

L'innovation en cancérologie et le service rendu au patient au cœur du plan stratégique 2012-2015 d'UNICANCER

UNICANCER, le groupe créé par les vingt Centres français de lutte contre le cancer et leur fédération en 2011, a présenté son plan stratégique 2012 – 2015 lors d'un petit déjeuner de presse qui a eu lieu ce mardi à Paris.

Ce nouveau plan stratégique a pour objectifs principaux de promouvoir et actualiser le modèle de prise en charge en cancérologie des Centres de lutte contre le cancer au bénéfice du patient, de renforcer leur capacité à innover et d'améliorer leur performance économique.

Il s'inscrit ainsi dans la continuité de la Stratégie Groupe des CLCC 2008 – 2011. Cette stratégie adoptée par tous les Centres en 2007 a été marquée notamment par le lancement d'un projet médico-scientifique (PMS) fixant un socle commun aux Centres en matière de soins, recherche et formation ; la constitution d'un groupement de coopération sanitaire (GCS) de moyens réunissant tous les Centres et leur fédération ; la création de la marque UNICANCER pour donner de la visibilité au Groupe des Centres et une forte augmentation des activités mutualisées entre les Centres (cf. encadré page 2).

Selon le Pr Josy Reiffers, président d'UNICANCER : « *Le plan stratégique UNICANCER 2012 – 2015 renforce la capacité de mutualisation entre les Centres et fixe des orientations stratégiques communes à tous les établissements membres d'UNICANCER.* »

Prendre en compte les attentes des patients

Ce plan stratégique répond également à un enjeu sociétal fort : l'émergence d'un patient plus impliqué dans les systèmes de soins, plus actif et mieux informé. Ainsi, les enquêtes et travaux réalisés par l'Observatoire des attentes des patients UNICANCER ont inspiré les ambitions et les mesures des plans d'action pour construire une offre de soins au plus près des attentes des patients. « *Le service rendu au patient et l'innovation sont au cœur de ce plan stratégique, objectifs résumés dans une signature qui rassemble toute la communauté des CLCC : Ensemble, innovons toujours pour nos patients* », explique Pascale Flamant, déléguée générale d'UNICANCER.

Cinq ambitions stratégiques

Le plan stratégique UNICANCER 2012 – 2015 a été construit autour de cinq ambitions stratégiques :

1. Garder toujours une longueur d'avance. Renforcer notre positionnement sur l'innovation pour les activités de soins, la recherche, la qualité et les fonctions de gestion et d'administration
2. Développer la performance au service de tous
3. Diffuser notre savoir-faire en développant une politique d'ouverture et de partenariats avec l'environnement des Centres
4. Prendre en compte les attentes des patients pour une prise en charge humaniste
5. Accroître la visibilité des Centres

Stratégie Groupe : bilan synthétique du plan stratégique précédent (2008 – 2011)

Adoptée par tous les Centres en décembre 2007, la stratégie Groupe des Centres de lutte contre le cancer s'est concrétisée par le lancement, en avril 2011, du groupe UNICANCER. Les principales réalisations issues de cette stratégie sont :

La création d'un GCS de moyens : le groupement de coopération sanitaire (GCS) de moyens a créé un lien juridique entre les Centres et a permis de regrouper, dans une structure plus adaptée, toutes les activités qui étaient déjà mutualisées par les Centres (la recherche, les ressources humaines, la stratégie hospitalière, la qualité, les achats...).

Le PMS UNICANCER : pivot de la stratégie Groupe, le Projet-médico scientifique (PMS) a pour vocation de créer un socle commun d'actions à développer et à partager par tous les Centres dans les domaines de la prise en charge médicale.

La marque UNICANCER : UNICANCER est la marque créée pour le Groupe des Centres, afin de lui accorder une visibilité renforcée. Dans le choix de ce nom, le mot « cancer », cœur de l'activité du Groupe, s'est imposé comme incontournable. Le préfixe **UNI** symbolise l'union des hommes et des moyens et l'unicité du modèle des Centres.

Le renforcement des actions mutualisées : la période 2008 - 2012 a été marquée par un accroissement des activités de R&D UNICANCER (plus de 60 essais cliniques actifs) et par une très forte adhésion des CLCC aux marchés organisés par UNICANCER Achats (40 marchés et accords-cadres passés, avec un taux d'adhésion de plus de 80 %). La mutualisation a également concerné la démarche qualité ; le benchmarking interne et externe; les bilans médico-économiques; la mise en place d'un système d'information en ressources humaines (SIRH) commun à tous les Centres...

A propos d'UNICANCER et de la Fédération française des Centres de lutte contre le cancer

Seul groupe hospitalier exclusivement dédié à la lutte contre le cancer, le Groupe UNICANCER a été créé en 2011 par les Centres de lutte contre le cancer et leur fédération. Constituant un réseau régional et national, les Centres de lutte contre le cancer sont des établissements de santé privés à but non lucratif, participant au service public hospitalier. Ils assurent des missions de soins, de recherche et d'enseignement, avec une prise en charge en conformité avec les tarifs conventionnels et l'absence de pratiques libérales. Le groupe est porteur d'un modèle de cancérologie basé sur l'individualisation des traitements et le continuum recherche-soins.

UNICANCER est piloté par la Fédération française des Centres de lutte contre le cancer (Fédération UNICANCER). Une des quatre fédérations hospitalières représentatives, la Fédération UNICANCER a été fondée par les Centres en 1964 pour gérer leur convention collective et les représenter auprès des tutelles.

***UNICANCER en chiffres** : 20 établissements de santé, 16 000 salariés, 1,8 milliard d'euros de recettes, plus de 250 essais cliniques en cours, plus de 100 000 patients hospitalisés par an.*

Pour plus d'information : www.unicancer.fr

Contacts presse :

Karen Candau > Directrice de la communication > 01 44 23 55 66 > k-candau@unicancer.fr

Agathe Lasne > Chargée de communication > 01 71 93 67 06 > 06 18 38 96 23 > a-lasne@unicancer.fr