

PROGRAMME D'ETP EN VILLE COMMENT MIEUX RECRUTER ? ÉVALUATION D'UNE MÉTHODE INNOVANTE

JB le Taillandier de Gabory MCA, DMG Bordeaux jean-baptiste.le-taillandier-de-gabory@u-bordeaux.fr 06 11 26 34 64,
David Méreuze Médecin Généraliste,
William Durieux Professeur en Médecine Générale, DMG de Bordeaux,
Liens d'intérêt : animateur, coordonnateur du programme

CONTEXTE

En 2012 une offre ETP hospitalière à 80 %
2019 Nouvelle Aquitaine 9% des programmes ETP ambulatoire malgré incitations des ARS
Difficultés de l'ETP le recrutement. La méconnaissance de l'ETP, la peur de la concurrence, le manque de visibilité et de communication sur les programmes.

Recrutement au **“fil-de-l'eau”** des patients de POLIPATO en 2018 et 2019 a baissé respectivement à 29 et 30 patients signalés.
La régularité des ateliers n'est pas assurée, certains sont annulés faute d'une file active suffisante et d'une baisse de recrutement.

« POLIPATO : mieux vivre avec vos artères » ETP ambulatoire 2016 Association Collectif Santé

4 Maisons de Santé du secteur
Pathologie cardio-vasculaire ou au moins
3 facteurs de risque cardio-vasculaires

Signalements tout au long de de l'année,
Bilan éducatif partagé
Inclusion du patient qui réalise 3-4 ateliers.
Réévaluation 6 mois après adressée au médecin traitant

Nouvelle méthode d'inclusion des patients en ETP Quelle efficacité ?

MATÉRIEL ET MÉTHODE

Qui ?

- Les 55 Professionnels de Santé (PS): IDEL ou Asalee, médecins généralistes, pharmaciens
- 4 communes des MSP liée à POLIPATO
- POLIPACOM : nouvelle méthode de recrutement
- Supports de communication spécifiquement conçus distribués
- Entretiens formatifs des 3 Internes auprès de 43 PS
- Défi collectif (Marketing social en Santé): 2 jours/2 semaines/2 mois. Janvier – Février 2020
- SMS de rappel avant jours de recrutement, plusieurs relances 3 internes

Pourquoi ?

- REPÉRER les patients éligibles et proposer ETP
- Patients SIGNALÉS contacté au téléphone par une interne en médecine générale qui donnait une information éclairée sur le programme
- Patients INCLUS était ensuite appelé par la coordinatrice afin de définir une date pour effectuer le Bilan Éducatif Partagé préalable à la participation aux ateliers

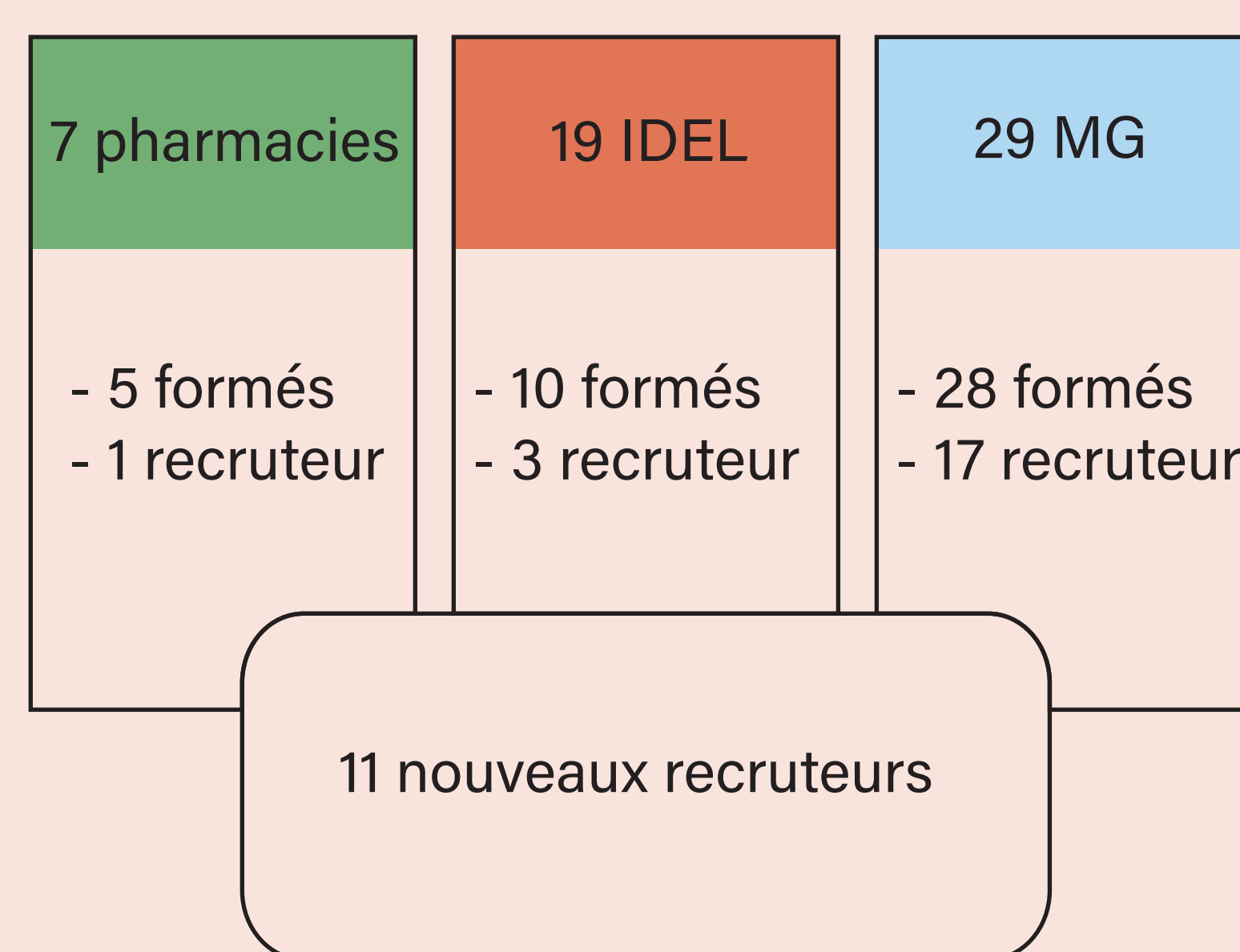


Figure 1 – Formation et participation des PS à POLIPACOM

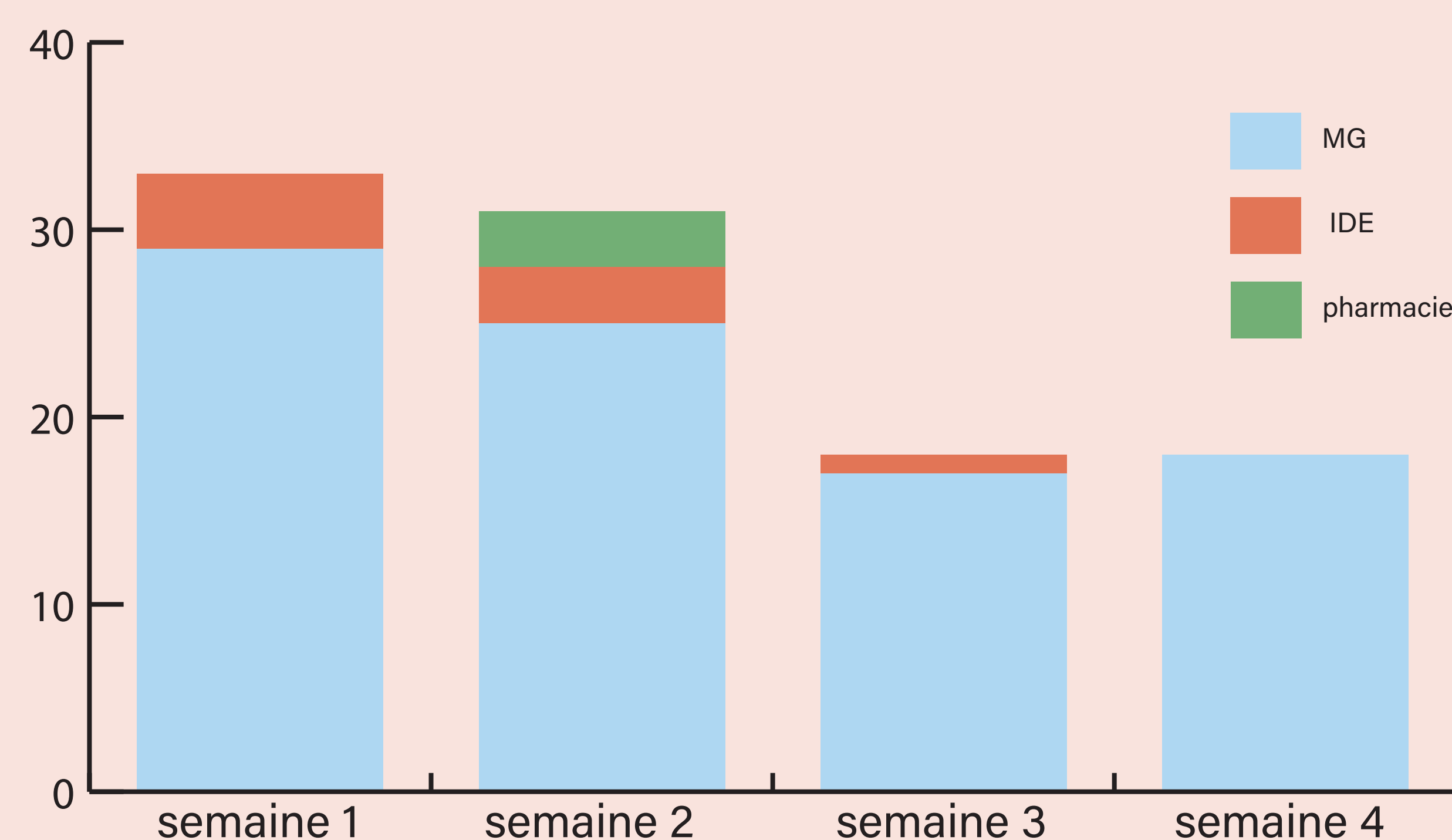


Figure 2 – Nombre de patients signalés par semaine et par profession Entre la première et la quatrième semaine de recrutement on observe une baisse de 45,5% d'un nombre de patients signalés.

Nombre de patients inclus en 2020 a augmenté de 50% par rapport à 2018 et de 44,4 % par rapport à 2019. Ces 39 patients inclus auront un impact significatif sur le déploiement de notre programme par la suite.

		année 2018	année 2019	année 2020
patients signalés	au fil de l'eau	29	30	12
	durant la campagne marketing	nc	nc	73
	total	29	30	85
patients inclus	au fil de l'eau	26	27	10
	durant la campagne marketing	nc	nc	29
	total	26	27	39

Tableau 1 – Récapitulatif des patients signalés et inclus dans le programme POLIPATO, issus d'un signalement au fil de l'eau ou durant la campagne Marketing pour les années 2018,2019 et 2020

DISCUSSION

- 100 Patients signalés sur 4 jours de recrutement.
- Bonne appropriation des outils marketing par les MG.
- Participation plus importante des PS au signalement que les années précédentes au fil de l'eau.
- Effet d'**amplification** : 11 nouveaux recruteurs, sur les 43 rencontrés.
- Effet d'**entraînement** auprès des autres professionnels : 12 patients ont été recrutés par des PS hors POLIPACOM.

- COVID facteur important de report en 2021 de 11 BEP des patients identifiés par la campagne.
- **39 patients inclus** permet tout de même de se rapprocher du quota ARS annuel de 50 patients inclus/ financement.
- La méthode de recrutement semble + efficace qu'un recrutement continu.
- Intérêt d'une campagne de recrutement courte et répétée.

CONCLUSION

- L'objectif est d'insister sur le versant « défi collectif » pour créer une dynamique locale.
- Repenser les outils dédiés aux pharmaciens et infirmiers.
- Ces actions doivent être menées par une équipe de communication dédiée et formée.
- Il n'existe pas à ce jour de campagne nationale de recrutement en ETP comparable à celles d'Octobre Rose ou du Mois Sans Tabac.
- Notre étude illustre comment une campagne de recrutement en ETP ciblée sur un territoire limité produit des résultats positifs et dynamise un collectif des professionnels de santé en soins premiers.