifico per il Medico di Medicina Generale che illustri i concetti sopraesposti, indicando in modo sintetico e chiaro i meccanismi dell'attività, la posologia adatta alla specifica forma patologica, e i lavori scientifici significativi che hanno dimostrato questa attività con la valutazione di parametri oggettivi (ad esempio lo studio del tempo di transito o del tempo di svuotamento gastrico);
- e) sintetizzare in brevi schede allegate i lavori scientifici più dignitosi e significativi basati sulle evidenze.



4. Gli strumenti possibili

In collaborazione con un esperto delle strategie di comunicazione (Francesca Bonarelli, graphic designer) abbiamo confezionato una bozza che vuole essere una proposta possibile in linea con i principi precedentemente esposti.

La comunicazione principale può essere pensata come pagina pubblicitaria, manifesto o copertina di un piccolo depliant e presenta, oltre al *logo* registrato e il *nome* del prodotto, un'immagine "core" che rappresenta l'acqua che muove la ruota di un piccolo mulino (che rappresenta l'apparato gastroenterico). L'immagine è stata scelta avendo cura di differenziarsi da altre note immagini pubblicitarie di mulini già esistenti. Lo slogan sintetico ribadisce tale concetto. Una breve frase sotto lo slogan sintetizza l'attività e le indicazioni cliniche dell'uso di tale acqua minerale.

All'interno del depliant presentato in bozza è contenuto un testo in parte derivato da una sintesi di quelli in uso nel sito dell'Acqua Uliveto, in parte originalmente prodotto, avendo cura di selezionare i termini più appropriati dal punto di vista scientifico e le informazioni minimali utili al medico frettoloso per acquisire quelle nozioni (es. la posologia) per trasmetterle al paziente nella sua attività di counselling con la coscienza di fare non una pubblicità ad un'azienda come le altre, ma un reale servizio al proprio cliente.

Infine in bozza viene presentata una scheda coordinata con il depliant e inseribile in esso con la sintesi di ciascun lavoro scientifico che si voglia selezionare perché particolarmente significativo.

16 agosto2002

Dott. Alberto Bozzani
Medico di Medicina Generale
Specialista in Gastroenterologia ed Endoscopia Digestiva
SIMG Milano
Area Gastroenterologica SIMG Milano
Via C. Cattaneo 10 Briosco
20040 Milano
Tel. 338/6489975
E-mail: abozzani@libero.it

Progetto grafico non esecutivo delle immagini di Francesca Bonarelli

