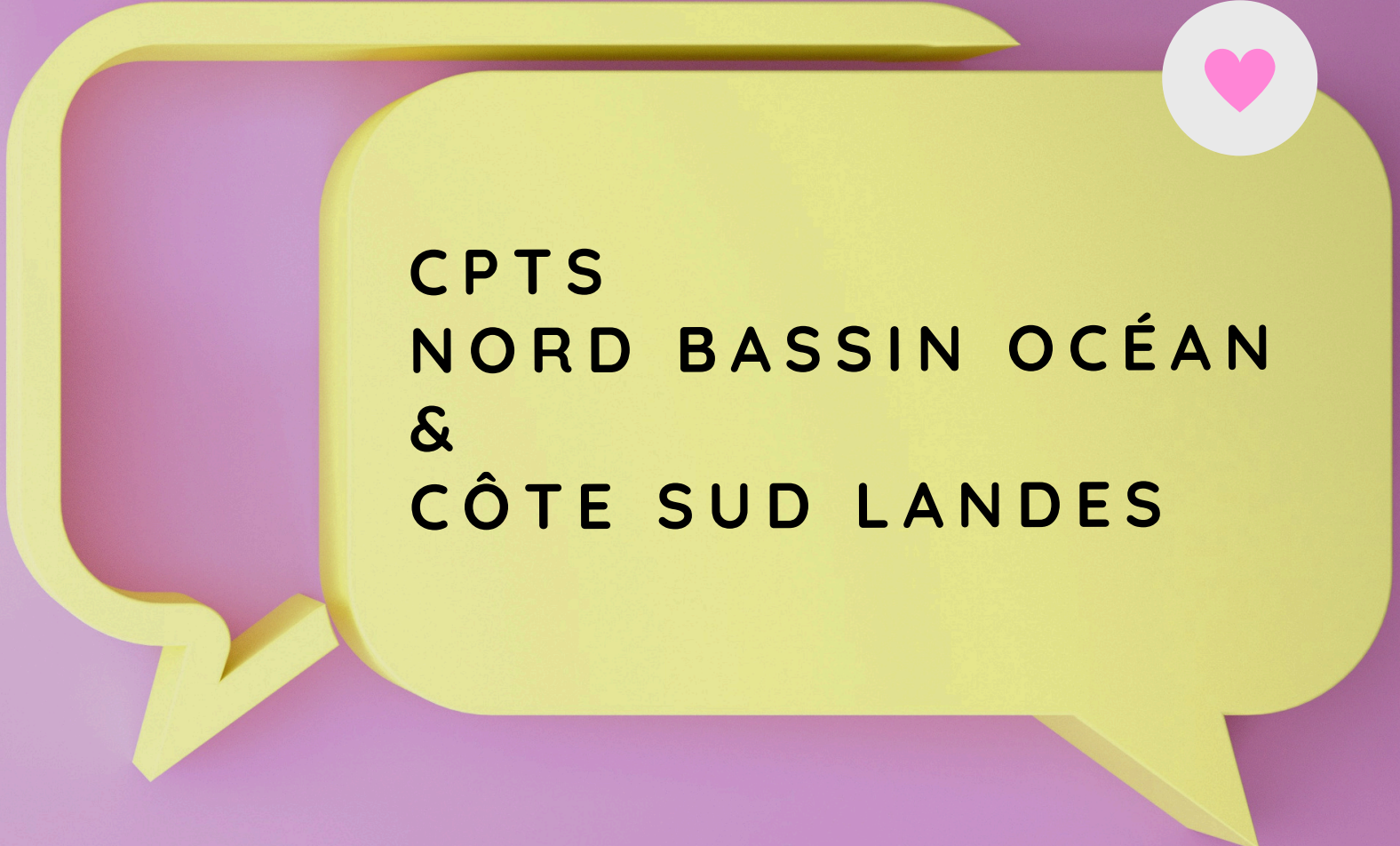


JUIN 2026

# ON PARTAGE LA COMM' ?

CONSTRUIRE UNE COMMUNICATION STRATÉGIQUE  
AU SERVICE DU TERRITOIRE



CPTS  
NORD BASSIN OCÉAN  
&  
CÔTE SUD LANDES



NORD BASSIN OCÉAN  
**CPTS**  
COMMUNAUTÉ PROFESSIONNELLE  
TERRITORIALE DE SANTÉ

SANDRINE DEMEZIL & ELODIE FOUCAT

LAURA ZARRAGOZA & OCEANE VANWEYDEVELD



**cpts**  
CÔTE SUD  
LANDES

# CONTEXTE

- 2023 : création de la CPTS
- 2024 : Mise en place de la comm'
- 2026 : 1ers retours sur la visibilité

Une réalité simple au départ :

- ➔ Des actions nombreuses
- ➔ Une dynamique existante
- ➔ Mais une visibilité limitée

UNE QUESTION CENTRALE :  
**COMMENT  
RENDRE UNE  
CPTS VISIBLE,  
LISIBLE ET  
ATTRACTIVE ?**

# CONTEXTE

- +900 professionnels de santé
- 24 communes
- 71 405 habitants

- ➔ Territoire attractif
- ➔ Forte présence de professionnels de santé
- ➔ Difficulté de mobilisation

Vieux-Boucau

Moliets-et-Maa

Léon

Messanges

Azur

Magescq

Soustons

Saubusse

Seignosse

Tosse

St-Geours-de-Marenne

Soorts-Hossegor

Saubion

St-Vincent-de-Tyrosse

Angresse

Josse

Capbreton

Benesse-Maremne

St-Jean-de-Marsacq

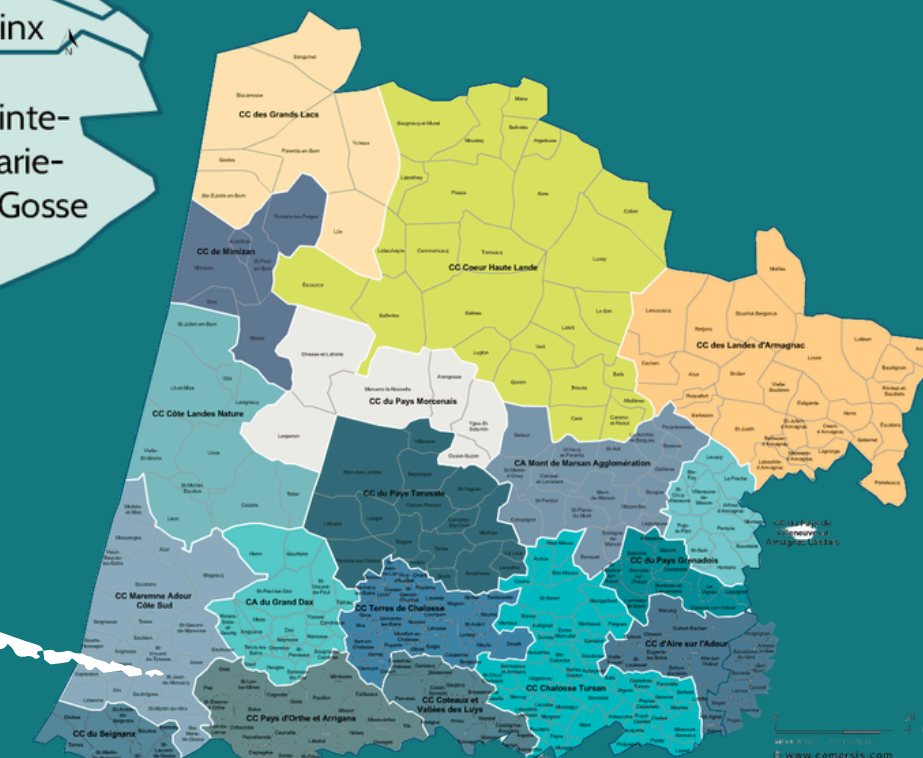
Labenne

Orx

Saubrigues

Saint-Martin-de-Hinx

Sainte-Marie-de-Gosse



# HISTORIQUE & ÉQUIPE

- 2023 : Pas de poste spécifique en communication
- 2024 : Chargée de communication dédiée et chargée de projets
- 2025 : Renouvellement des équipes et structuration

## PRIORITÉS DÉFINIES :

- ➔ Mobilisation des professionnels,
- ➔ Visibilité et attractivité de la CPTS,
- ➔ Communication fluide, accessible et engageante,
- ➔ Climat de confiance et échanges conviviaux



UNE  
COMMUNICATION  
QUI S'EST  
PROFESSIONNALISÉE  
AVEC LE TEMPS

# STRUCTURER LA COMMUNICATION

# LE FACTEUR HUMAIN

## INTERNALISER LE POSTE



- implication quotidienne dans les projets
- meilleure compréhension du territoire et des acteurs
- cohérence et continuité dans la stratégie
- différence avec un prestataire : moins de distance, plus d'engagement

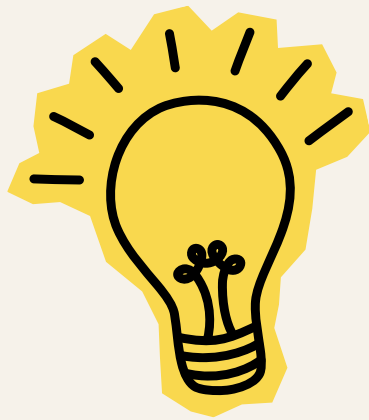
## ACCOMPAGNER ET ACCULTURER

- intégration progressive aux enjeux de santé
- compréhension fine des publics et des partenaires
- montée en compétence sur les missions CPTS
- échanges réguliers avec l'équipe



## FAIRE CONFIANCE À L'EXPERTISE

- écoute et prise en compte des recommandations
- autonomie dans la stratégie de communication
- complémentarité avec la direction
- la coordination impulse, la communication structure et valorise



**NOTRE CONVICTION :**

**LA COMMUNICATION N'EST PAS UN OUTIL SECONDAIRE**



**LA COMM  
CONDITIONNE**



↗ la visibilité des actions

↗ l'adhésion des pros

↗ la compréhension par le grand public

↗ la capacité à exister sur son territoire

SANS COMMUNICATION  
STRUCTURÉE, LES ACTIONS RESTENT  
INVISIBLES



# LE DÉFI DES CPTS

|

## LA DOUBLE CIBLE

Des attentes différentes

Des codes différents

Différents niveaux de compréhension

”

LE RISQUE ?

UNE COMMUNICATION  
FLOUE ET INEFFICACE

PROS DE SANTÉ



GRAND PUBLIC



# NOTRE APPROCHE

## 1 SEULE MARQUE CPTS

Une CPTS ne doit pas parler à tout le monde de la même manière.

Elle doit garder son identité, mais adapter sa promesse, ses formats et ses canaux.

## POUR 2 PUBLICS

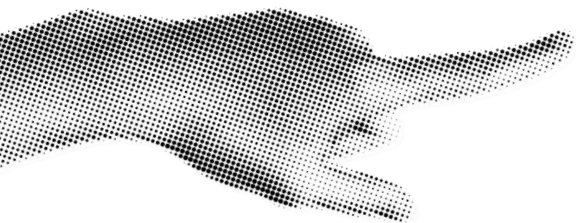
Pour les professionnels : la CPTS est un facilitateur, un réseau, un outil d'exercice coordonné.

Pour le grand public : la CPTS est un repère de santé local, de prévention, d'orientation et d'accès à l'information.

SEGMENTER LES MESSAGES  
ADAPTER LES CANAUX  
GARDER UNE IDENTITÉ FORTE



# CONNAÎTRE SA CIBLE ?



—●—  
**CHRISTINE**  
|



**LES  
PERSONAS**



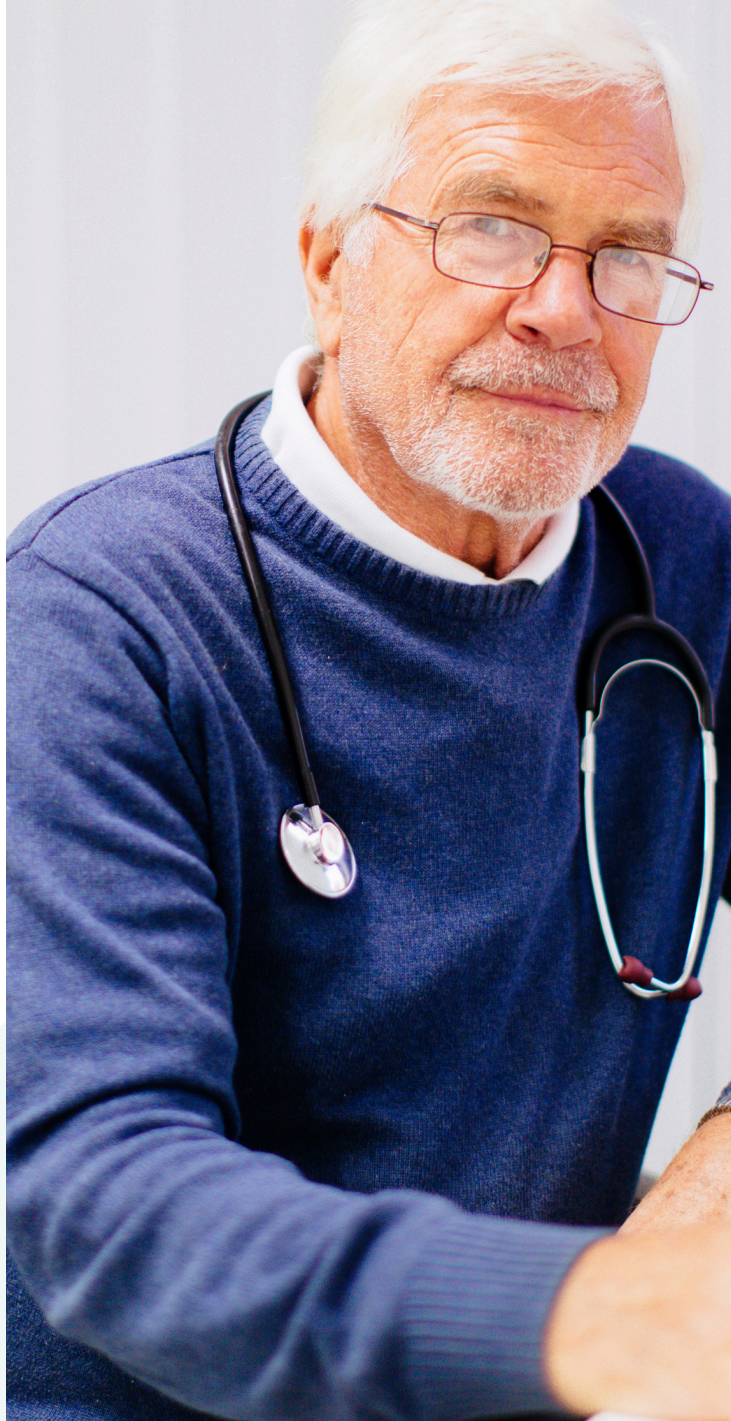
|  
**ANTOINE**



—●—  
**JULIE**  
|



|  
**PHILIPPE**





## CHRISTINE

*La praticienne débordée  
mais engagée.*

Profil : Médecin généraliste ou  
infirmier libéral entre 40 et 55 ans,  
souvent installé seul ou avec une  
petite équipe.



### MOTIVATIONS

- Mieux coordonner les parcours patients
- Gagner du temps au quotidien
- Rester informé sans surcharge mentale
- Préserver l'équilibre vie pro / vie perso

### ATTENTES VIS À VIS DE LA CPTS

- Informations synthétiques et utiles
- Protocoles, annuaires, outils pratiques
- Formations concrètes
- Accès rapide aux informations territoriales

### RECOMMANDATION DE COMMUNICATION

Communication ultra concise, utile et orientée gain de temps.  
Mettre en avant le bénéfice concret immédiat.

### FRUSTRATIONS/FREINS

- Lourdeur administrative
- Charge mentale importante
- Trop d'informations dispersées
- Difficulté à participer à des réunions

### CANAUX PRIVILÉGIÉS

Mail prioritaire + WhatsApp pour les  
rappels rapides

### FORMAT PRÉFÉRÉ

Présentiel court ou visio en soirée





**ANTOINE**

*Le collectif convaincu*

Profil : Kinésithérapeute,  
orthophoniste ou professionnel  
paramédical en cabinet de groupe.



## MOTIVATIONS

- Créer du lien entre professionnels
- Développer le travail pluriprofessionnel
- Partager des pratiques
- Participer à des projets territoriaux

## ATTENTES VIS À VIS DE LA CPTS

- Moments de réseau
- Groupes de travail dynamiques
- Annuaire vivant du territoire
- Événements conviviaux

## RECOMMANDATION DE COMMUNICATION

Utiliser une communication communautaire et participative :  
valoriser les rencontres, les projets collectifs et l'impact territorial.

## FRUSTRATIONS/FREINS

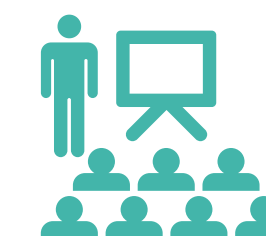
- Manque de coordination
- Manque de partage entre pairs
- Difficulté à identifier les interlocuteurs

## CANAUX PRIVILÉGIÉS

WhatsApp et échanges humains

## FORMAT PRÉFÉRÉ

Présentiel privilégié





**JULIE**

*La jeune professionnel  
connectée*

Professionnel de santé de moins de 40 ans, habitué aux outils digitaux et aux formats rapides.

Sensible au bien-être et à la prévention et à l'équilibre vie pro/vie perso.



## MOTIVATIONS

- Développer son réseau
- Monter en compétences rapidement
- Accéder à des contenus modernes
- Créer un équilibre durable

## ATTENTES VIS À VIS DE LA CPTS

- Formats courts
- Informations actionnables
- Contenus visuels
- Interactions rapides

## RECOMMANDATION DE COMMUNICATION

Adopter une communication dynamique, visuelle et conversationnelle.

## FRUSTRATIONS/FREINS

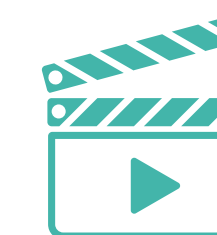
- Communication institutionnelle trop lourde
- Emails trop longs
- Manque d'interactivité
- Rythme de travail intense
- Manque de temps personnel

## CANAUX PRIVILÉGIÉS

WhatsApp, réseaux sociaux, formats mobiles

## FORMAT PRÉFÉRÉ

Stories, vidéos courtes, visio





## PHILIPPE

*Le pragmatique orienté solutions*

Professionnel expérimenté, souvent 50+, qui veut des outils concrets et immédiatement utiles.



### MOTIVATIONS

- Améliorer son efficacité
- Accéder à des ressources fiables
- Simplifier son exercice

### ATTENTES VIS À VIS DE LA CPTS

- Fiches pratiques
- Protocoles simples
- Aide administrative et juridique
- Tutoriels et outils numériques

### RECOMMANDATION DE COMMUNICATION

Être factuel, structuré et orienté résultats. Éviter le jargon institutionnel

### FRUSTRATIONS/FREINS

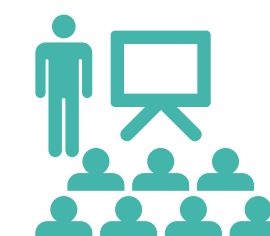
- Complexité numérique
- Réunions peu productives
- Informations trop théoriques

### CANAUX PRIVILÉGIÉS

Mail principalement

### FORMAT PRÉFÉRÉ

Contenus asynchrones + formations ciblées



# UNE DOUBLE STRATÉGIE



## PROS DE SANTE

- Mail
- Linked IN
- META
- MSP

## GRAND PUBLIC

- RS groupes locaux
- Agenda locaux
  - Mairies
- CIAS/CCAS/COMCOM
  - Média
  - Affichage

LES CANAUX ET  
LES RELAIS



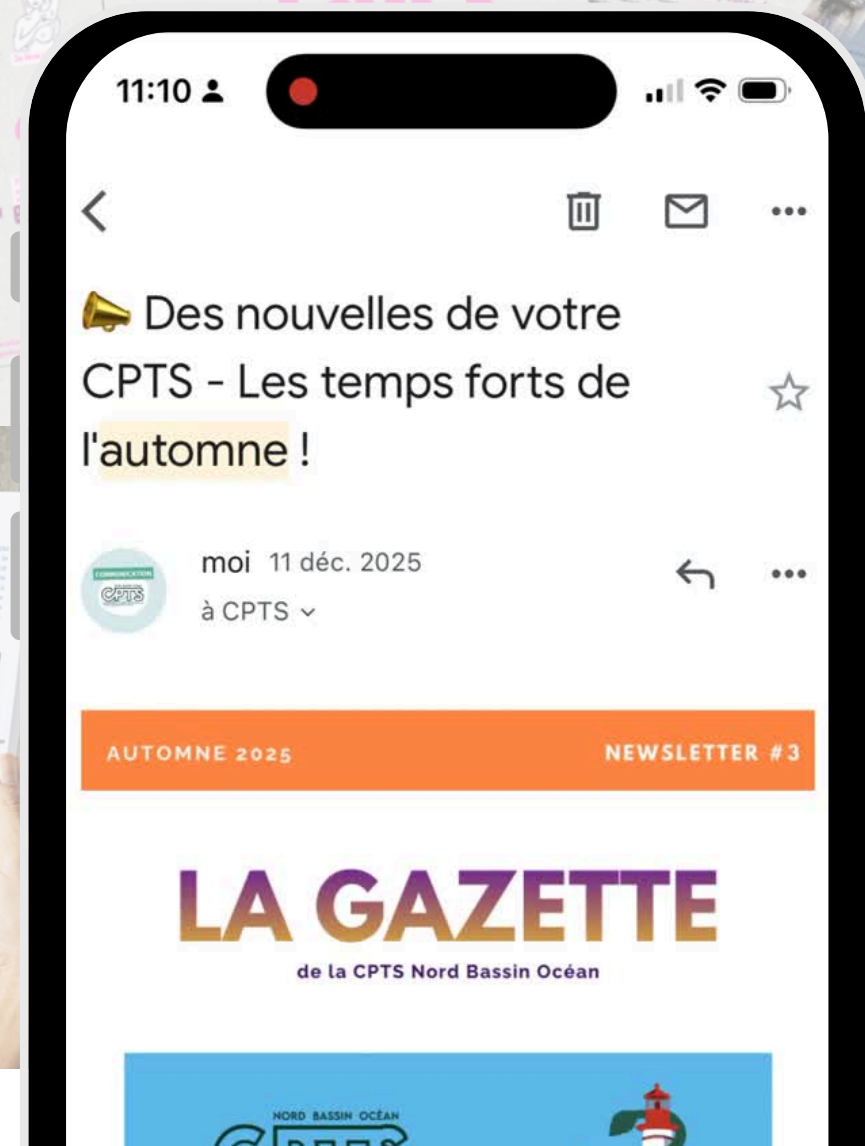
# UN ÉCOSYSTÈME COMPLET

## ORGANISATION DE LA COMMUNICATION :

- Site internet → HUB central
- Réseaux sociaux → diffusion
- Newsletter → fidélisation
- Supports → pédagogie et évènementiel
- Presse et territoire → légitimité

Chaque brique a sa fonction

**UNE STRATÉGIE,  
PAS UNE  
ACCUMULATION  
D'OUTILS**

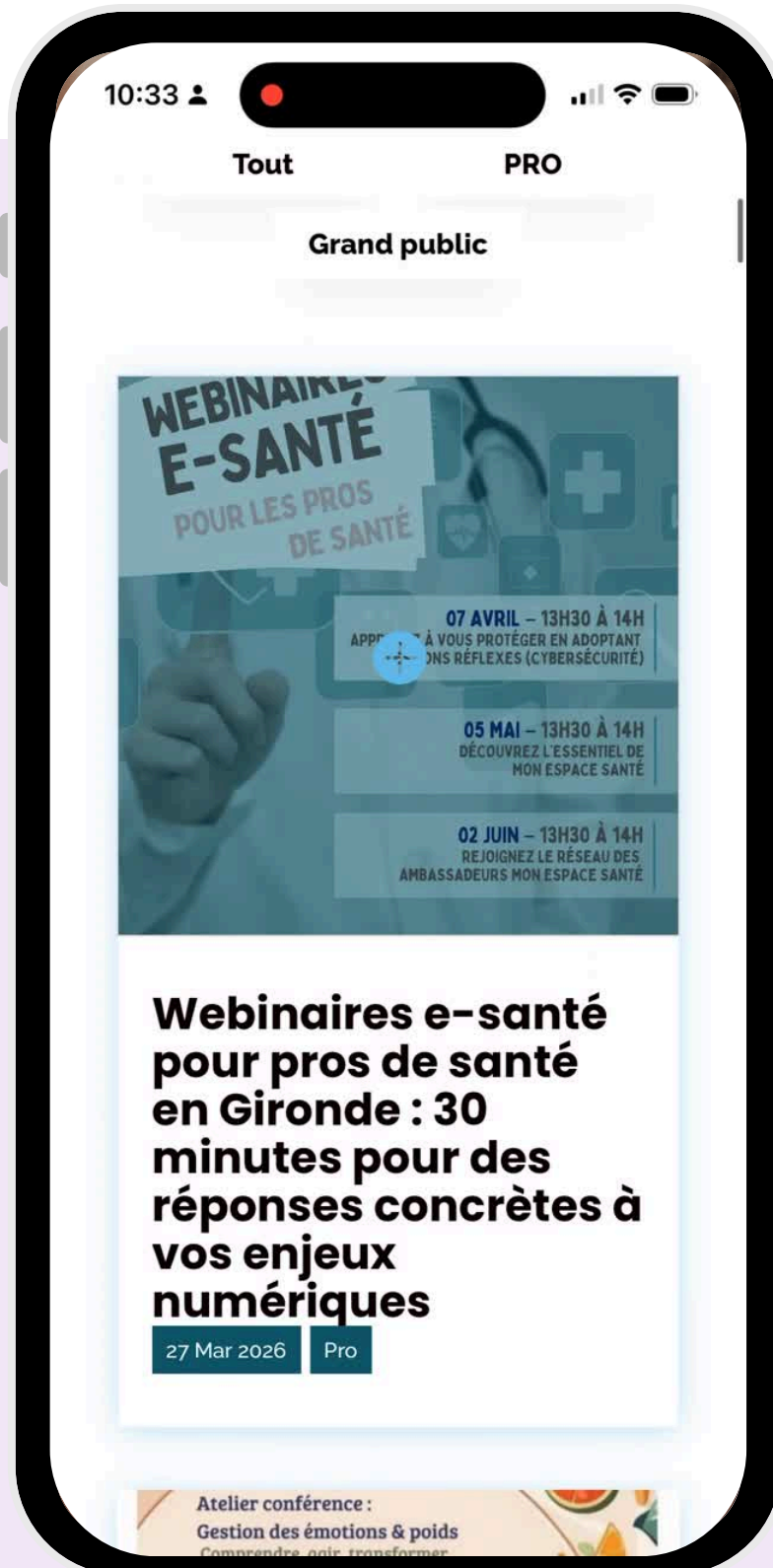


# SITE INTERNET

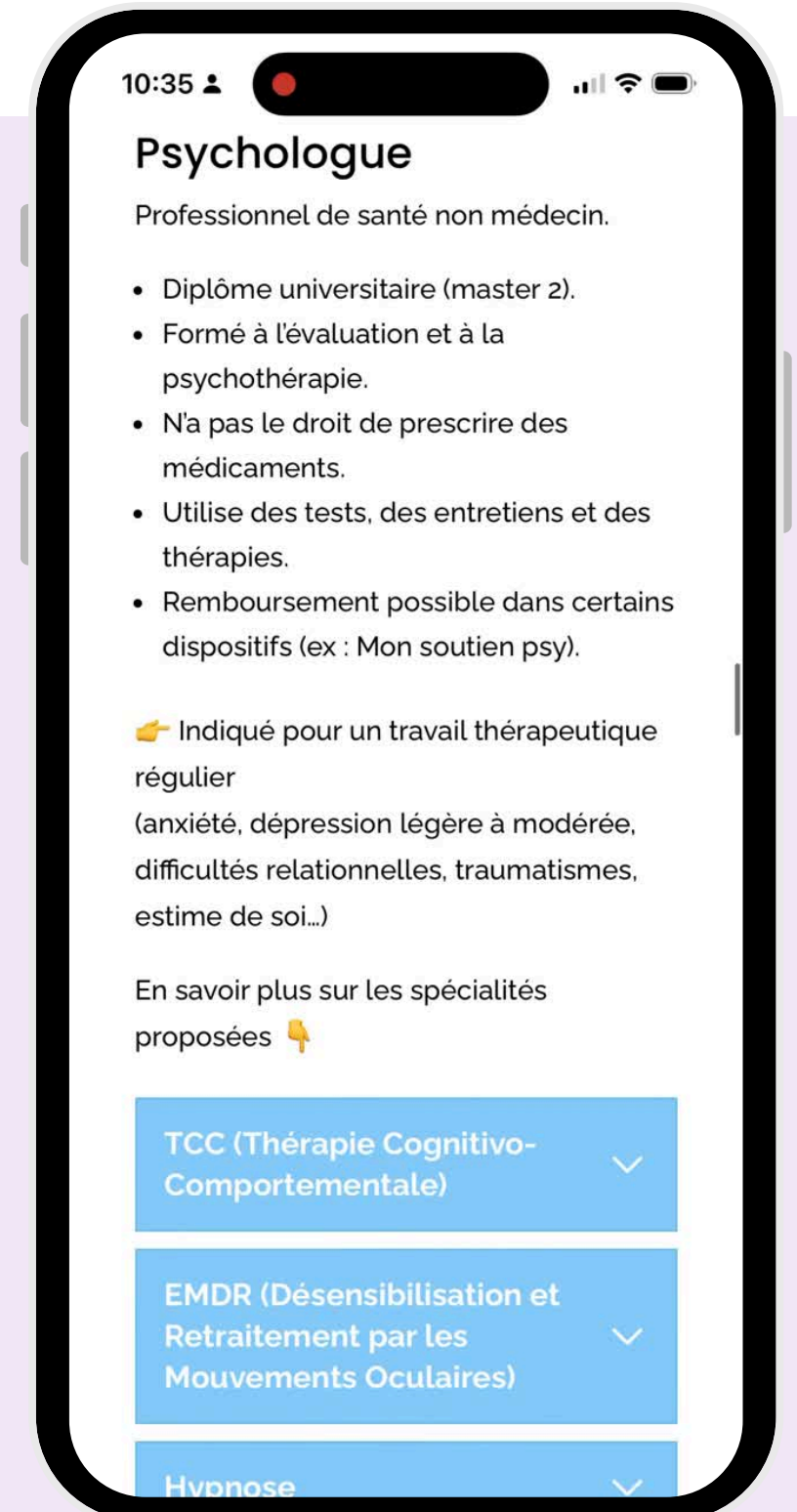
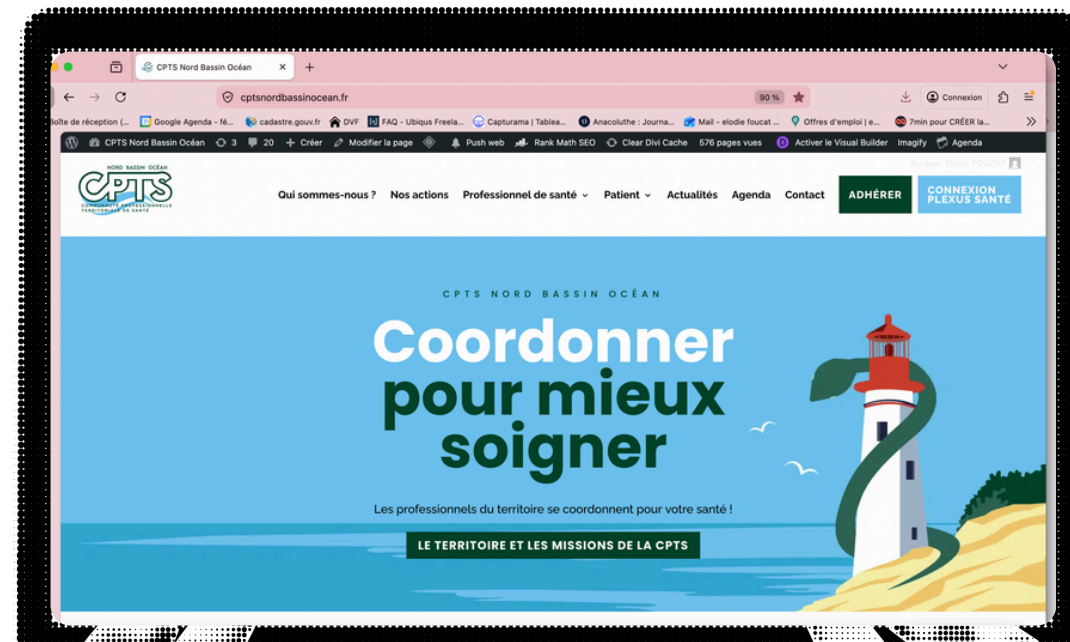
# L'OUTIL CENTRAL

UN POINT D'ENTRÉE  
CLAIR ET ACCESSIBLE  
POUR TOUS

- structuration des rubriques
- actualités régulières et articles de blog pour faire remonter le SEO
- création d'annuaires thématiques
- suivi des performances



ACTUS



ANNUAIRES

# SITE INTERNET

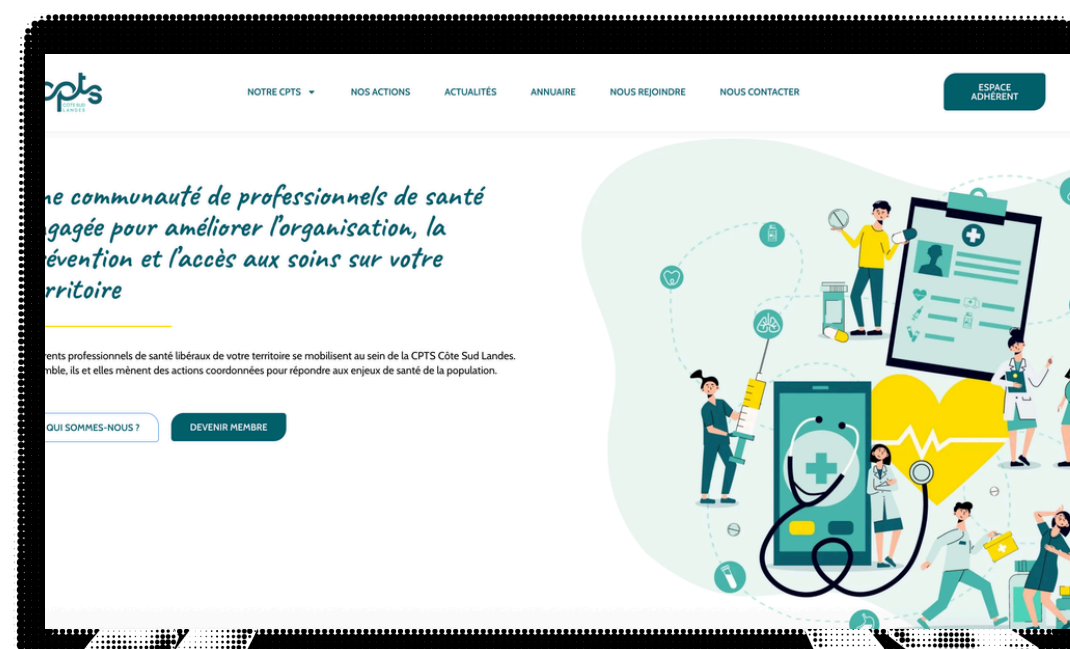
# L'OUTIL CENTRAL

UN POINT D'ENTRÉE  
CLAIR ET ACCESSIBLE  
POUR TOUS

- Augmenter le trafic vers le site pour être visible
- Strategie de développement



ACTUS

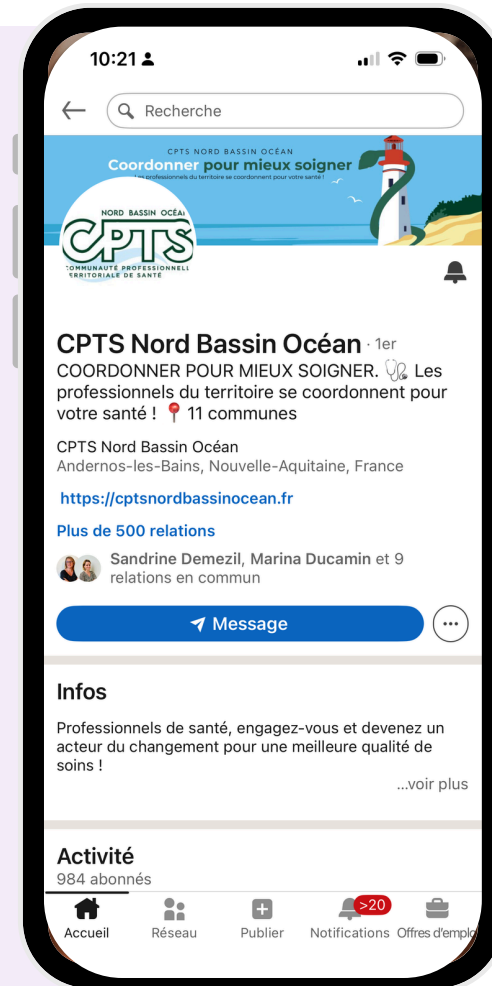


ANNUAIRES

# RÉSEAUX SOCIAUX

## UN DÉVELOPPEMENT DIGITAL STRUCTURÉ

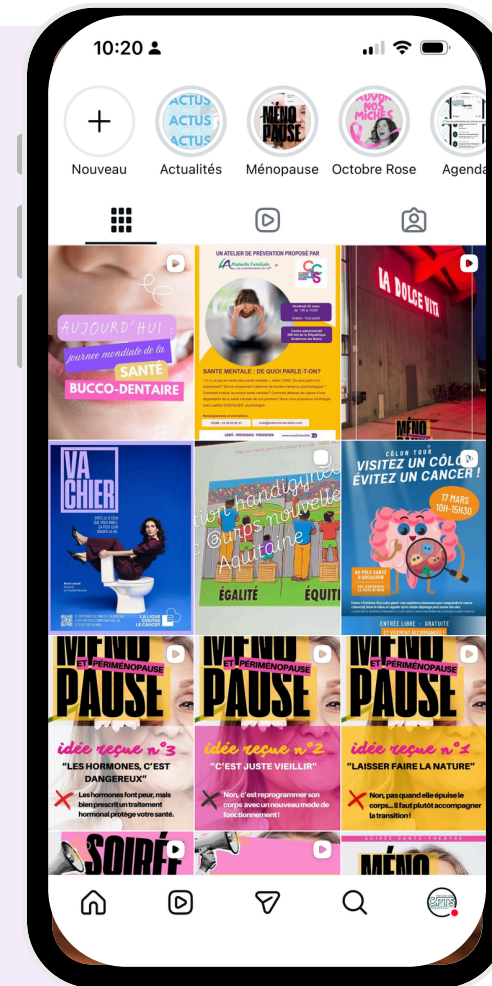
LINKEDIN



→ PROFESSIONNELS

+1000 ABONNÉS

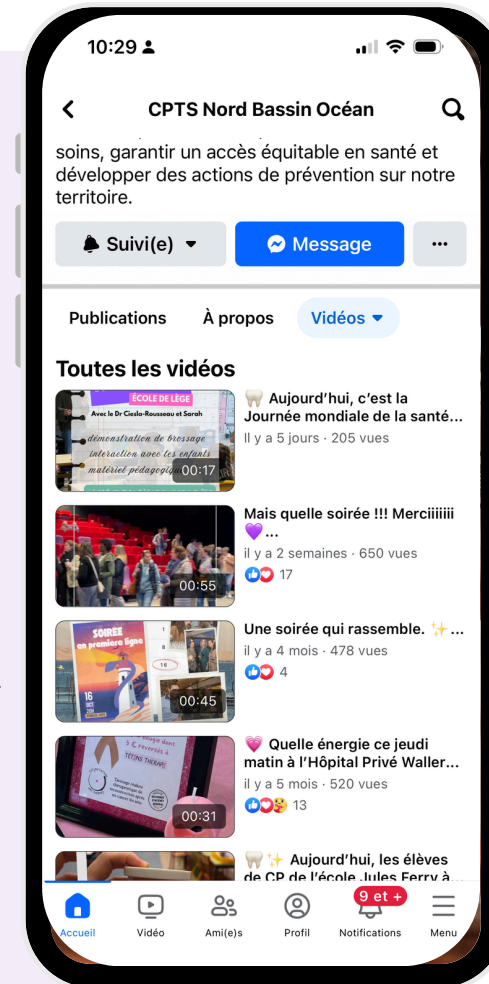
INSTAGRAM



→ PROFESSIONNELS  
ET GRAND PUBLIC

485 ABONNÉS

FACEBOOK



→ GRAND PUBLIC ET  
ANCRAGE LOCAL

PRINCIPALEMENT  
POUR DIFFUSION  
SUR LES GROUPES  
LOCAUX OU CIBLÉS.

OBJECTIF : TOUCHER CHAQUE CIBLE AU BON ENDROIT



# NEWSLETTER — LE LIEN AVEC NOS PROS DE SANTÉ

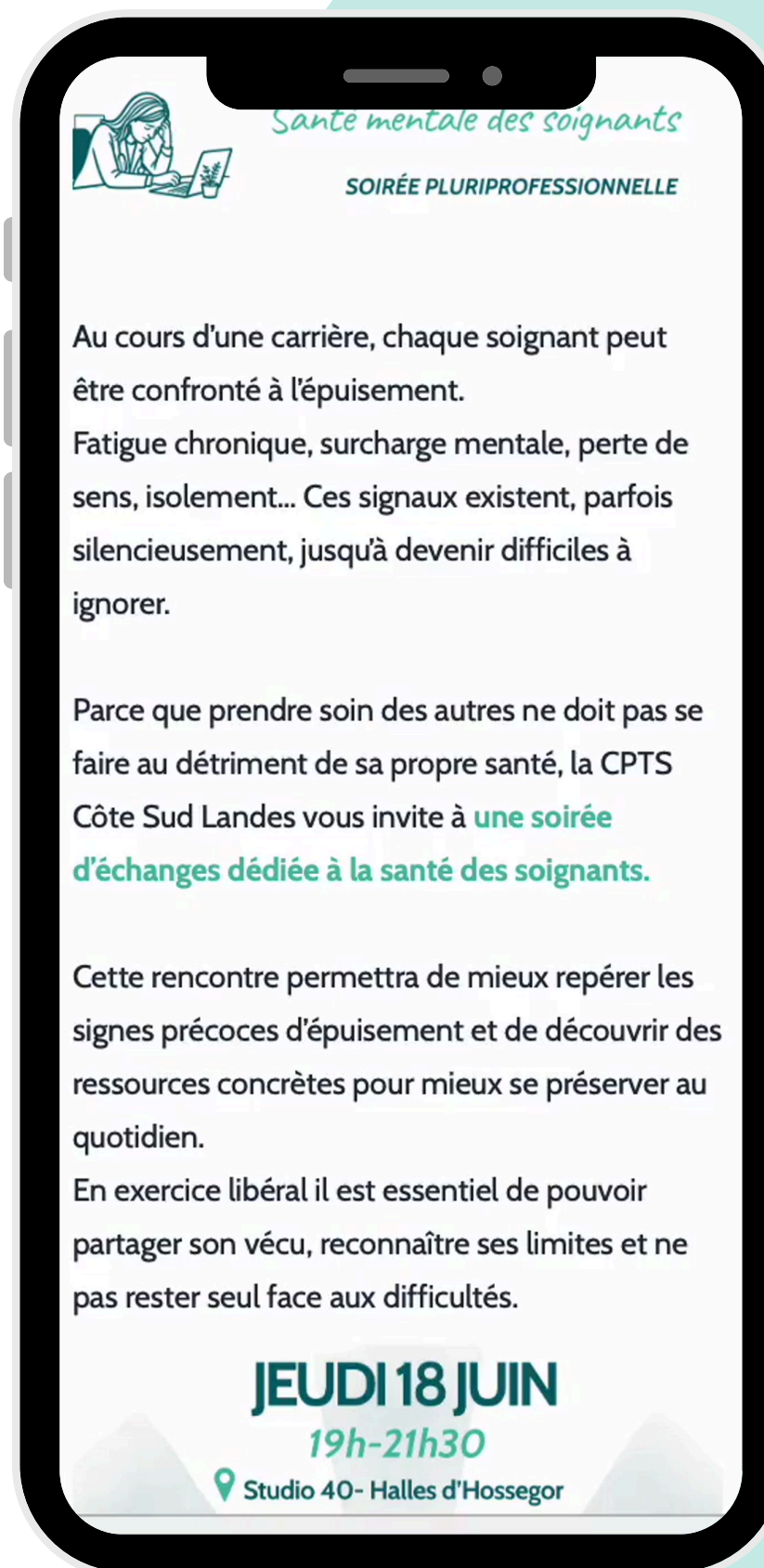
Mise en place mensuelle / bi mensuelle.

A destination des professionnels de santé.

BDD : Annuaire interne + inscription événement

Inscription volontaire suspendue

OBJECTIF :  
**INFORMER,**  
**MOBILISER**

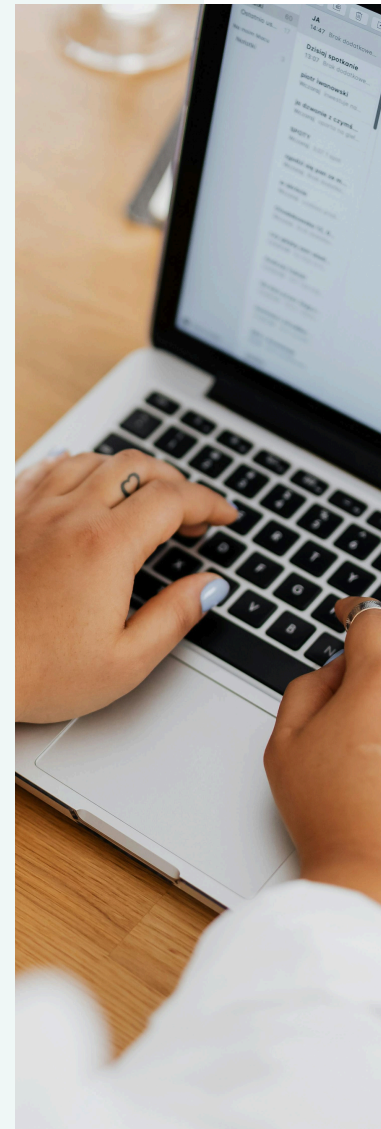


# SUIVRE LES INDICATEURS

# L'AMÉLIORATION CONTINUE

## DELIVRABILITÉ

- Taux délivrabilité : 98%
- Soft bounce : temporaire
- hard bounce : adresse inexistante ou adresse email bloquée
  
- liste ciblée : moins de volume, plus d'impact



UNE BDD PROPRE

## OUVERTURE

- Taux d'ouverture : 73%
- Apple Mail Privacy Protection  
→ moins fiable
  
- vendredi 18h30 puis mardi midi



UNE HEURE, UN OBJET

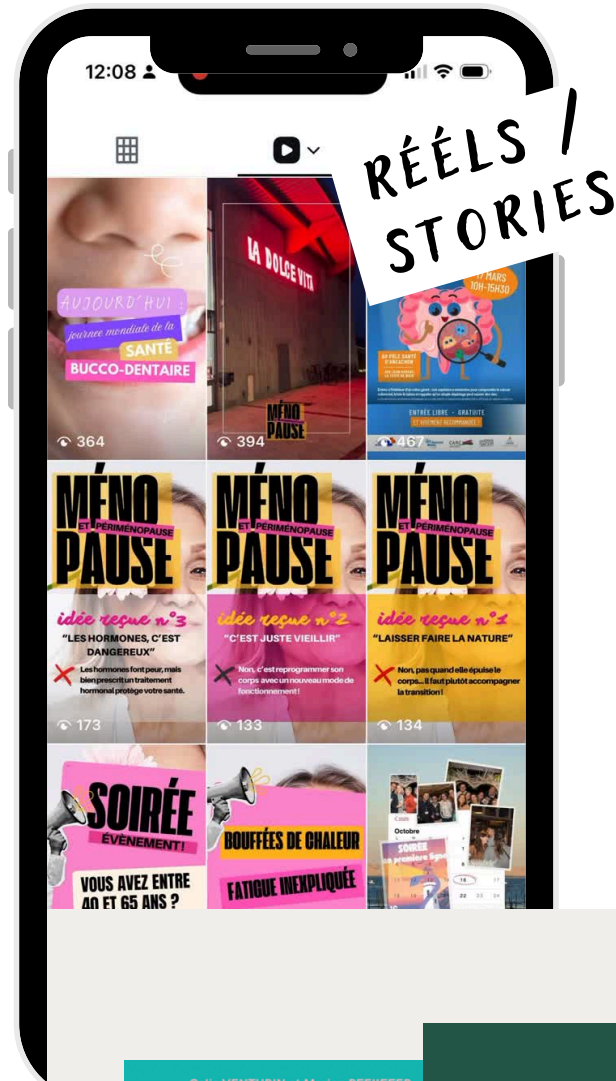
## CLIC

- Taux de clic : 15%
- Click To Open : 19%  
→ message a réussi à capter l'attention
  
- une info / un clic
- relance personnalisé

UN CONTENU

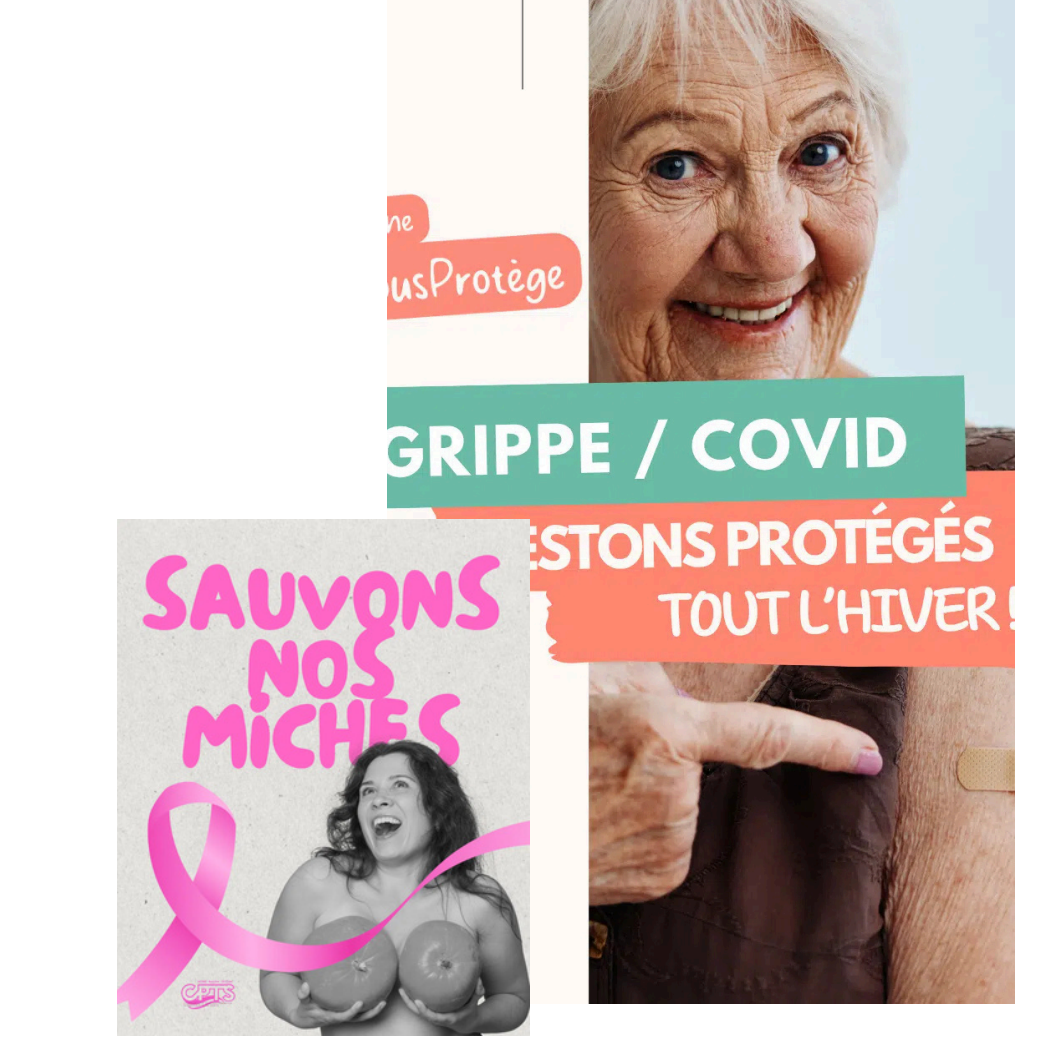
# PRODUCTION DE CONTENUS

LA FORME REND LE FOND ACCESSIBLE



# STRATÉGIE DE CONTENUS

## 3 PILIERS ÉDITORIAUX



### UTILITÉ

→ infos pratiques, annuaires, relais d'initiatives des partenaires (ccas...)

### VALORISATION

→ projets, annonces d'évènements, retours en images...

### PÉDAGOGIE

→ prévention, explications, carrousels journées mondiales etc..

RENDRE LA CPTS **COMPRÉHENSIBLE ET VISIBLE.**



# ANCRAGE TERRITORIAL

|

## SORTIR DE NOS PROPRES CANAUX

- relais locaux (CCAS, associations, Asalée, hôpitaux...)
  - groupes Facebook territoriaux
- collaboration avec acteurs digitaux (be médias, bassin des petits...)
  - CCAS / relations presse quand il y a des besoins ...

“

ALLER CHERCHER LES  
PUBLICS LÀ OÙ ILS SONT





# CHRONOLOGIE D'UN EVENEMENT

## FICHE ACTION CREATION VISUEL ET DECLINAISON LANCEMENT COMMUNICATION

### Phase 1 – Communication institutionnelle et médiatique

Institutions - Mairies  
Professionnels de santé  
Média

### Phase 2 – Communication de proximité

Distriubution

### Phase 3 – Communication digitale renforcée



MULTIPLIER LES RELAIS



J-15 : boost ( 50€ budget /semaine)  
410 vues sur la page du site Web

# IMPACT ET RECONNAISSANCE



## UNE MONTÉE EN VISIBILITÉ

- croissance des communautés,
- présence plus forte sur le territoire,
- meilleure circulation de l'information.

## UNE IMAGE TRANSFORMÉE

- CPTS plus moderne,
- plus lisible,
- plus identifiée,
- plus crédible.

## UNE MEILLEURE COMPREHENSION DES MISSIONS

- par le grand public,
- par les professionnels.

# MOBILISATION DES PROFESSIONNELS DE SANTÉ



## AVANT

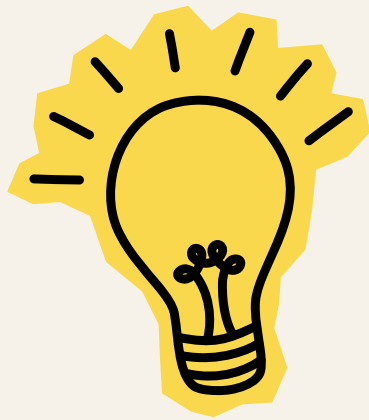
- Objectif : Augmenter la notoriété de la CPTS.
- Invitations postales ( 785€ pour 900) (32% via invitation)
- Lieu attirant, gratuit

## PENDANT

- Format festif peu structuré pour laisser libre les rencontres
- Questionnaire
- Chevalets autres evenements

## APRES

- Nouveaux contacts sur BDD
- Difficulté de mesurer l'action de notoriété sur le court terme.



## LES OUTILS

➤ GANTT - CALENDRIER NL

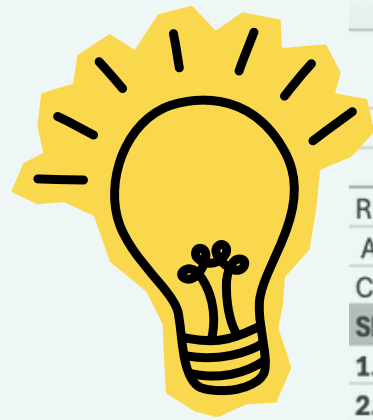
➤ NOTION - ONE DRIVE

➤ CANVA

➤ MAIL : Brevo - Mailjet

SANS COMMUNICATION  
STRUCTURÉE, LES ACTIONS RESTENT  
INVISIBLES





	Décembre				Janvier				Février				Mars				Avril				Mai				Juin				Juillet				Août				Septembre				Octobre				Novembre				Décembre											
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4								
Rapport annuel																																																												
AG ( 10 ou 12 )																																																												
Campagne Adhésion																																																												
SNP																																																												
1. Imagerie non programmées( MG)																																																												
2. Recensement MG sur offre SNP ( questionnaire)																																																												
3. Affiche estivale																																																												
Dermato																																																												
Formation MG (voir avec Géraud)																																																												
IVG																																																												
Plaquette IVG patientes																																																												
Diffusion plaquette (PS, CCAS, pharmacie)																																																												
TND																																																												
Réseau TDAH																																																												
Soins pall																																																												
Formation AVS																																																												
2. Conférence Soins Pall ( 6 mars)																																																												
Diabète																																																												
1. Soirée d'information à l'entretien motivationnel																																																												
2. Dépistage (glycémie capillaire + Findrisk) STAND																																																												
3. APA diets questionnaire																																																												
Plaie																																																												

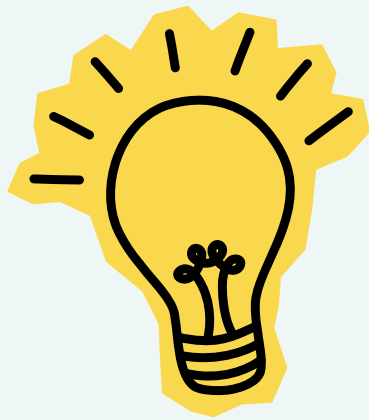
Mois	Semaine	Date	Nature	Cible	Contenu principal	Contenu secondaire	Lien
Janvier	S1	09-janv	NL	Tous PS	Vœux / cycle webinaire / CRT / adhésion	Info commission Ehpad Desjober	carte trello
	S1	09-janv	NL	Tous PS	Cycle de webinaires		<a href="#">fiche action cycle</a>
	S3	20-janv	Comm spécifique	Tous PS	Journée soins pall 6/03		
	S3	26-janv	Comm spécifique	MG/Gyneco/SF	Cycle endométriose		<a href="#">fiche action endo</a>
Février	S4	29-janv	NL	Tous PS	Questionnaire formation (PS)	date AG, formation cote soin, rappel cycle webinaire, questionnaire autisme, Soins pall, DPC APA, Journée sommeil	<a href="#">cote soins</a>
	S1	04-févr	Comm spécifique	Tous PS	Journée sommeil		
	S2	13-févr	NL	Tous PS	Présentation Cpts 30 min : CPTS Kesako ?	thèse MG, replay Omnidoc, soins pall, sommeil, Ag avec inscription	thèse dans "à diffuser"
	S4	24-févr	Comm spécifique	Tous PS	AG	ODJ, RA, appel à candidatures CA, adhésion pour votes, comptes annuels	2 thèses téléexpertise ?
	S4	23-févr	Comm spécifique	MG	TDAH		
Mars	S1	02-mars	Comm spécifique	MG/Gyneco/SF	relance 1 Cycle endométriose	questionnaire de thèse ? (Lauren)	<a href="#">fiche action endo</a>
	S1	03-mars	NL	Tous PS	rappel AG - rapport annuel	Infos pratiques, exercice coordonné, questionnaire thèse	boite contact "a diffuser"
	S4	27-mars	NL	Tous PS	Info pratiques PV Ag	rappel inscription Info soirée VIF, petit fils, Accès 3 webinaires, formations coté soins	
Avril	S1	30-mars	Comm spécifique	Tous PS	APA/ Questionnaire	pièce jointe infographie apa	boite contact "a diffuser"
	S1	01-avr	Comm spécifique	Capbretonnais	information stand Diabète marché		
	S1	03-avr	Comm spécifique	MG	Coté soins / numéro coupe fil/ questionnaire SNP	webinaire dermato/rappel endo/questionnaire de thèse/re info TDAH Deltort	boite contact "a diffuser"
	S2	08-avr	Comm spécifique	Sage Femme	Questionnaire IVG patiente		
	S3	17-avr	NL	Tous PS	questionnaire CAPallatif	Outils ESEA, , webinaires Domoplaies	
Mai	S4	22-avr	Comm spécifique	Tous PS	VIF		
	S5	29-avr	Comm spécifique	Tous PS	Entretien motivationnel		
	S1	08-mai	Comm spécifique	MG	Ateliers diet		
	S2	13-mai	Comm spécifique	Tous PS	Santé mentale des soignants		
Juin	S3	22-mai	NL	Tous PS	, entretien motivationnel, ateliers diet, SNP, nuit de	ciné debat mollets, juin vert	BPCO MG
	S4					gardes dentaires dimanche et jours fériés pour septembre	
	S1		Comm spécifique	MG	SNP	Newsletter SAS, ouverture maison médical Dax,	
	S2	12-juin	NL	Tous PS	SNP, AFGSU	qualité et remontées des EI, logigramme et rencontre SISM, CJC asso caminante	
Juillet	S3	23-juin	Comm spécifique	Tous PS + EHPAD	Plaie		
	S4	26-juin	NL	Tous PS			
	S1		Comm spécifique		AFGSU		
Juillet	S2	10-juil	NL	Tous PS			
	S3		Comm spécifique	structure aide à dom			

Liste d'attente			
Fait	Demande de communication	e evenem	Commentaires
	maison des ados		qd date d'ouverture + sit
?	Questionnaire autisme E.Bork		
	Questionnaire qui pec endométriose ?		Tous PS (NL ?) = rapi
	colloque infirmier violence sexuelles	04-juin	
			à compter du 1er septembre, les gardes dentaires en cabinet des diman

GANTT







CANVA

Fichier Redimensionner Retouche

Modèles

Éléments

Texte

Marque

IA Canva

Importer

Outils

Rechercher

Tous les modèles de marque

Identité visuel...

Toutes les ressour...

Directives

Modèles de ... Nouveau

Logos

Couleurs

Polices

Voix de marque

Tous les modèles de marqu

Modèles de marque

Ajouter des modèles de

Logos

Couleurs

Palette de couleurs

Fichier Redimensionner Retouche

QR code

Ajoutez une URL et nous créerons un code QR pour vous l'ajoutiez à votre design. Les utilisateurs peuvent scanner le code QR pour visiter l'URL

URL

https://www.cpts-csl.fr/

Personnaliser

Couleur d'arrière-plan

Couleur de premier plan

Marge

Générer un code

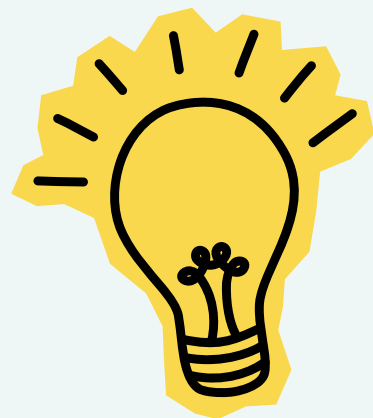
medecin

+

Générer

Recher

Illustrations Photos Vidéos



## Créer un email

Créer de zéro ▾

### Vos emails

📁 Campagnes email

### Templates

📁 Vos templates

📁 Templates de base

📁 Prêt à l'emploi

## Toutes les campagnes email

Créez un nouvel email à partir d'une campagne passée.

📁 Dossiers ▾

🔍 Rechercher par nom ou

⏴ Trier par ▾

Bonjour,

La CPTS Côte Sud Landes, regroupement de professionnels de santé libéraux œuvrant pour une meilleure coordination des soins sur le territoire, lance une initiative estivale pour faciliter l'accès aux soins d'urgence et désengorger les hôpitaux.

Nous vous proposons donc de relayer une affiche destinée au grand public, afin d'aider les vacanciers à trouver rapidement un médecin à proximité, évitant ainsi un recours non nécessaire aux urgences (ex : suture superficielles).

*Imprimez l'affiche*

Pour participer à cette action vous pouvez IMPRIMER et AFFICHER le document en pièce jointe dans les lieux

#248  
2026 Affiche SNP

Utiliser ce template

Santé mentale des soignants  
SOIRÉE PLURIPROFESSIONNELLE

Chers partenaires,

Puis-je vous rappeler que l'absence de soins ne doit pas se faire au détriment de sa propre santé. La CPTS Côte Sud Landes invite les professionnels de santé à une soirée d'échanges dédiée à la santé des soignants.

Cette rencontre permettra de mieux repérer les signes précurseurs d'épuisement et de découvrir des ressources connexes pour mieux se préserver au quotidien. En espace libéral ou salarié il est essentiel de pouvoir partager son vécu, reconnaître ses limites et ne pas rester seul face aux difficultés.

#247  
2026 Soirée Santé mentale des...

Utiliser ce template

ENDOMETRIOSE  
CYCLE DE 5 SOIRÉES D'INFORMATIONS

Bonjour {{contact.PRENOM}} {{contact.NOM}},

Nous vous invitons à venir le mardi prochain pour poursuivre notre cycle sur l'endométriose, dédié cette fois-ci à la prise en charge chirurgicale et hormonale.

*Programme*

Mardi 9 juin 2026

19h30 - 20h : buffet d'accueil  
20h - 22h : échanges et interventions

#246  
2026 CYCLE ENDOMETRIOSE\_Inscri...

Utiliser ce template

Violences Intrafamiliales

Bonjour {{contact.PRENOM}} {{contact.NOM}},

Un grand merci pour votre présence jeudi 21 mai lors des conférences et des échanges consacrés aux violences intra familiales.

Comme annoncé, voici les ressources mises à votre disposition :

Espace de consultation    Présentation

#245  
2026 VIF MERCI

Utiliser ce template

# BREVO

## Créer une campagne email

Classique

Test A/B

Entretenez l'engagement de vos abonnés en partageant vos dernières nouvelles, en faisant la promotion de vos produits les plus vendus ou en annonçant un événement à venir.

Nom de la campagne

JONZAC 2026

11/128

Dossier

Ajouter au dossier

Annuler

Créer une campagne

# RECOMMANDATIONS

## POUR COMMENCER DU BON PIED

adresses mails, nom de domaine

un site modifiable, un prestataire

canva

calendrier de communication



LE RISQUE ?

UNE PERTE DE  
DONNÉES ET DE TEMPS



NOM DE  
DOMAINE



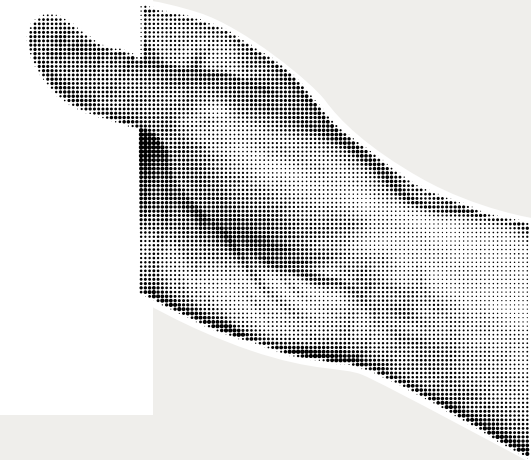
PRESTATAIRE  
SITE INTERNET





# PERSPECTIVES

- professionnalisation de la newsletter
- segmentation plus fine sur le site internet
- nouveaux formats (blog santé territoire)
- mesure d'impact à approfondir



AMPLIFIER LE  
RAYONNEMENT

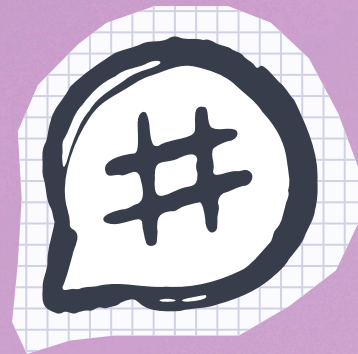
# PERSPECTIVES

- Intensification sur Linked In
- segmentation plus fine sur la NL
- Développement du site



AMPLIFIER LE  
RAYONNEMENT

# MESSAGE CLÉ :



LA COMM'  
D'UNE CPTS :

- REND LES ACTIONS VISIBLES
- CRÉE DE LA COMPRÉHENSION
- GÉNÈRE DE L'ADHÉSION
- STRUCTURE LE TERRITOIRE





**SANDRINE DEMEZIL**

PROJET@CPTSNORDBASSINOCEAN.FR

**ELODIE FOUCAT**

COMMUNICATION@CPTSNORDBASSINOCEAN.FR

**LAURA ZARRAGOZA**

LAURA.ZARRAGOZA@CPTS-CSL.FR



**OCEANE VANWEYDEVELD**

OCEANE.VANWEYDEVELD@CPTS-CSL.FR

