

NEYRAT L. (1), LACAUD F. (1), VINCENT C. (2), VIDAL F. (1)

(1) Pharmacie, C.H. de Dax-Côte d'Argent, Dax ; (2) Hygiène, C.H. de Dax-Côte d'Argent, Dax

Introduction

La semaine de la sécurité des patients (SSP), opération annuelle de communication autour des soins et de leur sécurité, crée une dynamique de dialogue entre patients, usagers et professionnels de santé (PFS), afin de mettre en avant le patient en tant que co-acteur de sa sécurité. Chaque année, le centre hospitalier (CH) cherche à mobiliser un maximum de personnes lors de la SSP. L'objectif de ce travail est de comparer les résultats de participation aux SSP 2014 et 2015 afin d'évaluer l'impact des moyens de communication mis en œuvre.

Matériel et méthodes

- 2014**
- ✓ Identitovigilance
 - ✓ Circuit du médicament
 - ✓ Risque infectieux
 - ✓ Hémovigilance
 - ✓ Douleur



- ✓ Chambre des erreurs
- ✓ Patient Mystère
- ✓ Quizz

Gagnant :
meilleure note au quizz

- Le groupe de travail**
- Choix des thématiques
 - Idées de communication
 - Définition des ateliers
 - Règles du jeu concours

- La communication d'annonce**
- Affiches ludiques
 - Bande Annonce filmée (2015)
 - Diffusion courriel, intranet, Twitter®, YouTube® du CH

- Les ateliers de la SSP**
- 2014 : 25 et 26/11, 02/12
 - 2015 : 24 et 26/11, 01/12

- Evaluation**
- Taux de participation
 - Taux de réponse au quizz
 - Remise du prix concours
 - Impact dans les médias

- 2015**
- ✓ Identitovigilance
 - ✓ Conciliation médicamenteuse
 - ✓ Gestion de l'armoire à pharmacie dans les unités de soins (US)
 - ✓ Risque infectieux
 - ✓ Hémovigilance
 - ✓ Douleur



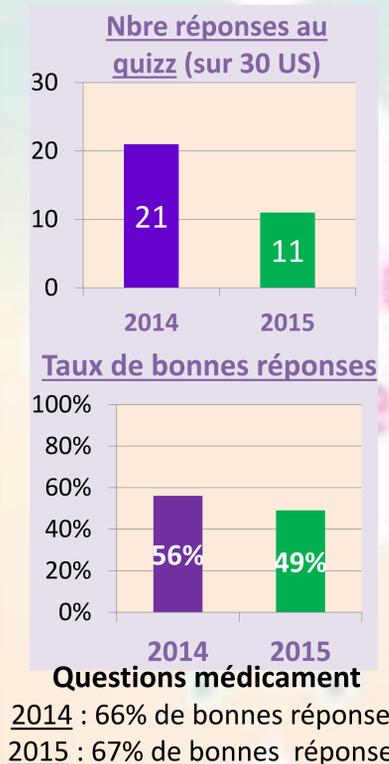
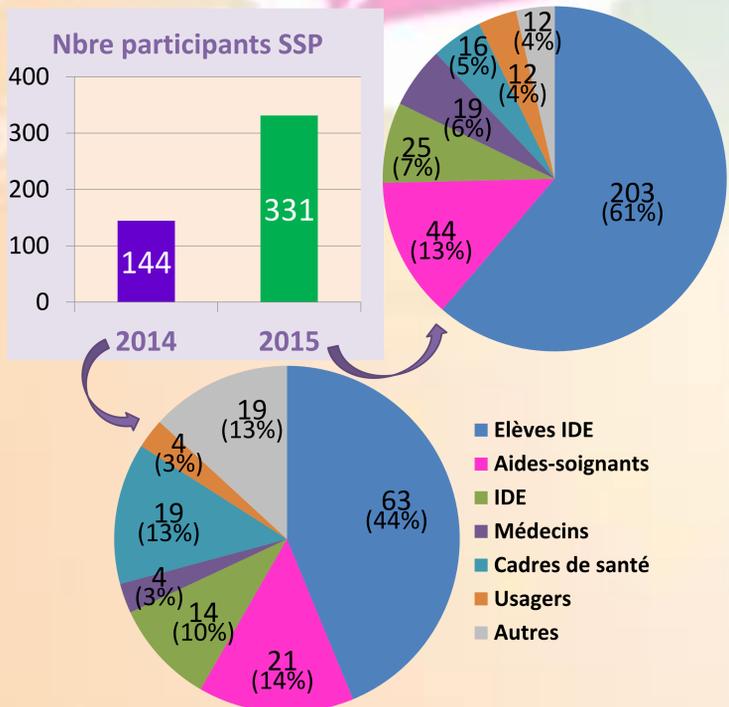
- ✓ Messages « Lorsque j'arrive à l'hôpital »
- ✓ HospitBox : les indispensables pour une hospit sereine
- ✓ Chambre des erreurs
- ✓ Patient Mystère
- ✓ Quizz
- ✓ Vidéo conciliation médicamenteuse



Gagnant : note du quizz et taux de participation chambre des erreurs

Point bonus par médecin

Résultats



Les médias en 2014

- ✓ Un article dans le journal de l'hôpital
- ✓ Un tag du Cclin Sud Ouest sur Twitter®

Les médias en 2015

- ✓ Bande Annonce : 203 vues sur YouTube® + Vidéo présentée à la journée ARS qualité/sécurité du 18/11/15
- ✓ Un article dans le journal Sud Ouest
- ✓ Une interview VirginRadio®
- ✓ Un reportage sur TV Landes

Des participants très satisfaits!

Conclusion

La diversification des techniques de communication (affiche et bande annonce, diffusion Twitter®) et les nouvelles règles du concours ont permis d'interpeller davantage de PFS. Même dans un contexte de disponibilité des PFS réduite, ces processus ont rendu la SSP encore plus attractive. Des ateliers dédiés aux usagers ont également renforcé leur intégration à l'opération. La diffusion des données (résultat participation, enquête satisfaction, vidéo "best of") à la direction et aux cadres de santé reste un élément moteur de promotion de la SSP à venir.