Préface

Il est des ouvrages qui arrivent à point nommé. L'ouvrage intitulé ***« Réveiller le marketing infirmier endormi »,*** appartient à cette catégorie rare des textes nécessaires pour revitaliser les soins infirmiers à l'heure où nos espaces de prise en soin se transforment à un rythme étourdissant.

À première vue, l'association des termes marketing et Soins infirmiers peut surprendre. D'un côté, les soins infirmiers évoquent la vocation, l'écoute, la compassion, la compétence, l'empathie et l'engagement au service de l'humain. De l'autre, le marketing est souvent associé à la vente, à la publicité, à la concurrence ou à la recherche du profit. Pourtant, derrière cette apparente opposition se trouve une question essentielle. Comment mieux faire connaitre, reconnaitre et valoriser la contribution infirmière à la santé des populations ? En d'autres termes, comment rendre visible la puissance du soin infirmier dans un système de santé fortement médicalisé ?

L'auteur nous donne de comprendre que depuis de décennies, les infirmiers et infirmières occupent une place centrale dans les systèmes de santé dans le monde. Ils sont au plus près

des patients, des familles et des communautés pour éduquer, accompagner, prévenir et parfois sauver des vies. Malgré cette présence incontournable, leur expertise demeure insuffisamment intégrée et comprise par le grand public, les décideurs et les autres professionnels de la santé eux-mêmes.

C'est précisément là que le marketing infirmier trouve toute sa pertinence. Pour l'auteur, il ne s'agit pas de transformer le soin infirmier en produit commercial, ni de substituer la logique marchande à l'éthique professionnelle. Mais plutôt de donner de la visibilité a une valeur qui existe déjà. Le marketing infirmier, selon l'auteur, peut être compris comme l'ensemble des stratégies permettant de mieux communiquer sur les compétences infirmières, de renforcer la confiance de tous les acteurs du système de santé, de faire connaitre les innovations.

Dans un contexte où les besoins de santé augmentent, où les maladies chroniques progressent, où la population cherche davantage un accompagnement de qualité et dispose des plateformes intelligentes, les professionnels doivent apprendre à communiquer autrement. Autrement dit, la question devient urgente : si les infirmiers ne rendent pas visibles leurs valeurs, qui le fera à leur place ?

Cet ouvrage vient ainsi ouvrir une porte qui invite les professionnels infirmiers, les étudiants, les enseignants, les responsables des institutions hospitalières et tous les acteurs du système de santé, à regarder le marketing infirmier sous un autre angle. Réveiller ce marketing ne signifie pas réveiller une ambition commerciale. Il s'agit plutôt, d'une prise de conscience de ce que le professionnel infirmier est un acteur incontournable, opérationnel et multidimensionnel du système de santé dans la prise en soin des personnes et communautés. C'est également

accepter que la qualité d'un soin ne suffît pas toujours à faire reconnaitre celui qui le dispense. La visibilité aujourd'hui influence les perceptions, le choix et les comportements. Savoir communiquer devient une exigence et une compétence professionnelle à part entière.

Ce livre contribue largement à provoquer une dynamique nouvelle, celle d'un professionnel infirmier qui ne se contente plus d'être indispensable, compétent, mais qui ose le dire, le démontrer et le faire savoir. Le marketing infirmier n'attend peut-être pas d'être inventé, il attend simplement d'être réveillé.

Pr Sylvie Nyriam AMBOMO
Infirmière, PhD en Anthropologie de la santé
Maître de conférences
Directeur de l'ESS/UCAC