



CHR Citadelle

iHospitals by Mediawind : des solutions d'affichage dynamique pour les établissements de santé

Mediawind propose à ses clients une offre globale pour tous leurs besoins en matière de communication audiovisuelle. Développant régulièrement de nouveaux concepts, les équipes de Mediawind conçoivent les solutions digitales de demain. Celles-ci répondent parfaitement aux problématiques en constante évolution avec le développement de leur activité tout en respectant leur identité propre. Tous les projets sont pensés et peuvent être réalisés de façon transversale afin de fournir une réponse globale et cohérente correspondant à toutes les attentes. Mediawind est à la fois concepteur, intégrateur et développeur de toutes ses solutions. Cette force lui permet de garantir une réactivité optimale dans l'adaptation ou le développement d'offres existantes ou nouvelles. Fort de son expérience acquise depuis de nombreuses années dans le secteur Soins de Santé, Mediawind a développé le concept iHospitals. Conçues pour répondre aux besoins de ce secteur exigeant et spécifique, les solutions d'affichage iHospitals sont pensées et développées afin d'en faciliter leur usage.

Présentation avec **Olivier Coolen**, Administrateur délégué



La société Mediawind...

Olivier Coolen : Mediawind est une société de communication audiovisuelle spécialisée dans les solutions d'affichage. Le développement de nos activités intègre les pôles de diffusion de médias sur divers supports multimédias (projecteurs, écrans LCD, etc.) mais aussi des réflexions sur des solutions de communication globales impliquant la forme (matériels utilisés, clientèles ciblées, etc.) et le fond (contenu, méthodes de diffusion, etc.). Nous avons également des missions de support, d'installation et de service après-vente auprès de nos clients.

Quels sont les profils de vos collaborateurs ? Comment sont composées vos équipes ?

O. C. : Les équipes sont composées de profils techniques nécessaires à l'implantation de solutions matérielles. Nos développeurs conçoivent et améliorent au quotidien nos produits en les adaptant, si nécessaire, aux demandes du client. Nos graphistes proposent différents contenus et moyens de diffusion. Pour finir, nos profils technico-commerciaux ont un rôle de consultants, d'écoute et de conseils auprès de nos clients.



Quels sont les enjeux de la communication dans le secteur hospitalier, notamment en matière d'information ?

O. C. : Ces enjeux sont très importants dans la mesure où il existe différents types de communication à l'hôpital avec des profils liés, ou non, au patient. La communication complexe a recours à un lexique très médical, elle est plutôt réservée aux échanges entre professionnels de santé et spécialistes. Une autre communication, tout aussi importante, concerne l'information directe apportée au patient sur le déroulement de son séjour, les bonnes pratiques, son parcours de soins et les étapes après hospitalisation. Cette communication doit être simplifiée, claire et efficiente afin que le patient soit convenablement guidé et renseigné. L'objectif est véritablement d'encourager et de favoriser son autonomie durant le parcours de soins.

Dans quelle mesure les nouvelles technologies ont-elles modifié les actions de communication de l'hôpital ?

O. C. : Les nouvelles technologies ont poussé les établissements hospitaliers à mettre en place des pôles dédiés à la communication en interne. Les hôpitaux ont développé divers supports, notamment digitaux, et éléments d'affichage permettant un gain de temps considérable dans l'information délivrée au patient, particulièrement grâce à des écrans de diffusion situés dans les espaces d'attente. La communication « sauvage » (affiches, etc.) utilisée précédemment s'est avérée peu efficace car largement improvisée et souvent plus déroutante qu'indicative pour le patient. Le digital a permis de centraliser les actions de communication de l'hôpital vers des points stratégiques de diffusion de l'information. Outre ces équipements, les nouvelles technologies ont impacté toute la culture hospitalière. Le rôle premier de l'hôpital sera toujours le soin mais la communication et l'information au patient prennent une importance croissante, notamment dans le cadre de son accompagnement à distance et de son suivi à domicile. Enfin, l'hôpital a un rôle social majeur à l'origine du concept iHospitals développé par Mediawind. L'entreprise dispose d'un marché

dédié à l'audiovisuel en soins de santé pour répondre à cette réalité du terrain. Elle facilite et optimise les échanges entre les professionnels de santé, l'hôpital et la patientèle.

Les hôpitaux prennent-ils conscience de l'importance de bien communiquer ?

O. C. : Les établissements sont désormais conscients de l'importance croissante de la communication. Les institutions multiplient les efforts pour disposer d'équipements et de supports d'affichage de qualité. Après une amélioration de leurs sites internet et de leurs outils de communication réseau, nous constatons depuis près de deux ans une accélération des démarches visant une optimisation de la communication au patient à l'intérieur des structures hospitalières. Face à ces enjeux et aux projets naissants, Mediawind souhaite accompagner les acteurs hospitaliers grâce à l'expertise de ses équipes et leur compréhension du domaine de la communication et de l'information audiovisuelle en santé.

Comment Mediawind accompagne-t-il les établissements dans leur façon de mieux communiquer ?

O. C. : Mediawind organise son accompagnement des établissements hospitaliers sous forme d'ateliers de réflexions regroupant les hôpitaux qui participent déjà ou souhaiteraient participer à la communication digitale. Durant ces échanges, nous les renseignons sur la nature des messages diffusés en salle d'attente et les retours attendus de la part de la patientèle. Les collaborateurs de Mediawind sont donc à la fois médiateurs et agents de terrain et doivent créer une communauté de professionnels impliquée dans la mise en place de solutions de communication et la valorisation des messages diffusés. Pour améliorer nos réponses, nous réalisons des audits auprès de plusieurs hôpitaux et disposons d'une grande expertise du terrain sur le plan média pour mieux conseiller les professionnels hospitaliers.



CHwapi



CHIREC

Comment collaborez-vous avec les équipes hospitalières dans la création de contenus de communication ?

O. C. : Nous faisons appel à des spécialistes disposant d'une grande expérience du secteur hospitalier, et particulièrement de l'exercice de terrain. En côtoyant ces professionnels et en intervenant au sein même des établissements de santé, nous avons appris le langage hospitalier et les besoins des équipes de la plupart des hôpitaux en Belgique. Cette expérience de terrain nous permet d'alimenter nos échanges avec nos clients en leur apportant une vision extérieure à leurs pratiques. Tous les trois mois, nous organisons des tables rondes impliquant les hôpitaux avec lesquels nous collaborons. Durant ces rendez-vous, nous abordons en profondeur le développement de leurs actions de communication et la valorisation de leurs messages.

Comment utilisez-vous les retours des patients pour améliorer les messages diffusés ?

O. C. : L'amélioration des démarches de communication grâce aux retours des patients est déjà un volet développé mais il sera pleinement opérationnel à partir de 2018. Nous avons préféré, dans un premier temps, réaliser plusieurs audits pour définir précisément la perception de ces messages par le patient durant son parcours de soins à l'hôpital. A terme, nous souhaitons repérer les meilleures pratiques à mettre en place pour garantir la bonne réception du message en fonction du public visé, du lieu de diffusion et du support choisi.

Comment définiriez-vous votre solution iHospitals ?

O. C. : iHospitals est le résultat d'une réflexion globale des équipes de Mediawind sur le secteur de la santé. Avec notre quinzaine d'années d'expérience dans le domaine de l'affichage, nous sommes en mesure de repérer les besoins et d'identifier les demandes très ciblées des acteurs du monde hospitalier. A partir de ce constat, nous avons développé une réponse qui est à la fois un concept et une solution software servant les médecins, les services, les parcours de soins et l'orientation du patient. Notre objectif est véritablement de rendre l'hôpital le plus efficient possible en matière d'information et de signalisation, l'orientation du patient restant une des missions principales de nos solutions de signalétique

digitale. Nous avons développé un « market », un pôle de communication comprenant une plateforme d'échanges de médias. En partenariat avec plusieurs associations, nous encourageons et organisons grâce à cet outil la communication et le partage d'informations entre utilisateurs.

Quels sont les avantages de cette solution pour un établissement de santé ?

O. C. : La solution iHospitals est une réponse globale adaptée aux besoins des professionnels de santé. Elle a de nombreux avantages sur les plans logiciel et média. Nous pouvons inclure dans iHospitals des informations très spécifiques car, contrairement à d'autres solutions, nos équipes s'adaptent au fonctionnement et aux demandes de l'hôpital pour proposer une solution personnalisée. L'ensemble de nos clients et de nos projets dans le domaine hospitalier profite de notre longue expérience sur le secteur. Tous évoluent avec le développement de notre solution iHospitals et de sa communauté d'utilisateurs. Tous les travaux de nos équipes avec des associations et des médecins généralistes, entre autres, donnent lieu à des informations diffusées sur le « market » au bénéfice de tous les établissements impliqués. Cette communauté grandissante impliquant de nombreux groupes hospitaliers permet des démarches et des actions de communication facilitées.

Comment assurez-vous la gestion du contenu de cette solution ?

O. C. : Mediawind assure la gestion des médias créés en interne. Nous collaborons également avec plusieurs « publishers », des associations culturelles ou médicales souhaitant diffuser du contenu. Ainsi, iHospitals bénéficie des travaux des équipes de Mediawind chargées de la diffusion ainsi que des travaux de tous les intervenants et professionnels médicaux diffuseurs. La plateforme met donc à disposition des hôpitaux des médias à des formats adaptés comprenant des informations utiles. Tous ces échanges sont articulés autour de l'outil Greenplayer, une application développée par Mediawind pour l'affichage de communications digitales. Cet outil d'affichage, présent pour plusieurs secteurs d'activités (transports, communications, etc.) peut être orienté vers le secteur médical et répondre précisément aux besoins des hôpitaux s'il est accompagné de notre solution iHospitals.

Dans quelle mesure votre expérience dans d'autres secteurs d'activité vous permet-elle d'améliorer vos réponses développées pour les acteurs de la santé ?

O. C. : Nos réponses allient très régulièrement une grande complexité, un haut niveau technologique et un matériel de pointe. Notre expérience dans le secteur du transport, par exemple, nous permet d'améliorer notre application, notamment par une plus grande stabilité. Nous développons continuellement nos produits en parallèle, par le renforcement de notre outil Greenplayer.

Comment Mediawind accompagne-t-il les professionnels hospitaliers dans une meilleure diffusion de leurs informations ?

O. C. : À travers l'organisation d'ateliers, nous faisons profiter nos clients de nos retours d'expérience et de notre expertise en matière de constitution et de diffusion de l'information. Nous organisons également des formations spécifiques une à deux fois par mois dédiées à l'utilisation des différents outils disponibles. Ces classes nous permettent de renseigner nos clients sur les pratiques les plus adaptées à leurs besoins. Outre ces formations, l'outil Greenplayer permet la réalisation d'audits des parcs d'équipements et du fonctionnement des établissements hospitaliers. Nous disposons donc de solutions apportant à nos équipes un suivi en temps réel de l'état des systèmes, des serveurs et des lecteurs de nos clients favorisant la mise en place rapide d'actions de maintenance et de dépannage.

Quelle est la nature de votre collaboration avec le CHIREC, notamment dans le cadre de son projet Delta ?

O. C. : Notre collaboration est essentiellement dédiée au développement de solutions de communication digitale. Nous travaillons avec le CHIREC depuis plusieurs années. Il s'agit d'ailleurs du premier hôpital avec lequel nous avons débuté nos réflexions autour de la communication digitale. Ce partenariat représente donc la première pierre de l'édifice que constitue aujourd'hui notre concept global de communication audiovisuelle dédié à l'hospitalier. Dans le cadre du projet Delta, nous couvrons tous les supports de communication de l'établissement, y compris la livraison des écrans 4K des blocs opératoires placés par les équipes d'Econocom®. Le logiciel, quant à lui, bénéficie de nos réflexions liées à la communication digitale pour la signalisation et la diffusion de renseignements. Nous avons également conseillé l'établissement dans son choix de matériels et de solutions d'affichage en fonction de ses exigences.

Dans quelle mesure ce nouvel hôpital Delta représente-t-il une vitrine pour les solutions de Mediawind ?

O. C. : Le bâtiment Delta représente une vitrine à l'image de tous les hôpitaux avec lesquels nous collaborons. La réussite de notre concept iHospitals et de Mediawind résulte de notre approche basée sur l'expérience de terrain et la réponse à des problématiques très concrètes. Après 15 ans d'expérience dans le secteur hospitalier, notre objectif est d'apporter rapidement pleine satisfaction aux établissements auprès desquels nous intervenons, quelles que soient leurs besoins, leur taille et leurs capacités.

Comment envisagez-vous de faire évoluer votre offre ?

O. C. : La communication digitale évolue, notamment à travers les solutions d'affichage et la multiplication des supports. Dans ce contexte, nous souhaitons renforcer notre positionnement dans le secteur de la communication médicale afin de regrouper une communauté toujours plus large engagée dans l'échange et le partage d'informations. Ce développement nous permettrait de disposer d'un nombre croissant d'informations médicales et de faciliter les échanges entre établissements

hospitaliers. Nous voulons également agir dans le développement du suivi du patient à domicile, un point sur lequel nous pouvons tout à fait intervenir en tant qu'experts de la communication. Outre les hôpitaux, les acteurs de santé de la ville ont des rôles très importants dans le suivi du patient après son hospitalisation. A terme, nous espérons pouvoir faciliter la communication dans divers lieux stratégiques pour accompagner et aider au mieux les patients durant leur parcours de soins.

Comment envisagez-vous l'évolution de la communication au sein de l'hôpital de demain ?

O. C. : L'hôpital a un rôle centralisé au sein des villes et des communes ainsi qu'auprès des citoyens. A l'avenir, ce rôle va s'étoffer et cela impliquera une amélioration de la compréhension de l'information par le patient. Aujourd'hui, des outils comme Internet fournissent des renseignements souvent erronés qui inquiètent parfois inutilement la patientèle. L'automédication en réponse à ces informations incorrectes peut elle-même entraîner des complications. Dans ce contexte, l'hôpital de demain devra renforcer ses liens avec les patients en communiquant plus simplement et rapidement tout en favorisant et facilitant les échanges. Le rôle de l'hôpital est également social. De ce fait, il doit communiquer sur des événements et des initiatives liées à la santé mais proposées par des acteurs externes (associations, organismes culturels, etc.). L'hôpital deviendra alors un pôle central de communication sur son territoire.



CHIREC