

## ACTIEPUNT 11: COMMUNICATIE

Het oorspronkelijke actiepunt voorzag in twee onderdelen:

1. Een breed maatschappelijk debat betreffende de toegang tot de gegevens => Zie AP 20 - Governance
2. Een oproep tot een communicatiecampagne over de toegankelijkheid van data en het belang hiervan voor de patiënten.

### AP 11.2. Een voortdurende inspanning rond communicatie

#### Context:

Er is een grote behoefte aan en vraag naar meer en vooral efficiënte communicatie rond de voordelen van het delen van patiëntengegevens en het gebruik van diverse e-gezondheidsdiensten, alsook rond de verantwoordelijkheden van elkeen in het proces.

Die vraag leeft sterk bij de zorgverstrekkers, die in de vuurlijn staan om patiënten aan te moedigen maar zich te weinig communicatief ondersteund voelen.

Een dergelijke communicatie zal aan volgende aspecten moeten voldoen:

- Geen eenmalige campagne maar bij wijze van spreken een constante stroom van diverse initiatieven, via diverse kanalen, tot eind 2018.
- Van de overheid (bevoegde ministers) wordt zeker een inspanning verwacht (hoewel het onderwerp in de pers niet warm onthaald wordt), maar er is ook een enorm potentieel om de kanalen te gebruiken die de zorgverstrekkers zelf kunnen inzetten. De verschillende beslissingsniveaus moeten daarbij op een

## POINT D'ACTION 11 : COMMUNICATION

2 volets étaient prévus dans le point d'action initial :

1. Un large débat de société sur l'accès aux données => Cfr PA 20 - Gouvernance
2. Un appel à une campagne de communication sur l'accessibilité des données et l'intérêt pour les patients.

### PA 11.2. Des efforts permanents en matière de communication

#### Contexte :

Il est indispensable et aussi souhaitable de communiquer mieux et davantage sur les avantages du partage des données relatives aux patients et sur l'utilisation de divers systèmes de santé en ligne et sur les responsabilités de chacun dans le processus.

Cette demande est très présente chez les dispensateurs de soins, qui sont en première ligne quand il s'agit d'encourager les patients mais qui se sentent trop peu soutenus en ce qui concerne la communication.

Une telle communication devra remplir les conditions suivantes.

- Ce ne doit pas être une campagne ponctuelle mais pour ainsi dire un flux constant de divers projets menés via divers canaux jusque fin 2018.
- Des efforts sont certainement attendus des pouvoirs publics (ministres compétents) (même si le sujet n'a pas été accueilli favorablement dans la presse) mais les canaux que les dispensateurs de soins peuvent eux-mêmes créer ont un fort potentiel. Les différents niveaux de pouvoir doivent être impliqués de manière coordonnée, en respectant les spécificités des Régions et Communautés.

gecoördineerde manier worden betrokken, rekening houdende met de specifieke kenmerken van de gewesten en gemeenschappen.

- Er zijn al een aantal initiatieven geweest en een redactiecomité is actief binnen het eHealth-platform. Soms ontbreekt voldoende ruchtbaarheid of coördinatie om deze inspanningen volop te laten renderen.
- De bestaande kanalen en initiatieven (bv. van ziekenfondsen, ziekenhuizen, enz.) moeten zeker blijven bestaan. Meer informatie erover aan de zorgverstrekkers zou hen alvast een hart onder de riem steken.
- Men moet nieuwe, moderne communicatiekanalen inzetten en de toon mag een heel stuk speelser en interactiever zijn.
- De boodschap gaat niet over eHealth “an sich”, maar over wat de patiënt erbij te winnen heeft wanneer hij zichzelf en zijn zorgverstrekkers aanspoort om zijn gegevens te delen en meer e-gezondheidsdiensten (bv. PHR, mHealth...) te gebruiken.
- Communiceren gebeurt best via het promoten van een concrete eGezondheidsdienst die een grote toegevoegde waarde heeft voor de patiënt of voor de zorgverleners, waarbij de bredere context en de voordelen van eGezondheid ook aan bod komen.

#### Wat:

Starten met een of enkele ‘brainstorm’ momenten waarbij vertegenwoordigers van een aantal stakeholders samen met hun eigen of externe communicatie-experten een jaarplan maken waarin diverse initiatieven, kanalen, boodschappen en betrokkenen worden opgelijst.

Dat plan wordt (bv.) trimestrieel herzien en met een trimester verlengd, zodat alle betrokkenen een overzicht krijgen van diverse initiatieven door diverse groepen en via diverse kanalen.

Het resultaat is meer en betere communicatie rond de issues die van belang zijn voor de patiënt, die een antwoord geeft op de vragen of de twijfels die nog

- Un certain nombre d'initiatives ont déjà été prises et un comité de rédaction travaille au sein de la plate-forme eHealth. Parfois ces efforts ne sont pas assez connus ou pas assez coordonnés pour être pleinement rentables.
- Les canaux et les projets existants (par exemple ceux des mutualités, des hôpitaux, etc.) doivent certainement subsister. Informer les dispensateurs de soins davantage à ce sujet leur mettrait déjà du baume au cœur.
- Il faut recourir à des canaux de communication modernes, nouveaux et le ton pourrait être un peu plus ludique et interactif.
- Le message ne concerne pas la santé en ligne "en tant que telle" mais ce que le patient peut gagner s'il accepte de partager les données le concernant et incite les dispensateurs de soins qui le suivent à le faire ainsi qu'à utiliser davantage les services de santé en ligne (par exemple le dossier médical personnel (PHR), la santé mobile,...).
- Cette communication devrait se faire de préférence dans le cadre de la promotion d'un service concret ayant une grande valeur ajoutée soit pour les professionnels soit pour les patients, en mettant en exergue le contexte et les avantages de l'e-Santé.

#### De quoi s'agit-il ?

Pour commencer, d'une ou plusieurs séances de 'brainstorming' au cours desquelles des représentants de certains acteurs et leurs propres experts en communication ou des experts externes établiront un plan annuel répertoriant diverses initiatives, différents canaux, messages et les personnes concernées.

Ce plan est revu trimestriellement (par exemple) et est prolongé d'un trimestre afin que tous les intéressés aient une vue d'ensemble des diverses initiatives prises par divers groupes et via divers canaux.

Ceci permet de communiquer mieux et davantage sur les thèmes importants pour le patient et d'apporter une réponse aux questions ou aux doutes qui

<p>bestaan (zie AP 11.1 hierboven).</p> <p><u>Wie:</u></p> <p>IKW &amp; Projectmanager (lead) + eHealth-platform + FOD + RIZIV + beroepsorganisaties van zorgverstrekkers + patiëntenverenigingen en ziekenfondsen + gemeenschappen + communicatie-experten...</p> <p><u>Wanneer:</u></p> <p>Vanaf nu tot eind 2018: iteratief proces en stelselmatige communicatie.</p> <p><u>Meten:</u></p> <p>Onrechtstreeks: opleveren en actualiseren van jaarplan communicatie + output van de initiatieven.</p> <p>Rechtstreeks: meten / peilen van de parate kennis terzake bij het publiek en de zorgverstrekkers.</p>	<p>subsistent (voir PA 11.1. ci-dessus).</p> <p><u>Qui :</u></p> <p>Le groupe de travail intercabinets (lead) &amp; chef de projet + la plate-forme eHealth + le SPF + l'INAMI + des organisations professionnelles de dispensateurs de soins + des associations de patients et des mutualités + les Communautés + des experts en Communication,...</p> <p><u>Quand :</u></p> <p>À partir de maintenant jusque fin 2018 : processus itératif et communication systématique</p> <p><u>Mesure :</u></p> <p>Indirectement : fournir et actualiser le plan annuel de communication + résultat des initiatives.</p> <p>Directement : mesurer / évaluer la connaissance en la matière qu'ont le public et les dispensateurs de soins.</p>
---	---