

02

ORIENTATIONS STRATEGIQUES

Les éléments de diagnostic ont été présentés à l'ensemble des représentants de la communauté médico-soignante le 5 avril 2023 à l'occasion d'un séminaire.

Ce séminaire, dédié à l'initiation du travail de co-construction du projet médico-scientifique de l'Institut Godinot, fut l'occasion de :

- partager les attentes et les objectifs d'un projet médico-scientifique ;
- initier une démarche collaborative entre personnels médicaux ;
- engager l'élaboration des orientations stratégiques qui structureront le projet médico-scientifique 2024-2027.

Ce séminaire a également été l'occasion de réaffirmer la philosophie de l'Institut Godinot qui s'exprime à travers deux principes fondateurs :

- Le patient doit être au centre de l'organisation des prises en charge
- La qualité et la sécurité des soins est au coeur de nos pratiques

L'Institut Godinot en tant que centre de lutte contre le cancer porte également les valeurs de la fédération Unicancer :

 <p>L'EXCELLENCE</p> <p>Dans une quête d'excellence, nos équipes de soins et de recherche se mobilisent pour être à la pointe de la lutte contre le cancer.</p>	 <p>LA SOLIDARITÉ</p> <p>Non lucratif et accessible à tous, le modèle Unicancer propose une prise en charge globale, personnalisée et innovante.</p>	 <p>L'HUMAIN AVANT TOUT</p> <p>Les patients sont impliqués tout au long de leurs parcours de soins, en tant que partenaires des professionnels de santé.</p>	 <p>L'INNOVATION</p> <p>Animés par la culture de la recherche, notre réseau offre aux patients un accès rapide aux dernières innovations.</p>
---	--	--	---

A l'issue de ces échanges avec les participants et sur la base du diagnostic présenté, cinq orientations stratégiques ont été définies pour le prochain projet d'établissement :

1. Développer la recherche et l'enseignement sur le modèle d'un comprehensive cancer center
2. Mobiliser la communauté médicale autour de la croissance des activités prioritaires
3. Optimiser et piloter les parcours au bénéfice du patient
4. Promouvoir une offre visible de prévention du cancer
5. Faire reconnaître l'Institut Godinot comme un centre d'excellence et de recours pour la métropole et le territoire

Chacune des orientations stratégiques a ensuite été déclinée en programmes et en projets qui sont présentés ci-après.

02.5

FAIRE RECONNAITRE L'INSTITUT GODINOT COMME UN CENTRE D'EXCELLENCE ET DE RECOURS POUR LA METROPOLE ET LE TERRITOIRE

La reconnaissance et la visibilité de l'Institut Godinot ont été identifiées comme des freins potentiels à la réalisation des objectifs de l'établissement. La reconnaissance de l'Institut Godinot comme un centre d'excellence et de recours sur le territoire devra passer par une ouverture à l'extérieur :

- vers les établissements du territoire, et notamment les établissements partenaires, avec plusieurs marqueurs stratégiques :

- de développement, d'évaluation et d'optimisation (gagnant / gagnant, logique de gradation, ...) des partenariats ;
- de densification des partenariats actuels par la multiplication des actions partenariales : consultations avancées, téléconsultations et télé-expertise, RCP, interventions collectives, assistants partagés, ... ;
- de priorisation et d'identification des leviers de croissance de l'activité à mobiliser dans le cadre des partenariats ;
- de valorisation des partenariats (en tant que levier d'attractivité) ;
- de consolidation d'un « label » Godinot (activité / qualité, philosophie de prise en charge, formation et échanges de pratiques, ...).

- vers les professionnels de santé de ville et les adresseurs (facilitation de l'accès, réactivité, ciblage et pertinence des EPU, développement de la notion de « service » rendu aux professionnels) ;

- vers les autres acteurs du territoire (ARS, collectivités locales au travers des contrats locaux de santé, associations) ;

- vers les citoyens (lors d'événements et de campagnes, ...).

Plusieurs enjeux complètent ces pistes :

- la nécessaire priorisation et qualification des actions dans une stratégie d'ouverture globale et réaliste (adéquation moyens / ambitions) ;

- la modernisation des outils et des canaux de communication vers l'extérieur ;

- la transversalité au sein de l'établissement (recensement et communication mutuelle des actions menées).



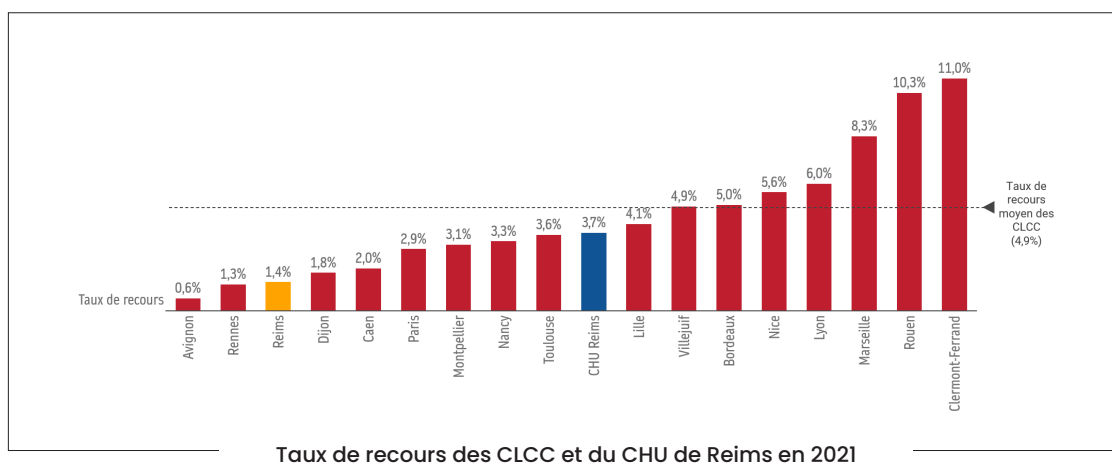
02.5.1

Renforcer l'accessibilité du centre pour les établissements partenaires, la médecine de ville, les patients et les citoyens

La problématique d'accessibilité de l'établissement a été identifiée comme un frein au positionnement de l'Institut Godinot en tant qu'acteur de référence sur le territoire. Cet enjeu s'applique aussi bien pour :

- les relations de l'Institut avec ses établissements partenaires ;
- l'ouverture avec la médecine de ville ;
- les liens avec les patients et les citoyens de manière plus générale.

Elle se matérialise notamment par le faible taux de recours de l'établissement comparé à un CLCC de même envergure.



Par ailleurs, la cancérologie va d'ores et déjà vers des soins moins invasifs, plus sophistiqués avec une présence du patient à l'hôpital plus ambulatoire nécessitant de repenser d'une part l'interaction entre les acteurs de la santé (soins coordonnés prodigués en dehors avec d'autres établissements de santé ou acteurs de ville) et d'autre part l'accessibilité à des lieux de prévention et de soins ambulatoires hors du site hospitalier en rapprochant les lieux de vie et de soins.

Pour développer son attractivité et diversifier son activité l'Institut Godinot se doit d'être davantage moteur pour innover dans son organisation interne et proposer des prises en charge « hors les murs » à ses patients.

Cette façon de repenser l'organisation de l'établissement « hors les murs » doit permettre de faire de l'hôpital un lieu plus ouvert sur la ville et sur l'extérieur en intégrant les besoins des patients et la relation partenariale avec les acteurs de ville.

Développer une activité Godinot « hors les murs » permet également de porter un nouveau regard sur l'hôpital en rappelant que celui-ci est attaché à des valeurs d'accueil, d'hospitalité, de proximité et d'accessibilité.

L'objectif de ce programme est d'identifier des solutions (stratégiques, organisationnelles et techniques) permettant de résoudre les freins à l'accessibilité en lien avec les projets de modernisation en cours (site internet, téléphonie, espace patient, prise de rendez-vous en ligne, etc.).

RAISON D'AGIR	OBJECTIFS
<p>Projet 1 : Créer une cellule de coordination territoriale pour développer les interactions et relations avec le réseau ville, hôpital, soignant, associatif et citoyen</p>	
<p>Plusieurs actions doivent être mises en place de façon coordonnée et transversale à l'Institut pour renforcer le lien avec les acteurs du territoire</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Améliorer la visibilité de l'établissement et sa position centrale sur le territoire dans la prise en charge des cancers • Développer et gérer les relations avec le secteur libéral de ville (praticiens et soignants), avec les partenaires hospitaliers des GHT, avec certaines cliniques, avec le milieu associatif et caritatif
<p>Projet 2 : Ouvrir au centre-ville de Reims une maison de consultations et de prévention et en cancérologie</p>	
<p>Le profil de l'activité proposée en ville doit être adapté aux besoins de la population. Il peut être envisagé une offre de consultation de spécialistes en cancérologie pour la cancérologie gynécologique, la reconstruction mammaire, des consultations de suivi et de soins de support L'offre de prévention et l'après cancer sont également des activités qui se prêtent particulièrement à une prise en charge hors du site hospitalier et notamment les consultations d'oncogénétique. Afin de favoriser la réactivité dans les échanges ville/hôpital, il peut être proposé des vacations au sein de ce centre à des praticiens de ville (exemple gynécologues)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Augmenter la visibilité de l'institut en se rapprochant de la ville et en favorisant les synergies • Promouvoir l'accès aux soins avec un hôpital tourné vers la population • Favoriser l'accueil des usagers dans un environnement moins anxiogène que le site hospitalier du CLCC • Développer les coopérations avec les professionnels de ville et structures partenaires

02.5.2

Investir et développer les partenariats sur des cibles et territoires prioritaires

Dans une logique de poursuite des efforts réalisés pour construire un réseau d'établissements partenaires, l'Institut Godinot souhaite investir davantage dans ses collaborations en :

- réalisant une cartographie des partenariats actuels et en réalisant un bilan à date de ces partenariats (analyses stratégiques FFOM / SWOT) ;
- définissant clairement les ambitions partenariales de l'Institut (logique de « package » et d'offre de services différenciante) : offre de recours, accès aux essais cliniques et aux innovations diagnostiques et thérapeutiques, etc. ;
- mettant en place des indicateurs de performance et un suivi des partenariats ;
- déterminant une stratégie de communication interne à l'établissement pour présenter et valoriser l'Institut Godinot.

RAISON D'AGIR	OBJECTIFS
Projet 1 : Construire un modèle de partenariat durable, efficient et bénéfique pour tous	
<p>L'institut Godinot a une mission territoriale reconnue et a signé en lien avec le CHU de Reims des conventions d'associations avec tous les GHT du territoire.</p> <p>Les besoins des partenaires sont multiples et propres, ils nécessitent une réponse adaptée et individualisée</p> <p>Les coopérations doivent être bénéfiques pour le CLCC et ses partenaires</p>	<p>• Clarifier les attentes respectives des acteurs Godinot / CH partenaires et consolider les liens au travers d'une charte de bonnes pratiques et d'engagements mutuels comportant des indicateurs de performance et de suivi</p>

02.5.3

Renforcer l'image de « marque » Godinot

Le succès des projets de l'établissement dépend de facteurs tels que l'attractivité des ressources humaines, le recrutement des patients et la reconnaissance de l'Institut Godinot comme centre d'excellence en cancérologie. Ces facteurs soulignent un enjeu commun, celui du rayonnement de la « marque » Godinot, à travers :

- le développement de la visibilité de l'institut (médias, ...);
- la construction d'une image de marque et d'une identité « Godinot » appropriable par tous (marque employeur) au sein de l'Institut voire la mise en place d'un réseau d'ambassadeurs internes;
- la définition des relais et canaux de diffusion à mobiliser pour chacune des activités de l'établissement (réseaux sociaux, organisation/participation à des événements, etc.);
- la multiplication des cibles (ville de Reims, collèges et lycées, stratégie d'implication événementielle, ...);
- l'identification des ressources et moyens nécessaires à la mise en oeuvre de la stratégie de communication (sites internet, ressources humaines, etc.);
- la structuration du suivi de mise en oeuvre de la stratégie (cellules en interne, indicateurs, ...).

RAISON D'AGIR	OBJECTIFS
Projet 1 : Promouvoir les activités différenciantes de l'Institut Godinot	
L'Institut Godinot apporte, en tant que centre de lutte contre le cancer des activités de référence et de recours différenciantes vis-à-vis des autres acteurs du territoire	<ul style="list-style-type: none"> • Communiquer auprès des patients, des professionnels de villes et aux établissements partenaires sur les activités spécifiques et innovantes réalisées à l'Institut Godinot
Projet 2 : Moderniser l'image de l'établissement	
<p>Un CLCC se doit d'être innovant et à la pointe de la technologie et des pratiques médicales pour la prise en charge des patients, il doit en être de même pour l'accueil de ses usagers.</p> <p>L'accueil et les locaux doivent refléter l'image d'un établissement dynamique et moderne</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Repenser la politique hôtelière de l'Institut Godinot • Utiliser les nouvelles technologies pour proposer aux patients des chambres connectées et des blocs opératoires hyper technologiques
Projet 3 : Développer un projet de lutte contre la fracture numérique et sanitaire par l'utilisation d'objets connectés pour les patients et leurs aidants	
Lutter contre les inégalités sanitaires et numériques	<ul style="list-style-type: none"> • Proposer aux patients et à leurs aidants principaux des objets connectés afin de les impliquer activement et passivement dans leur prise en charge
Projet 4 : Le centenaire du centre anticancéreux de Reims	
Le centre anticancéreux aura 100 ans en 2024 ; c'est l'occasion de capitaliser sur son histoire pour le repositionner institutionnellement au centre de la lutte contre le cancer en Champagne	<ul style="list-style-type: none"> • Développer des actions institutionnelles et citoyennes • Communiquer sur son histoire et son originalité

02.5.4

Positionner l'Institut Godinot comme établissement de recours et d'excellence

La reconnaissance de la qualité des soins et des services offerts par l'Institut Godinot est un enjeu pour l'établissement qui doit s'affirmer comme centre d'excellence et de recours en cancérologie. Ce programme vise à identifier les actions clefs permettant de :

- mettre en avant les labellisations obtenues et poursuivre la reconnaissance de l'Institut Godinot ;
- structurer et valoriser un label Godinot certifiant la qualité du service aussi bien en interne qu'auprès des partenaires ;
- recenser les expertises pour mieux les diffuser.

RAISON D'AGIR	OBJECTIFS
Projet 1 : Renforcer les démarches de qualité et de sécurité des soins dans une démarche d'excellence	
<p>La position de l'Institut Godinot comme établissement d'excellence sur le territoire doit être objectivée et reconnue</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Poursuivre les démarches de labellisation régionales, nationales et internationales des équipes de l'Institut Godinot • Poursuivre les démarches d'accréditation ISO de certains secteurs (unité de reconstitution des cytotostatiques et radiopharmacie par exemple) • Proposer un label Godinot-Unicancer pour les établissements et professionnels partenaires
Projet 2 : Développer les activités de centre référent et de recours	
<p>L'Institut Godinot dispose de compétences médicales spécifiques qui doivent être connues et reconnues non réalisables ailleurs sur le territoire</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Développer la thérapeutique en médecine nucléaire : radiothérapie interne vectorisée pour permettre aux patients de Champagne-Ardenne de bénéficier de ces traitements innovants également attendus par les praticiens • Promouvoir l'activité de curiethérapie dermatologique, activité rare en France mais répondant à une demande de soins et ayant un potentiel certain d'accroissement • Valoriser l'expertise en reconstruction mammaire sans dépassement d'honoraires • Implémenter la photo-bio-modulation ayant une utilisation clinique reconnue en prophylaxie et en curatif (ostéonécrose, lymphoedème, xérostomie, syndrome main-pied, trismus, fibrose radique, ...) • Evaluer l'utilisation de la toxine botulinique type A dans le traitement de la douleur neuropathique périphérique focale réfractaire • Développer l'hypo-fractionnement extrême en radiothérapie pour le sein et la prostate afin d'optimiser les parcours patients et de différencier l'Institut Godinot par son expertise • Poursuivre la structuration et la valorisation du parcours Adolescents Jeunes Adultes en lien avec le CHU de Reims et l'Institut Curie