

Projet d'Etablissement

Projet de
communication
2024 – 2028

Contexte

Le projet de communication représente **un plan d'action pluriannuel inscrit dans la stratégie globale du Centre Hospitalier Sud Francilien sur la période 2014 – 2028.**

Il se structure autour de trois axes principaux :

- une identification des publics concernés ;
- des objectifs de communication ;
- un dispositif de moyens à mettre en œuvre.

Le projet de communication du Centre Hospitalier Sud Francilien s'appuie sur les documents stratégiques de l'établissement sur la période 2024–2028. Il intègre également les prescriptions de la Haute Autorité de Santé en matière de communication à l'égard des usagers. Les principes relevant de la communication de crise sont principalement formalisés dans le Plan Blanc de l'Etablissement.

Projets stratégiques du CHSF	Projets stratégiques du Groupement Hospitalier de Territoire Ile-de-France Sud
Le Projet d'Etablissement Le Projet Médical	Le Projet Médical Partagé Ile-de-France Sud
Le Projet de Soins et Projet des Instituts de Formation	Projet de Soins et Projet des Instituts de Formation
Le Projet social	
Le Projet Qualité/Gestion des Risques	
Communication de crise	
Le Plan Blanc de l'Etablissement	

Force et Faiblesses

Forces	Faiblesses
La Direction, une communauté médicale et un encadrement para-médical motivés par la communication	Connaissance succincte des métiers de la communication
Haute technicité des équipes	Connaissance succincte des outils et de la démarche de communication
<ul style="list-style-type: none"> - Un hôpital référent sur son territoire doté de spécialités de pointe (dont 3 à portée universitaire) ; - Un hôpital récent doté d'un plateau technique de dernière génération ; - Un hôpital accordant la priorité à la qualité et la sécurité des soins ; - Un hôpital engagé dans le domaine de la recherche et de l'innovation - Des partenariats publics renforcés dans le cadre du Groupement Hospitalier de Territoire - Un hôpital volontariste dans sa démarche RSE 	Une notoriété des filières publiques de proximité et, dans une certaine mesure, de nos spécialités de pointe à consolider comme l'atteste les parts de marché de notre hôpital public dans l'Essonne dans certaines spécialités
Un personnel regroupé, pour l'essentiel, sur le site ou à proximité de l'hôpital Sud Francilien	<ul style="list-style-type: none"> - Cloisonnement des services - Difficulté d'accès à l'information pour les catégories de personnels non cadres

Les enjeux institutionnels

Ils sont principalement :

- 1-Stratégiques** : valoriser les points forts de notre offre hospitalière publique de proximité ;
- 2-Economiques** : développer notre activité hospitalière publique ;
- 3-Politiques** : évoluer vers l'universitarisation grâce à nos services de pointe, à notre innovation médicale et à notre potentiel de recherche en partenariat avec le biocluster Génopôle ;
- 4-RH : accompagner la politique de recrutement** de l'établissement notamment dans les métiers en tension (médicaux et paramédicaux).

Les objectifs de communication

► Externes :

A l'égard de nos cibles externes, les objectifs de communication relèvent principalement de 3 orientations principales :

- 1-**Asseoir la notoriété du CHSF**, établissement référent sur son territoire de santé ;
- 2-**Faciliter les parcours patients** à l'hôpital et sur notre territoire ;
- 3-**Encourager les usagers à choisir le CHSF et ses partenaires** publics du Groupement Hospitalier Ile-de-France Sud.

► Internes

A l'égard des professionnels de l'établissement, les objectifs de communication définis pour la période 2024 – 2028 visent principalement à :

- 1-Faire connaître aux personnels la **stratégie de développement** de l'établissement ;
- 2-Favoriser le **sentiment d'appartenance à l'institution** ;
- 3-Impliquer les professionnels dans la **démarche de qualité et de sécurité des soins** (Projet Qualité/Gestion des Risques)

Les objectifs de communication de la période 2024–2028 visent également à **accompagner l'émergence d'une communauté d'intérêts et de valeurs impliquant les professionnels du Centre Hospitalier d'Arpajon (en direction commune avec le CHSF) et les deux autres établissements partenaires du Groupement Hospitalier de Territoire Ile-de-France Sud.**

Les cibles (1)

► Externes

Il s'agit principalement :

- des **professionnels de santé du territoire** :

- a) les médecins de ville spécialistes et généralistes de l'Essonne (environ 2 000 contacts postaux et 250 contacts mails) et des 22 communes limitrophes de Seine-et-Marne (soit 300 contacts) ;
- b) les établissements de santé du territoire publics et privés (une trentaine environ) ;
- c) les réseaux de soins et associations partenaires (une cinquantaine de contacts).

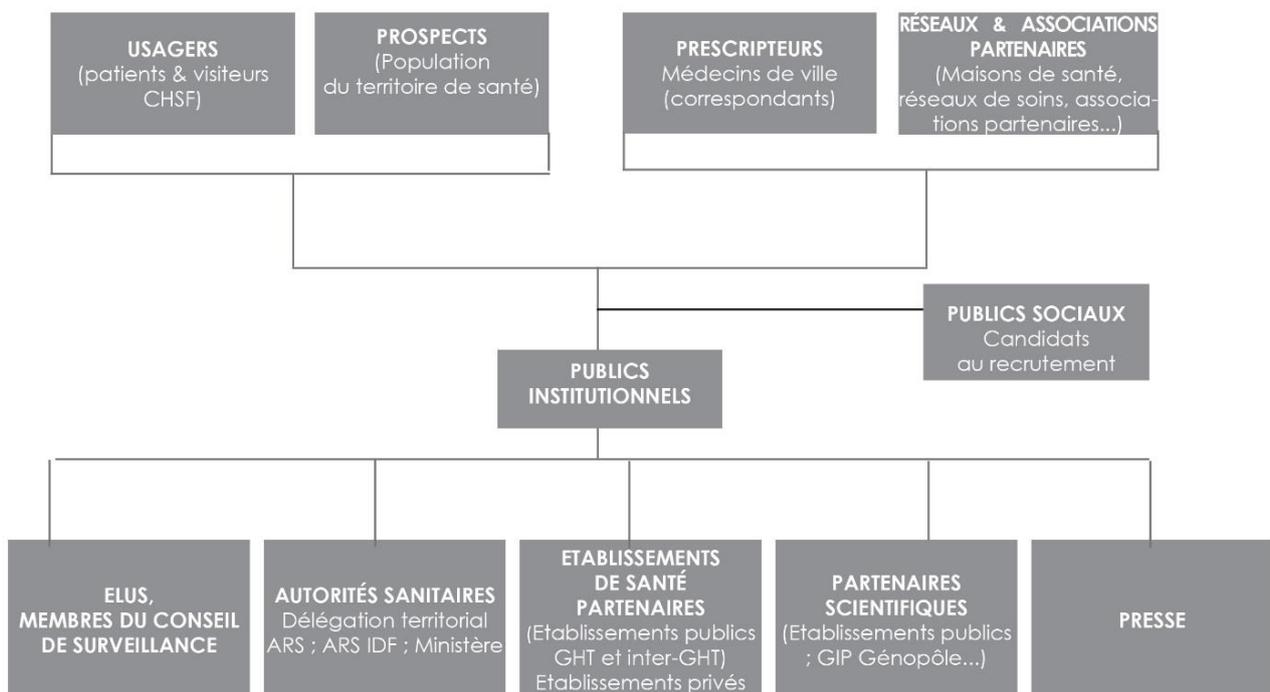
- de la **patientèle du service public hospitalier du territoire**

Soit une file active annuelle de plus de 20 000 personnes hospitalisées par an.

- des **collectivités locales et territoriales** concernées par l'action du groupement hospitalier (tout particulièrement les communes et agglomérations des lieux de soins du groupement), ses partenaires institutionnels représentés au sein du conseil de surveillance, ses autorités de tutelles.

- des **partenaires scientifiques** et tout particulièrement le GIP Genopôle, le réseau Evry Sciences et innovation (associant l'Université Evry Val d'Essonne et les grandes écoles du territoire telles Telecom Sud Paris).

- la **presse** locale, nationale, spécialisée (santé) et généraliste



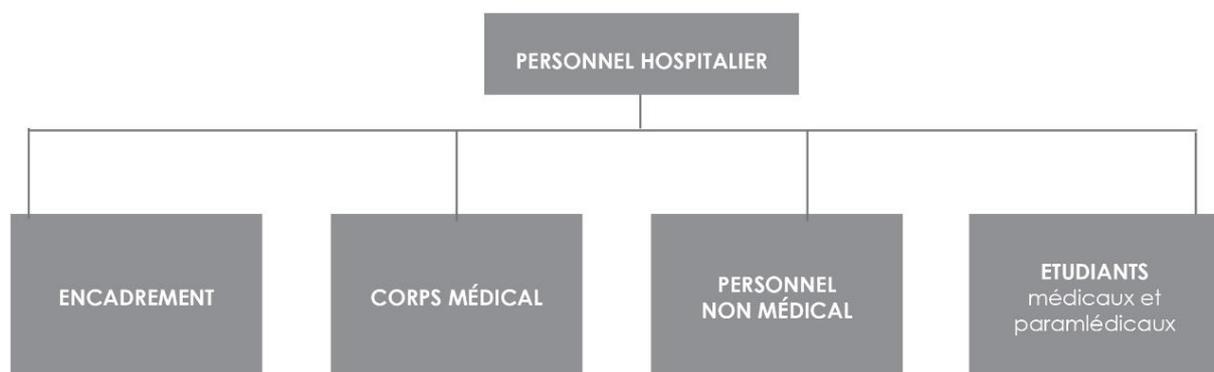
Les cibles (2)

► Internes

- les **personnels du groupement hospitalier**

Soit près de 3 800 personnes (88% de personnel non médical et 12% de personnel médical) et notamment son encadrement (soit près de 200 contacts).

- **les étudiants médicaux et paramédicaux** (soit 160 médecins & pharmaciens et étudiants de la Faculté de Médecine Paris Sud en formation chaque année au CHSF et plus de 200 stagiaires paramédicaux formés dans les services).



Moyens

Le projet de communication 2023 – 202 se décline principalement autour de 7 fiches projets :

- Fiche 1** : mise à jour et réalisation de supports de communication internes ;
- Fiche 2** : mise à jour et réalisation de supports de communication externes ;
- Fiche 3** : mise à jour et réalisation de supports de signalétique ;
- Fiche 4** : communication web/intranet ;
- Fiche 5** : évènementiel ;
- Fiche 6** : presse/média ;
- Fiche 7** : relations publiques.

Les mentions surlignées en bleu sont des actions nouvelles.

Fiche 1 : mise à jour et réalisation de supports de communication internes

Le dénominateur commun des **nouveaux projets (surlignés en bleu)** est celui de la **réduction de notre consommation en papier**. L'objectif est de basculer progressivement vers le support numérique : durable, économique et collaboratif (et ce, conformément au projet RSE 2024 – 2028).

IMPRESSIONS	INTERNES						
	MOYEN	CIBLES	OBJECTIFS	PILOTAGE RÉALISATION	CALENDRIER	BUDGET	INDICATEURS DE RESULTATS
	Annuaire interne	Tout le personnel	Faciliter la mise en relation	- Responsable et équipe communication	régulier	Impression interne	Nombre de réclamation
	Création infographique	Encadrement	Mettre en forme les campagnes institutionnelles internes	- Responsable communication équipe communication - Stagiaires	régulier	Impression interne	Satisfaction des services demandeurs
	Lettre d'information Flash Infos	Membres du personnel ayant accès à une messagerie	Evoluer vers une news letter + collaborative et échanger des vidéos	- SIH - Responsable communication	publication hebdomadaire Evolution voir planning en fin de document	Solution share point	- Enquête de lectorat - Mesure du lectorat grâce à la solution informatique ?
	Lettre d'information CAP GHT	Membres du personnel ayant accès à une messagerie	Evoluer vers une news letter + collaborative et échanger des vidéos	- SIH - Responsable communication	une à deux fois par an Evolution voir planning en fin de document	Solution share point	- Enquête de lectorat par messagerie - Mesure du lectorat grâce à la solution informatique ?
	Guide d'accueil du personnel	Nouvelles recrues du CHSF	Informers sur les caractéristiques de l'établissement et de sa politique sociale	- DRH et son équipe - Equipe communication	Réactualisations	Impression interne	Restours utilisateurs
	Affichage institutionnel obligatoire (HAS)	Tout le personnel	Evoluer vers une solution d'affichage numérique dans les poste de soins	- SIH - Direction Qualité/Gestion des Risques - Equipe communication - cellule des marchés	2025 - 2026	Mise en concurrence Une solution a été présentée. Mérite d'être approfondie	
	Magazines d'information (Actu Soins, Instituts de Formation...)	Encadrement et personnel hospitalier	Informers sur l'actualité des instituts et sur leurs innovations pédagogiques	- Coordination des Instituts de Formation - Responsable communication	2024	Formation news letters sous SHARE POINT	- Enquête de lectorat
	Guide d'Accueil des internes de médecine	internes de médecine et de pharmacie/étudiants externes de la Faculté de Médecine Paris Sud	- Inscrit dans la politique d'accueil et d'intégration - Requis dans les dossiers de candidature	- Responsable communication - Médecin et pharmacien référents pour l'accueil des internes	Bimestriel	Impression interne	- Enquête de lectorat
	Plans de l'hôpital	Encadrement et personnel hospitalier	Diffusion et affichages grands format des plans de l'hôpital	- Responsable communication - Services techniques (cellule DAO)	2024	Impression interne	Retours signalements

Fiche 2 : mise à jour et réalisation de supports de communication externes

Le dénominateur commun des **nouveaux projets (surlignés en bleu)** est celui de la **réduction de notre consommation en papier**. L'objectif est de basculer progressivement vers le support numérique : durable, économique et collaboratif (et ce, conformément au projet RSE 2024 – 2028).

IMPRESSIONS	EXTERNES						
	MOYEN	CIBLES	OBJECTIFS	PILOTAGE RÉALISATION	CALENDRIER	BUDGET	INDICATEURS DE RESULTATS
	Lettre d'information Flash Infos	Elus et membres du Conseil de surveillance	Evoluer vers une news letter + collaborative et échanger des vidéos	- SIH - Responsable communication	publication hebdomadaire Evolution voir planning en fin de document	Solution share point	- Enquête de lectorat par messagerie - Mesure du lectorat grâce à la solution informatique ?
	Lettre d'information CAP GHT	Membres du personnel ayant accès à une messagerie	Evoluer vers une news letter + collaborative et échanger des vidéos	- SIH - Responsable communication	une à deux fois par an Evolution voir planning en fin de document	Solution share point	- Enquête de lectorat par messagerie - Mesure du lectorat grâce à la solution informatique ?
	Guide d'accueil du Patient	Visiteurs & patients	Informers sur les caractéristiques de l'établissement, les droits et les devoirs des patients	- Responsable communication & équipe com	Nouvelle édition 2024	Impression externe dans un format + sobre et + économique	Certification
	Affichage institutionnel obligatoire (HAS)	Visiteurs & patients	Evoluer vers une solution d'affichage numérique sur les palier	- SIH - Direction Qualité/Gestion des Risques - Equipe communication - cellule des marchés	2024	Mise en concurrence	Certification
	Brochures spécialités	- Visiteurs institutionnels du CHSF - Médecins de ville/correspondants	Informers sur l'offre de santé de l'établissement	- Responsable communication - Tiffany Courtiau	Préparation d'une nouvelle édition incluant les parcours coordonnés du GHT voir planning en fin de document	Impression externe (dans le cadre du marché d'impression) A terme, remplacement intégral par la version numérique	Enquête de lectorat
	Plans de l'hôpital	Tout public - Visiteurs & patients - Visiteurs institutionnels du CHSF ...	1- Création de plans de l'hôpital interactifs (sur le modèle du guidage des centres commerciaux)	-SIH - Direction Qualité/Gestion des Risques - Equipe communication - Achats	2025	1^{er} contact pris avec une société spécialisée	Certification

Fiche 3 : mise à jour et réalisation de supports de signalétique

A- Contexte :

- une **signalétique lacunaire**, disparate ayant un impact sur l'organisation des soins ;
- une prise de conscience des services techniques avec un effort d'investissement ;

B- Moyens :

- Interventions d'une société spécialisée pour :
- mettre à jour la signalétique existante
- créer la signalétique appropriée dans les nouveaux services ou dans les services transférés

SIGNALÉTIQUE	MOYEN	CIBLES	OBJECTIFS	PILOTAGE RÉALISATION	CALENDRIER	BUDGET	INDICATEURS DE RESULTATS
	Supports de signalétiques extérieurs et intérieurs	Tous publics (internes et externes)	<ul style="list-style-type: none"> - Améliorer et faciliter l'accès aux services de soins - limiter l'impact des retards sur l'organisation des soins - limiter les interruptions liées aux demandes d'orientation 	<ul style="list-style-type: none"> - Services techniques - Responsable communication 	Plan pluriannuel voir planning en fin de document	Budget annuel des services techniques	<ul style="list-style-type: none"> - Réclamation patientèle ; - CHSCT

Fiche 4-1 : communication web/intranet

En **interne**, cette communication doit évoluer vers un modèle plus collaboratif. En **externe**, des services pour les professionnels et le grand public doivent être accessibles à partir du site www.chsf.fr

INTERNET/INTRANET	MOYEN	CIBLES	OBJECTIFS	PILOTAGE RÉALISATION	CALENDRIER	BUDGET	INDICATEURS DE RESULTATS
	PORTAIL INTRANET	Membres du personnel hospitalier	<ul style="list-style-type: none"> - Evoluer vers une solution plus collaborative (enquêtes, petites annonces ...) - Evoluer vers un portail responsive (facilement accessible sur les téléphones mobiles) - Améliorer l'ergonomie du site - S'orienter vers un système plus facile en matière d'administration 	<ul style="list-style-type: none"> - SIH - Responsable communication 	2024	Investissement de 45 000€ inscrit dans le Projet SIH	informatiques
SITE INTERNET GRAND PUBLIC WWW.CHSF.FR	Correspondants & partenaires du GHT Encadrement et personnel hospitalier	<ul style="list-style-type: none"> - Contribuer à la digitalisation du parcours patient notamment par de nouveaux services en ligne tels la prise de rdv (solution e-venue) 	<ul style="list-style-type: none"> - SIH - Responsable communication 	2024	Investissement inscrit dans le Projet SIH	informatiques	
Constitution d'un annuaire informatisé GHT et interGHT hébergé sur un site portail	Correspondants & partenaires du GHT Encadrement et personnel hospitalier	<ul style="list-style-type: none"> - Contribuer à la digitalisation du parcours patient au sein du Groupement Hospitalier Ile-de-France Sud 	<ul style="list-style-type: none"> - SIH - Responsable communication 	2023 - 2024	Investissement inscrit dans le Projet SIH	informatiques	
MAJ Annuaire universel/références google/sites FHF et Hôpital Public	Tout public & professionnels de santé	<ul style="list-style-type: none"> - Faciliter la mise en relation, - Améliorer le référencement de nos spécialités 	<ul style="list-style-type: none"> - Responsable communication - Equipe communication 	Régulier	néant	informatiques	
Réseaux sociaux Compte twitter Page facebook ...	Institutionnels (élus et profession hospitalière) ; professionnels de santé ; presse	<ul style="list-style-type: none"> - Accroître le rayonnement de l'établissement - Employer ces outils avec une optique RH (recrutements) 	<ul style="list-style-type: none"> - Responsable communication - DRH/DSI/ Affaires Médicales 	Régulier	néant	informatiques	
Nouveaux outils motions design et Vidéos type MOOC	Tout public & professionnels de santé	<ul style="list-style-type: none"> - Utiliser davantage la communication par le mage (vidéos notamment) pour l'actualité hospitalière et pour remplacer des supports auparavant imprimés telles les cartes de voeux 	<ul style="list-style-type: none"> - Responsable communication - DG 	Voir planning en fin de document	chiffer le coût d'un prestataire ou voir avec une école pour le motion design	informatiques	

Fiche 5-1 : évènementiel

Dans le domaine de l'évènementiel, le plan de communication 2023 – 2028 prévoit la reconduction des événements organisés ou co-organisés par l'équipe de communication.

La période voit :

- **En interne** : l'amplification des événements visant à améliorer l'attractivité et la fidélisation des personnels tout en valorisant le sentiment d'appartenance et ce, dans le cadre du projet stratégique de l'établissement et de son projet social

- **En externe** : l'accompagnement et la valorisation des grands investissements et des grands projets stratégiques de l'établissement en relation avec les équipes du CHSF, les membres du conseil de surveillance et les élus du territoire

Par ailleurs, l'équipe de communication accompagne toutes les équipes désireuses de s'associer à des actions d'information ou de prévention auprès du personnel et du grand public (journées thématiques, stands, soirées médicales Ville-Hôpital etc...).

Enfin, elle soutient la forte demande des équipes pour la participation à des salons (type Salon Infirmier) ou Journées Portes Ouvertes (pour l'institut de Formations Paramédicales) contribuant à l'attractivité de l'établissement.

D'une façon générale, elle veille à donner les moyens nécessaires de communication à chaque équipe désireuse de présenter son activité ou de promouvoir ses missions de service public.

Il en est de même pour les associations partenaires de l'établissement et les représentants des usagers en lien avec le service des Affaires juridique

Fiche 6 : presse/média

Dans ce domaine, l'action de communication des prochaines années doit, dans la mesure du possible, s'attacher à être davantage pro-active afin d'accroître la notoriété de l'établissement dans ses activités nouvelles ou innovantes.

Un contact régulier avec les agences de presse santé reste cultivé notamment pour la publication du rapport d'activité annuel de l'établissement (dossier de presse annuel « Bilan et Perspectives »).

Il est à noter la disparition du Classement annuel des Hôpitaux du Point (dont le recueil de données était jusque-là géré par la communication).

	MOYEN	CIBLES	OBJECTIFS	PILOTAGE RÉALISATION	CALENDRIER	BUDGET	INDICATEURS DE RESULTATS
PRESSE/MEDIA	Relations presse	<ul style="list-style-type: none"> - Presse locale (presse institutionnelle des collectivités incluse) - Presse nationale santé 	Etre davantage pro-actif en matière de médias (valoriser nos travaux, nos progrès, nos innovations non seulement médicales et parémédicales mais aussi logistiques, techniques et stratégiques)	<ul style="list-style-type: none"> - DG - Responsable communication 	Régulier	<p>Abonnements presse (agences, presse santé, presse généraliste locale)</p>	Revue de presse

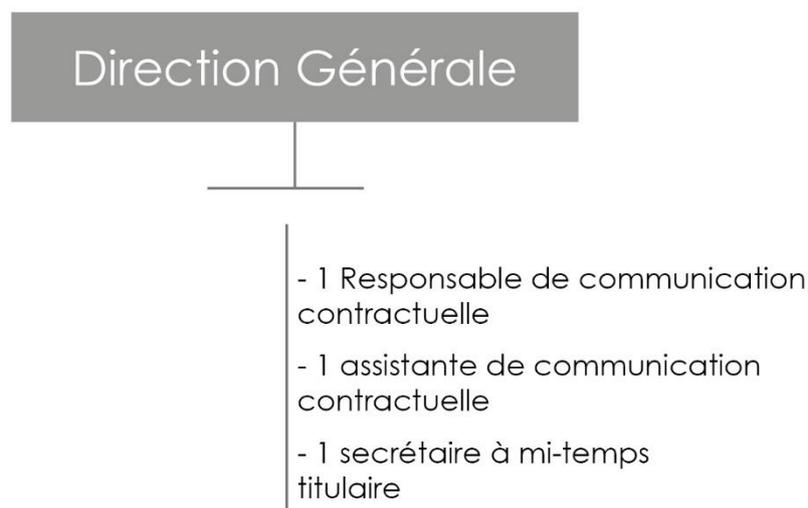
Fiche 7 : relations publiques

RELATIONS PUBLIQUES	MOYEN	CIBLES	OBJECTIFS	PILOTAGE RÉALISATION	CALENDRIER	BUDGET	INDICATEURS DE RESULTATS
	MAJ Fichiers	- Interne (encadrement) - Médecins & réseaux (correspondants) - Institution & élus (fichier protocolaire) - Presse	Mettre à jour les fichiers de correspondance excel et outlook	- Responsable et équipe communication - DG	Régulier	néant	Retours et taux de participation aux événements
	Secteur associatif	- Patients & visiteurs CHSF - Personnel hospitalier	Contribuer à développer l'offre de services associative au CHSF pour le confort des patients et dans une certaine mesure pour faciliter les missions des professionnels de santé (offre associative en Pédiatrie, Aides, Mediavipp...)	- Responsable communication - Direction des Affaires juridiques - services	Régulier	néant	indirectement les réponses au questionnaire de satisfaction patient
	Fondations	- Patients & visiteurs CHSF - Personnel hospitalier	Contribuer à aider à accroître la visibilité de la Fondation	- Responsable communication - Directions concernées	Régulier	Selon l'évènement	
	Objets publicitaires	- Patients & visiteurs CHSF - Personnel hospitalier	Contribuer à diffuser la marque CHSF au travers d'objets utiles au quotidien (sacs, stylos...)	- Responsable et équipe communication - DG	Régulier	environ 10 000€/an	bénéficiaires

Annexes

L'équipe de communication du CHSF

Le Centre Hospitalier Sud Francilien dispose d'une équipe de communication constituée de 3 salariées (2 ETP et 1 mi-temps).



LE BUDGET COMMUNICATION

L'équipe de communication travaille avec toutes les directions fonctionnelles de l'établissement.

Ses dépenses sont impactées sur les budgets de :

- 1- la **Direction des achats et de la logistique** (consommables principalement papier, équipements, affranchissement ; impressions; objets publicitaires (hors « Sénartaise ») et recours à des prestataires selon projets) ;
- 2- la **Direction du Système d'Information** (abonnements logiciels de mise en page ; maintenance évolutive site www.chsf.fr et projets) ;
- 3- la **Direction des Services techniques** (consommables de signalétique principalement) ;
- 4- la **Direction des Ressources humaines** (abonnements presse et agences d'information en santé).

La cellule de communication enregistre ponctuellement des recettes de tournage