

## Important pour vous – bilan de la campagne 2025

La campagne « Qu'est-ce qui est important pour vous ? » menée dans le Canton de Vaud en juin 2025 visait à renforcer le partenariat entre professionnelles / professionnels de santé et patientes / patients.

### Actions entreprises

Treize hôpitaux, cliniques, EMS, CMS, réseaux de santé et associations de proches y ont pris part, soit au total 104 unités, représentant l'ensemble des spécialités médicales ambulatoires et stationnaires, la médecine communautaire, les soins aux migrants, les services médico techniques et les services d'accueil et d'information.

De nombreuses actions ont été menées pour impliquer patientes / patients et professionnelles / professionnels autour de cette question. Parmi elles : la récolte de réponses sur post-its, l'intégration de la question dans les consultations et les évaluations, des ateliers de partage de résultats et mesures d'amélioration, des séances d'information et colloques, ainsi que des actions conviviales comme un calendrier de l'Avent, un livre d'or et des repas réunissant personnel et patientes / patients. Une communication interne renforcée et une présence visible dans le hall de certains hôpitaux ont également contribué à faire de cette campagne un moment fort de réflexion et d'échange.

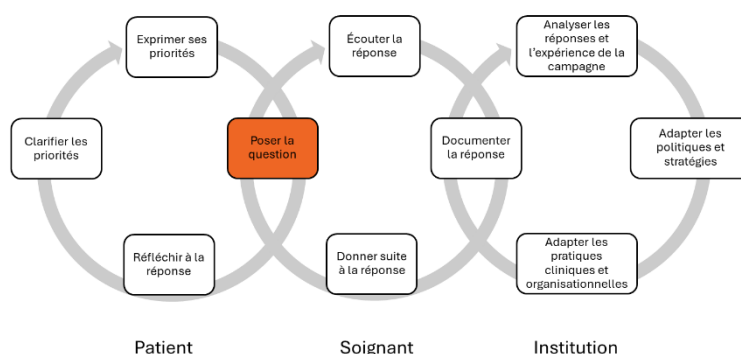
### Résultats

Les résultats de la campagne montrent un large consensus parmi les professionnelles / professionnels de santé quant à l'importance d'intégrer plus fréquemment la question « Qu'est-ce qui est important pour vous ? » dans la prise en charge. Le fait de poser la question se révèle être un outil puissant pour mettre en lumière des préoccupations, préférences et priorités souvent inattendues des patientes et patients, ce qui influence de manière significative la qualité et la pertinence des soins.

Cette question en apparence simple et banale est une opportunité pour les patientes / patients de s'émanciper de la maladie et de s'affirmer comme actrices et acteurs de leurs soins en faisant valoir ce qui compte vraiment pour elles et eux. « Je suis moi et ma circonstance », écrivait le philosophe José Ortéga Y Grasset. À l'image de cette pensée, les réponses des patientes et patients à la question « Qu'est-ce qui est important pour vous ? » révèlent une diversité de préoccupations touchant aussi bien le soin et la santé que les dimensions familiales, sociales, voire spirituelles des personnes.

La campagne a également permis au personnel de santé de prendre du recul par rapport à leurs propres objectifs et d'adopter une approche davantage centrée sur ce qui compte pour la personne soignée, renforçant ainsi la dimension démocratique des soins. Elle a valorisé le cœur de l'activité soignante, redonné du sens au travail quotidien et sensibilisé les équipes à une pratique plus participative. Cette démarche a favorisé l'implication des patients dans leur projet de soins, ouvert des pistes pour la formation, et contribué à débloquer certaines prises en charge complexes, offrant ainsi un levier précieux pour améliorer la qualité et l'humanité des soins.

Un modèle conceptuel publié dans la [Revue médicale Suisse](#) en 2025 illustre les trois cercles d'apprentissage de la campagne IPV : les patientes / patients réfléchissent à leurs priorités, les professionnelles et professionnels les intègrent dans la prise en charge individuelle et l'institution utilise les réponses pour améliorer la prise en charge au de l'organisation.



A noter également que la campagne été présentée lors de la [Journée du Réseau de la proche aidance 2025](#) à Aigle, ce qui a mis en évidence l'importance d'inclure les proches dans la campagne. Leur participation renforcerait la collaboration et la personnalisation des soins.

### **Défis et perspectives**

Les difficultés rencontrées lors de la mise en œuvre étaient la charge de travail des équipes, la difficulté à intégrer la question dans les consultations, ainsi que la crainte de susciter des attentes auxquelles il serait difficile de répondre. Au niveau organisationnel, le suivi des résultats de la campagne s'avère un défi.

Pour améliorer l'impact de la campagne 2026, plusieurs pistes d'action sont envisagées :

- Anticiper la préparation des actions en impliquant les équipes
- Privilégier des actions ciblées dans les unités plutôt que des animations dans les halls
- Clarifier la manière de formuler la question
- Intégrer cette démarche dans le dossier informatisé du patient
- Planifier l'analyse des réponses dès le lancement.
- Intégrer les proches dans la campagne.