

## DIALOGUE ET PARTAGE DE L'INFORMATION AVEC NOS PARTIES PRENANTES

L'ANSM est fortement mobilisée dans la poursuite de son engagement en matière d'information de ses publics. En 2022, l'Agence a franchi une nouvelle étape dans ses interactions avec ses publics avec la création d'un réseau de correspondants inédit qui permet d'engager un dialogue direct avec des médecins généralistes et des pharmaciens de terrain. Le renouvellement du comité d'interface avec les associations illustre également la volonté de renforcer la co-construction des projets.

Par ailleurs, l'Agence a poursuivi le déploiement d'une approche pédagogique de ses communications, avec une stratégie d'information de plus en plus proactive qui se manifeste à travers notamment ses relations avec les médias et ses parties prenantes, et a accentué sa présence sur les réseaux sociaux. Elle développe aussi une stratégie de communication fondée sur une vision intégrée de la communication interne et de la communication externe, qui participe fortement à l'engagement de ses collaborateurs. Cette année, tournant la page de la crise sanitaire, l'ANSM a particulièrement mis l'accent en interne sur l'engagement et a multiplié les événements pour resserrer les liens entre les agents.

### Pour en savoir plus sur l'information des publics :

<https://ansm.sante.fr/qui-sommes-nous/nos-missions/informer-echanger-avec-notre-environnement/p/informer-nos-publics#title>

### Coup d'envoi du réseau des correspondants : croiser les regards des pharmaciens et des médecins sur les produits de santé

---

L'ANSM, le Collège de la médecine générale (CMG), la Fédération des syndicats pharmaceutiques de France (FSPF) et l'Union de syndicats de pharmaciens d'officine (USPO) se sont associés pour créer un dispositif inédit de « réseau des correspondants », constitué de binômes de médecins généralistes et de pharmaciens d'officine exerçant partout en France.

L'objectif est d'enrichir les réflexions de l'ANSM de ces expériences terrain, en amont ou une fois prises une décision ou des mesures de sécurisation de l'utilisation de produits de santé. Les binômes peuvent également faire remonter des problématiques, des idées ou des initiatives issues de leur quotidien.

Sollicité au travers de courtes enquêtes dont le thème et les questions sont décidés en concertation entre les quatre partenaires, le réseau permet de mieux connaître et prendre en compte les pratiques, les attentes et les éventuelles difficultés rencontrées par ces professionnels et leurs patients.

Les enquêtes « flash » auxquelles les correspondants sont amenés à répondre portent sur des médicaments, des dispositifs médicaux, voire des thématiques de nature réglementaire, dans l'objectif de contribuer à l'amélioration du bon usage de ces produits.

Ce réseau des correspondants, qui repose sur un partenariat entre la FSPF, l'USPO, le CMG et l'ANSM, s'est naturellement structuré en binômes médecin généraliste-pharmacien d'officine répartis dans toute la France, y compris les régions d'outre-mer. Ainsi, les correspondants représentent la médecine et la pharmacie des villes et des zones rurales.

*« C'est important que l'ANSM s'investisse au cœur des territoires, au plus près des patients et des professionnels de santé, en leur donnant la parole. Grâce à ce réseau, nous allons mieux appréhender les questionnements des médecins et des pharmaciens, la vision de chacun, nous enrichir mutuellement de nos pratiques et adapter les mesures au terrain afin de mieux sécuriser l'utilisation des produits de santé », souligne Pierre-Olivier Variot, président de l'USPO.*

Le médecin généraliste et le pharmacien d'officine sont des professionnels de santé de proximité et de confiance pour les patients. Par le recueil de leurs points de vue croisés et, indirectement, de celui des patients qu'ils accompagnent au quotidien, le réseau des correspondants permet de prendre la température du terrain à propos des décisions de l'Agence visant à favoriser le bon usage des produits de santé. Pour Paul Frappé, président du CMG, *« s'appuyer sur des binômes médecin généraliste-pharmacien d'officine pour pouvoir observer des deux côtés la même ordonnance, le même patient, le même questionnement est inédit et utile pour nos métiers et nos patients. »*

Pour sa phase pilote lors de cette première année, le « réseau des correspondants » se compose de 100 correspondants, soit 50 binômes de médecins et de pharmaciens qui se sont choisis mutuellement.

Philippe Besset, président de la FSPF, espère « *qu'à l'issue de cette phase pilote prometteuse, ce dispositif inédit va se développer, notamment en termes de nombre de binômes mobilisés pour toujours plus de représentativité* ».

Ce réseau des correspondants s'inscrit dans la stratégie d'ouverture engagée par l'ANSM depuis plusieurs années. C'est un levier complémentaire aux dispositifs existants que sont notamment les comités scientifiques permanents et les comités d'interface.

« *Le réseau des correspondants illustre une devise qui me tient à cœur : "Seul on va plus vite, ensemble on va plus loin". Sa création marque une nouvelle étape pour notre Agence qui s'inscrit ainsi toujours plus au cœur de la vie de nos concitoyens* », conclut Christelle Ratignier-Carbonneil, directrice générale de l'ANSM.

### L'ANSM toujours plus engagée avec les associations de patients et d'usagers : le comité d'interface renouvelé est lancé

---

L'Agence a réuni le 9 septembre 2022 son nouveau comité d'interface avec les associations de patients et d'usagers du système de santé. Créé en 2013, ce comité a été renouvelé afin de consolider les liens noués entre les patients et l'Agence. Sa mission : favoriser les réflexions stratégiques et transversales sur des sujets d'intérêt communs et intégrer dans ses travaux la voix des patients et des usagers de santé. Ces derniers sont également présents depuis 2019 dans les comités scientifiques permanents (CSP) et temporaires (CST), participant ainsi aux discussions et aux décisions de l'ANSM sur les médicaments et les produits de santé.

France Assos santé (FAS), acteur majeur de la représentation des patients et des usagers, participe activement à la coordination et à l'animation du comité, avec l'ANSM.

Les membres du comité d'interface sont nommés pour 4 ans. Comme le rappelle Christelle Ratignier-Carbonneil, directrice générale de l'Agence : « *Notre préoccupation première, au cœur de nos actions chaque jour, est la sécurité des patients. Depuis sa création en 2011, l'ANSM évolue pour répondre aux attentes de la société et s'est transformée jusque dans son organisation et sa gouvernance pour toujours mieux intégrer la voix des patients. Je suis profondément attachée à cette dynamique et je remercie chaque membre de ce comité* ».

À l'écoute des patients et des usagers, l'Agence est définitivement engagée dans un dialogue permanent pour être au plus proche de leurs préoccupations et de leur vécu afin notamment d'élaborer ensemble des projets qui contribuent au principe majeur de démocratie sanitaire.

« *Ce comité d'interface est un espace de co-construction et de dialogue visant à dynamiser la participation des associations et à défendre l'intérêt de tous les usagers ainsi que les victimes d'aléas thérapeutiques. France Assos Santé jouera toute sa place pour élaborer des propositions associatives et donner un nouvel élan à la démocratie en santé* », assure Gérard Raymond, président de France Assos santé (FAS).

### Communication interne : le visage d'une agence engagée

---

La stratégie de communication interne et d'accompagnement des projets stratégiques a pour ambition de :

- Tenir les collaborateurs de l'ANSM informés sur l'actualité de l'Agence au travers d'une vision intégrée de la communication interne et de la communication externe ;
- Communiquer sur sa raison d'être et donner du sens pour favoriser la compréhension et l'engagement ;
- Accompagner la politique et les grands chantiers de transformation ;
- Valoriser la démarche RSE de l'Agence ;
- Stimuler et augmenter les moments de convivialité.

Cette stratégie repose à la fois sur des événements en direct (25 en 2022) et sur le site intranet qui constitue, avec ses 3 000 000 de consultations à l'année (soit une moyenne de 250 000 vues par mois) l'outil de référence en matière de communication interne. La hausse de plus de 20 % des consultations en raison du télétravail étendu pendant la crise sanitaire s'est confirmée en 2022. Une enquête réalisée auprès des équipes pendant l'été 2022 montre d'ailleurs que l'impact de la communication interne est fortement et positivement perçu.

En 2022, au sortir de la crise sanitaire, l'objectif était de montrer l'engagement de l'Agence :

- Au service des patients, autour de multiples thèmes : innovation thérapeutique et accès précoce, expérimentation du cannabis médical, accompagnement des tensions d'approvisionnements, lutte contre le Covid-19 et Mpox, politique de santé publique en faveur du bon usage des médicaments, campagne d'information sur les médicaments pendant la grossesse etc. ;
- En Europe et à l'international, avec la présidence française du Conseil de l'Union européenne (PFUE) et le partenariat avec l'Agence africaine du médicament, au Rwanda ;
- Au service des enjeux sociétaux, avec la semaine du développement durable et le déploiement d'une politique en faveur de la sobriété, énergétique comme numérique ;
- Au service de ses équipes, avec l'adoption d'une charte d'équilibre des temps de vie ou le déploiement d'outils en faveur de l'amélioration des conditions de travail et notamment du télétravail.

Dans le même temps, un programme de journées thématiques visant à resserrer le lien entre les agents a également été mis en place :

- Journées de sensibilisation pour insuffler de bonnes pratiques, à l'image de la journée du rangement lancée en mars 2022 ;
- Engagement pour des causes, à l'image de la mobilisation intersites pour Octobre rose ou bien la collecte de sang organisée sur le site de Saint-Denis ;
- Moments de partage, pour le plaisir d'être ensemble comme les bars à glaces pour la clôture de la PFUE ou la semaine du « pull de Noël ».

L'Agence a également restitué en interne les résultats des enquêtes réalisées auprès des usagers, qu'elles portent sur sa réputation et son image ou sur ses services rendus, avec la fierté de partager que les valeurs associées à l'ANSM par ses publics sont : expertise, pertinence et sincérité.

### Publications et communications scientifiques des agents de l'ANSM

Au cours de l'année 2022, des agents ont été auteurs ou coauteurs de 28 communications scientifiques. Parmi celles-ci, 20 publications ont été publiées dans des revues internationales à comité de lecture et huit lors de congrès.

Les thèmes scientifiques de ces articles étaient la pharmacovigilance (11 articles), l'hémovigilance (huit communications, dont six dans des congrès), les essais cliniques (six articles, dont quatre en oncologie), et le contrôle des médicaments (deux articles).

Pour faciliter et harmoniser cette activité, l'Agence a mis en place la publication en interne et la mise en application de la charte des publications scientifiques de l'ANSM.

## DONNÉES 2022

- Publication de **135** actualités et de **4** communiqués de presse ;
- Diffusion de **52** newsletters ;
- **4 209 711** visiteurs uniques sur ansm.sante.fr ;
- + de **3 millions** de pages vues sur le site intranet, en augmentation de **21 %** en un an ;
- **12** webinaires d'information et d'échanges avec les professionnels de santé, les associations de patients et les exploitants et industriels ;
- + de **12 358** retombées media ;
- + de **76** interviews données ;
- Twitter : **42 510** abonnés (+ **3 321** nouveaux abonnés, soit une augmentation de **8,47 %** par rapport à 2021) ;
- LinkedIn : **99 216** abonnés (+**17 258** nouveaux abonnés, soit une augmentation de **21,06 %** par rapport à 2021) ;
- Youtube : **3 254** abonnés (+ **1 135** nouveaux abonnés, soit une augmentation de **53,56 %** par rapport à 2021).

### Evolution du nombre de visiteurs<sup>15</sup> sur le site internet de l'ANSM

Nombre de visiteurs différents*	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Janvier</b>	245 736	339 968	390 881	480 341	<b>637 185</b>
<b>Février</b>	224 603	291 605	359 406	445 591	<b>371 319</b>
<b>Mars</b>	232 338	288 563	459 741	218 867	<b>297 619</b>
<b>Avril</b>	255 681	315 315	431 090	338 698	<b>307 464</b>
<b>Mai</b>	204 675	302 681	377 966	357 502	<b>269 560</b>
<b>Juin</b>	210 248	304 458	316 969	312 843	<b>273 808</b>
<b>Juillet</b>	263 880	287 225	282 922	531 491	<b>300 323</b>
<b>Août</b>	135 397	257 573	267 409	640 879	<b>252 229</b>
<b>Septembre</b>	246 331	305 968	324 631	397 853	<b>333 312</b>
<b>Octobre</b>	275 500	330 257	346 630	362 185	<b>360 727</b>
<b>Novembre</b>	311 732	366 798	369 017	467 899	<b>402 950</b>
<b>Décembre</b>	285 741	320 397	361 533	561 140	<b>396 215</b>

<sup>15</sup> Un visiteur = une adresse IP