



► Prévention

► Asso Santé Brissac Loire Aubance

7 place du Général De Gaulle
49 320 Brissac Loire Aubance

Contact : Dorothée Duquesnoy, Coordinatrice
Tél. 06.18.85.29.76
E-mail : msp.brissacquince@gmail.com



Brissac · Loire · Aubance

Une équipe

- 11 Médecins généralistes
- 3 Orthophonistes
- 12 Masseurs-Kinésithérapeutes
- 3 Sage-femmes
- 3 Pharmaciens
- 2 Chirurgiens-dentistes
- 11 Infirmiers
- 2 Pédiatres-podologues
- 1 Diététicien
- 1 Ergothérapeute

**L'équipe a été reconnue Maison de Santé
Pluriprofessionnelle en 2022⁽¹⁾**

(1) Pour être reconnue MSP, une équipe doit présenter un projet de santé devant le CATS (Comité d'Accompagnement Territorial des Soins de premier recours) de son département.

Une MSP multi-sites

2 structures juridiques

- 1 Association réunissant 50 professionnels
- 1 SISA incluant 44 professionnels





Action de prévention "Octobre Rose". L'exemple de la MSP BRISSAC LOIRE AUBANCE (49)

Contexte de l'action

La MSP de Brissac a vu le jour en 2022 et s'étend sur 9 communes. Bien qu'en multi-sites, cela n'a pas empêché les professionnels de santé de se réunir autour d'un combat commun, la lutte contre le cancer du sein. Bien au contraire !

A l'occasion du mois "Octobre Rose", la Maison de Santé Pluriprofessionnelle de Brissac-Quincé a organisé pour la première fois une action autour de cette thématique. La coordinatrice, Dorothée Duquesnoy, a accepté de nous (vous) dévoiler les étapes par lesquelles ils sont passés pour construire un tel projet : planning, implication de l'équipe, public, action, outils, partenaires et budget...

Zoom sur ce projet pluriprofessionnel de cette jeune MSP.

Au commencement

Dans le cadre de l'écriture de leur projet de santé, l'équipe de la MSP avait mis en évidence que de nombreux thèmes de prévention des maladies étaient quotidiennement abordés lors des consultations, mais de façon plutôt individuelle. Depuis la création de la maison de santé, les professionnels ont souhaité se mobiliser autour d'actions de prévention collectives dans le but d'apporter un discours commun, de mutualiser leurs actions et d'agir sur la santé de la population.

Au décours d'échanges officieux, 2 thèmes ont été évoqués : prévention des cancers ou vaccination. L'équipe a profité de l'Assemblée Générale de Mars 2023 pour inviter les professionnels de la MSP à choisir une des 2 thématiques : ce sera donc prévention du cancer.

C'est ainsi qu'un groupe de travail s'est constitué, composé de 8 professionnels : une infirmière, 2 pharmaciens, une sage-femme, un médecin généraliste, un masseur-kinésithérapeute, une diététicienne et la coordinatrice de la MSP.

De l'organisation et gestion de projet..

Fort de son expérience en méthodologie de projet "protocole", acquit via l'atelier suivie à l'APMSL, Dorothée a su transmettre ses connaissances à ses collègues afin de faciliter l'élaboration du projet "prévention".

C'est ainsi que l'action a vu le jour en seulement 6 mois (de Mars à Octobre 2023).

Le groupe de travail s'est réuni à 3 reprises entre 1h et 1h30 maximum. Il fallait donc être efficace : ordre du jour déterminé à l'avance et répartition des rôles (animateur/ maître du temps/secrétaire) étaient de mise.

Les bonnes pratiques pour un groupe de travail

1. Organiser une réunion : date, lieu, objectifs et ordre du jour
2. Animer la réunion : 3 rôles essentiels à définir en amont :
 - Le pilote : prépare, anime et coordonne la réunion
 - Le rédacteur : écrit les compte-rendu
 - Le maître du temps : gère le timing de la réunion
3. Rédiger le compte-rendu : doit apparaître la date, le lieu, la durée, les objectifs, l'ordre du jour, l'identité des 3 rôles, liste des participants présents et excusés, et la synthèse des échanges et des prises de décision.

Dans un premier temps, il était important de partir sur des bases communes : définir ce que chacun entend par le terme "Prévention", identifier les sources de motivation et lister les forces et les faiblesses de l'équipe et du territoire face à cette thématique.

Après s'être tous mis en accord sur une vision commune, une question persistait : prévention du cancer, ok mais lequel ? Prostate, HPV, sein, colorectal, testicule...

Malheureusement, la liste est longue. Soutenu par leur délégué territorial de la CPAM et suite à plusieurs contraintes en interne, ils ont donc choisi de relayer localement la campagne nationale "Octobre Rose" pour leur première action de santé publique.

La seconde réunion portait principalement sur le squelette de leur action : les objectifs ! Principal, secondaires, opérationnels... Les idées fusent, les réflexions s'emmêlent, la motivation donne des ailes, mais il faut choisir et trouver un consensus.

C'est le maître mot du collectif.



Action de prévention "Octobre Rose". L'exemple de la MSP BRISSAC LOIRE AUBANCE (49)

Dans un troisième et dernier temps, le groupe s'est réuni pour définir le budget alloué à cette action et les moyens de communication. Une liste des frais potentiels a donc été élaborée : indemnisation pour le temps passé en groupe de travail, indemnisation des professionnels se mobilisant le jour de l'action, multiples locations envisagées, affiches, goodies, etc...

Tout au long de ce projet, les autres membres de la MSP étaient progressivement informés des avancées du groupe de travail.

*"Les professionnels étaient curieux et demandeurs d'informations complémentaires. J'ai donc rédigé à la hâte une newsletter « édition spéciale » explicitant le projet et leur nécessaire implication."
(Dorothee Duquesnoy)*

... à l'action !

Le mois d'Octobre est enfin arrivé. Toute l'équipe de la MSP est sur les starting blocks et a suivi de près l'évolution du projet. Muni de leur T-shirt rose floqué, ils affichent la campagne "Connais tes citrons" dans leur salle d'attente respective ou leur voiture, pour les professionnels faisant des visites à domicile, et décorent les pharmacies de ballons et fanions.

Il a également été décidé d'agir auprès des habitants de Brissac Loire Aubance. Il était donc évident d'imaginer une action "hors les murs" et d'aller aux devants de la patientèle pour toucher un plus large public.

Ainsi, tous les jeudis matins d'Octobre, un stand s'est installé sur le marché de Brissac pour informer et sensibiliser les passants au cancer du sein.

Là aussi, les professionnels de la MSP ont répondu présents et se sont mobilisés, bénévolement. Un buste d'auto-palpation, mis à disposition par l'APMSL, la Ligue contre le cancer et le CRCDC, était disponible afin que les personnes volontaires puissent s'exercer à la détection de tumeurs.

Avec l'aide de la Mairie, barnum, table et chaise étaient prêtés, certains goodies étaient fabriqués par des membres de la MSP (nœuds roses et lingettes), ce qui a permis de baisser considérablement le coût de l'action.

*"Se procurer des bustes d'autopalpation n'a pas été simple. Nous avons fait appel à 3 organismes différents : La ligue, l'APMSL et le CRCDC. Il a fallu jongler pour aller chercher les bustes, les rapporter, veiller à en prendre soin..."
(Dorothee Duquesnoy)*



Clap de fin

Le mois d'octobre touche à sa fin et il est temps de clôturer ce chapitre. Sans surprise, conclusion rime avec... évaluation !

Un google Forms a été diffusé à l'ensemble de l'équipe afin de récolter leur retour concernant le port des T-shirts, leur participation (ou non) aux stands et l'impact de cette action quant à leur exercice professionnel.

Le verdict est sans appel : 100% des répondants (soit 25 professionnels) souhaitent réitérer l'action en 2024, avec des suggestions d'amélioration.

Ci-après, une compilation de leur retour quant à l'intérêt de mener une action de santé publique en MSP :

- **D'un point de vue individuel** : permet une reprise des dépistages interrompus lors du COVID, permet de penser au dépistage de façon systématique ce mois-ci, donne l'impression d'être utile, permet de monter en compétence.
- **D'un point de vue pluriprofessionnel** : permet d'échanger avec les autres professionnels sur leur approche respective, apporte de la convivialité, de la pluridisciplinarité et de l'interconnaissance.



• **D'un point de vue usagers** : suscite des questionnements, lance le sujet et amène l'échange sur la prévention, permet de toucher une autre population.

Malgré ces avantages et la pertinence de cette action, il ne faut pas oublier que le sujet reste sensible.

Dorothee nous explique :

"Il y a une certaine réticence à évoquer le risque de maladie. On se rend compte, en allant interpellier les gens que beaucoup sont ou ont été touchés par le cancer du sein. Parfois, notre présence a permis d'engager le dialogue sans aller jusqu'à la palpation sur buste. Les femmes confient avoir peur de ce qu'elles pourraient trouver..."

En parallèle, un professionnel de santé de la MSP écrit en commentaire du questionnaire :

"Je pense que nous sommes les premiers à pouvoir parler du mot cancer en rassurant et donc la prévention et l'information est pour moi ultra-importante. Et octobre rose permet de mobiliser les gens et de faire la lumière sur ce qu'il se fait et sur les différents professionnels et connaissances que l'on peut mettre au profit de nos patients".



Pour résumer :

- ▶ **Population cible** : public adulte Brissac Loire Aubance
- ▶ **Objectifs** : Améliorer le niveau d'information des habitants sur cette thématique, mobiliser les professionnels de la MSP, créer et faire vivre un partenariat local.
- ▶ **Outils et supports utilisés** : barnum, chaises et tables, bustes d'autopalpation, Affiches "Connait tes citrons", Fanions, ballons, bracelets et crayons, lingettes, nœuds, T-shirts.
- ▶ **Partenaires** : Ligue contre le cancer, CRCDC, APMSL, Mairie, tous les PS de la MSP, médias locaux
- ▶ **Communication** : en interne via WhatsApp et Newsletter, en externe via articles dans bulletin municipal et la Presse Quotidienne Régionale
- ▶ **Budget** : entre prêts, bénévolat et conception des supports DIY, seul l'achat et le flocage des T-shirt ainsi que le temps passé en groupe de travail ont été financés, sur l'ACI de la MSP.
- ▶ **Evaluation** : 3 tenues de stand, 18 PS mobilisés sur les stands. Sur 25 professionnels répondants : 88% sont satisfaits d'être intervenu bénévolement, 80% des professionnels sont satisfaits du port du T-shirt sur 1 mois, 84% des professionnels ont évoqué davantage le dépistage que d'habitude, 100% souhaite maintenir l'action pour 2024.