

# Organiser une campagne de recrutement à destination des médecins

Cédric LUSSIEZ

JIMS 23 mars 2012

Pour la pluridisciplinarité !



Pour la formation continue !



Pour la recherche !



Pour le prestige !



Pour la mobilité géographique !



# FUTURS MÉDECINS

## LAISSEZ-VOUS GUIDER PAR L'INTÉRÊT

### CHOISISSEZ L'HÔPITAL PUBLIC

Pour construire des projets collectifs !



Pour faire progresser la recherche et les soins !



Pour la protection juridique !



Pour la diversité des carrières !



Pour être à la pointe de ma discipline !



## LE CONTEXTE

- Concurrence public-privé pour les recrutements, aiguisée dans certaines disciplines
- Départs à la retraite massifs (-20% de médecins en 2020)
- Inégalités régionales
- Faible identité globale de l'hôpital public en matière de marque : distinction CHU-Hôpitaux non universitaires

## LE CONCEPT GENERAL

- Sensibiliser les internes et les jeunes médecins sur les avantages et attraits de l'hôpital public pour leur carrière professionnelle.

## UN OBJECTIF DOUBLE

- Sensibiliser les internes et les jeunes médecins encore hésitants face à leur avenir aux avantages et attraits de l'hôpital public en promouvant une image positive des carrières hospitalières
- Donner une image plus positive de leurs métiers aux praticiens hospitaliers en exercice

## LA CIBLE

- La cible générale : Les internes et jeunes médecins
  - connaissent déjà l'hôpital par leurs stages, mais vision limitée à l'exercice en CHU => nécessité de donner une image plus complète, intégrant les hôpitaux non-universitaires
  - ont en moyenne entre 25 et 35 ans, sont en majorité des femmes
- Le cœur de cible : Les internes en fin de cursus c'est-à-dire à la période cruciale du choix d'orientation de leur carrière

## LES MOYENS MIS EN ŒUVRE

- Un groupe de travail sur le thème du recrutement des PH
- Des partenariats avec la Conférence des doyens, la Conférence des présidents de CME, la Conférence des directeurs généraux de CHU, la Conférence des directeurs de CH, l'Inter-syndicat national des internes hospitaliers (ISNIH)
- Une agence de communication pour la réalisation des outils : Beaurepaire
- Une coordination générale pilotée par le pôle communication de la FHF

## LES PARTIS PRIS DE LA CAMPAGNE

- Une campagne qui privilégie l'humain, avec de jeunes médecins qui revendiquent clairement les raisons de leur choix
- Faire porter les messages par de jeunes PH en exercice
- Cautionner les messages par des témoignages de médecins connus et reconnus

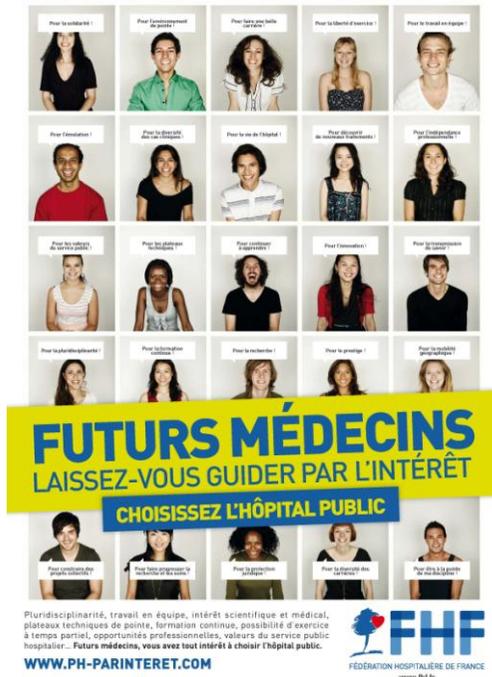
## LES MESSAGES DE LA CAMPAGNE

- On ne choisit pas le métier de PH par hasard, mais en raison de motivations personnelles = Déclinaison de cette diversité des raisons exprimées dans une galerie de portraits
- Une signature de campagne jouant sur l'ambiguïté du mot intérêt : Futurs médecins, laissez-vous guider par l'intérêt : choisissez l'hôpital public.

## LES SUPPORTS

### ■ L'annonce presse et l'affiche A4 :

- La campagne privilégie l'humain, avec de jeunes médecins qui revendiquent clairement les raisons de leur choix.
- Insertion dans les supports de la FHF + Téléchargement sur le site internet



**FUTURS MÉDECINS**  
LAISSEZ-VOUS GUIDER PAR L'INTÉRÊT  
CHOISISSEZ L'HÔPITAL PUBLIC

Pluridisciplinarité, travail en équipe, intérêt scientifique et médical, plateaux techniques de pointe, formation continue, possibilité d'exercice à temps partiel, opportunités professionnelles, valeurs du service public hospitalier... Futurs médecins, vous avez tout intérêt à choisir l'hôpital public.

**FHF**  
FÉDÉRATION HOSPITALIÈRE DE FRANCE  
www.fhf.fr



Pour faire une belle carrière !

**FUTURS MÉDECINS**  
LAISSEZ-VOUS GUIDER PAR L'INTÉRÊT  
CHOISISSEZ L'HÔPITAL PUBLIC

Pluridisciplinarité, travail en équipe, intérêt scientifique et médical, plateaux techniques de pointe, formation continue, possibilité d'exercice à temps partiel, opportunités professionnelles, valeurs du service public hospitalier... Futurs médecins, vous avez tout intérêt à choisir l'hôpital public.

**FHF**  
FÉDÉRATION HOSPITALIÈRE DE FRANCE  
www.fhf.fr



Pour la recherche !

**FUTURS MÉDECINS**  
LAISSEZ-VOUS GUIDER PAR L'INTÉRÊT  
CHOISISSEZ L'HÔPITAL PUBLIC

Pluridisciplinarité, travail en équipe, intérêt scientifique et médical, plateaux techniques de pointe, formation continue, possibilité d'exercice à temps partiel, opportunités professionnelles, valeurs du service public hospitalier... Futurs médecins, vous avez tout intérêt à choisir l'hôpital public.

**FHF**  
FÉDÉRATION HOSPITALIÈRE DE FRANCE  
www.fhf.fr



Pour la pluridisciplinarité !

**FUTURS MÉDECINS**  
LAISSEZ-VOUS GUIDER PAR L'INTÉRÊT  
CHOISISSEZ L'HÔPITAL PUBLIC

Pluridisciplinarité, travail en équipe, intérêt scientifique et médical, plateaux techniques de pointe, formation continue, possibilité d'exercice à temps partiel, opportunités professionnelles, valeurs du service public hospitalier... Futurs médecins, vous avez tout intérêt à choisir l'hôpital public.

**FHF**  
FÉDÉRATION HOSPITALIÈRE DE FRANCE  
www.fhf.fr

## ■ Le magazine :

- Un titre de magazine qui synthétise les arguments en faveur du métier : « A chacun ses raisons »
- Portraits de médecins ayant choisis d'exercer à l'hôpital qui exposent leurs raisons. Les arguments clés sont scindés en 4 thématiques structurantes : la Pratique - la Recherche - la Carrière - les Valeurs



**Édito.** Quelle voie choisir ? Dans quel secteur exercer demain ? Quelle place occuper dans le système de santé ? À la croisée des chemins, souvent, les convictions l'emportent. Comme celle, impérieuse, que le plus important est de donner du sens à sa carrière. Nombreux sont les médecins qui ont rejoint l'hôpital public pour cette raison. Ils témoignent ici de leurs parcours, de leurs motivations et de leur engagement. En espérant vous les faire partager.

## ■ Les vidéos testimoniales :

- Communication de preuves et « parler vrai »
- Messages portés par de jeunes PH en exercice et cautionnés par des prises de parole de médecin de renom
- Objectif : cautionner les arguments de la campagne
- Vidéos en ligne sur le site [ph-parinteret.com](http://ph-parinteret.com), sur la page facebook et le compte youtube de la campagne.

### LA PRATIQUE

«Pendant 30 ans, j'ai toujours été dans une dynamique de projets, sans limitation d'horizon...»

ITV DU DR ALAIN JACOB,  
CHEF DE PÔLE PATHOLOGIES TUMORALES ET HÉMATOLOGIES, CH SUD FRANCILIEN



«On a une mission quand on est enfin nommé PH : transmettre aux jeunes ce qu'on a appris, être à notre tour leurs accompagnateurs, leurs compagnons de route sur le chemin qu'ils choisissent...»

ITV DU DR PIERRE LOULERGUES  
INFECTIOLOGUE, PÔLE DE MÉDECINE INTERNE, GH COCHIN-HÔTEL DIEU-BROCA



«Au fur et à mesure, on s'aperçoit qu'on peut participer à la construction de son hôpital, de son service... On apprend à rassembler les autres autour de soi, à trouver les solutions qui vont offrir un soin de meilleure qualité pour le patient...»

ITV DU DR FRANÇOIS VÉNUOLO  
CH DE GONESSE



- La websérie « Doc & Dac » :

- 5 sketches courts sont l'outil décalé de la campagne
- Mise en scène d'un médecin mi Dr House - mi Jean-Pierre Bacri et d'une interne qui tente de suivre ses "raisonnements" singuliers...
- En ligne sur le site [ph-parinteret.com](http://ph-parinteret.com), sur la page facebook et le compte youtube de la campagne.



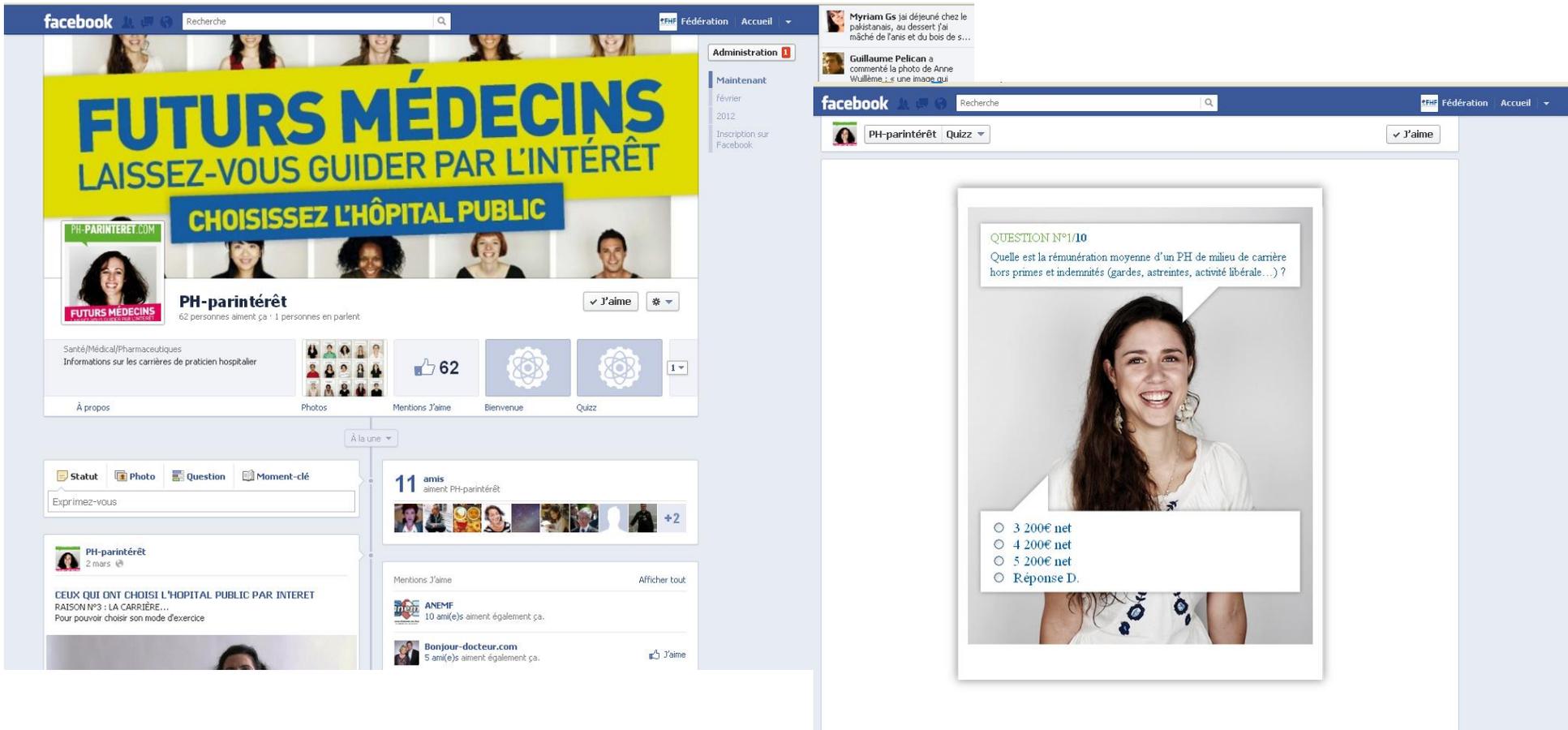
- Le site [www.ph-parinteret.com](http://www.ph-parinteret.com) :

- Regroupe toutes les informations de la campagne : Le magazine, les témoignages vidéos, la websérie, ainsi qu'un quizz sur l'hôpital et les carrières de PH, pour tester ses connaissances.



## ■ La page Facebook :

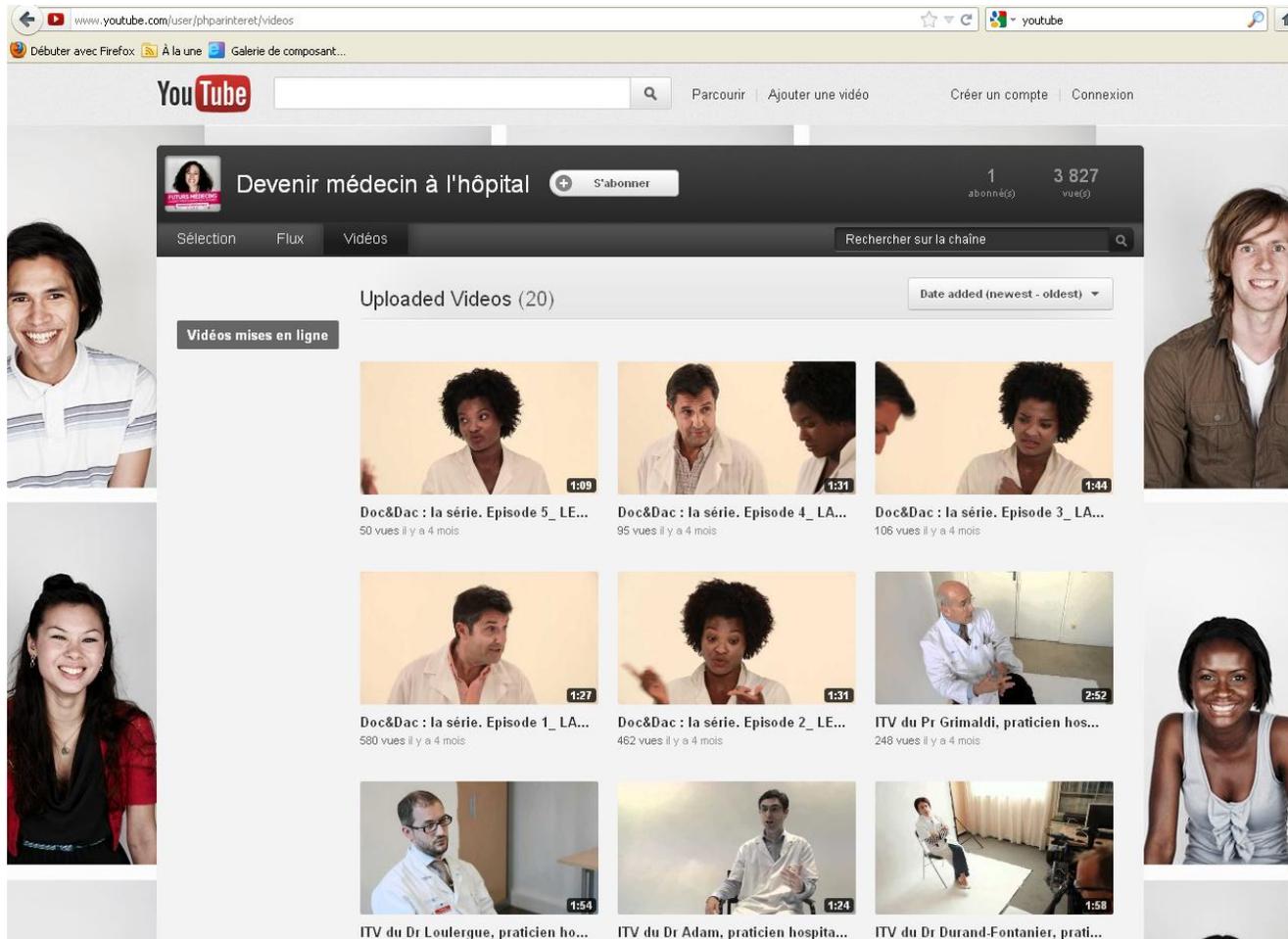
- Héberge également les informations pratiques, les vidéos et le quizz.



The image shows two screenshots of the Facebook page for 'PH-parité'. The left screenshot displays the page header with the text 'FUTURS MÉDECINS LAISSEZ-VOUS GUIDER PAR L'INTÉRÊT CHOISISSEZ L'HÔPITAL PUBLIC' and the page name 'PH-parité'. The right screenshot shows a quiz question: 'QUESTION N°1/10 Quelle est la rémunération moyenne d'un PH de milieu de carrière hors primes et indemnités (gardes, astreintes, activité libérale...)?' with four multiple-choice options: 3 200€ net, 4 200€ net, 5 200€ net, and Réponse D.

## ■ Le compte Youtube:

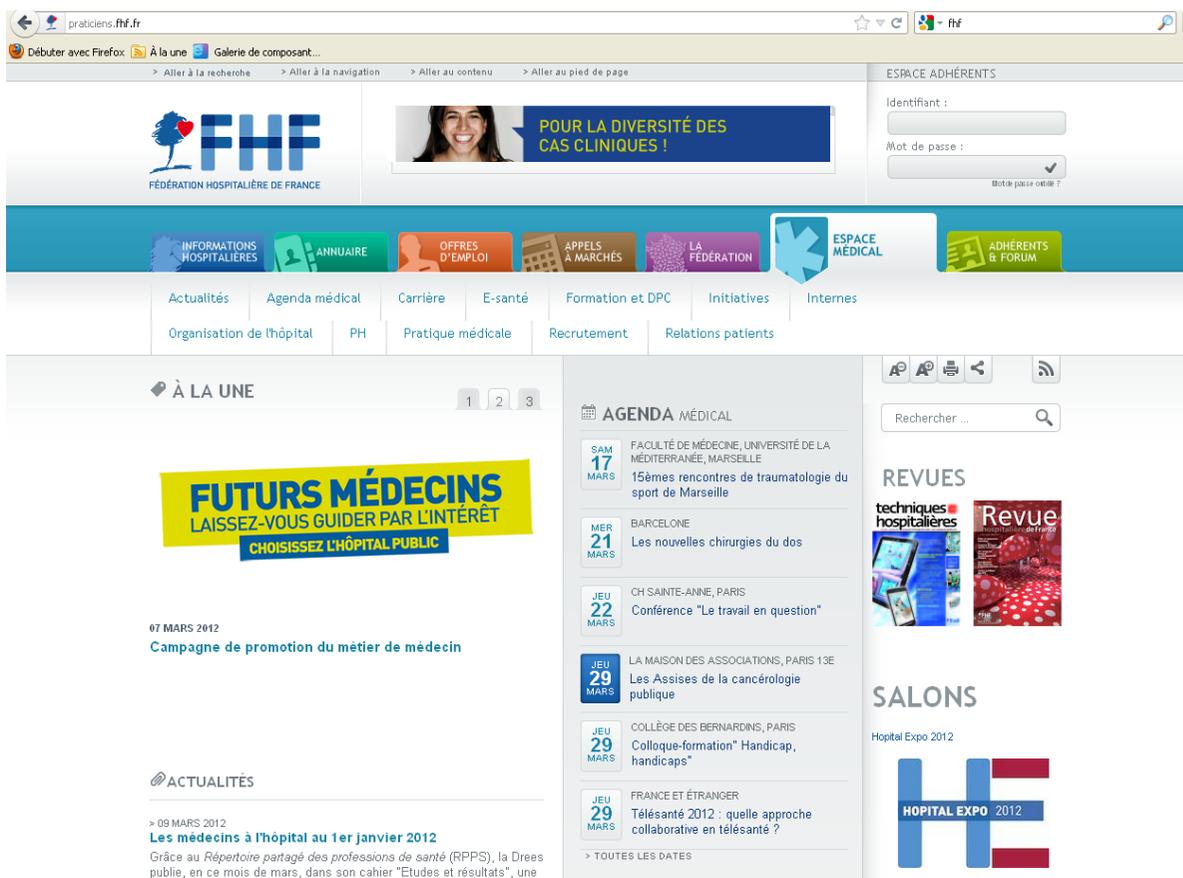
- Rassemble l'ensemble des vidéos.
- Page aux couleurs de la campagne.



The screenshot shows a YouTube channel page for 'Devenir médecin à l'hôpital'. The channel name is 'Devenir médecin à l'hôpital' with a 'S'abonner' button. It has 1 abonné and 3 827 vues. The page displays a grid of 9 uploaded videos under the heading 'Uploaded Videos (20)'. The videos are arranged in a 3x3 grid. The first row contains three videos from the 'Doc&Dac' series (Episodes 5, 4, and 3). The second row contains two more 'Doc&Dac' videos (Episodes 1 and 2) and an 'ITV' video for Dr. Grimaldi. The third row contains three 'ITV' videos for Dr. Loulergue, Dr. Adam, and Dr. Durand-Fontanier. Each video thumbnail includes a duration timer and view count information.

## ■ La bannière web :

- Accroître la visibilité de la campagne sur le site fhf.fr
- Lien vers le site de la campagne.



The screenshot shows the website fhf.fr with a banner for 'FUTURS MÉDECINS LAISSEZ-VOUS GUIDER PAR L'INTÉRÊT CHOISISSEZ L'HÔPITAL PUBLIC'. The banner includes the date '07 MARS 2012' and the text 'Campagne de promotion du métier de médecin'. Below the banner, there are sections for 'ACTUALITÉS' and 'AGENDA MÉDICAL'. The 'AGENDA MÉDICAL' section lists several events, including '15èmes rencontres de traumatologie du sport de Marseille' on March 17, 'Les nouvelles chirurgies du dos' on March 21, 'Conférence "Le travail en question"' on March 22, 'Les Assises de la cancérologie publique' on March 29, and 'Colloque-formation "Handicap, handicaps"' on March 29. There is also a 'REVUES' section with 'techniques hospitalières' and 'Revue' covers, and a 'SALONS' section with 'Hopital Expo 2012'.

## LE CALENDRIER DE LANCEMENT

### **Les Rencontres de l'ISNIH : un événement idéal au lancement de la campagne**

- L'Inter Syndicat National des Internes des Hôpitaux (ISNIH) représente environ 12000 internes.
- Les Rencontres de l'ISNIH sont congrès annuel gratuit des internes permettant de répondre à toutes les questions sur leur installation professionnelle : Après l'internat, je fais quoi ?
- Présence FHF : Stand de 40m<sup>2</sup> aux couleurs de la campagne + distribution de magazines de la campagne + Site internet PH-PARINTERET.com et 1<sup>e</sup> épisode de la « websérie » Doc&Dac dévoilés en avant-première aux internes du congrès.

## LE CALENDRIER DE LANCEMENT

### **La conférence de presse de lancement officiel de la campagne**

- Le 3 novembre 2011
- En présence de : Presse professionnelle, mais aussi grand public et spécialisée en communication
- Les grands acteurs du secteur hospitalier : conférence des directeurs généraux de CHU, conférence des directeur de CH, conférence des doyens, conférence des présidents de CME...

## LE CALENDRIER DE LANCEMENT

### Diffusion de la campagne

- Diffusion du magazine auprès des internes, par routage
- Insertions de l'annonce presse de la campagne dans les supports FHF
- Mise en ligne d'une bannière web redirigeant vers le site [www.ph-parinteret.com](http://www.ph-parinteret.com) sur la home-page du site institutionnel de la FHF : [www.fhf.fr](http://www.fhf.fr)
- Nouveau partenariat en cours de montage avec l'Anemf (Association Nationale des Étudiants en Médecine de France) pour étendre la diffusion de la campagne.

## EVALUATION DE LA CAMPAGNE

### **Le site internet**

- A ce jour près de 25 000 visites

### **La page Facebook**

- 62 mentions « J'aime » // Portée de la page : plus de 18 000 contacts // Contacts ciblés : entre 18 et 34 ans, très majoritairement féminins

### **Le magazine**

- Diffusion de plus de 14 000 magazines au sein des établissements.