

# PROJET COMMUNICATION 2016-2020

---

Centre Hospitalier Pierre Dézarnaulds de Gien



## PROJET D'ETABLISSEMENT 2016-2020

Date de publication : 28 janvier 2016

lundi 29 février 2016

*Table des matières*

---

<b>1. Le volet communication.....</b>	<b>3</b>
1.1. La communication interne.....	3
1.2. La communication externe .....	4

## 1. LE VOLET COMMUNICATION

Le projet communication du centre hospitalier Pierre Dézarnaulds se décline en deux volets, la communication interne à destination de l'ensemble du personnel d'une part, et la communication externe pour l'ensemble des partenaires qu'il s'agisse des usagers (patients et familles), des partenaires de santé du territoire, des réseaux et de la presse, d'autre part.

### 1.1. LA COMMUNICATION INTERNE

La communication interne participe à la qualité de vie au travail car elle permet une meilleure connaissance de l'établissement par l'ensemble des professionnels. Elle s'effectue au moyen de différents outils existants qui méritent d'être développés ou améliorés dans les cinq années à venir.

Pour informer le personnel, un journal interne paraît quatre fois par an. Y sont traités les sujets d'actualité de l'établissement en les intégrant dans un contexte national ou territorial. L'accent sera tout particulièrement mis dans les années à venir sur les effets de la mise en œuvre du GHT (Groupement hospitalier de territoire)<sup>1</sup>, les réalisations du Projet d'établissement, le suivi des travaux de réhabilitation du pôle gériatrique, les engagements de l'établissement en faveur de la qualité, de la gestion des risques et du développement durable.

Les notes d'information et de service sont diffusées à partir du secrétariat de direction, là où elles sont codifiées. Elles sont adressées à l'ensemble des services en version papier et de plus en plus par voie informatique dans le cadre de la politique de développement durable. Toute note doit être facilement consultable. Il faut pour cela s'appuyer sur l'outil Blue-Médi, la base documentaire qualité de l'établissement. Ce logiciel doit devenir un outil de communication à part entière regroupant de façon claire l'ensemble des documents institutionnels.

Il existe un site intranet qui donne accès à diverses informations pratiques (dont l'annuaire interne). Ce dernier devra être modernisé.

Pour mieux créer du lien et faire que chacun se sente appartenir à un établissement porteur de valeurs, il convient d'être plus attentif à l'organisation et au déroulement de la journée d'accueil des nouveaux arrivants pour permettre une meilleure intégration. Cet axe est largement développé dans le Projet social pour l'ensemble des professionnels au plus près de leur prise de fonction.

Les moments festifs et autres cérémonies organisés au sein de l'établissement sont des moments de convivialité qui favorisent le lien entre les membres du personnel.

---

<sup>1</sup> GHT : Groupement hospitalier de territoire

## 1.2. LA COMMUNICATION EXTERNE

La communication externe a pour objectif de promouvoir l'image de l'établissement et d'en renforcer l'attractivité.

La presse locale est le moyen de relayer les informations vers le grand public. Il convient donc de poursuivre et développer la rédaction des communiqués de presse mais aussi convier la presse dans les murs pour informer le plus grand nombre de notre rôle d'animateur de santé sur le territoire (nouvelles consultations, participation aux campagnes de prévention nationale...).

Il faut poursuivre et développer la participation du centre hospitalier Pierre Dézarnaulds aux différentes manifestations telles que les journées de santé publique et les actions de prévention comme « Mars Bleu », « Octobre Rose », la semaine nationale de la vaccination ou encore la semaine nationale de la sécurité du patient.

L'élaboration de supports de communication est essentielle, qu'il s'agisse de plaquettes institutionnelles de présentation de l'établissement ou de « flyers » d'information. Ils sont utilisés notamment sur les salons et les forums auxquels nous sommes amenés à participer, comme par exemple les salons infirmiers ou le forum giennois de l'orientation et des métiers. Ces supports sont utilement mobilisés à l'occasion des échanges avec les organismes de formations pour lesquels nous sommes terrain de stage (IFSI<sup>2</sup>, IFAS<sup>3</sup>, lycées professionnels...).

La communication ciblée auprès de nos partenaires de santé sur l'évolution de notre offre de soins doit continuer. Lorsque de nouvelles activités médicales sont mises en place, il convient de leur adresser des lettres d'informations et un annuaire actualisé afin de promouvoir les services de l'établissement. Les enquêtes qui permettent d'identifier les attentes des médecins généralistes de notre zone d'attraction, comme celle réalisée dans le cadre de la semaine de la sécurité des patients en 2014, sont à renouveler.

Certains des médecins du centre hospitalier regroupés en association organisent chaque année un symposium médico-chirurgical à destination des professionnels de santé du Giennois. L'établissement apporte une aide logistique pour la bonne réussite de cette manifestation.

Depuis plusieurs années, l'équipe de rééducateurs se rend dans des entreprises de la région pour former le personnel sur les gestes et postures. Il est possible de développer ces formations en s'appuyant, par exemple, sur l'association locale regroupant les principaux employeurs de notre bassin de vie à laquelle l'établissement adhère.

Le site internet remanié en 2010 au moment de l'ouverture du nouveau bâtiment hospitalier mérite à présent d'être repensé afin d'être modernisé, d'être plus interactif et fonctionnel. Ce sujet est traité dans le cadre du projet du système d'information. Il convient d'enrichir et de faire évoluer son contenu.

---

<sup>2</sup> IFSI : Institut de Formation en Soins Infirmiers

<sup>3</sup> IFAS : Institut de Formation d'Aide-Soignant

Le centre hospitalier compte également être présent sur les réseaux sociaux tels que Twitter et Facebook.

Pour les patients hospitalisés et leur famille, un livret d'accueil donnant des informations utiles sur les conditions de séjour est diffusé. Il doit être actualisé de manière régulière (tous les 18 mois à 2 ans selon les besoins) en même temps que le questionnaire de sortie.

Un effort devra être porté sur l'accessibilité de ce livret pour les malvoyants, en version audio ou braille.

Tout est prévu techniquement pour que fonctionne une chaîne de télévision interne à destination des patients et visiteurs. Le contenu éditorial de cette chaîne doit être pensé par la cellule communication et un comité pluri-professionnel.