

COMPTE RENDU

Refonte et rédaction de la newsletter - numéro de janvier



Laurine DEFERT - 2COM1

Sommaire

<u>Introduction</u>	1-2
<u>I - La charte graphique</u>	3
<u>II - La structure éditoriale</u>	4-5
<u>III - La rédaction de la newsletter</u>	5-7
<u>Conclusion</u>	8
<u>Annexes</u>	8

Introduction

L'Agence Régionale de Santé Bourgogne-Franche-Comté (ARS BFC) est un établissement public de l'État placé sous la tutelle du ministère de la Santé. Créée en 2010 et structurée selon la nouvelle carte régionale depuis 2016, elle a pour mission de piloter et mettre en œuvre les politiques de santé sur l'ensemble du territoire régional, au service de 2,8 millions d'habitants.

Son rôle repose sur deux axes majeurs :

- Organiser et réguler l'offre de soins, en ville comme à l'hôpital ou dans le secteur médico-social.
- Piloter les actions de santé publique comme la prévention, la promotion de la santé, la veille sanitaire, la gestion des crises et la santé environnementale.

L'ARS BFC est dirigée par une Directrice générale, Mathilde Marmier, et fonctionne avec 470 collaborateurs répartis sur 8 sites appelés délégations territoriales pour adapter les politiques nationales aux besoins locaux.

Au quotidien, l'Agence travaille en partenariat avec les acteurs institutionnels, les professionnels de santé, les établissements et le milieu associatif. Elle intervient notamment dans la gestion des crises sanitaires, l'autorisation et le contrôle des établissements, le suivi de la qualité de l'eau potable ou encore la promotion de comportements favorables à la santé (dépistage, addictions, activité physique...).

La Direction de la communication est chargée de diffuser des informations claires et fiables auprès du grand public, des professionnels et des partenaires. Pour cela, elle utilise des outils variés (site internet, newsletter, réseaux sociaux...) pour rendre les politiques de santé accessibles et favoriser l'adhésion aux messages de prévention. En interne, elle contribue également à renforcer la cohésion entre les agents et à valoriser leurs actions, grâce à l'intranet, aux différents webinaires ou encore à l'organisation d'une Assemblée Générale annuelle.

Dans le cadre de mes missions au sein de cette Direction, j'ai été chargée de conduire un projet intitulé « Refonte et rédaction de la newsletter ».

Cette mission m'a été confiée à la suite de l'arrivée d'une nouvelle Directrice générale, à la rentrée scolaire 2025, qui a de fortes attentes en matière de modernisation de la communication institutionnelle.

Cette newsletter externe bimestrielle n'avait pas été retravaillée depuis sa création en novembre 2022. Au fil du temps, sa mise en forme a peu évolué et le début d'année 2026 représentait donc une occasion idéale pour faire une refonte.

La mission poursuit trois objectifs principaux :

- Moderniser la structure de la newsletter, en s'inspirant des tendances actuelles.
- Rendre la newsletter plus attractive, afin d'encourager la lecture et les renvois vers les articles du site internet de l'Agence.
- Concevoir et rédiger le premier numéro de 2026, à envoyer fin janvier.

La refonte a été initiée début décembre 2025, avec plusieurs étapes pour affiner la maquette, sélectionner les sujets et valider les textes et visuels.

Le premier numéro de cette nouvelle newsletter a été envoyé le 29 janvier 2026 à l'ensemble du fichier de diffusion :

- les partenaires de l'ARS BFC
- les élus
- les mairies
- ainsi que toutes les personnes abonnées

J'ai pu réaliser cette mission grâce à l'aide d'une partie de l'équipe du service communication :

- Delphine Gnechi, chargée de communication externe, m'a accompagnée dans le choix des articles à mettre en avant dans cette newsletter. Elle m'a aussi aidée et supervisée dans la rédaction des textes, aussi bien pour le fond que la forme.
- Fabienne Chevalet, Directrice de la communication, est intervenue lorsque je lui ai présenté une première version de cette newsletter. Elle m'a indiqué les dernières modifications à apporter (précision des messages, esthétisme, accessibilité) puis elle a validé la version définitive avant sa diffusion.

I - La charte graphique

Pour mener à bien la refonte de la newsletter et concevoir la nouvelle édition de janvier, j'ai commencé par réaliser une veille sur les newsletters des autres ARS pour identifier ce qui semblait bien fonctionner : structure plus épurée, rubriques plus visibles, appels à l'action plus clairs, ou encore hiérarchie de l'information mieux pensée.

La première phase du projet a été de modifier la charte graphique au niveau de la typographie et des couleurs. L'ancienne newsletter utilisait de nombreuses couleurs très vives, ce qui était assez chargé.

Les modifications apportées se retrouvent nettement dans les bannières d'en-tête qui me serviront donc d'exemples.

*Screenshot de l'ancienne
bannière d'en-tête :*



Pour garder une cohérence graphique, j'ai décliné les deux couleurs du logo de l'ARS, le bleu (12428f) et le vert (94c223), en ajoutant des nuances de noir et de blanc pour obtenir deux dégradés de 4 couleurs chacun, plus harmonieux :



La deuxième étape a été de retravailler la bannière d'en-tête. Le titre *Territoires de santé* devait être conservé, ainsi que la présence des logos de la République française et de l'ARS BFC. La typographie a été modifiée : j'ai choisi la police Marianne, la police officielle de l'État, afin d'uniformiser l'identité visuelle. De plus, le « méli-mélo » d'hexagones a été remplacé par un rond uni, plus moderne et sobre.

*Screenshot de la nouvelle
bannière d'en-tête :*



II - La structure éditoriale

La troisième étape a concerné les titres des rubriques qui n'ont pas changé mais qui ont été retravaillés graphiquement, en gardant l'idée d'un dégradé de couleurs et du rond de la bannière d'en-tête. Les 7 titres alternent désormais entre le bleu et le vert afin de créer un rythme visuel.

Exemple d'un ancien titre :



Exemples des deux premiers nouveaux titres :



J'ai aussi modifié la couleur de fond des rubriques Zoom, Actu et Publications ce qui donne plus de confort à la lecture, avec des barres de séparation et un coin arrondi aux images pour l'aspect esthétique.

Ancienne rubrique Zoom :



Nouvelle rubrique Zoom :



J'ai également ajouté plusieurs boutons d'appel à l'action (flèche vers la droite, *En savoir plus*, *Candidater ici* ou *Découvrir les autres épisodes*). Ces éléments permettent de rediriger directement vers les contenus complets publiés sur le site internet de l'ARS BFC, de manière beaucoup intuitive. Dans l'ancienne version, il fallait cliquer sur le texte ou l'image, mais cela n'était pas indiqué clairement.

Ancienne rubrique Actu :




Nouvelle rubrique Actu :



Pour enrichir le contenu, j'ai ajouté une nouvelle rubrique intitulée *À ne pas manquer*. Cette partie permet de diffuser des informations sous un format un peu moins institutionnel. Dans l'édition de janvier, elle met en avant un réel de Laure Geisler, republié sur la chaîne YouTube de l'ARS BFC. Il s'agit d'une collaboration entre cette médecin/créatrice de contenu spécialisée en santé et l'ARS BFC ayant abouti à 12 vidéos sur des sujets de santé divers : gestes barrières, méningite, téléexpertise...

À NE PAS MANQUER

Téléexpertise en dermatologie



Découvrez l'épisode 12 de la série réalisée en collaboration avec Laure Geisler, médecin généraliste et journaliste santé.

L'objectif de la téléexpertise dermatologique est de réduire les délais d'accès aux soins en dermatologie, grâce à un accompagnement clé en main, du matériel adapté et une coopération renforcée ville-hôpital. Ce dispositif est déployé par l'ARS Bourgogne Franche-Comté, en collaboration avec le GRADeS et la Région. Les médecins peuvent désormais obtenir l'avis d'un dermatologue hospitalier (CHU de Besançon et Dijon, CH de Chalon et Vesoul) et ce en quelques clics, via la plateforme sécurisée TELMI et un envoi de photographies cliniques.

Découvrir les autres épisodes

III - La rédaction de la newsletter

La dernière étape a été la rédaction de la newsletter. Il a donc fallu sélectionner les articles du site internet à mettre en avant, parmi les actualités et les publications, puis rédiger leurs résumés, avant de choisir un visuel adapté et libre de droit : soit appartenant à l'ARS BFC, soit disponible sur la banque d'images de Canva.

Cette partie du travail demandait de respecter plusieurs exigences :

- fournir assez d'informations pour que chaque sujet soit clair et compréhensible, tout en veillant à rester synthétique
- la longueur du texte devait correspondre à la largeur de l'illustration associée et ainsi devoir rester concis, tout en évitant les répétitions

Ensuite, il a fallu choisir quelles informations seraient mises en avant dans les rubriques Zoom et Chiffré clé, toujours en rédigeant un résumé mais en choisissant aussi un visuel adapté et toujours libre de droits.

Par exemple, s'agissant du numéro de janvier, la rubrique Zoom a été consacrée aux vœux pour l'année 2026. Le visuel sélectionné met à l'honneur les dessins d'enfants¹ qui ont été utilisés pour illustrer la carte de vœux de l'ARS BFC.

Pour tous ces résumés d'articles ou de publications, plusieurs relectures et ajustements ont été nécessaires, jusqu'à obtenir des résumés équilibrés et adaptés à la mise en page de la newsletter.

Il existe également deux autres rubriques :

- *Initiatives locales* : toutes les publications de l'ARS BFC sur X, LinkedIn et Facebook sont centralisées dans cette rubrique et triées selon si elles concernent la région ou les départements. En plus de ce travail d'aiguillage, il a aussi fallu résumer ces publications en une phrase courte, tout en apportant l'essentiel de l'information puis en faisant un renvoi vers le post.
- *Appel à projets et à candidatures* : cette rubrique répertorie les appels à projets et à candidatures publiés sur le site internet, il s'agissait uniquement de les lister et d'ajouter un bouton d'appel à l'action "*Candidater ici*".

Pour la réalisation technique, deux outils ont été utilisés :

- Brevo était déjà le logiciel qui permettait de créer la newsletter et de l'envoyer, il a donc naturellement été utilisé pour sa refonte : intégration des blocs, liens, boutons, images et mise en forme générale.
- Canva a été utilisé pour créer tous les éléments graphiques comme la bannière d'en-tête ou encore les titres des rubriques qui ont ensuite été exportés puis intégrés sur Brevo sous forme d'images.

La nouvelle newsletter est disponible en [annexe 2](#). Celle-ci a été diffusée le 29 janvier 2026.

¹ Dessins réalisés par les enfants accueillis au sein du service de pédiatrie de l'Hôpital Nord Franche-Comté, avec l'artiste et illustrateur Lionel Serre, en résidence au Centre régional d'art contemporain "le 19", de Montbéliard.

Un projet réalisé dans le cadre de l'appel à projets Culture Santé, soutenu par l'ARS et la DRAC de Bourgogne Franche-Comté.

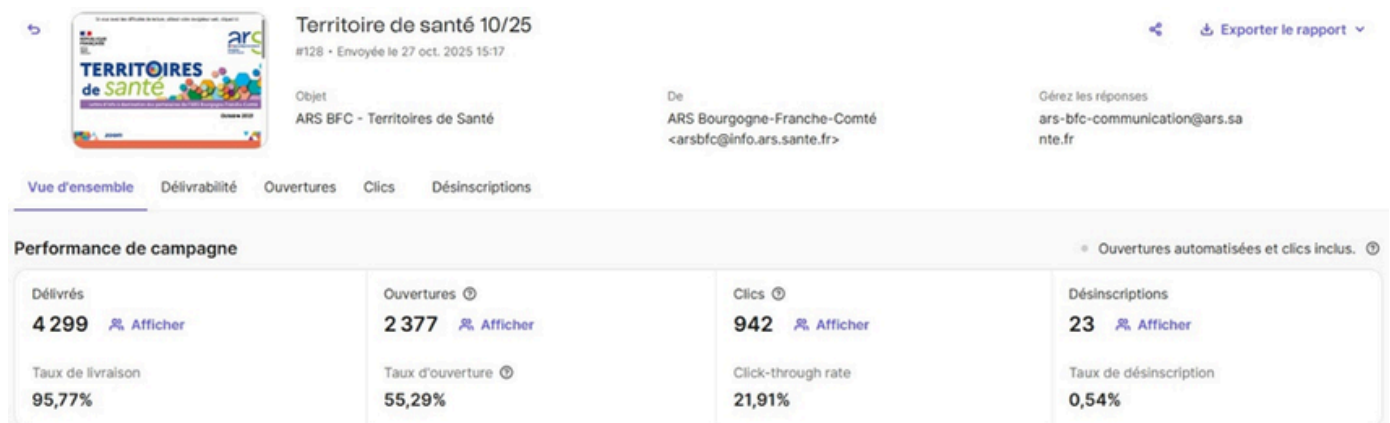
Une fois la newsletter envoyée, j'ai analysé les résultats.

Pour rappel, la mission consistait à moderniser ce support afin de le rendre plus attrayant. La Directrice générale a validé cette nouvelle newsletter, considérée comme plus moderne. Mais les statistiques n'ont pas été à la hauteur de nos attentes. Comparée à la précédente newsletter envoyée, datant d'octobre 2025, celle de janvier 2026 a obtenu des résultats globalement moins bons :

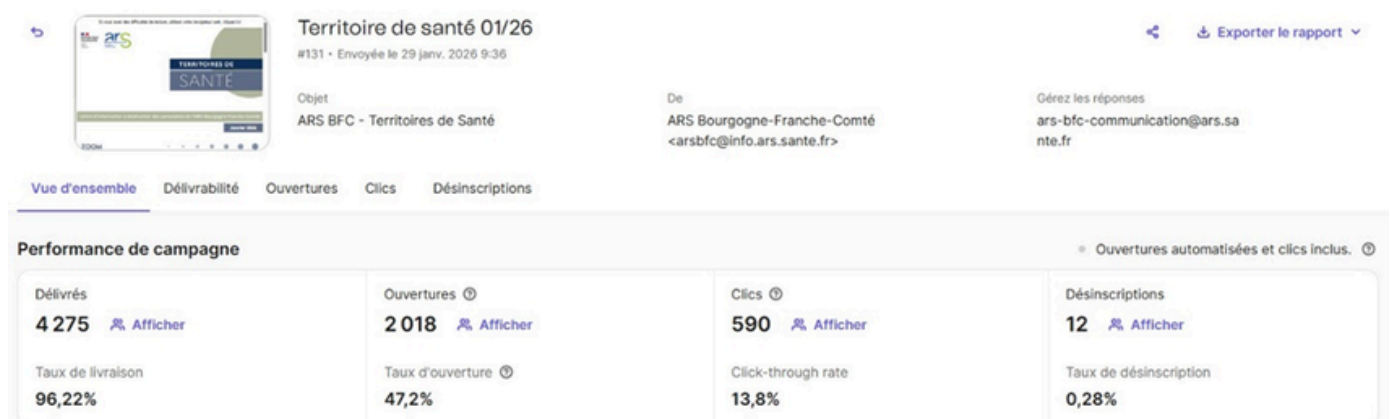
- un taux de livraison légèrement meilleur (96,22 % contre 95,77 %),
- un taux d'ouverture inférieur (47,2 % contre 55,29 %),
- un taux de clic également en baisse (13,8 % contre 21,91 %),
- mais un taux de désinscription plus faible (0,28 % contre 0,54 %).

En résumé, l'édition d'octobre performait mieux en termes d'engagement (ouvertures et clics), et celle de janvier montre une amélioration de la délivrabilité et une perte d'abonnés moins importantes. Cela peut s'expliquer par l'intérêt porté aux différents contenus de la newsletter : certains sujets provoquent plus d'engagement que d'autres. L'analyse de ces résultats me permettra d'ajuster la prochaine édition, prévue pour avril.

Résultats et statistiques de la newsletter d'octobre 2025 :



Résultats et statistiques de la newsletter de janvier 2026 :



Conclusion

La refonte et la rédaction de la newsletter de l'ARS BFC m'ont permis de mener un projet complet, de la réflexion en amont jusqu'à la diffusion du premier numéro de l'année 2026.

J'ai pris plaisir à réaliser cette mission car j'ai eu la liberté d'ajouter mes propres goûts personnels aux exigences institutionnelles telles que la sobriété. J'ai modernisé la charte graphique, créé de nouveaux visuels, réorganisé la présentation des rubriques et rédigé les contenus de manière claire et concise. Cette mission m'a amenée à mettre en pratique et à renforcer mes compétences en veille, en rédaction, en création et en analyse de résultats.

Sur le plan professionnel, j'ai gagné en autonomie et en rigueur. J'ai pris en compte les remarques et amélioré mon travail grâce aux différentes relectures de la chargée de communication, Delphine Gnechi, et de la directrice de la communication, Fabienne Chevalet, qui m'ont accompagnée. Ces ajustements m'ont également permis de mieux comprendre le fonctionnement et les attentes d'un service de communication institutionnel.

Sur le plan personnel, cette mission a renforcé ma confiance en moi. Présenter mon travail et défendre mes choix m'ont conduite à progresser et à prendre davantage d'assurance.

En conclusion, cette expérience a été formatrice et enrichissante.

Annexes

- Annexe 1 :
[Lien pour visualiser l'ancienne newsletter - numéro d'octobre 2025](#)
- Annexe 2 :
[Lien pour visualiser la nouvelle newsletter - numéro de janvier 2026](#)