

DE LA NECESSAIRE STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT EN CANCEROLOGIE POUR LE GROUPE HOPITAL PRIVE METROPOLE – LILLE



Dr. Philippe MARTIN, Céline MONTALESCOT, Frédérique PHILIPPONNAT

Dr. Philippe MARTIN, Groupe HPM, pmartin@centre-bourgogne.com

1 Contexte général et problématique

2 Analyses interne et externe

3 Des scénarios envisagés au scénario retenu

4 Mise en œuvre

5 Accompagner le scénario

6 Planification et Business plan

7 Conclusion

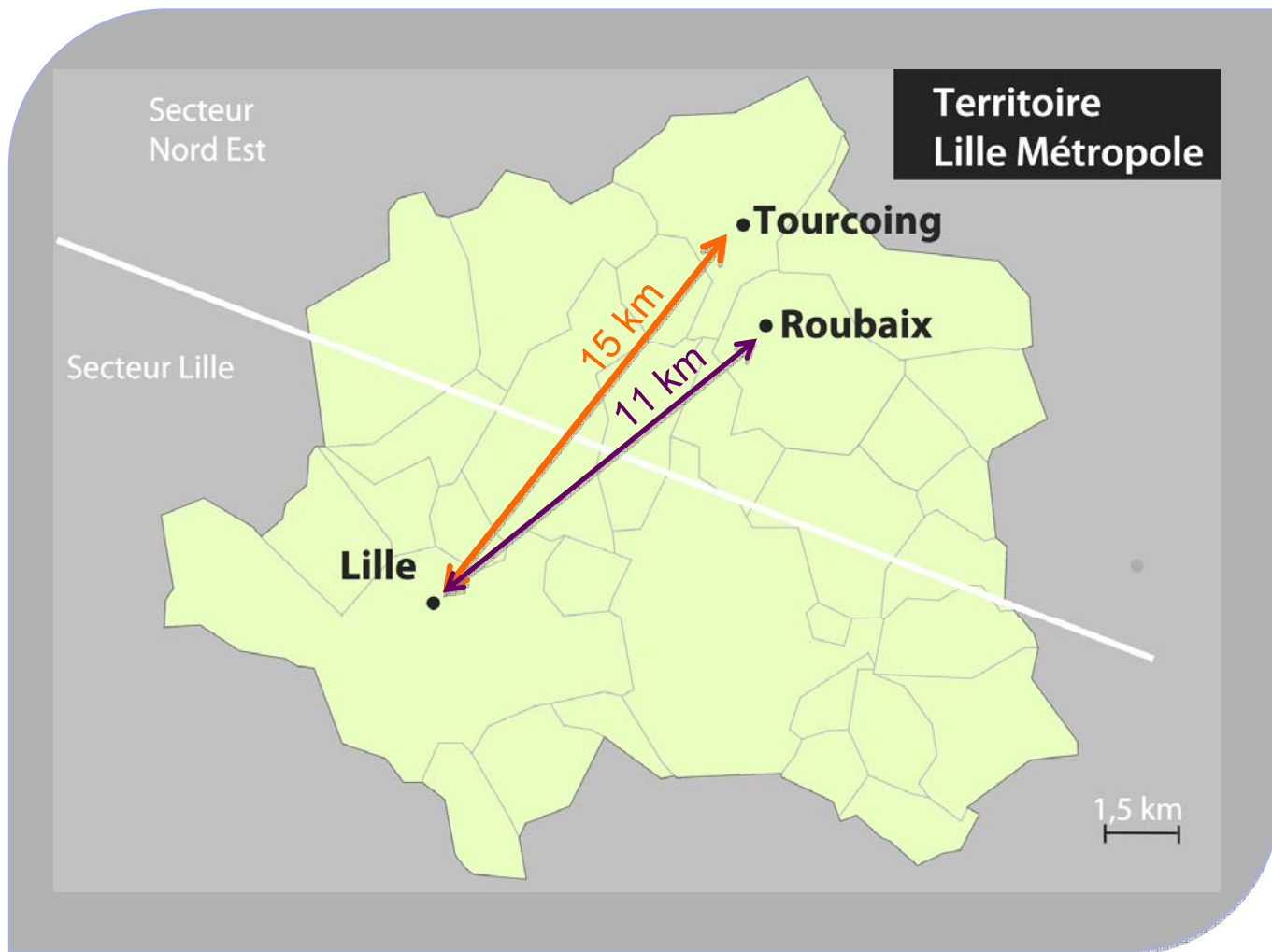
Holding de 13 établissements de santé

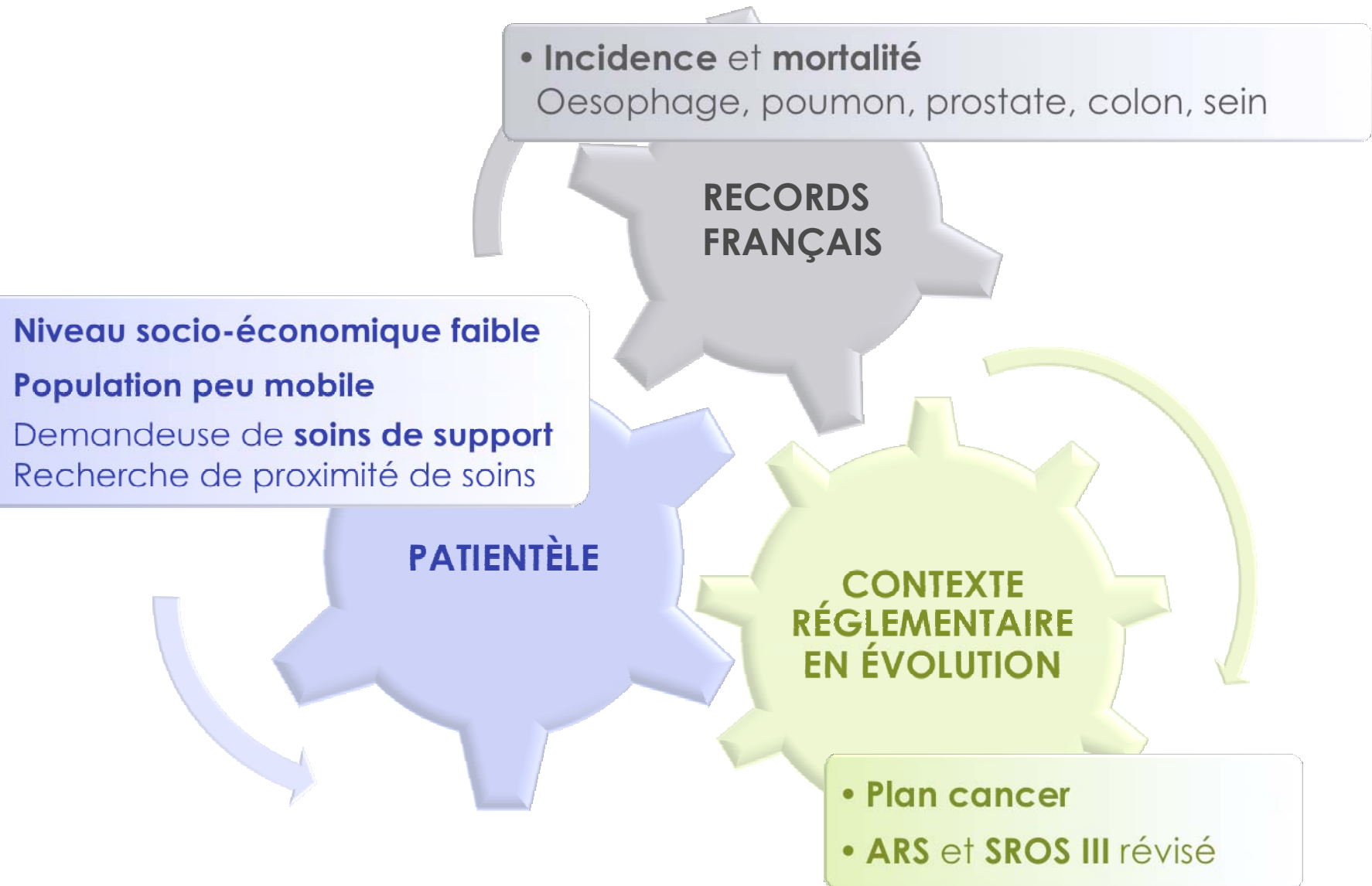
- Créé en 2007
- 11 cliniques, 2 EHPAD, 1 HAD
Localisés dans le bassin Lille Métropole
- Actionnariat médical
Capital 60 millions €
365 actionnaires dont 14 détenant 40% du Capital

Chiffres clés 2009

- 1000 lits
- 150 000 patients par an
- 1 500 employés, 450 médecins
- 34 % de l'activité chirurgicale et médicale du territoire Lille Métropole
- Chiffre d'affaires : 150 millions €

Les 5 cliniques HPM impliquées en cancérologie et établissements concurrents





Compte tenu :

- de la forte incidence du cancer dans la région
- du contexte concurrentiel imposant
- des attentes de la patientèle
- de la révision du SROS III :

Quelle stratégie développer au sein du Groupe Hôpital Privé Métropole pour en faire un leader en cancérologie dans le bassin de vie Lille Métropole ?

2 Analyses interne et externe

- **Bon maillage géographique**
- **Pôles d'excellence sein, prostate**
- 2^{ème} en urologie et digestif
- Plateaux techniques performants
- Bonne santé financière du groupe

FORCES

- **Soins palliatifs et chimiothérapie insuffisamment développés**
- **Image cancérologie inexistante**
- 3^{ème} place en gynécologie
- sentiment inconstant pour les médecins d'appartenance au groupe HPM
- Fragilité de la population médicale

FAIBLESSES

Faible recrutement
du CHRU+CLCC au Nord-Est

Déménagement
Clinique Parc GDS

Besoin en soins palliatifs

Demande des patients
pour les soins de support

Regroupement
des CH Tourcoing Roubaix

Projet oncologie GDS
suite au déménagement

Effet T2A sur
les parts de marchés

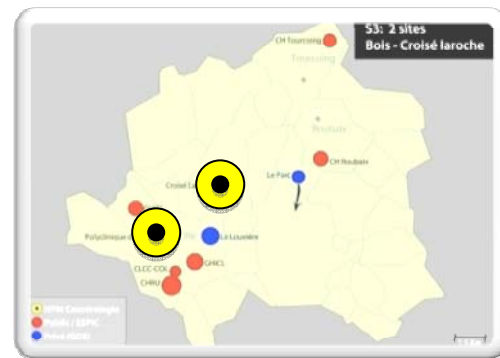
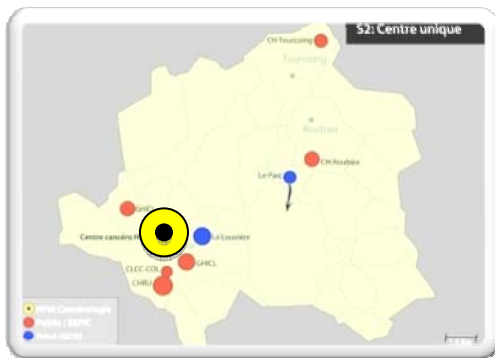
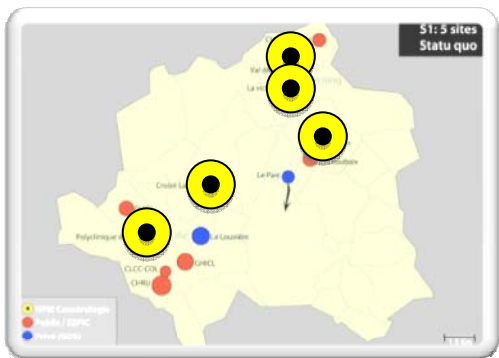
OPPORTUNITES

MENACES

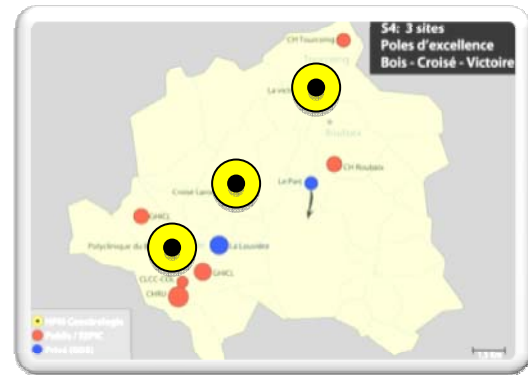
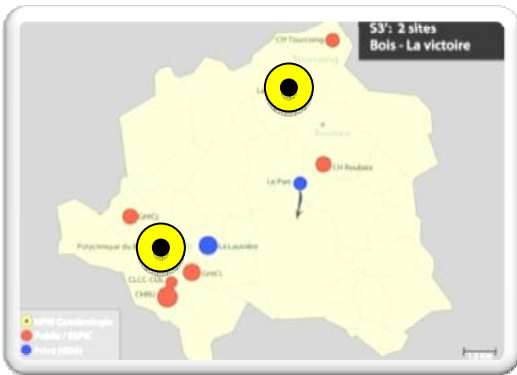


3 Des scénarios envisagés au scénario retenu

Etude de 5 scénarios



• Pour répondre à l'objectif
• Dans le contexte économique déficitaire



es critères de sélection

CRITERES / SCENARII	Coeff	S...	S...	S...	S...	S...
Attractivité Patient	3					
Couverture géographique	3					
Retour sur investissement	2					
Niveau d'investissement nécessaire	2					
Concurrence	2					
Plateau technique existants et à développer	2					
Attractivité médicale	2					
Soins support accompagnement	2					
Image / Communication	2					
Approche pluridisciplinaire	2					
Projet médical fédérateur	1					
Impact sur réorganisation	1					
Coopération	1					
Implication direction	1					
TOTAL sur 130	130	53	76	80	83	88
TOTAL sur 130	130	41	59	49	44	46

4 Mise en œuvre



Selon les objectifs fixés

Avec des cibles précises

- En investissant sur les plateaux techniques performants
- En recrutant des médecins réputés et des soignants

Soit une augmentation
moyenne de **20 % sur 3 ans**

5  Accompagner le scénario

6  Planification et Business plan

Accompagner le scénario d'actions transversales et générales

1

Accompagnement au changement

- Implication de la direction
- Relais de l'information par les cadres
- Dialogue social

2

Coordination des soins

- En interne, infirmière pivot coordinatrice
- Vers l'extérieur, une infirmière relais ville-hôpital

3

Programme de communication ciblée

- Promouvoir la cancérologie HPM
- Améliorer les relations interprofessionnelles ville-hôpital
- Créer un site internet

4

Plan de formation pour les nouveaux métiers initiés

5

Evaluation et suivi

- Tableaux de bord
- Outils d'évaluation et suivi qualité

5 premières actions



**Programme permanent
de communication,
formation,
recrutement médical**

• 3 suivantes

dernières opérations
techniques

Quelques données essentielles

- des investissements importants
- qui doivent être compensés par un CA supplémentaire :
(1,87 % du CA)

- Nombre de nouveaux patients attendus : 600
- Frais financiers maîtrisés : 170 000 €/an
- Augmentation masse salariale : 1 400 000 €/an

7 Conclusion

OBJECTIFS

- Devenir un leader de la cancérologie dans la métropole Lilloise
- Maintien des coopérations

STRATEGIE Expertise/excellence

- Implantation géostratégique
- Promotion de l'identité « cancérologie » HPM
- Prise en charge complète et de qualité

CLES DE REUSSITE

- Planification concentrée
- Dépenses maîtrisées

Prise de CONSCIENCE DU GROUPE HPM

- Importance de l'activité cancérologique
- Nécessité de mieux structurer et identifier l'offre
- Dans un contexte socio économique difficile