

CONCEPTION ET ÉVALUATION D'UNE NOUVELLE STRATÉGIE DE DISSÉMINATION DES COMMUNICATIONS DU DÉPARTEMENT DE PHARMACIE SOUS FORME DE COURTES VIDÉOS : ÉTUDE PILOTE

Apolline Adé¹, candidate au Pharm. D, Denis Lebel¹, B. Pharm., M.Sc., F.C.S.H.P, Jean-François Bussièrès^{1,2}, B.Pharm., M.Sc., MBA, F.C.S.H.P

1- Unité de Recherche en Pratique Pharmaceutique, CHU Sainte-Justine, Montréal (Québec) Canada; 2- Faculté de pharmacie, Université de Montréal, Montréal (Québec) Canada

Introduction : Les professionnels de santé (PS) sont confrontés à une surcharge d'information (p.ex. courriels, publications scientifiques, médias sociaux). Ils n'ont pas le temps d'intégrer toutes les informations et les transformer en connaissances utiles à leur pratique. Nous nous sommes intéressés à l'optimisation de la communication des informations de la pharmacie aux PS d'un centre hospitalier universitaire (CHU).

Objectif : Concevoir et évaluer une nouvelle stratégie de dissémination de l'envoi pharmacie sous forme de courte vidéo au sein du CHU.

Méthode : Étude pilote prospective de type pré-post intervention. L'envoi pharmacie a d'abord été envoyé aux PS par courriel puis sous forme de courtes vidéos. Un hyperlien vers un questionnaire en ligne anonyme était associé à chaque envoi. Le premier questionnaire visait à évaluer les perceptions des PS sur l'envoi pharmacie et leur niveau d'accord avec le fait de le recevoir sous forme de courte vidéo. Le second questionnaire visait à déterminer le degré d'appréciation de la vidéo.

Résultats : Le taux global de participation est de 5% (pré) et 12% (post). 85% des répondants en pré et post considèrent le contenu des envois pharmacie utiles ou très utiles pour leur pratique. 61% étaient intéressés de recevoir l'envoi pharmacie sous forme de vidéo. 87% des PS ayant visionné la courte vidéo la considèrent très intéressante et envisagent de visionner les futures vidéos du département de pharmacie.

Conclusion : La communication des informations de la pharmacie sous forme de courte vidéo est une stratégie de dissémination adaptée aux attentes des PS.