

Les statistiques sur les installations récentes montrent qu'il n'y a pas de territoire condamné a priori au désert médical. Des médecins s'installent chaque année dans des territoires ruraux ou des quartiers urbains sensibles. Mais pas dans n'importe quelles conditions... Voici ce qu'il faut retenir pour que votre communication soit attractive pour vos futurs confrères et les outils à utiliser, selon la nature de votre projet.

Les informations essentielles à communiquer

Vos supports de communication (annonces, plaquettes, vidéos, réseaux sociaux, etc.) doivent mettre l'accent sur les **points positifs** qui comptent pour les jeunes médecins.

- **Les caractéristiques et atouts de votre lieu d'exercice**

La taille de la commune, son accessibilité par la route et les transports en commun (métro, RER, train, bus), le temps de trajet depuis Paris. Bien sûr, même si le revenu n'est pas un critère prioritaire aujourd'hui, parler de conditions économiques encourageantes (loyer ou achat) permet de rassurer les candidat(e)s à l'installation.

- **L'équipe médicale et les conditions d'exercice**

La composition de l'équipe (médecins, paramédicaux, remplaçants), la qualité des locaux, la présence d'un secrétariat et d'une salle de repos / cuisine. La possibilité d'exercice à temps partiel ou partagé (avec un EHPAD, un hôpital, une PMI...) est un plus très apprécié.

- **L'offre de services « familles »**

Les crèches et assistantes maternelles, l'offre éducative (école / collège / lycée et plus), l'offre périscolaire, sportive et culturelle (centre de loisirs, clubs sportifs et activités culturelles, cinéma, salles de spectacle ...), les espaces naturels.

- **Les opportunités d'emploi pour le conjoint**

Situer les grands bassins d'emploi pour les conjoint(e)s, dans un périmètre de 15, 30, ou 45 mn de trajet autour du territoire.

- **L'offre sanitaire environnante**

Les hôpitaux et cliniques proches, leurs offres de correspondants spécialisés, les cabinets médicaux ou paramédicaux voisins.

Ne vous limitez pas au seul territoire de votre commune, surtout si elle est modeste : un médecin ne va pas forcément habiter la commune où il exerce. N'hésitez pas à mettre en valeur l'offre existante dans un rayon plus large, comme celui de l'agglomération ou de la communauté de communes, de 10 à 20 mn autour de la commune.

Exemples d'annonces

A retrouver sur la plateforme d'annonces de l'URPS médecins.

→ [Méry-sur-Oise \(95\)](#) - commune

→ [Héricy \(77\)](#) - médecin

Les erreurs à éviter

Parler d'une patientèle très importante ou de la désertification médicale du territoire a toutes les chances d'être un repoussoir.

Les jeunes médecins aspirent à maîtriser leur temps de travail. Mettez plutôt en avant la qualité de l'accueil par les patients.

Quels outils et canaux utiliser ?

1. L'annonce sur le site de l'URPS > Annonces

Déposez une annonce sur [le site de l'URPS](#),

→ Le dépôt d'annonce est **gratuit**.

→ Le **trafic** sur le site est **important** car il propose des annonces de remplacement, très recherchées par les jeunes médecins.

→ **Surtout, l'URPS va relayer vos annonces sur d'autres canaux :**

- newsletters aux internes et remplaçants (tous les mois, 9800 abonnés),
- catalogues d'annonces remis lors de soirées jeunes médecins, etc.

Veillez à bien mentionner les différents points mentionnés page 1.

L'ajout de **photos**, de visuels d'architectes ou d'une plaquette est un plus.

2. La plaquette

Elle permettra aux médecins intéressés de se projeter sur une image concrète, surtout si votre structure n'est pas encore sortie de terre (phase de construction et de travaux). Intégrez-y tous les éléments mentionnés plus haut, et n'oubliez pas de mentionner vos financeurs (logos + mention du montant du soutien).

Votre plaquette peut ensuite être mise en ligne sur votre site, sur l'annonce URPS, sur les réseaux sociaux, diffusées lors de manifestations dans les Facultés ou soirées jeunes médecins, etc.

Exemple de plaquette

[Télécharger](#)



Comment diffuser ?

- **Les réseaux sociaux**

Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn ... sont des vecteurs intéressants pour faire connaître votre recrutement, **si vous êtes des utilisateurs réguliers.**

- **Les médias locaux et spécialisés**

Les médias locaux (presse, radio, France 3...) ou spécialisés (Egora, le Quotidien du Médecin, APM News, What's Up Doc, etc.) peuvent constituer d'excellents relais. Ces médias sont cependant très sollicités, et relaieront plus facilement une actualité liée à un événement (première pierre, inauguration, etc.) ou une actualité originale (vidéo ludique, présentation décalée, etc.). L'URPS peut vous communiquer une liste de correspondants. Ces médias sont susceptibles de vous adresser des offres commerciales pour des annonces. A vous de bien en évaluer l'intérêt en fonction du coût, de l'audience du média, de sa visibilité, de son impact auprès des médecins jeunes.

- **Les partenaires**

De nombreux partenaires peuvent être les relais de votre recherche auprès de médecins potentiels. N'hésitez pas à leur adresser votre annonce ou votre plaquette :

- **Les partenaires institutionnels** : Agence Régionale de Santé, Ordre des Médecins, Caisse d'Assurance Maladie
- **Les partenaires du milieu de la santé** : les pharmaciens, centres hospitaliers, professionnels paramédicaux, etc.

- **Les événements**

Ponctuer la réalisation de votre projet d'un certain nombre d'événements (première pierre, inauguration, etc.) permet de lui donner de la visibilité

Quand communiquer ?

Il n'est jamais trop tôt pour communiquer sur votre recrutement : **certains internes ou remplaçant(e)s peuvent projeter leur installation deux ou trois ans à l'avance.** Vous pouvez aussi impliquer les contacts très précoces dans la conception du projet, ce qui permet de les fidéliser. N'oubliez pas qu'un médecin qui entre en contact avec pour un projet d'installation a vraisemblablement plusieurs autres contacts en cours sur d'autres territoires.

Comprendre les attentes des jeunes générations de médecins

Les recommandations de ce mémo URPS s'appuie sur les conclusions de deux études récentes menées l'une par le syndicat des internes de Paris (SIHP), l'autre par le Conseil national de l'Ordre des médecins sur les aspirations des jeunes médecins en matière d'exercice professionnel.

- **Maitriser leur temps de travail**

L'équilibre entre la vie professionnelle et la vie privée est la priorité, « extrêmement important » pour 60 % des jeunes médecins, très loin devant les revenus (24%)¹. Les jeunes médecins veulent limiter leur temps de travail pour préserver leur vie de famille, au risque de gagner moins. Une part importante des nouveaux médecins sont de jeunes parents qui souhaitent aussi consacrer du temps à leur famille. 82 % des internes et une très large majorité des jeunes installés ont indiqué que l'équilibre des horaires de travail va déterminer ou avait déterminé leur lieu d'installation².

- **Travailler en équipe**

Seuls 3% des futurs médecins envisagent un exercice libéral isolé. Les jeunes médecins privilégient l'exercice libéral en groupe ou mixte libéral / salarié (72%). Le salariat hospitalier attire 17% d'entre eux et seuls 2% choisiraient le salariat en ville (centres de santé).²

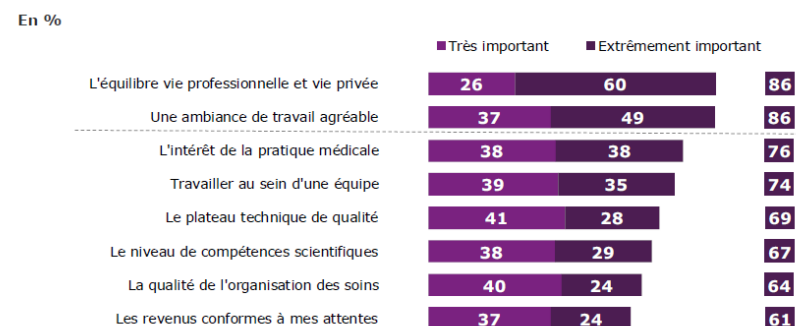
- **La qualité de vie est déterminante**

L'offre de services publics, l'offre de services culturels et sportifs, les transports, les opportunités d'emploi pour le conjoint sont les critères prioritaires des jeunes médecins² d'après l'étude réalisée par le Conseil National de l'Ordre des Médecins.

- **Les aides économiques sont peu déterminantes, mais la proximité d'hôpitaux ou d'autres professionnels est appréciée**

Pour près de 80% des nouveaux médecins installés, les aides économiques ont été sans influence ou peu importantes dans le choix du lieu d'exercice. En revanche la proximité d'autres professionnels de santé et d'un centre hospitalier est un atout, particulièrement chez les moins de 40 ans².

Des choix de carrière guidés par l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée et l'ambiance de travail



Base : Ensemble - n = 1599

Pour chacun des points suivants, veuillez indiquer s'il influence de manière importante votre choix de carrière professionnelle.



TNS Sofres
Aspirations professionnelles des jeunes médecins d'IDF
© TNS



¹ SIHP / Sofres, [Les aspirations professionnelles des jeunes médecins d'Ile-de-France](#), juin 2013.

² Conseil National de l'Ordre des Médecins, [Etude sur l'installation des jeunes médecins](#), 2018