

Fiche pédagogique

Le Cclin et les Arlin du Sud-Est ont conçu une campagne complémentaire de la journée nationale organisée chaque année par le Ministère de la Santé.

Des outils de communication et des outils pédagogiques sont mis à votre disposition. Cette démarche s'appuie sur le concept de la communication engageante et insiste sur les 5 indications de l'OMS.

Ainsi, **l'engagement** de chaque professionnel sera recherché afin d'agir sur son comportement : optimiser l'utilisation des produits hydro-alcooliques (PHA), **les utiliser au bon moment, à bon escient, correctement, dans tous les lieux de soins.**

Public

Tous les professionnels de santé, patients, résidents et usagers.

Objectifs

► Pour les professionnels de santé

- s'engager à réaliser une hygiène des mains en privilégiant l'utilisation des (PHA),
- les utiliser au bon moment, à bon escient, correctement, dans tous les lieux de soins.

► Pour les patients, résidents et usagers

- apporter des informations sur l'hygiène des mains (HM) et notamment l'utilisation des PHA,
- impliquer l'utilisateur à réaliser une hygiène des mains, au bon moment, à bon escient, correctement.

Méthode

1. Des outils de communication pour informer, animer et engager

- **Une affiche d'annonce** : « La sécurité au cœur des soins - Des mains propres un soin plus sûr. Je sais pourquoi, je sais quand, je sais comment. Je m'engage, et vous ? » pour annoncer l'évènement dans un hall d'accueil, sur le lieu d'animation...

- **Trois affichettes** déclinant le : « je sais pourquoi », « je sais quand », « je sais comment ». Elles apportent en quelques mots clés, les arguments essentiels, les pré-requis, les indications et la technique de l'hygiène des mains par friction avec des PHA.

Elles sont à utiliser en complément d'une affiche d'annonce sur le lieu d'animation.

- **Une affiche d'annonce personnalisable** : elle peut être imprimée en couleur ou en noir et blanc. Vous pouvez donc inscrire sur cette affiche la date, le lieu de cette journée, ajouter votre logo...

- **Des autocollants**: afin de promouvoir cette action, à placer dans un ascenseur, hall d'accueil, salle de soins, salle à manger ...

► Des chartes d'engagement pour les professionnels

- 2 versions au choix pour qu'ils s'engagent à réaliser une désinfection des mains par friction quand il faut, comme il faut et une version pour qu'ils s'engagent à impliquer l'utilisateur (patient, résident, visiteur) à réaliser une hygiène des mains.

- une feuille d'émargement pour chaque charte : le professionnel de santé concrétise son engagement en signant **librement** (pas d'obligation) la feuille d'émargement (nom, prénom, service, date). Cette feuille peut être affichée afin d'être rendue **publique**.

- **Des badges** : affichant **l'engagement individuel** de chaque professionnel.

Ces badges sont imprimables au format étiquette et sont à coller sur la tenue professionnelle (ou civile en fonction du contexte de chaque structure).

Ils peuvent par exemple être distribués aux professionnels après avoir signé la feuille d'émargement ou une fois qu'ils ont fini d'utiliser les diaporamas ou quand ils quittent l'atelier d'animation, permettant à la fois de diffuser le message dans les services et de témoigner de l'engagement du professionnel.

2. Des outils pédagogiques pour réajuster des connaissances

- ▶ **un diaporama général** de 10 diapositives rappelant le pourquoi, les prérequis, les indications (5 indications de l'OMS) et la technique de l'hygiène des mains par friction avec des PHA.

Ce diaporama est téléchargeable sur le site du CClin Sud-Est. Il peut être diffusé en boucle en **auto-consultation** ou être présenté aux professionnels par un membre de l'équipe opérationnelle d'hygiène ou un correspondant en hygiène, comme **support de formation**.

- ▶ **des diaporamas de situations de soins**

Ce sont des diaporamas de mise en pratique, ils concernent des secteurs d'activités différents : unité de soins, EHPAD, bloc opératoire, rééducation, endoscopie, hémodialyse, radiologie, brancardage, transports sanitaires et maternité.

Ils sont tous conçus sur le principe suivant :

- *une situation de soins impliquant un enchaînement d'actes est présentée sur une diapositive avec comme question : "**indiquez à quels moments vous pratiquez une hygiène des mains par friction**".*
- *sur une deuxième diapositive les indications de l'OMS apparaissent argumentées au regard de la pratique.*

Vous pourrez choisir un diaporama en fonction de votre secteur d'activité.

Ludiques, ils permettent aux professionnels une réflexion quant aux indications de l'HM qui seront source d'échanges pour une meilleure compréhension. Les situations de soins choisies sont simples et réalistes, dans cette succession d'actes, les indications peuvent se superposer.

Ces diaporamas doivent être accompagnés par un membre de l'équipe opérationnelle d'hygiène, ou un correspondant en hygiène.

- ▶ **un quizz et son corrigé argumenté**

Il peut être réalisé individuellement ou en groupe. Le corrigé doit être présenté et expliqué permettant ainsi échanges, questionnements afin de permettre aux professionnels d'améliorer leurs pratiques.

Ce quizz peut être utilisé comme acte préparatoire (voir communication engageante).

- Les outils resteront disponibles sur notre site et seront actualisés, pouvant ainsi être utilisés à tout moment pour vos actions d'information et de formation.

- **Qu'en pensez-vous ? Qu'en avez-vous fait ?**

Dans l'onglet "L'écho des campagnes", nous vous invitons à donner votre avis sur ces outils ou faire des propositions et partager votre expérience afin de pouvoir les faire évoluer.

La communication engageante

La communication engageante est une communication qui implique, d'une part, la réception par la cible d'un **message à visée persuasive** et, d'autre part, la réalisation par la cible d'un acte ou de plusieurs **actes dits "préparatoires"**(ici port de badge). Aussi, la cible a-t-elle un double statut : un statut de récepteur, mais aussi un statut d'acteur à proprement parler.

Comment obtenir un fort engagement ?

On peut obtenir un fort engagement en jouant sur plusieurs facteurs, dont les principaux sont :

- le contexte de **liberté** dans lequel l'acte est réalisé : *un acte réalisé dans un contexte de liberté est plus engageant qu'un acte réalisé dans un contexte de contrainte (laisser le choix au professionnel de porter ou non un badge).*

- le caractère **public** de l'acte : *un acte réalisé publiquement est plus engageant qu'un acte dont l'anonymat est garanti (affichage sur la tenue professionnelle).*

- le caractère **explicite** et les **raisons** de l'acte : *un acte est d'autant plus engageant qu'il ne peut être imputé à des raisons externes (par exemple : promesses de récompenses, menaces de punition et qu'il peut être imputé à des raisons internes (par exemple : valeurs personnelles, traits de personnalité).*

Pour en savoir plus :

Joule RV, Beauvois JL. La soumission librement consentie : Comment amener les gens à faire librement ce qu'ils doivent faire. Presses Universitaires de France. 1999. 118 pages.

Joule RV, Beauvois JL. Petit traité de manipulation à l'usage des honnêtes gens. Presses universitaires de Grenoble. 1994. 229 pages.

Membres du groupe de travail :

- **CCLin Sud-Est** : Claude Bernet, Sylvie Monier, Christine Quattrociocchi, Anne Savey, Sandrine Yvars
- **Arlin Sud-Est** : Martine Besson, Evelyne Boudot, Françoise Deperetti, Nadine Khouider, Anne Lory, Catherine Payet, Muriel Lecoq, Laetitia Lyannaz, Myriam Ansell