



# LES ACTIVITÉS DE SOUTIEN

RESSOURCES HUMAINES ET VIE SOCIALE	▶ 2
GESTION ÉCONOMIQUE ET FINANCIÈRE EN 2015	▶ 7
DIRECTION DE L'INFORMATIQUE	▶ 10
DIRECTION DE L'INVESTISSEMENT	▶ 13
QUALITÉ ET GESTION DES RISQUES	▶ 21
COMMUNICATION	▶ 25

# COMMUNICATION

## MISSION

La Direction communication a pour mission de faire connaître la politique de l'AGEPS, auprès des personnels de l'AGEPS, en interne AP-HP et vers les publics extérieurs, de rendre lisible et valoriser son savoir-faire, les services et prestations offerts autour des valeurs Sécurité, Intégrité, Esprit de Service.

## / PREMIER OBJECTIF

Le premier objectif de la direction communication a été de faire connaître la politique d'établissement de l'AGEPS et de valoriser les points saillants auprès des différents publics internes et externes : accompagnement du portage des projets et développement de la visibilité interne et externe. Communication stratégique : le plan stratégique 2015-2019 (instances, réunions), accompagnement des changements managériaux (équipe de direction et communauté pharmaceutique) et poursuite du cap stratégique.

La gouvernance et les pôles : poursuite d'un Comité Exécutif Local (CEL) mensuel avec préparation de l'ordre du jour.

Un accompagnement proactif de la démarche certification V2014 par la participation aux comités de pilotage, aux comités de Direction Qualité Gestion des risques, avec comme point d'orgue la visite des experts de la Haute Autorité de santé (HAS) les 8 et 9 décembre 2015.

Par la mise en ligne d'informations sur le site intranet et la parution d'articles dans Patchwork.

La poursuite de la *Lettre Qualité et du Développement Durable* (newsletter interne) : création et diffusion de deux numéros.

L'organisation de trois réunions d'information pour l'ensemble des personnels (Paris / Nanterre).

Un accompagnement de la politique de développement durable avec le lancement d'une charte d'engagement en faveur du développement durable, fruit d'un groupe de travail multisectoriel.

Un accompagnement de la politique sociale avec un travail particulier sur la qualité de vie au travail, les risques psychosociaux et une attention portée aux moments conviviaux : vœux pour l'ensemble des personnels, convivialités pour les départs à la retraite, médailles d'honneur du travail, fête de la musique, Arbre de Noël pour les enfants du personnel.

Un accompagnement et une valorisation des enjeux métiers de chaque direction et service.

## PÔLE EP-HP

L'année 2015 a été marquée par les réponses à apporter à l'inspection de l'Agence nationale de Sécurité des Médicaments (ANSM) et par la mission d'appui Inspection Générale des Affaires Sociales (IGAS) sur l'Établissement pharmaceutique de l'AP-HP. La communication a donc accompagné le pôle EP-HP dans sa démarche de réponse à l'ANSM, organisé des réunions d'explication pour les personnels, annoncé la levée de la suspension et amené

un travail pédagogique autour de la venue de la mission d'appui IGAS.

Après l'obtention de l'Autorisation de Mise sur le Marché (AMM) européenne pour ORPHACOL® par le partenaire CTRS en septembre 2013, après une distinction exceptionnelle en novembre 2013 pour une Amélioration du Service Médical Rendu 1 (ASMR 1) après l'obtention du Prix Galien de la Recherche Pharmaceutique France pour le volet médicaments rares le jeudi 5 décembre 2014, l'obtention de la Pilule d'OR en janvier 2015. Des actions presse et de communication interne ont été menées autour de cet évènement.

Poursuite du développement du site internet pour améliorer la visibilité de l'EP-HP, seul établissement pharmaceutique public civil (1 000 visites par mois).



## PÔLE PH-HP / DIRECTION DES ACHATS ÉVALUATION / ACHATS

- Poursuite d'une communication scientifique à travers les deux bulletins de la COMEDIMS et de plaquettes ciblées envoyés à l'ensemble des médecins et pharmaciens de l'AP-HP.
- Organisation d'un évènement avec l'ensemble des Comedims locales le jeudi 24 septembre.
- Lancement du Guichet Unique en lien avec les équipes des achats et la DEFIP (rubrique intranet / 7 jours sur 7 AP-HP).
- Lancement de la sixième enquête de satisfaction annuelle sur les prestations des équipes des achats auprès des utilisateurs et usagers de l'AP-HP. Communication des résultats de cette enquête sur intranet et différents supports.
- Publication des résultats de la deuxième enquête de satisfaction sur les prestations du service approvisionnement et distribution : lancement sur intranet.

- Développement du site internet pour la direction des achats et le pôle PH-HP.
- Le site internet de la Direction des Achats a eu 1 700 visites par mois en 2015 et celui du site PH-HP 1500.

#### DÉVELOPPEMENT DE LA COMMUNICATION INTRANET

- Développement du portail intranet de l'AGEPS avec une rubrique actualités renouvelée régulièrement, des photos, des vidéos, des rubriques nouvelles.

#### / DEUXIÈME OBJECTIF

##### DÉVELOPPEMENT DU CAPITAL IMAGE DE L'AGEPS

Avec le développement du portail internet en lien avec le portail internet de l'AP-HP, sous la technologie WordPress, poursuite du développement du portail internet AGEPS avec également le développement des trois sites enfants déjà cités pour la direction des achats, le pôle EP AP-HP et le pôle PH-HP.

L'enjeu est d'améliorer la visibilité de l'AGEPS, de ses missions et activités.

##### AVEC UNE POLITIQUE DE RELATIONS PRESSE ET RELATIONS PUBLIQUES

L'objectif est de faire connaître les missions de l'AGEPS à travers différents médias de la presse écrite et audiovisuelle et également à travers des présentations de posters scientifiques lors des congrès pharmaceutiques qui comptent (35 posters en 2015).

Dans les sujets presse de l'année 2015, la position de l'AP-HP sur les bio-similaires a fait l'objet d'un communiqué de presse.

Un numéro spécial de l'Écho des achats, newsletter interne créée en 2015, y a été consacré.

Également en 2015 de nombreuses demandes presse et audiovisuelles sur l'École de Chirurgie et le don du corps.

La Direction de l'AGEPS a participé également à un certain nombre de conférences :

Exemple, la conférence organisée par l'Association des Pharmaciens Industriels (API) spécialement consacrée à l'AGEPS le 6 octobre « Produits de Santé à l'AGEPS, nouveaux enjeux 2015/2016, une autre sur l'évaluation médico-économique » le 1<sup>er</sup> décembre, la participation au séminaire ENCC 2015 à Nancy sur la thématique T2A et évolution des prises en charge du patient, quelle interaction, quelle cohérence ? Avec une communication « Financement des Produits de santé à l'hôpital : quel impact sur les produits ? » par le chef de service EPBU, la participation également aux journées RESAH les 8 et 9 décembre.

Le service communication a également organisé des visites des ateliers de production et de la plateforme logistique pour des personnalités et acteurs extérieurs. Quatre rencontres avec les pharmacies hospitalières à usage intérieur de l'AP-HP ont également été organisées par le SAD avec échanges et visites.

Nous avons également poursuivi nos relations avec la ville de Nanterre et notre participation au Club Entreprises de la Zone des Guillaeraies.

#### / TROISIÈME OBJECTIF

Le troisième objectif du service communication en 2015 a été de contribuer en 2015 à l'accompagnement de la politique de transformation de l'AP-HP : communication autour du plan stratégique 2015-2019, les orientations de la Direction Générale.

Participation au réseau communication et diffusion de tous les thèmes-clés de l'AP-HP et campagnes institutionnelles dans les instances et supports de l'AGEPS.

En 2015, une des thématiques majeures a été le lancement de la réforme de l'organisation du temps de travail par la Direction Générale.

L'évènement important de l'année a également été la participation à la deuxième édition des Journées Portes Ouvertes organisées par la Direction générale le samedi 30 mai.

Un partenariat avec l'hôpital Robert Debré et une participation à un atelier sur les équipements, présentation de l'IRM, du système EOS, d'un bloc opératoire a été organisé, opportunité pour mettre en valeur l'expertise biomédicale de l'AGEPS.

Par ailleurs, sur le site du Fer à Moulin, le samedi après-midi, une exposition sur la Pharmacie Hospitalière a été organisée et a reçu un vif succès avec beaucoup de participants extérieurs.

Une quinzaine d'agents de l'AGEPS ont participé à la course « Les 10 km de l'AP-HP » organisée entre la Pitié-Salpêtrière et l'HEGP.

Enfin 2015 a été l'année d'une nouvelle charte graphique pour l'AP-HP et son déploiement dans tous les GH et PIC et par conséquent une déclinaison sur les supports de l'AGEPS.

Pour finir, tout au long de l'année, le service communication a réalisé **une veille MEDIA** pour l'équipe de direction, la Présidente du CCM, les responsables de pôle et la communauté pharmaceutique.

Cette veille permet de prioriser, sélectionner, cibler une information dense dans un contexte évolutif, complexe avec des média multiples sur des sujets qui peuvent directement avoir un impact sur l'exercice des missions de l'AGEPS.

Cette revue est élargie si nécessaire à d'autres acteurs de l'AGEPS, des dossiers réalisés si nécessaire.