

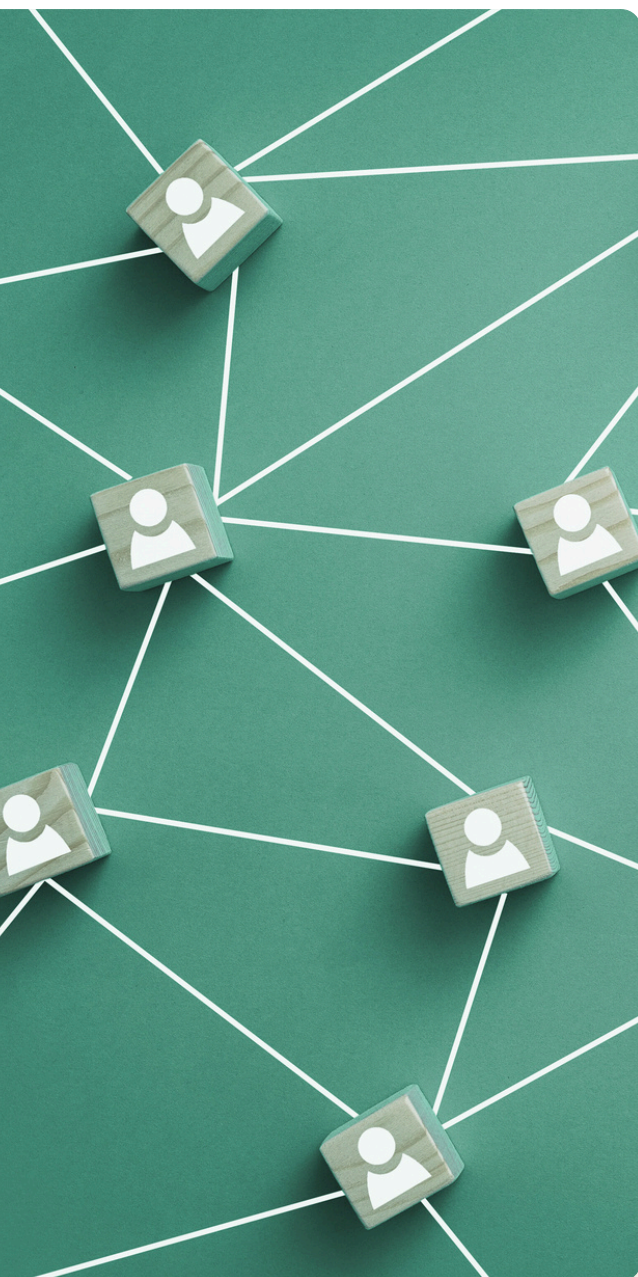


**LITTÉRATURE
& EXPÉRIENCE**
en promotion de la
santé

COMMUNICATION

dans un contrat local de santé

DES LEVIERS POUR AGIR



La collection “Littérature & expérience en promotion de la santé” rassemble les contributions de la littérature, c’est-à-dire les études, recherches et publications scientifiques, et la vision d’acteurs et d’actrices de terrain sur un sujet donné. Cette double lecture vise à permettre un ancrage des actions menées dans les connaissances issues de la recherche et une confrontation de ces dernières aux réalités et aux contextes locaux.

Ce document analyse les enjeux et les facteurs de réussite de la communication auprès des différents acteurs d’un Contrat Local de Santé (CLS). Il met en évidence plusieurs leviers d’action et présente des initiatives inspirantes menées dans la région Grand Est.

Ce document fait suite à la journée d’échange «CLS et communication – Communiquer dans le cadre d’un CLS : un moteur indispensable pour agir ensemble sur la santé» organisée par l’ARS Grand Est, le 27 novembre 2025 à Nancy, avec l’appui de Promotion Santé Grand Est. Cet événement a réuni les personnes en charge de la coordination de CLS en Grand Est et des référents CLS de l’ARS Grand Est. Le document s’appuie sur des entretiens menés en amont auprès de ces acteurs, sur les échanges issus des ateliers de la journée, ainsi que sur une analyse de littérature. Nous remercions l’ensemble des personnes participantes pour la richesse des échanges.

Dans la même collection

- Précarité alimentaire dans un CLS : des leviers pour agir
- Précarité accès aux droits et aux soins dans un CLS : des leviers pour agir
- Participation & précarité dans un CLS : des leviers pour agir
- Logement & précarité dans un CLS : des leviers pour agir

Utilisation et reproduction

Promotion Santé Grand Est autorise l’utilisation et la reproduction du contenu de ce document, sous réserve de la mention de la source.

Citation proposée

Promotion Santé Grand Est, Communiquer dans un contrat local de santé : quelques clés pour une communication efficace. Des leviers pour agir. Laxou : Promotion Santé Grand Est ; 2024. 20 p.

Photographie et illustrations : Canva

La communication dans un Contrat Local de Santé

S'il n'existe pas de consensus sur une définition de la communication, de manière générale, elle peut être définie comme un **processus d'échange d'informations entre individus**, qui implique non seulement le langage verbal, mais aussi des signes, des symboles, des gestes et des supports techniques. La communication a plusieurs rôles, tels que :

- **Partager un savoir/travailler les représentations**

Lors d'un groupe de travail, le fait que la coordination partage une analyse des conditions de logement du territoire (surpeuplement, précarité énergétique, etc.) peut amener les acteurs du CLS à percevoir plus clairement les liens entre habitat et santé, parfois absents de leurs représentations initiales.

Par exemple

- **Mobiliser/influencer**

Par exemple : Lorsqu'il s'agit de convaincre un acteur du territoire de s'engager dans un atelier du CLS, le coordinateur peut mettre en avant les bénéfices pour ses publics, s'appuyer sur des exemples d'autres territoires, ou encore rassurer quant à la charge de travail. La communication ne consiste alors plus seulement à informer, mais aussi à mobiliser et à orienter la décision du partenaire.

Par exemple



COMMUNIQUER DANS UN CLS : DES LEVIERS POUR AGIR

Les sciences sociales montrent que la nature des informations que nous transmettons peut induire un biais. La communication n'est pas neutre selon ce que nous communiquons et la manière dont nous communiquons. Elle s'inscrit également dans des rapports de pouvoir et des inégalités sociales (Bourdieu, 1982 ; Maigret, 2004).

Notre façon de communiquer et d'interpréter un message est influencée par la position sociale des acteurs en présence, ainsi que par le pouvoir qu'ils détiennent en fonction de leur rôle dans le projet.

Par exemple

Lors d'un groupe de travail ou d'une réunion de CLS, un médecin, un directeur d'hôpital ou un élu dispose souvent d'un poids symbolique plus important qu'un bénévole associatif ou qu'un habitant. Même lorsque chacun prend la parole, tous ne sont pas nécessairement écoutés de la même manière et n'éprouvent pas le même sentiment de légitimité dans leurs interventions.

Un élu ou un financeur peut bloquer ou modifier le projet en raison de priorités politiques ou budgétaires.

Une affiche ou un post sur les réseaux sociaux visant à mobiliser les habitants peut être compris et approprié plus facilement par celles et ceux qui disposent de ressources culturelles, numériques et informationnelles importantes.

D'autres personnes, moins dotées de ces ressources, risquent de passer à côté de ce type d'information.

Cela signifie que communiquer n'est pas seulement transmettre un message : c'est aussi s'adapter aux personnes, aux rôles et aux situations très différentes que l'on rencontre dans le cadre d'un CLS.

Cela souligne l'importance de distinguer les publics et d'adapter les modalités de communication ainsi que le contenu des messages pour chacun d'entre eux, à savoir :



Les élus du territoire



Les professionnels/partenaires du territoire qui contribuent ou pourraient contribuer au CLS



La population du territoire

DES LEVIERS POUR AGIR

ISSUS DE L'EXPÉRIENCE ET DE LA LITTÉRATURE

Communiquer dans un CLS

DES CLÉS D'ACTION COMMUNES AUX TROIS CIBLES



COMMUNIQUER DE FAÇON PRÉCOCE



DANS UN CONTRAT LOCAL DE SANTÉ

Il est recommandé de **communiquer dès les premières étapes du CLS**, notamment lors du diagnostic local de santé (DLS).

Organiser une réunion publique de lancement du DLS (ou un webinaire) ouverte aux professionnels et aux habitants, avec un temps de recueil des attentes.

La littérature montre qu'associer les parties prenantes dès les premières étapes du CLS, notamment lors du diagnostic partagé, renforce la communication avec les coordinateurs. À l'inverse, une invitation tardive peut créer un sentiment de décalage et limiter l'engagement actif lors des réunions (Lefevre, 2021 ; Haschar-Noé & Salaméro, 2014).

Par exemple

ANIMER DES TEMPS D'ÉCHANGE HORS DES INSTANCES FORMELLES DE GOUVERNANCE

Pour renforcer la collaboration et créer du lien entre les acteurs du CLS, il peut être utile **d'animer des temps d'échange hors des instances formelles de gouvernance**, sous la forme de groupes de travail, de cafés partenaires ou d'autres moments conviviaux de co-construction.

ÇA EXISTE !

L'initiative des Pap'Othe, portée par l'ARS Grand Est (DT 10) et la MSA Services Sud Champagne, est née avant même la signature du CLS. Lors des premiers temps de concertation, un besoin revenait systématiquement : le manque d'interconnaissance entre les acteurs du territoire. Beaucoup intervenaient sur des thématiques proches sans réellement connaître les missions, actions ou publics des autres partenaires. Pour répondre à ce constat, l'idée de proposer **des café-rencontres réguliers**, sur des formats courts (1h30 à 2h), a émergé. L'objectif était de créer un espace simple et convivial favorisant les échanges et la connaissance mutuelle. Le nom **Pap'Othe** a été choisi collectivement par les partenaires. Un sondage préalable a également été réalisé afin de définir les horaires et la fréquence les plus adaptés.

Comment se déroule un Pap'Othe ?

Les Pap'Othe ont lieu en journée, plutôt en matinée, à un rythme trimestriel, et fonctionnent sur inscription. Ils sont ouverts à l'ensemble des partenaires du territoire : élus, acteurs institutionnels, associations.... Les thématiques sont choisies en fonction des besoins identifiés par les référentes ou proposées par les partenaires. Parmi les sujets déjà abordés : l'accès aux droits, le bien vieillir, les conduites addictives. L'organisation se veut volontairement légère et peu chronophage, afin de ne pas alourdir le travail des référentes et du coordinateur CLS et de préserver la spontanéité des échanges.

Déroulé type :

- **Temps 1 : Présentations**

Tour de table permettant à chacun de se présenter.

- **Temps 2 : Partage autour de la thématique**

Chaque participant explique ses actions, que ce soit dans le cadre du CLS ou en dehors, en lien avec le thème abordé.

- **Temps 3 : Actualités du CLS**

Point d'information sur les actions ou projets en cours liés à l'axe concerné.

- **Temps 4 : Visite des locaux**

Découverte de la structure qui accueille le Pap'Othe.

DIVERSIFIER LES CANAUX ET VEILLER À L'ACCESSIBILITÉ

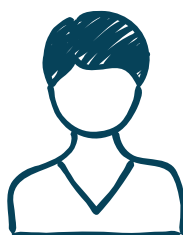
Il est essentiel de diversifier les canaux de communication pour que chacun puisse accéder à l'information.

Des outils partagés — par exemple : newsletters, comptes rendus synthétiques, drives collaboratifs, annuaires de contacts... — **facilitent la circulation de l'information et soutiennent la coordination** entre tous les acteurs du CLS



« Le mail est à privilégier. Selon moi, il ne faut pas de plateforme qu'il faut aller consulter. Il faut que les informations viennent à moi. »

Paroles d'acteurs du Grand Est



Il convient de **rester vigilant quant au choix des outils de communication**, en privilégiant des solutions accessibles à tous, en limitant l'usage des plateformes Microsoft et des outils GAFAM, et en tenant compte des limites des réseaux sociaux afin de ne pas exclure certaines associations ou participants (par exemple : compte Google ou Microsoft pouvant exclure certains acteurs de la communication).

ASSURER LA CONTINUITÉ ET LA PROXIMITÉ DANS LA COMMUNICATION

Il est nécessaire de **privilégier la régularité** en organisant des points d'étape et des temps d'échange réguliers pour maintenir le lien entre les acteurs. Il importe toutefois d'être attentif à la quantité et à la fréquence des informations transmises, en privilégiant le regroupement des messages essentiels plutôt que la multiplication de communications, qui peut nuire à leur lisibilité.

Regrouper des informations dans un mail unique mensuel plutôt que plusieurs messages dispersés.

Par exemple

Il convient également de **s'appuyer sur les relais locaux**, tels que la presse, les réseaux sociaux et les associations, mais aussi les établissements scolaires ou médicosociaux, pour atteindre tous les publics, en particulier les personnes fragiles ou isolées.



Recommandations des acteurs du Grand Est :

Les coordonnateurs et référents insistent sur la nécessité de :

- Formuler des messages courts et percutants,
- Adopter un langage vulgarisé,
- Aller à l'essentiel, quel que soit le public visé.

Une piste concrète émerge : penser la communication à deux niveaux :

- Un message central, bref et immédiatement compréhensible, qui capte l'attention et transmet l'essentiel ;
- Un niveau d'approfondissement optionnel (par exemple via un lien ou un document complémentaire) pour celles et ceux qui souhaitent aller plus loin.

VALORISER LES ACTIONS CONCRÈTES AVEC DES EXEMPLES PARLANTS

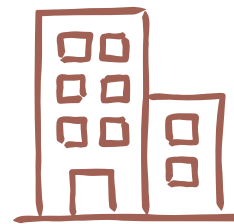


Recommandations des acteurs du Grand Est :

Pour rendre la communication plus vivante et plus ancrée dans le réel, les coordinateurs et référents proposent de :

- **Donner à voir le terrain**, en s'appuyant sur des exemples concrets portés par les partenaires ;
- **Faire entendre les voix du territoire**, en intégrant témoignages et verbatims d'habitants, de professionnels et d'élus ;
- **Miser sur des formats visuels et immersifs**, par exemple la vidéo ou tout autre support en intégrant des images du territoire.

COMMUNIQUER AUPRÈS DES ÉLUS



QUELS SONT LES ENJEUX DE LA COMMUNICATION DANS LE CADRE D'UN CLS POUR LES ÉLUS ?

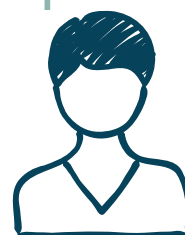
Pour les élus, la communication doit permettre de :

- **Renforcer le portage politique et l'investissement dans le CLS**

Communiquer vers les élus ne consiste pas seulement à informer, mais également à **donner du sens politique et territorial au CLS**, en montrant qu'il peut être un instrument de proximité, de visibilité, de coopération et de justice sociale.



« En tant qu'élus, je communique moi-même auprès des autres élus »
« Je leur parle d'actions concrètes et de ce que cela apporte aux habitants »
« Les éléments techniques, le côté administratif ne les intéressent pas »
« Il faut qu'ils puissent voir que cela résout des problèmes que les habitants leur évoquent »



Paroles d'acteurs du Grand Est

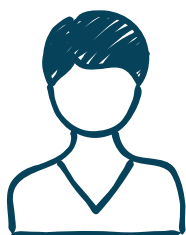
- **Déployer le CLS sur l'ensemble des communes du territoire**

Il est important que la communication ne se limite pas à certaines communes, mais qu'elle touche bien l'ensemble du territoire, notamment lorsque le CLS concerne plusieurs communautés de communes.



« Il est important que les élus de l'ensemble de la communauté de communes soient informés/impliqués. Beaucoup d'élus ne connaissent pas les fiches action du CLS, ni les acteurs. »

Paroles d'acteurs du Grand Est



LES LEVIERS DE COMMUNICATION AUPRÈS DES ÉLUS

- **Sortir d'une approche médico-centrée**

L'action des collectivités en matière de santé dépend de **leur perception de la légitimité qu'elles ont à intervenir sur ce thème**. Les élus locaux doivent envisager leur rôle dans un domaine d'action publique partagé avec l'État et d'autres acteurs territoriaux, ce qui peut conduire certains à se percevoir comme peu concernés par la santé. L'un des enjeux de la communication à destination de ces acteurs consiste donc à affirmer la pertinence de leur échelon local pour la mise en œuvre des politiques de santé. Cela sous-tend **la nécessité d'une approche en termes de santé globale**, dépassant une vision strictement médicale et biologique de la santé (Clavier, 2006).



Comment parler du CLS aux élus ?

- **Montrer que le CLS agit concrètement sur la qualité de vie, bien au-delà du seul champ sanitaire.** La santé se joue aussi dans l'aménagement du territoire et les choix locaux du quotidien :
 - Créer des parcours piétons, c'est encourager l'activité physique.
 - Améliorer le confort thermique des logements, c'est prévenir des problèmes de santé.
 - Développer des îlots de fraîcheur, c'est protéger les habitants face aux canicules.
 - Multiplier les espaces de rencontre de proximité, c'est lutter contre l'isolement et soutenir la santé mentale.

Le CLS devient ainsi un levier transversal au service du bien-être des habitants.



- **Faire du CLS un fil conducteur des politiques locales.** Il ne s'agit pas d'ajouter une politique de plus, mais d'intégrer la santé dans celles qui existent déjà :
 - Associer le service urbanisme pour penser la santé dès la conception des projets ;
 - Mobiliser les services environnement et espaces verts pour agir sur la qualité de l'air, de l'eau et le développement d'îlots de fraîcheur ;
 - Coordonner services sociaux et associations pour rompre l'isolement des personnes âgées en situation de précarité (visites, ateliers, actions intergénérationnelles...).

En ce sens, le CLS devient un outil de cohérence et de coordination, au croisement des compétences de la collectivité.

- **Mobiliser l'ensemble des maires/élus du territoire**

Les échanges avec les coordinateurs CLS du Grand Est suggèrent qu'**une communication efficace auprès des élus ne devrait pas se limiter à un unique élu référent**. Ce dernier peut servir de relais pour transmettre les informations et promouvoir le CLS auprès de ses pairs. Pour ce faire, la communication d'élus à élus est de manière générale perçue comme un vecteur efficace afin de diffuser et assurer la compréhension et l'appropriation des messages de communication autour du CLS. Il est également important, en tant que coordonnateur, de se faire identifier sur l'ensemble du territoire (en investissant par exemple les salles municipales dans les villages lors des réunions CLS).



Recommandations des acteurs du Grand Est :

Pour renforcer l'implication des élus dans un CLS, les coordinateurs et les référents suggèrent plusieurs pratiques :

- Désigner des élus porte-parole pour représenter le CLS.
- Réaliser les présentations en binôme coordinateur/référent ARS.
- Rencontrer les maires individuellement pour leur présenter le CLS.
- Identifier un élu « référent santé » dans chaque commune.
- Présenter le CLS en conseil syndical ou en conseil communautaire (selon les besoins pour une décision formelle ou un temps d'échange sur le contrat).
- Intégrer des temps de travail sur le CLS en conférence des maires.

ÇA EXISTE !

L'ARS Grand Est a produit une vidéo dans laquelle quatre élus présentent le CLS à leurs pairs, utilisée notamment à Haguenau et dans la plaine du Rhin. Ce support permet de transmettre l'information de manière directe et visuelle et peut être réutilisé : [Promotion du CLS par 4 élus GE - YouTube](#)

À la communauté de communes Argonne Meuse, la vice-présidente de la cohésion sociale présente régulièrement un bilan du CLS en commission et en conseil communautaire, en binôme avec la coordinatrice. Elle prend la parole pour expliquer concrètement ce que le CLS apporte aux habitants, en 10 minutes maximum. L'expérience montre que la communication d'élus à élus, courte et centrée sur des actions concrètes, est efficace.

• Mettre en avant la proximité vis-à-vis des habitants et la visibilité politique

La proximité avec les habitants et l'ancrage sur le territoire du CLS sont des leviers puissants pour mobiliser les élus. Ce registre peut être exploité par le coordinateur CLS. Les élus se montrent particulièrement attentifs aux actions qui concernent directement leurs administrés, et dont les résultats peuvent être présentés de manière claire et illustrée. L'engagement des élus est également fortement conditionné par **la possibilité de rendre leur action visible et valorisable politiquement.**



Comment mobiliser les élus à partir de résultats locaux et concrets ?

Dans une commune rurale, le diagnostic du CLS met en évidence une augmentation des situations d'isolement des personnes âgées.

Le coordinateur CLS propose alors, en lien avec le CCAS et une association locale, la mise en place d'un dispositif de visites de convivialité.

Pour mobiliser les élus, il présente :

- Des données locales précises issues du DLS sur les personnes âgées ;
- Le budget et les financements mobilisés ;
- Les bénéfices concrets et rapidement visibles (nombre de visites, retours des personnes visitées).

L'action est illustrée par des photos et des témoignages d'habitants.

Les élus peuvent ainsi :

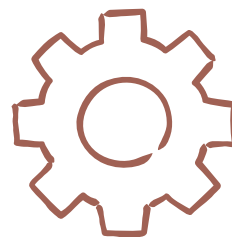
- Constater l'impact direct sur leurs administrés ;
- Communiquer publiquement sur un engagement en faveur du bien-vieillir dans leur commune.

Cet exemple montre que plus l'action est ancrée localement, illustrée par des résultats visibles et directement reliée aux préoccupations des habitants, plus elle favorise l'engagement des élus.

• Préconisations de formats, supports et canaux de communication à destination des élus :

- Des supports opérationnels et synthétiques : notes de synthèses, bilans chiffrés, infographies, documents vulgarisés et visuels, tableaux comparatifs...
- Une communication illustrée par des vécus inscrits dans le territoire : organisation d'échanges visant des témoignages d'acteurs ou d'habitants, exemples de parcours de santé, récits d'expériences locales...
- Des formats événementiels : supports exposés lors d'inaugurations ; organisation d'événements rassemblant les élus avec les acteurs et les habitants.
- Présentation lors de conseils municipaux ou communautaires.

COMMUNIQUER AUPRÈS DES PROFESSIONNELS

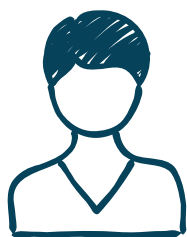


QUELS SONT LES ENJEUX DE LA COMMUNICATION DANS LE CADRE D'UN CLS POUR LES PROFESSIONNELS ?

Pour **les professionnels impliqués** dans le CLS, la communication doit permettre de :

- **Renforcer la visibilité du fonctionnement du CLS et le rôle de chacun**

La littérature souligne que la clarté des rôles et des responsabilités constitue un facteur déterminant de l'implication (Lefevre, 2021). Il s'agit par exemple de préciser le fonctionnement des instances de gouvernance, de définir quelles informations doivent être transmises au coordinateur et sous quelle forme.

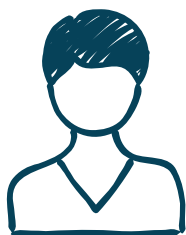


« Mieux identifier les instances de gouvernance du CLS et notamment le comité technique »
« J'aurais besoin de savoir à quel moment notre fiche action sera inscrite au CLS. »
« J'aurais besoin de savoir aussi à quel moment j'aurai des informations à renvoyer au coordonnateur sur notre fiche action ; ce que je vais devoir lui renvoyer, sous quelle forme... »

Paroles d'acteurs du Grand Est

- **Renforcer la visibilité et l'interconnaissance entre partenaires œuvrant dans une thématique similaire**

La communication au sein du CLS vise également à renforcer la connaissance mutuelle et les liens entre professionnels travaillant sur des thématiques similaires.



« J'aurais besoin d'information sur ce qui se fait dans le CLS en rapport avec mon activité. »
« J'aurais besoin de savoir qui d'autres peut travailler avec nous et sur quel sujet. Cela permettrait de fluidifier le partenariat. »
« Il faudrait que la communication puisse permettre de créer une communauté sur des sujets communs au sein du CLS. »

Paroles d'acteurs du Grand Est

- **Renforcer la dynamique collective et la coordination entre partenaires**

Une communication efficace au sein du CLS permet de créer et entretenir une dynamique collective en renforçant la confiance entre partenaires, l'envie de collaborer et le sentiment d'appartenance à un projet commun. Elle contribue également à la coordination en offrant un espace où les acteurs peuvent partager des informations, harmoniser leurs actions et éviter les doublons (comme l'illustre l'exemple des Pap'Othe présenté plus haut). Une communication claire assure également la continuité du projet, en facilitant la transmission et la mémoire des actions malgré les changements d'interlocuteurs ou le turn-over, un enjeu récurrent dans les CLS souligné dans les rapports d'évaluation.

Pour **les professionnels non impliqués** dans le CLS, la communication doit permettre de :

- **Rendre visibles les actions et les résultats du CLS**

Il s'agit de mettre en évidence la plus-value du CLS en montrant son utilité et ses effets concrets afin de :

- **Mobiliser de nouveaux partenaires** : une communication large peut susciter des envies de rejoindre la dynamique.
- **Mieux articuler les politiques publiques** : contrat de ville, Convention Territoriale Globale... – tout en évitant les redondances, et en provoquant des synergies vertueuses.

LES LEVIERS DE COMMUNICATION AUPRÈS DES PROFESSIONNELS

- **Identifier clairement les acteurs pour les mobiliser**

La coordination d'un CLS nécessite d'identifier et de mobiliser une diversité d'acteurs intervenant sur les différentes dimensions de la santé, qu'il s'agisse d'associations, d'institutions, de services publics ou d'acteurs de la prévention. Ces acteurs n'ont pas tous le même niveau d'intérêt ou d'engagement dans les projets du CLS, ce qui rend nécessaire de clarifier leurs rôles et les modalités de leur participation éventuelles aux instances et aux actions. Une mobilisation efficace suppose de prendre en compte la nature et les spécificités de chaque acteur local (Vuatoux, 2015).

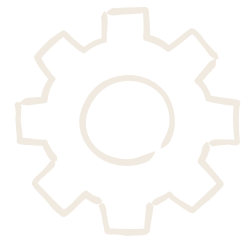
Comment mobiliser les acteurs dans la dynamique CLS ?

- **Réaliser une cartographie initiale des acteurs**

Par exemple : recenser tous les acteurs potentiels (associations, services publics, institutions, acteurs de prévention, élus, acteurs de terrain, structures éducatives et sportives...). Il peut être utile de s'appuyer sur les listes de diffusion déjà existantes (ex : celles de l'ARS ou de la communauté de communes) mais aussi sur les élus du territoire ; identifier leurs missions, compétences et ressources, ainsi que leur champ d'intervention (géographique, population cible) ; utiliser des outils : tableurs, cartes interactives, fiches descriptives, mind-mapping...

- **Etablir des premiers contacts et présenter le CLS**

Par exemple : organiser des rencontres individuelles ou en petit groupe pour expliquer la démarche, ses objectifs, et les bénéfices d'une participation.



- **Adapter la communication aux profils et aux pratiques des professionnels**

La communication au sein d'un CLS doit tenir compte de la diversité des profils professionnels et des pratiques organisationnelles des partenaires. Selon le type d'acteur – social, institutionnel ou du soin – les attentes, niveaux de connaissance et modes de fonctionnement varient, ce qui impose une adaptation du contenu, du vocabulaire et des canaux de communication. Par ailleurs, les circuits internes et hiérarchiques propres à chaque structure influencent la manière dont les informations peuvent être transmises et reçues. Dans ce contexte, une communication contextualisée facilite l'implication des professionnels.



Comment communiquer différemment selon l'interlocuteur ?

Tous les acteurs ne sont pas sensibles aux mêmes arguments. Ajuster le message en fonction de son interlocuteur est un levier clé de mobilisation.

Acteurs sociaux et associatifs

- Parler concret et utile.
- Mettre en avant l'impact direct pour leurs publics, les réponses opérationnelles et les opportunités de construire des actions ensemble.
- Privilégier :
 - Un langage simple et accessible ;
 - Des exemples de terrain ;
 - Des supports visuels (schémas, infographies, vidéos courtes).

L'objectif : montrer que le CLS est un outil au service de leurs projets et de leurs bénéficiaires.

Partenaires institutionnels (services municipaux, ARS, collectivités)

- Parler stratégie et gouvernance.
- Inscrire le CLS dans une vision à long terme, souligner la cohérence avec les politiques publiques et la coordination territoriale.
- Mobiliser des supports plus formels :
 - Notes stratégiques ;
 - Éléments de cadrage ;
 - Tableaux de bord et indicateurs de suivi.

L'objectif : positionner le CLS comme outil structurant et stratégique pour le territoire.



Acteurs du soin

- Parler parcours et coordination.
- Mettre l'accent sur l'amélioration des parcours de santé, la fluidité des orientations et la complémentarité avec les autres acteurs locaux.

L'objectif : démontrer que le CLS peut simplifier, coordonner et renforcer les pratiques existantes.

• Montrer l'impact concret de la participation des professionnels

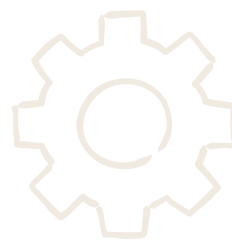
Les professionnels s'engagent davantage lorsqu'ils perçoivent les effets tangibles de leur participation sur leurs publics et sur le territoire. La littérature souligne que l'implication est renforcée lorsque **les porteurs d'action comprennent la finalité des projets et leur impact** (Lefèvre, 2021). Dans le cadre d'un CLS, la communication peut donc valoriser la plus-value du CLS pour les professionnels, en montrant ce que le projet apporte par rapport aux pratiques habituelles : meilleure coordination, mutualisation des ressources, visibilité accrue des actions (Breton et al., 2020). Par ailleurs, **la reconnaissance des compétences et de l'expertise des professionnels** – qu'il s'agisse de santé, de social, d'éducation, d'environnement ou de sport – constitue un levier central de mobilisation et de valorisation de leur rôle (Haschar-Noé & Salaméro, 2014 ; Fleuret, 2016).



Comment montrer aux professionnels l'intérêt de leur engagement ?

Dans le cadre d'un projet de diagnostic participatif à travers une carte sensible en santé-environnement mené sur un territoire rural, une équipe pluridisciplinaire – associant services de l'Éducation nationale, agence régionale de santé, collectivités, intercommunalité, équipes éducatives et coordination du CLS et soutenue par Promotion Santé Grand Est – s'est mobilisée autour d'un objectif commun : mieux comprendre et réduire les expositions environnementales à risque pour les élèves d'une école du territoire.

En matière de communication, le rôle du coordinateur CLS serait de rendre visible la place et la valeur ajoutée de chaque acteur dans le projet.



Par exemple :

- Les équipes éducatives ont mobilisé leur connaissance fine du quotidien des élèves et fait évoluer leurs pratiques, notamment en supprimant l'usage de certains produits chimiques.
- La commune et l'intercommunalité ont activé leurs compétences en aménagement pour adapter les espaces extérieurs (zones ombragées, marquages au sol favorisant l'activité physique).

En amont ou en aval du projet la communication doit ainsi permettre à chacun de voir la plus-value de son implication



Recommandations des acteurs du Grand Est :

Les coordinateurs identifient plusieurs leviers concrets permettant de rendre visible l'impact de l'engagement des professionnels :

- Être transparent et explicite sur les objectifs et ce qui est attendu d'eux, qu'il s'agisse de temps d'échange ou d'autres modalités.
- Fournir des informations et des apports en lien avec leurs champs d'intervention, leurs pratiques et leurs publics.
- Mettre en avant les effets concrets de leur action.
- Valoriser leur expertise et leur rôle spécifique dans le CLS, en montrant comment leurs compétences contribuent aux objectifs collectifs.
- Veiller à ce que les attentes formulées ne soient pas perçues comme intimidantes ou démobilisantes, afin de préserver leur engagement.

- **Prendre en compte la disponibilité des partenaires**

La mobilisation des partenaires d'un CLS doit tenir compte de leur disponibilité, qu'ils soient professionnels ou bénévoles. Sur un même territoire, les interlocuteurs peuvent être engagés dans plusieurs dispositifs ou démarches territoriales, ce qui les expose à de fortes sollicitations, voire à une sur-sollicitation sur certaines périodes. Par ailleurs, le turn-over au sein des structures partenaires entraîne des changements fréquents d'interlocuteurs, rendant nécessaire une communication régulière et structurée pour maintenir la continuité des actions et préserver l'implication des acteurs.

- **Préconisation de formats, supports et canaux de communication à destination des élus :**

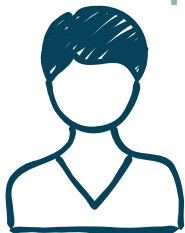
- Réunions de pilotage, comités techniques, groupes de travail.
- Comptes rendus, newsletters internes, plateformes collaboratives.
- Webinaires ou ateliers thématiques (ex : habitat, santé mentale, vieillissement...).

COMMUNIQUER AUPRÈS DES HABITANTS



OBJET ESSENTIEL DE COMMUNICATION POUR LES HABITANTS : S'ASSURER DE L'EFFICACITÉ DU CLS

La communication à destination des habitants d'un CLS ne se limite pas à la diffusion d'informations sur les actions ou les services existants. **Elle constitue également un levier pour mobiliser les habitants,** les associer à la conception et à l'amélioration des initiatives locales, et, lorsque cela est possible, contribuer à la co-construction du CLS. Cette approche permet d'accroître la pertinence, l'efficacité et l'appropriation des actions sur le territoire.



« Non seulement la communication à destination des habitants permet **de faire connaître les actions du CLS**, les services existants, mais elle peut **mobiliser des habitants pour co-construire les actions**, de façon à les rendre plus pertinentes et efficaces ; et plus largement même co-construire le CLS lorsque cela est possible ».

Paroles d'acteurs du Grand Est

LES LEVIERS DE COMMUNICATION AUPRÈS DES HABITANTS



Vigilances sur les inégalités sociales de santé

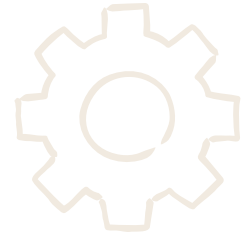
Les habitants ne constituent pas un groupe homogène et n'occupent pas la même place que les professionnels ou élus. Les codes de langage, supports et modalités de rencontre peuvent favoriser certains groupes et en exclure d'autres. Il est à noter que de nombreux dispositifs peinent à atteindre les populations en situation de précarité malgré leurs besoins (Angotti, 2012), en raison de politiques descendantes, de préjugés institutionnels ou d'un sentiment d'illégitimité (CNLE, 2011), tandis que les classes moyennes et supérieures sont souvent surreprésentées dans les instances participatives (Blondiaux, 2008). Dans le cadre du CLS, la communication doit être accessible, adaptée et inclusive pour permettre à tous les habitants de participer aux différentes étapes de la démarche et réduire les déséquilibres de pouvoir.

- **Garantir l'accessibilité de la communication à tous les profils d'habitants**

Assurer une communication accessible à la diversité des habitants constitue un enjeu central dans le cadre d'un CLS. La littérature montre que les dispositifs participatifs peuvent être limités par l'usage d'un vocabulaire technique ou complexe, freinant la mobilisation de certaines populations (Ghadi & Naiditch, 2006). **L'amélioration de la littératie en santé**, définie comme la capacité à accéder, comprendre, évaluer et utiliser l'information pour promouvoir et maintenir sa santé, est ainsi identifiée comme un levier clé (Ferron, 2017).

Parallèlement, **l'accès socioculturel aux instances et aux actions du CLS nécessite de réduire les obstacles** liés aux barrières linguistiques, sociales ou culturelles, afin que tous les habitants puissent se sentir légitimes à participer.

Les retours de coordinateurs CLS confirment ces enjeux : il est indispensable d'adapter le langage, les supports, les formats et les modes de diffusion en fonction des publics, de leurs contextes de vie, de leur niveau de littératie et de leurs spécificités (âge, genre, situation sociale, handicap, éloignement numérique ou territorial). Il convient également de tenir compte des contraintes financières et géographiques pour garantir l'accès à l'information à l'ensemble des habitants.



Comment rendre la communication accessible pour tous ?

- **Parler le langage des publics**

Adapter les mots, les formats et les supports aux besoins réels : outils et méthodes FALC ; fiches LISA ; utilisation de différents supports pour atteindre une diversité de groupes (vidéos, affiches, réseaux sociaux...).

- **Lever la barrière de la langue et des codes**

Mobiliser les dispositifs d'interprétariat et les médiateurs sociaux ou culturels pour aller vers les publics éloignés.



En Grand Est, les professionnels libéraux (médecins, sage-femmes, infirmiers) peuvent bénéficier d'un service d'interprétariat téléphonique : <https://www.grand-est.paps.sante.fr/service-dinterpretariat-telephonique>

- **Donner à voir toutes les réalités**

Représenter la diversité dans les visuels et récits : âge, origines sociales, ethniques et géographiques. Une communication inclusive est une communication dans laquelle chacun peut se reconnaître.

- **Aller vers plutôt que d'attendre**

Identifier les lieux de vie et de passage (marchés, centres sociaux, associations, événements locaux) et proposer des points d'information mobiles ou des interventions de proximité.

- **Renforcer le pouvoir d'agir des habitants**

Développer leurs compétences : comprendre les codes du milieu professionnel, prendre la parole en groupe, maîtriser le vocabulaire du CLS.

- **Tenir compte des réalités concrètes**

Adapter la communication aux situations spécifiques : handicap, fracture numérique.

ÇA EXISTE !

Santé Publique France propose le guide « Communiquer pour tous : un guide pour une information accessible ».

Ce document fournit des repères concrets pour rendre les messages compréhensibles par le plus grand nombre. Il aborde la conception de documents imprimés, la conception et l'utilisation d'images, la conception de sites web et supports numériques et la communication orale. Il met à disposition des mémos, des conseils pratiques et des points de vigilance pour accompagner la réalisation de supports accessibles.

- **Partir des besoins et donner du sens à la communication pour les habitants**

Dans le cadre d'un CLS, **la communication gagne en pertinence lorsqu'elle s'appuie sur les besoins et préoccupations des habitants**. Il s'agit de rendre les messages compréhensibles et pertinents, en mettant en avant l'intérêt concret des actions proposées et l'amélioration qu'elles peuvent apporter à la vie quotidienne. Ces besoins peuvent être identifiés à partir de différents points de contact, tels que les enquêtes effectuées dans le cadre du diagnostic local de santé ou des consultations publiques réalisées dans des lieux de proximité (Maisons de santé, associations, centres sociaux...).

- **S'adapter aux rythmes et aux lieux de vie des habitants**

Dans le cadre d'un CLS, **la communication et la mobilisation des habitants doivent tenir compte des rythmes et temporalités propres à chaque acteur et public**. La temporalité se décline à différents niveaux : la durée globale du CLS, le temps nécessaire à la construction du projet par les coordinateurs, le mandat des élus, et le rythme de vie quotidien des habitants (Jeunland et al., 2020). Ces différentes temporalités ne coïncident pas toujours, ce qui peut limiter l'accès aux réunions, ateliers ou travaux de groupe. Les guides pratiques sur la participation recommandent de prendre en compte ces différences afin de favoriser une co-construction réelle et une communication efficace (Bantuelle et al., 2013). Intégrer ces dimensions temporelles, ainsi que les contraintes de mobilité et l'accessibilité des lieux, contribue à maximiser l'adhésion, la participation et la compréhension des habitants aux enjeux du CLS.



Recommandations des acteurs du Grand Est :

Pour être réellement efficace, la communication doit s'ajuster aux réalités quotidiennes. Les coordinateurs et les référents identifient plusieurs leviers concrets :

- **Adapter les horaires des activités et des interventions** : proposer des réunions ou ateliers en soirée ou le week-end pour les personnes indisponibles en journée.
 - **Investir des lieux familiers et accessibles** : aller là où les habitants se sentent à l'aise : maisons de quartier, écoles, structures associatives, espaces publics fréquentés.
 - **Lever les freins à la mobilité** : anticiper les questions de transport (proximité des lieux, accès en transport en commun, covoiturage, navettes locales).
 - **Anticiper l'information** : diffuser les informations suffisamment en amont pour permettre aux habitants de s'organiser et éviter les communications de dernière minute.
 - **Développer des démarches d'aller vers** : sortir des cadres institutionnels (proposer des interventions mobiles, des stands ou animations dans les lieux de vie pour toucher les publics les plus éloignés).
-
- **Privilégier une communication positive plutôt que la peur ou la culpabilité pour mobiliser autour des actions du CLS**

Un des objets de la communication en direction des habitants est de renforcer leur participation aux actions déployées dans le cadre du CLS. La communication autour de ces actions peut être influencée par le ton et le contenu des messages. **Les études indiquent que les stratégies fondées sur la peur ou la culpabilité peuvent produire des effets indésirables**, tels que stigmatisation, évitement ou accentuation des inégalités sociales de santé, en particulier chez les populations les plus vulnérables (Peretti-Watel, 2013). En revanche, des messages qui présentent clairement les objectifs et bénéfices des actions, et qui tiennent compte du contexte de vie des habitants, sont associés à une meilleure participation. Les retours des coordinateurs soulignent l'importance d'un langage respectueux, de l'adaptation du ton au public cible et de l'évitement d'une posture descendante ou moralisatrice.



Comment réaliser une communication positive ?

- Utiliser des messages centrés sur les bénéfices des actions plutôt que sur la peur ou la culpabilité.

Par exemple : Mettre en avant la gratuité et la facilité d'accès aux vaccins ou bilans de santé, plutôt que de créer un sentiment de culpabilité pour les personnes non vaccinées.

- Fournir des informations pratiques et transparentes : coût, durée, modalités de participation, ressources disponibles...
- Intégrer des témoignages de personnes ayant participé aux actions, présentés de manière rassurante.

Par exemple : des campagnes se basant sur des témoignages expliquant que les mammographies ou les tests de dépistage colorectaux sont rapides et peu invasifs ; des témoignages de vécus par des pairs (des personnes issues des mêmes groupes sociaux ou communautaires), sous forme de témoignages vidéo ou d'interviews.

• Associer les habitants à la conception et la co-construction des supports

Dans le cadre d'un CLS, si les conditions le permettent, l'association des habitants à la conception des messages et des outils de communication permet d'adapter les contenus aux besoins, attentes et pratiques des populations locales. Cette démarche contribue à renforcer la pertinence et la compréhension des messages, ainsi que la légitimité des dispositifs. La participation peut par exemple se réaliser à travers des ateliers, des groupes de discussion ou des consultations directes, où les habitants contribuent à définir le contenu, la forme et les supports de communication, ce qui permet de s'assurer que ces derniers sont adaptés aux besoins.

- **Préconisations de formats, supports et canaux de communication à destination des habitants**

- Supports imprimés : affiches, flyers, bulletins municipaux, journaux de quartier.
- Supports numériques : site web de la collectivité, réseaux sociaux, radios locales.
- Communication par les pairs : mobiliser des habitants ou acteurs locaux pour relayer l'information, partager des expériences et renforcer la confiance et la compréhension.
- Adaptation aux publics spécifiques : contenus en lecture facile (FALC), multilingues, formats audio ou vidéo, supports accessibles aux personnes en situation de handicap...
- Choix des lieux et moments de diffusion : associer la communication à des espaces et moments fréquentés par les habitants pour maximiser l'appropriation et la participation.

Communiquer dans un CLS

Des outils pour diversifier la communication dans un CLS

Dans le cadre de la journée d'échange des coordinateurs CLS « CLS et communication » organisée par l'ARS Grand Est, le 27 novembre 2025, Promotion Santé Grand Est a élaboré des « kits outils » regroupant des recommandations opérationnelles et des repères concrets pour la création d'outils de communication : affiche, article, note, communication orale, action de communication à la radio, et organisation d'un temps d'échange entre professionnels.



Retrouvez prochainement **ces "Kits outils"** sur le **site internet** de Promotion Santé Grand Est – rubrique "Nos productions"

Bibliographie

- Bantuelle, M., Dargent, D., & Morel, J. (2000). La participation communautaire en matière de santé. Bruxelles : Santé, Communauté, Participation.
- Blondiaux L. (2008), Le nouvel esprit de la démocratie. Actualité de la démocratie participative, Seuil.
- Bourdieu, P. (1982). Ce que parler veut dire : L'économie des échanges linguistiques. Paris : Fayard.
- Clavier, C. (2009). Les élus locaux et la santé : Des enjeux politiques territoriaux. Sciences sociales et santé, 27(2), 47–74.
- Conseil national des politiques de lutte contre la pauvreté et l'exclusion sociale (CNLE). (2011). Recommandations pour améliorer la participation des personnes en situation de pauvreté et d'exclusion à l'élaboration, la mise en œuvre et à l'évaluation des politiques publiques.
- Ferron, C. (2017). La littératie en santé : Synthèse bibliographique. Fédération nationale d'éducation et de promotion de la santé (FNES).
- Ghadi, V., & Naiditch, M. (2006). Comment construire la légitimité de la participation des usagers à des problématiques de santé ? Santé Publique, 18(2), 171–186.
- Haschar-Noé, N., & Salaméro, É. (2014). Le contrat local de santé : Un outil de réduction des inégalités sociales et territoriales de santé. La Santé en action, (428).
- Lefèvre, S. (2021). Le contrat local de santé comme stratégie intersectorielle : Capacités d'action et limites (Mémoire de master 2, École des hautes études en santé publique).
- Lefèvre, S., Le Bodo, Y., & Breton, É. (2022). Coordination et mobilisation des acteurs locaux dans les contrats locaux de santé des régions Bretagne et Pays de la Loire. EHESP ; ARS Bretagne ; ARS Pays de la Loire.
- Maigret, É. (2004). Sociologie de la communication et des médias. Paris : Armand Colin.
- Peretti-Watel, P. (2013). La prévention primaire contribue-t-elle à accroître les inégalités sociales de santé ? Revue d'Épidémiologie et de Santé Publique, 61(5), 459–466.
- Santé publique France. (2021). Communiquer pour tous : Guide pour une information accessible.
- Vuatoux, P. (Dir.). (2015). Petit guide de la participation en santé de proximité. Fédération des maisons de santé comtoises (FéMaSaC) ; Fédération française des maisons et pôles de santé (FFMPS).



COMMUNIQUER

dans un contrat local de santé

DES LEVIERS POUR AGIR

La collection “Littérature & expérience en promotion de la santé” rassemble les contributions de la littérature, c’est-à-dire les études, recherches et publications scientifiques, et la vision d’acteurs et d’actrices de terrain sur un sujet donné. Cette double lecture vise à permettre un ancrage des actions menées dans les connaissances issues de la recherche et une confrontation de ces dernières aux réalités et aux contextes locaux.