

UCS

Universités de la
COORDINATION
en SANTÉ

6^{ème} Édition

27, 28 et 29 août 2025

• ALBI •

Communicants des structures de coopération et de coordination en santé : qui sont-ils ?

Enquête signée « Concours pluripro »
et Facs Occitanie

août 2025 • Universités de la coordination en santé

Pourquoi cette enquête ?

- Quelle est la place de la communication au sein de votre structure ? Qui se charge de cette communication ? Quelle présence sur les réseaux sociaux ? Comment communiquez-vous ? Des contacts avec la presse (locale ou nationale) pour valoriser vos actions ?
- Objectif de l'enquête : mieux comprendre la place et le rôle de la communication au sein des structures de coopération et de coordination en santé.
- Enquête menée du 5 juin au 16 juillet 2025 – 81 réponses obtenues

Profil des répondants

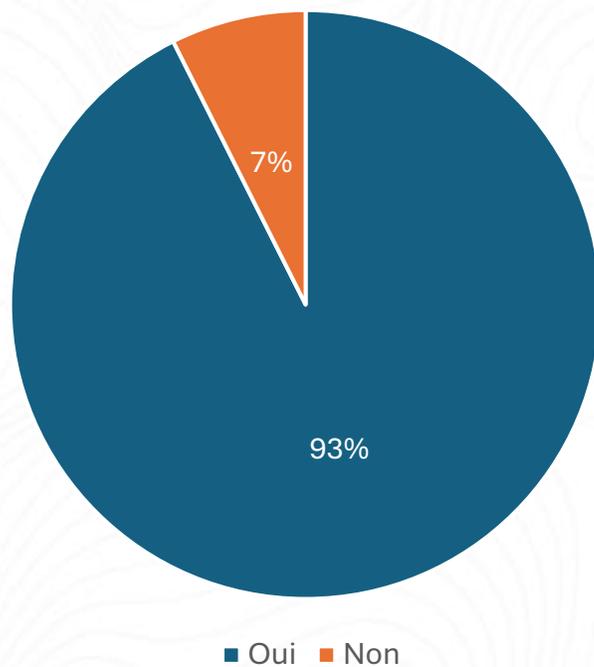
Près de 4 répondants sur 10 exercent au sein d'un dispositif d'appui à la coordination (38,3%)

- * 19,8% en centres de ressources territoriaux
- * 11,1% en CPTS
- * 11,1% dans un dispositif régional (DR) ou dispositif spécifique régional (DSR)
- * 6,2% dans un contrat local de santé
- * 6,2% dans une Rapt (MDPH) – Réponse accompagnée pour tous
- * 3,7% dans un D-Clic – dispositifs de clinique indirecte concertée
- * 2,5% dans une Communauté 360
- * 2,5% dans un Prado (Programme de retour à domicile)
- * 2,5% dans un projet territorial de santé mentale (PTSM)
- * 22,2% autres

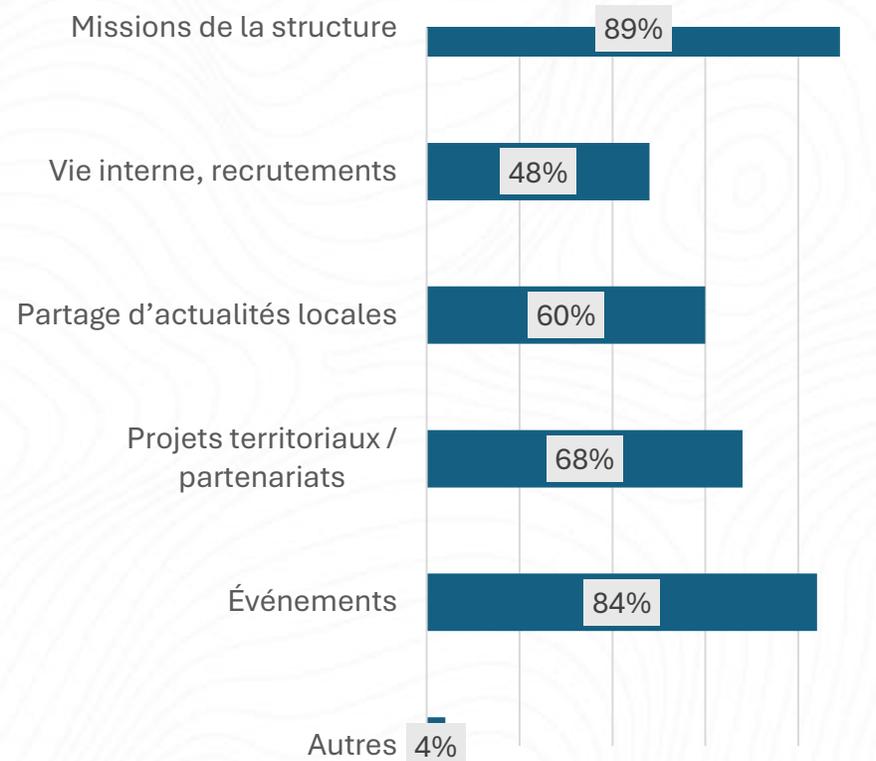
Partie 1

La place de la communication au sein de votre structure

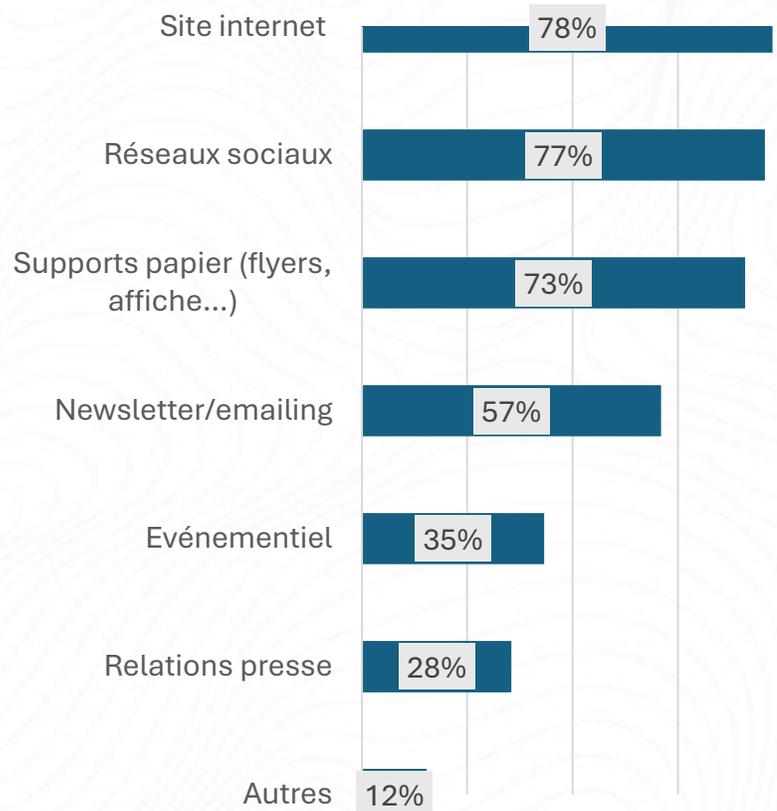
Votre structure réalise-t-elle des actions de communication ?



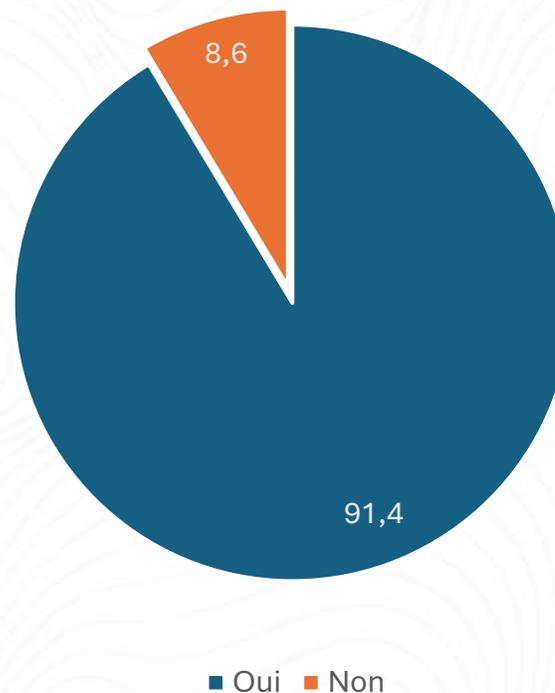
Sur quelles actions portent ces communications ?



Sur quels canaux votre structure communique-t-elle ?



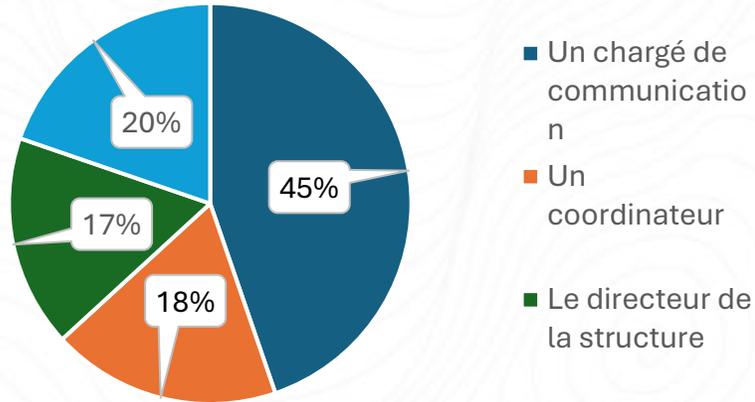
Communiquer en tant que structure (ses actions, son équipe, ses projets), est-ce nécessaire ?



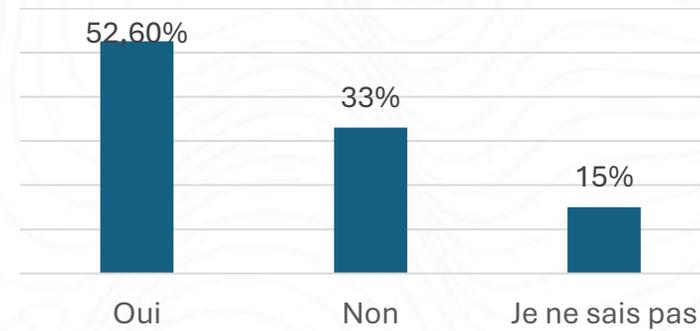
Partie 2

Le référent communication au sein de votre structure

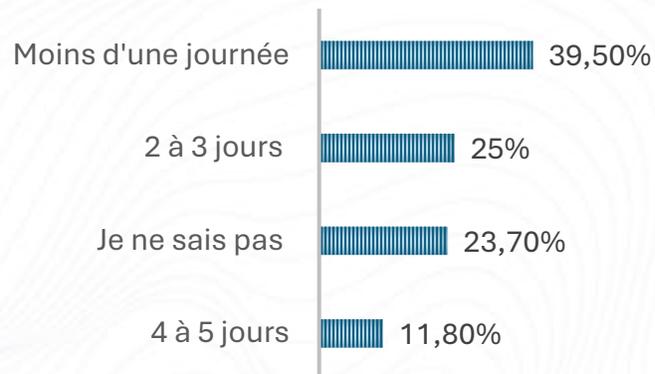
Qui est en charge de cette communication ?



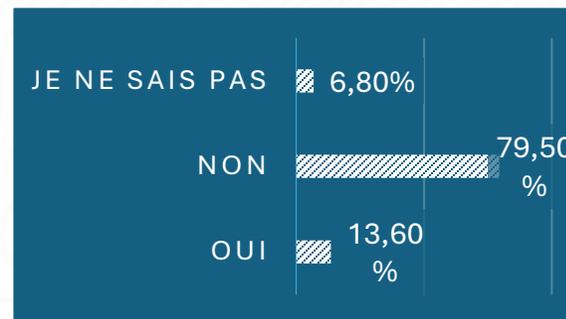
Le référent communication a-t-il suivi une formation dans le cadre de ses études ?



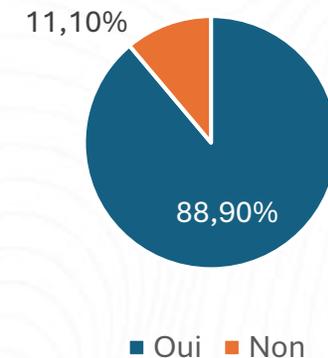
Combien de temps consacre-t-il à la communication par semaine ?



A-t-il été formé par votre employeur ?



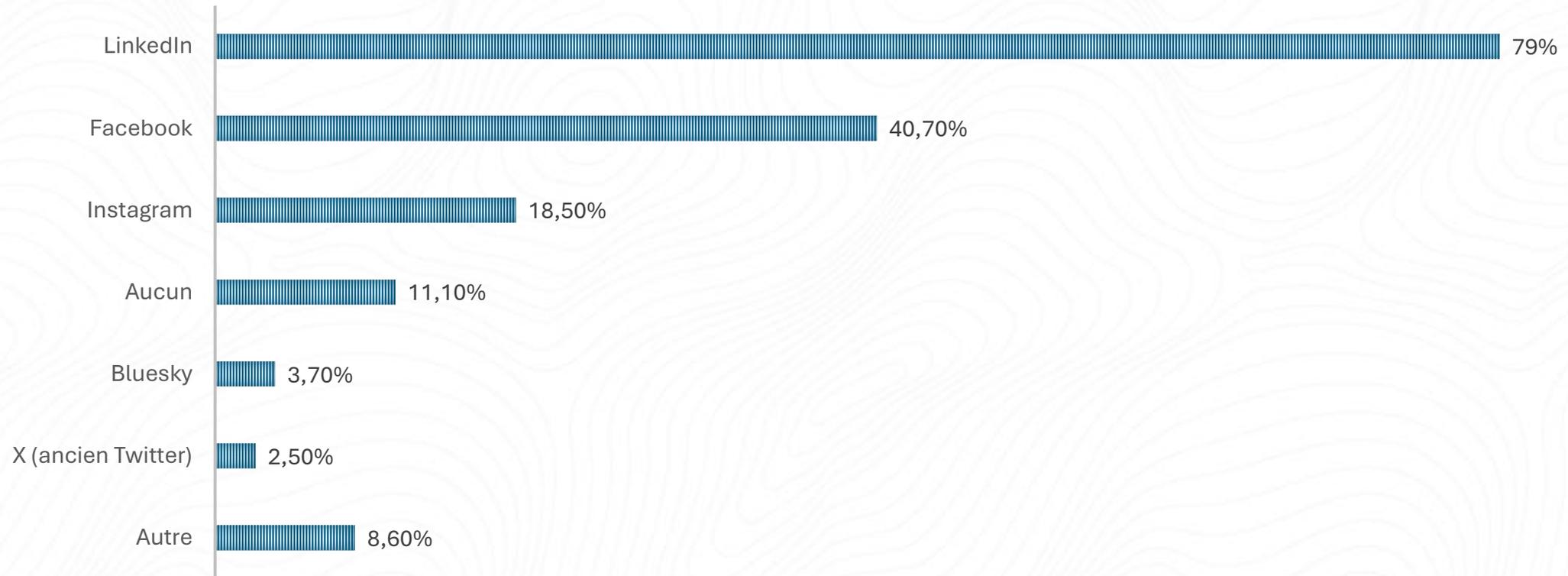
Devrait-il être formé/accompagné pour renforcer ses compétences ?



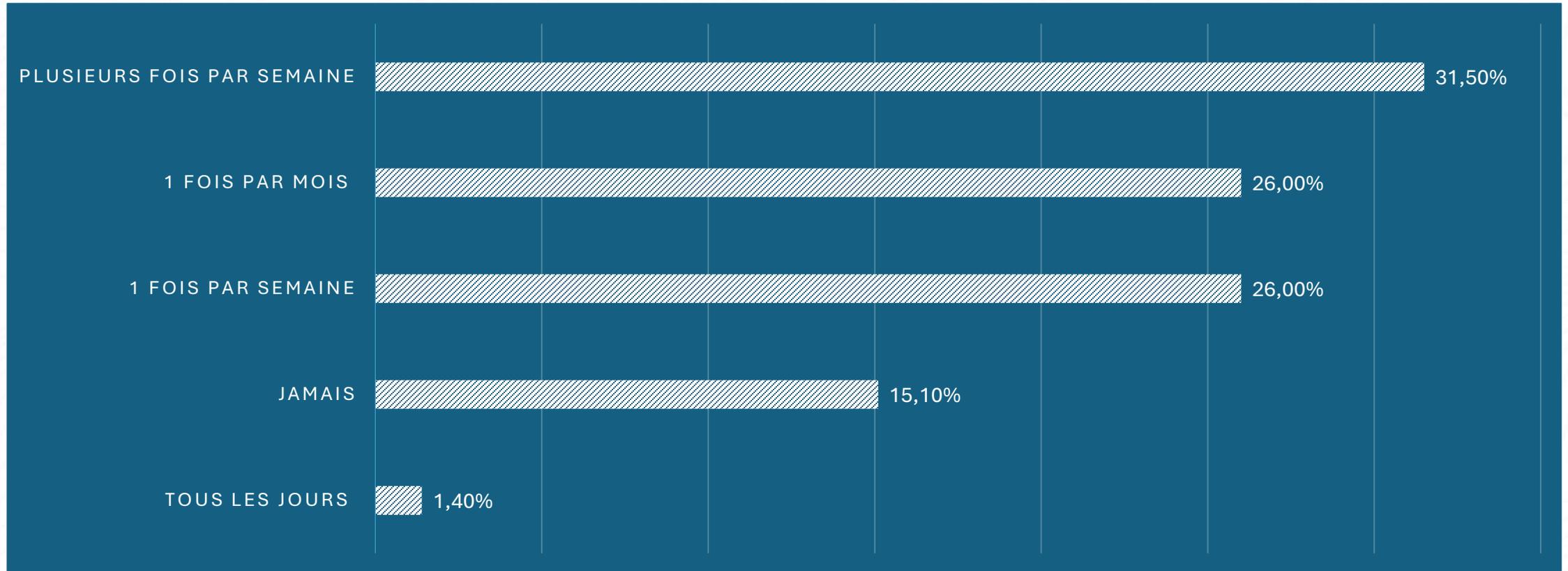
Partie 3

Votre structure sur les réseaux sociaux

Votre structure est-elle présente sur les réseaux sociaux ?



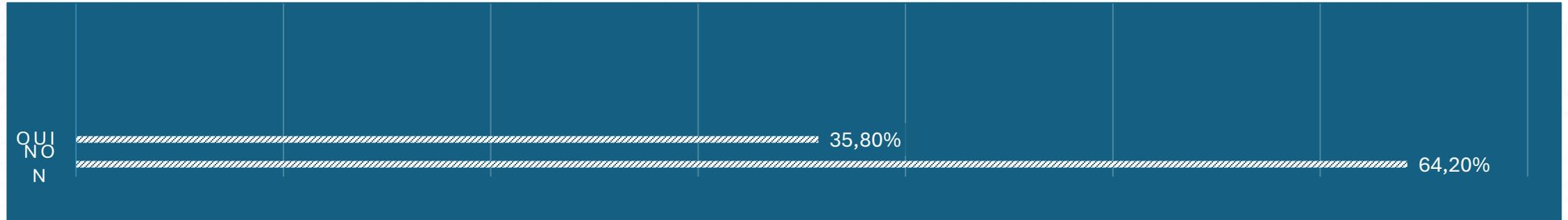
Quelle fréquence de publication sur les réseaux sociaux ?



Partie 4

Votre structure dans la presse

Avez-vous déjà contacté la presse pour valoriser vos actions ?



Que retenir de cette enquête ?

Bonnes

- plus de 9 sur 10 font des actions de communication
- près de 9 sur 10 communiquent sur leurs missions et événements
- 9 sur 10 estiment que la communication est essentielle
- 44% emploient un chargé de communication
- Près de 8 sur 10 sont sur LinkedIn avec plusieurs publications par semaine

Mais...

- 1 structure sur 4 ne communique pas sur les réseaux sociaux
- seul 1 référent communication sur 2 est formé (formation initiale)
- peu de temps accordé à la communication
- 64% des répondants n'ont jamais contacté la presse

À vous de jouer...



Option 1 :
Communiquer sur
un événement à
venir

communiqué de presse / réseaux
sociaux

Points importants :

- contexte et retour d'expérience (chiffres, thématique, etc.)
- partenaires et intervenants clés
- susciter l'intérêt de l'interlocuteurs et encourager l'inscription



• Option 2 :
Communiquer sur la
structure (missions,
équipe et structure)

communiqué de presse / réseaux
sociaux

Points importants :

- présentation de la structure et rappel de ses missions clés
- rappel d'événements mis en place ou d'initiatives récentes
- détails pratiques (contact, lieu, etc.)

A retenir

Communiqué de presse

- - De quoi je veux parler ? quelle est mon actu ? En quoi est-ce innovant ? trouver un titre accrocheur
 - Chapô >> infos principales du communiqué de presse
 - 1er paragraphe >> Reprend les infos : où ? quand ? qui ? quoi ? comment ?
 - 2e paragraphe >> Infos générales sur votre structure >> infos en fonction du média contacté
 - 3e paragraphe >> mes coordonnées / contacts

Contact avec la presse

- mail court et concis : qui je suis ? pourquoi ce mail ? quelle est ma proposition ? pourquoi l'initiative est innovante
 - lien éventuel vers un article qui en parle déjà ou le site de la structure
 - coordonnées mail et téléphone
- MAIS attention :
 - >> contact via le formulaire de contact ou par mail ou par LinkedIn ou via l'ours du magazine
 - >> évitez les envois massifs à des listes de contact
 - >> n'hésitez pas à tagguer la rédaction ou le journaliste sur LK si votre post peut les intéresser

Merci de votre attention



Universités de la
COORDINATION
en SANTÉ