



Santé Mentale - Marketing et Communication

« Le Management par la qualité

Vecteur de Marketing et Communication

L'expérience d'un établissement Public de Santé Mentale »
(E.P.S.M.)

Joseph Halos, Directeur
EPISM - Lille Métropole

Sommaire

- I Présentation de l'E.P.S.M. - Lille - Métropole
- II Un management par la qualité
- III Qualité Marketing et Communication

•Présentation de l'E.P.S.M. Lille Métropole

- Un management par la qualité
- Qualité Marketing et Communication

Une offre de soins diversifiée

- Territoire de santé « Métropole » - Zone de proximité de Lille
- 9 secteurs - pôles de psychiatrie générale (631.889 habitants)
- 1 secteur - pôle de psychiatrie infanto-juvénile (263.756 habitants)
- 82 communes pour une superficie de 606 km²

Population du Nord

2.607.356 habitants

Population des secteurs de l'EPSM

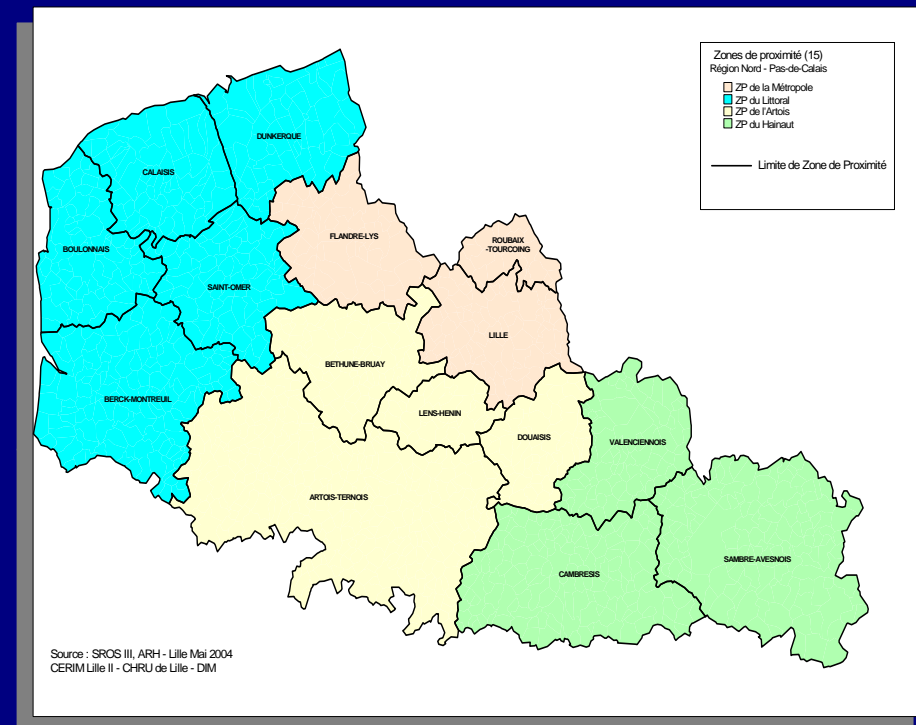
630.564 habitants

(24 % de la population du Nord)

Population de l'arrondissement de Lille

1.200.799 habitants

(46 % de la population de la CUDL)



Psychiatrie Générale



•Présentation de l'E.P.S.M. Lille Métropole

•Un management par la qualité

•Qualité Marketing et Communication

Les Professionnels

Effectif

➤ **1 823** professionnels, soit **1.736,40** E.T.P

➤ **179** professionnels, soit **164,20** E.T.P Gestion, Secrétariats médicaux...

➤ **196** professionnels, soit **192,30** E.T.P des Services Techniques et Généraux

➤ **1448** professionnels, soit **1.379,90** E.T.P Soignants et socio-éducatifs

En psychiatrie générale

(Unités à orientation médico-sociale)

➤ Ambulatoire et autres prises en charge : **49 %**

➤ Hospitalisation temps plein : **51 %**

En pédopsychiatrie

➤ Ambulatoire et autres prises en charge : **84 %**

➤ Hospitalisation temps plein : **16 %**

•Présentation de l'E.P.S.M. Lille Métropole

•Un management par la qualité

•Qualité Marketing et Communication

Effectif médical

➤ **109** professionnels
soit **97,4** E.T.P

➤ **60,5** E.T.P Médecins Psychiatres

➤ **2** E.T.P Gériatres

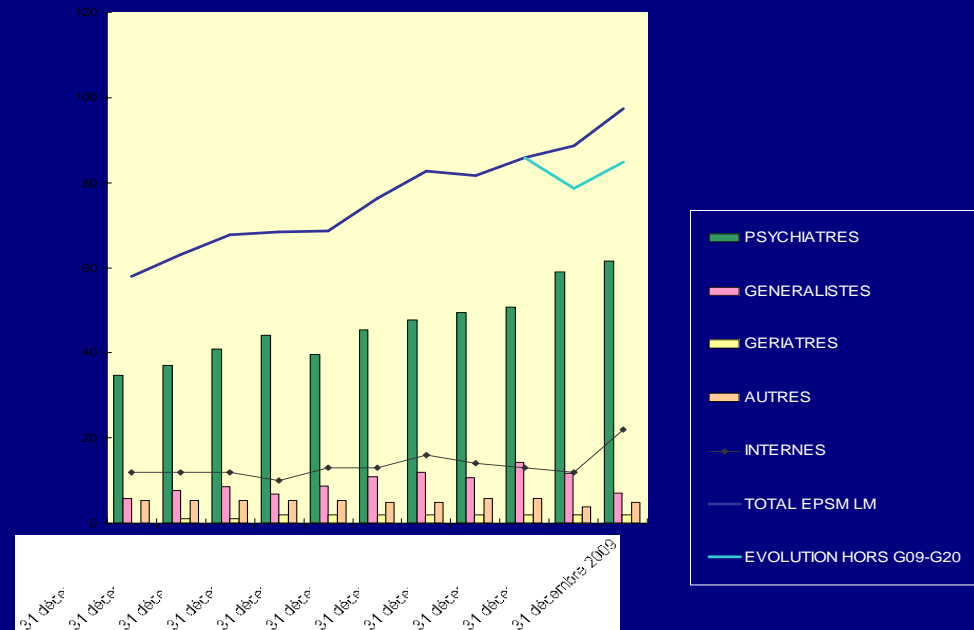
➤ **3,8** E.T.P Pharmaciens

➤ **5,1** E.T.P Médecins Généralistes

➤ **1** E.T.P Autres méd. Spécialistes

➤ **25** E.T.P Internes et Fais. Fonction

EVOLUTION DES EFFECTIFS MEDICAUX



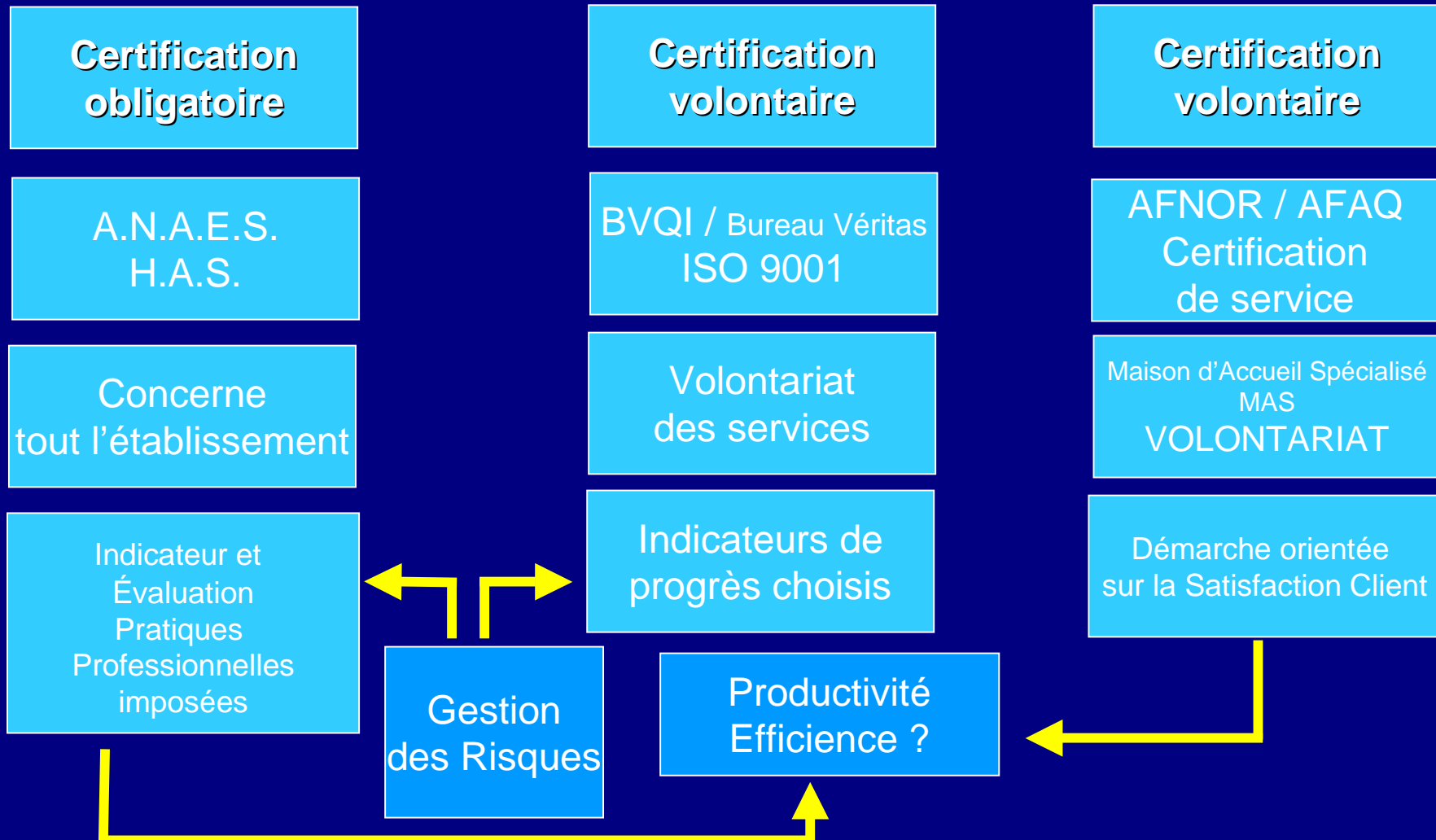
- Présentation de l'E.P.S.M. Lille Métropole
- **Un management par la qualité**
- Qualité Marketing et Communication

II . Un Management par la Qualité

- **Ce management par la Qualité est basé sur 3 piliers :**

- 1. L'amélioration de la prise en charge des usagers/clients**
- 2. L'amélioration de la performance sociale et des conditions de vie au travail**
- 3. L'amélioration de l'efficience dans la pérennité**

- Présentation de l'E.P.S.M. Lille Métropole
- **Un management par la qualité**
- Qualité Marketing et Communication



- Présentation de l'E.P.S.M. Lille Métropole
- **Un management par la qualité**
- Qualité Marketing et Communication

❑ **Résultat du Management par la qualité :**

➤ **2010 Année des trois Certifications**

- ✓ Certification ISO 9001 Version 2008 (58 points forts en trois ans)
26-27 Mai 2010
- ✓ Certification HAS V 2010 (80 critères A et B sur 81)
14 au 21 septembre 2010
- ✓ Certification de Service AFAQ – AFNOR (15 points forts)
7-8 Octobre 2010

➤ **2010 Année de l'Effizienz Pérenne**

➤ **2010 Année de la Performance Sociale et de l'amélioration des conditions de vie au travail**

➤ **2010 Année du Développement Durable**

- Présentation de l'E.P.S.M. Lille Métropole
- Un management par la qualité
- Qualité Marketing et Communication**

III. Marketing et Communication

➤ Le Marketing en psychiatrie / Santé mentale

- un marketing de Service
- un marketing de Service Public
- un marketing social
- un marketing sociétal

Ce n'est pas

- un marketing de produits

- Présentation de l'E.P.S.M. Lille Métropole
- Un management par la qualité
- Qualité Marketing et Communication**

➤ La Communication en psychiatrie / Santé mentale

- **marketing et Communication pour répondre à un déficit d'image (Affaire de Pau etc....)**
- **marketing et Communication orientée usager – client**
Comment communiquer sans stigmatiser ?
- **marketing et Communication Ethiques.**

Conclusion

L'efficiency, la performance de l'EPSM Lille-Métropole, c'est d'être passé

❑ de la **Gestion de la Qualité**
à

❑ la **gestion par la Qualité.**

c'est dorénavant

❑ **Entrer dans la Culture, voire la Philosophie de la Qualité.**

- **Ce n'est pas l'abondance mais l'excellence qui est richesse**

Joseph Joubert

- **le principe de frugalité : « l'abondance frugale »**

Jean Baptiste de Foucaud

-**Les valeurs qui renforcent le sens de l'action : R.E.S.P.**

(Respect – Équité – Solidarité – Professionnalisme)

Conclusion (suite)

Sur ces fondements et en tenant compte de ces valeurs, sont déployés

Les outils de Marketing et de Communication