



©Groupe-6 architectes



L'identité du CHU à travers le projet Nouvel Hôpital

« Redéfinir les parcours des patients et les flux au sein de l'établissement »

Propos recueillis auprès de **Marie Henry**, directrice adjointe du projet Nouvel Hôpital

Dans quelle mesure le projet Nouvel Hôpital doit-il permettre de renforcer l'identité du CHU ?

Marie Henry : Le projet Nouvel Hôpital a pour objectif de renforcer l'identité du CHU par plusieurs aspects. Tout d'abord, il s'inscrit dans une volonté globale de redéfinir les parcours des patients et les flux au sein de l'établissement afin de les rendre plus lisibles pour les usagers en offrant une identité forte au CHU de Reims. Ainsi, alors que les patients ont tendance à confondre le CHU et ses « hôpitaux » emblématiques, notre objectif est de renforcer la marque « CHU » en tant qu'entité unifiée. L'établissement se déclinera donc en plusieurs bâtiments : bâtiment C - Christian Cabrol (Phase 1), Bâtiment B - Madeleine Brest (Phase 2), ou encore le « *American Memorial Hospital* ». Nous prévoyons également de renommer nos entrées, abandonnant les appellations telles que « *entrée Robert Debré* » ou « *entrée Maison Blanche* » pour adopter une dénomination plus géographique associée au nom de la rue, à

savoir « *entrée nord - rue Cognacq-Jay* » et « *entrée sud-rue du Général Koening* ». Cette approche facilitera l'orientation des patients.

Enfin, le CHU renforce son identité en introduisant de nouvelles installations et de nouveaux services en lien avec ses valeurs : le développement de l'innovation, la recherche, la qualité de vie au travail ainsi que l'excellence de l'accueil et de l'hébergement des patients

Sur le bâtiment 1, un important travail a été fait en matière de polychromie. Comment avez-vous utilisé la polychromie et le design pour faciliter le parcours patient en complément de la signalétique ?

M. H. : Nous avons travaillé la polychromie, le design, le choix du mobilier et la signalétique comme un sujet d'ensemble - ce qui n'est pas souvent le cas. Nous avons opté pour une démarche globale qui facilitera l'orientation du patient et améliorera son expérience à l'intérieur du bâtiment.

Nous sommes partis du concept de polychromie, inspiré par le thème de l'arbre, en cohérence avec notre logo. Une couleur a été attribuée à chaque étage reprenant les couleurs d'un arbre de la racine jusqu'à la cime. Ce jeu de couleurs est décliné sur l'ensemble de la signalétique du bâtiment. De même, le choix des coloris du mobilier a suivi cette ligne directrice afin de compléter et de renforcer l'efficacité de la signalétique tout en améliorant le confort des patients.

Quelles ont été justement vos réflexions en matière de signalétique? Comment êtes-vous parvenus à créer une signalétique claire, lisible et « humanisée »?

M. H. : Pour de nombreux patients, le stress, les handicaps ou les difficultés de lecture peuvent entraîner des problèmes d'orientation, malgré la présence d'indications écrites. Résoudre entièrement ces difficultés est un défi de taille ! Afin d'aborder cette question de manière exhaustive, nous avons collaboré avec un groupe de travail composé d'usagers, de professionnels du CHU et de l'équipe de conception, pour définir nos principes directeurs. Nous avons établi en premier lieu qu'il était primordial d'orienter les patients vers le bon bâtiment, en l'occurrence le bâtiment C -Christian Cabrol, puisque la signalétique est autant externe qu'interne. À l'intérieur du bâtiment, nous avons adopté différentes stratégies pour rendre la signalétique claire, lisible et « humanisée ». Nous avons associé une couleur spécifique à chaque étage, attribué une icône ou une lettre à chaque service et nous avons cherché à trouver le juste équilibre entre la transmission d'informations adéquates et une surcharge d'informations potentiellement confuse. L'objectif étant de guider le patient de manière fluide et efficace vers le bon bâtiment, puis vers le bon étage, le bon secteur, et enfin vers la bonne pièce ou salle d'attente.

Qu'avez-vous mis en place pour faciliter l'appropriation du bâtiment par les professionnels du CHU ?

M. H. : Un important travail relatif à la question de l'appropriation du bâtiment par les professionnels du CHU a été entrepris. Nous avons mis en place un groupe de travail interne au CHU, composé de professionnels médicaux, paramédicaux, administratifs et techniques, afin d'identifier leurs besoins essentiels et leurs attentes pour une appropriation réussie des locaux. Sur la base de ces besoins identifiés, nous avons développé une variété d'outils de communication permettant de toucher l'ensemble des cibles et d'utiliser des canaux très variés... Ces outils comprennent des fiches thématiques papier et numériques visant à expliquer les différents changements selon trois grandes catégories : le fonctionnement général du bâtiment (comme la nouvelle carte professionnelle), les fonctions support (logistique, repas, circuit du linge, etc.) et la prise en charge des patients (tel que le fonctionnement du salon pré-opératoire). Ces fiches thématiques, diffusées très largement aux professionnels ont également été adaptées dans un format de jeu « *les Incollables du Nouvel Hôpital* »¹.

Des visites virtuelles ont également été réalisées, permettant aux professionnels de naviguer dans les futurs locaux : blocs opératoires, secteurs de consultations et d'hospitalisations, etc.

Des journées d'information ont été organisées de façon régulière. Ouvertes aux professionnels uniquement ou aux professionnels et usagers, elles ont permis aux différents publics de venir à la rencontre de l'équipe projet Nouvel Hôpital afin de s'informer sur le projet.

D'autres supports, diffusés de façon régulière depuis le lancement du projet, sont venus compléter cette communication : les « *Le savez-vous ?* » et la Gazette du nouvel Hôpital notamment.

¹ Ce jeu, sous forme d'éventail et de jeu de plateau, contient une série de questions sur le nouveau bâtiment, telles que le nombre d'étages ou la superficie totale. Il s'agit d'un moyen ludique de s'approprier le nouveau bâtiment. Suivant le principe du « upcycling » ou surcyclage, les housses intégrant le jeu ont été conçues à partir d'anciennes blouses de professionnels recyclées et recousues par les couturières de la blanchisserie du CHU.



aerocom

votre partenaire en transport par tube pneumatique



info@aerocom-france.com

www.aerocom-france.com



Parallèlement, nous organisons des réunions régulières avec l'encadrement pour transmettre des messages et répondre aux questions spécifiques grâce à une foire aux questions. Nous prévoyons également des visites dans les services pour expliquer les changements et assurer la formation des équipes, notamment dans des domaines tels que la logistique, avec des formations adaptées et des tutoriels accessibles. Enfin, nous avons développé d'autres outils spécifiques au déménagement, notamment des guides pratiques sur les rôles et responsabilités de chacun, afin d'anticiper et de faciliter le processus d'appropriation sur le long terme. L'objectif est de rendre ce processus aussi fluide et complet que possible, reconnaissant que l'appropriation d'un nouvel environnement peut prendre du temps.

Et par les patients ?

M. H. : Pour faciliter l'appropriation du nouveau bâtiment par les patients, nous avons mis en place une commission des usagers afin de présenter le projet aux représentants des usagers, qui sont activement impliqués dans le processus. Leur contribution a été particulièrement précieuse, notamment dans des groupes de travail portant sur le choix des couleurs et du mobilier.

Des initiatives spécifiques seront également mises en place lors du déménagement, telles que la distribution de flyers rappelant la date aux patients hospitalisés ce jour-là. De plus, nous bénéficierons d'un important soutien de la presse locale pour relayer ces informations.

Comment ce travail va-t-il se poursuivre durant la phase 2 ?

M. H. : Durant la phase 2, qui se trouve actuellement en phase d'étude, nous continuerons à appliquer la même philosophie d'association des professionnels et des usagers. Nous travaillons en étroite collaboration avec eux sur la compréhension et la définition de leurs besoins des schémas et des flux cibles, ainsi que les futures organisations afin de définir les enjeux architecturaux et les agencements des locaux, tout en envisageant des adaptations et des améliorations par rapport aux pratiques actuelles.

L'objectif principal est de co-construire le projet avec les professionnels et d'anticiper les innovations, les changements de pratiques et les nouvelles organisations. Forts de notre expérience avec le bâtiment de la phase 1, nous pouvons anticiper davantage et collaborer étroitement avec les services de logistique et les services de soins pour définir les organisations logistiques cibles, qui auront un impact significatif sur le fonctionnement du bâtiment, ainsi que sur les besoins en matière d'espace, de volumes de stockage, etc. La transmission des informations tout au long du projet est un enjeu essentiel pour aider les professionnels à se projeter et ce à toutes les phases du projet. Cette communication proactive joue un rôle essentiel dans le processus d'appropriation des nouveaux locaux et le travail sur les futures organisations. Notre objectif

est de maintenir un lien constant avec les professionnels durant toute les phases, y compris en phase chantier où les professionnels sont moins impliqués directement dans la construction. Il est nécessaire de leur « donner à voir » sur l'évolution du projet et son avancée.

Quelles sont les pistes de réflexions concernant ce renforcement de l'identité via la phase 2 du projet NH ?

M. H. : La phase 2 est avant tout une continuité de notre travail. Cette approche est cruciale pour assurer un fil conducteur permettant aux équipes de se retrouver et de conserver leurs repères. Parallèlement, il est nécessaire de poursuivre le développement de notre identité en continuant la modernisation de nos installations, ainsi qu'en introduisant des éléments parfois moins visibles mais tout aussi significatifs. Notre rotonde historique deviendra une cheville de transition entre l'ancien et le moderne, entre l'adulte et l'enfant. Cette initiative contribuera à renforcer notre identité en établissant des liens harmonieux entre les différentes filières et parcours, évitant ainsi toute fracture dans notre environnement bâti. Par exemple, la création d'une galerie souterraine reliant les bâtiments actuels au pôle de médecine bucco-dentaire offrira une continuité fluide dans les parcours des patients. De plus, notre identité évoluera au gré des nouveaux projets à venir, tels que les initiatives de service.

Enfin, un aspect crucial sur lequel nous nous concentrerons dans cette phase est la signalétique et l'orientation des patients à travers le wayfinding design. L'objectif est d'améliorer la clarté de la signalétique du site pour les patients et de la rendre pérenne dans le temps, notamment en prévision des futures phases de démolition. Ce principe permettra de maintenir, sur le site, une orientation simple pour les professionnels et les usagers quelles que soient les évolutions à venir.

