

Nouvelle stratégie de communication du CHNP d'Ettelbruck

Une forte identité visuelle

Donner un nouveau visage à la psychiatrie: tel est le défi du CHNP d'Ettelbruck. Une identité visuelle et un site *Internet* très complet qui entrera en service dans les prochains jours sont, pour la direction, un moyen de réhabiliter la psychiatrie, mais aussi d'entamer le dialogue. En plaçant le patient au centre de ses préoccupations, le CHNP s'ouvre vers le monde extérieur.

■ C'est en 1855 que naquit l'hospice central. Il devint alors le refuge de tous les laissés-pour-compte du pays: aliénés, idiots, épileptiques, enfants, vieillards, malades, faibles d'esprit, infirmes, filles-mères, femmes enceintes, mendiants, vagabonds, etc.

Pendant un siècle et demi, la population n'a eu cesse de nommer l'institution psychiatrique «asile de fous», donnant donc indirectement une image négative des patients qui s'y trouvent.

Aujourd'hui encore, la maladie psychiatrique n'est pas considérée par la société comme une véritable pathologie, mais plutôt comme une défaillance de l'esprit. L'évolution de cette spécialité de la médecine depuis le XIX^e siècle a prouvé le contraire.

Et c'est dans ce sens que le CHNP veut maintenant s'orienter, en établissant une stratégie de communication qui s'intègre dans la réforme de la psychiatrie. L'ambition n'est pas négligeable, quand on sait que, d'après les statistiques, 50 % de la population sera un jour au contact de la psychiatrie. Le CHNP possède,



L'ancien bâtiment sera bientôt abandonné

(Photo: Sandrine Manuguerra)

toutes entités réunies, environ 500 lits et emploie près de 700 salariés.

Dans ce contexte, Arnaud Servais, directeur administratif, n'a pas manqué d'analyser la situation actuelle: «Le CHNP manque d'un positionnement fort. Si nous ne concevons pas activement notre image de marque, le public s'en chargera de façon arbitraire.»

Trois nouvelles appellations

Cette stratégie s'aligne sur le plan quinquennal présenté au mois d'avril dernier en présence du ministre de la Santé, Mars Di Bartolomeo, dont les trois axes sont la modernisation et la décentralisation des infrastructures, l'adaptation des concepts métiers et la «déstigmatisation» de la psychiatrie. Et, pour ce faire, une enveloppe de 110 mil-

lions d'euros a été accordée au CHNP. Le Centre hospitalier neuro-psychiatrique souhaite communiquer un seul et même message *corporate* à l'aide d'une forte identité visuelle.

La première étape a donc été de rebaptiser les trois entités qui le composent. On ne dira plus «EHP» pour les activités cliniques de réhabilitation psychiatrique, mais on dira *Rehaklinik un der Uelzecht*.

De même pour l'«EASS», qui concerne les activités de soins et d'accompagnement des personnes âgées: cette entité s'appelle aujourd'hui le «Centre Pontalize». Enfin, les activités d'accompagnement des personnes présentant un handicap mental s'appellent désormais *De Park*.

Le directeur administratif a expliqué ces changements: «Il ne s'agit pas d'utiliser des euphé-

mismes, mais de tout mettre en œuvre pour que nos résidents, patients et clients n'aient pas à souffrir de l'image souvent stigmatisée de la psychiatrie.»

Ces trois entités auront également une nouvelle iconographie. Ces logos se basent tous sur le cercle, symbole d'unité, de calme, de recentrage, d'une approche holistique du patient. Avec cette nouvelle identité visuelle, le CHNP souhaite s'affirmer en tant que centre de compétence, unique en son genre au grand-duché de Luxembourg.

Faisant partie de la stratégie de communication, la refonte profonde du site *Internet* www.chnp.lu, incluant désormais des liens directs vers les trois entités, sera en ligne dans deux jours; en français, dans un premier temps, puis ultérieurement en langue allemande.

Arnaud Servais a ajouté que le centre hospitalier avait signé plusieurs conventions avec les principaux hôpitaux, détenant eux-mêmes des lits dans leurs services de psychiatrie, et ce, en vue d'une meilleure collaboration dans le cas où les patients devraient être hospitalisés plus longtemps.

Au niveau des investissements et des projets à moyen et à long terme, le bâtiment «building» datant des années 60 sera abandonné, comme annoncé en avril dernier. Une ferme située à Putscheid vient d'être acquise pour la création d'un centre d'hippothérapie pour adolescents, et l'ancien hôtel Hiertz de Diekirch devrait vraisemblablement devenir un centre thérapeutique pour le Nord.

■ Sandrine Manuguerra