



Quand l'État soigne par affiche

Une nouvelle approche

À propos de l'auteur



Grégory Caumes

Expert de l'Observatoire Santé Innovation
de l'Institut Sapiens

Grégory Caumes, juriste et expert en politique de santé. Ancien juriste Hospitalier et ancien directeur adjoint de l'Ordre national des infirmiers. Spécialisé dans les sujets de l'encadrement juridique des professions de santé, de l'organisation hospitalière et des questions touchant à la grande précarité.



À propos de l'Institut Sapiens

L'Institut Sapiens est un *think tank* (laboratoire d'idées) indépendant et non partisan réfléchissant aux nouvelles conditions d'une prospérité partagée à l'ère numérique. L'humanisme est sa valeur fondamentale. Son objectif est d'éclairer le débat économique et social français et européen.

Il fédère un large réseau d'experts issus de tous horizons, universitaires, avocats, chefs d'entreprise, entrepreneurs, hauts fonctionnaires, autour d'adhérents intéressés par les grands débats actuels. Sapiens s'attache à relayer les recherches académiques les plus en pointe.

Les travaux de Sapiens sont structurés autour de **onze observatoires thématiques** : développement durable ; agriculture ; IA et éthique ; science et société ; santé et innovation ; travail, formation et compétences ; politiques, territoire et cohésion sociale ; innovation économique et sociale ; droit social ; immobilier ; échanges internationaux.

Pour en savoir plus, visitez notre site internet : institutsapiens.fr



Il fut un temps où l'État prétendait gouverner. Désormais, il communique. À chaque crise sanitaire, sociale ou médico-sociale, il dégage non pas une réforme de structure, non pas une réponse juridique ou budgétaire à la hauteur, mais un kit de communication.

Une affiche. Un slogan. Un visuel "pédagogique". Un site. Éventuellement une vidéo verticale pour les réseaux sociaux. La République du poster a remplacé l'État stratège.

Le procédé est désormais bien huilé. Il y a un problème grave. Le gouvernement annonce qu'il "se mobilise". Puis vient la campagne de sensibilisation.

- ◇ **Les violences contre les soignants ? Affiches.**
- ◇ **La santé mentale ? Dossier de communication.**
- ◇ **Les addictions ? Campagne.**
- ◇ **Les aidants et le vieillissement ? Visuels et kit des 10 ans d'un portail public.**

Les arrêts maladie ? Même chose : une campagne sur les "bons réflexes" pour préserver le système, comme si l'usure professionnelle, la dégradation des conditions de travail ou l'état de santé des Français relevaient avant tout d'un défaut de pédagogie. (info.gouv.fr)

Il faut reconnaître au pouvoir une qualité rare : sa constance.



Quelle que soit la gravité du sujet, il y a toujours une affiche prête à partir. Les soignants se font insulter, menacer, frapper ? Réponse : campagne "Stop aux violences contre les professionnels de santé". Comme si l'agresseur, sur le point de passer à l'acte, allait soudain s'interrompre devant un kakémono institutionnel et murmurer : "Tiens, c'est vrai, ce n'est pas bien." (info.gouv.fr)

Le plus remarquable, est que la communication vient souvent combler le vide de l'action. La loi du 9 juillet 2025 visant à renforcer la sécurité des professionnels de santé existe bel et bien. Elle aggrave certaines peines, étend certaines protections, organise certaines facilités procédurales. Très bien. Mais elle ne change pas le cœur du problème : la faiblesse de l'effectivité, l'insuffisance de la réponse pénale perçue, la vulnérabilité concrète des professionnels sur le terrain. L'État a donc fait ce qu'il sait faire quand une réforme laisse un goût d'inachevé : il a fabriqué une campagne. ([Légifrance](#)).

L'état a été plus prompt à réaliser un kit presse qu'à publier les décrets d'applications.

Même recette pour la santé mentale. Le sujet est immense, grave, transversal. Treize millions de personnes présentent un trouble psychique chaque année en France, selon le dossier gouvernemental lui-même. La santé mentale a été érigée grande cause nationale pour 2025, puis reconduite en 2026. On aurait pu y voir le début d'un basculement massif de l'offre, des financements, de la prévention, de la pédopsychiatrie, de la psychiatrie de secteur, des délais d'accès. On a surtout eu un grand dossier : "Parlons santé mentale !". Le slogan est sympathique. Il est même difficile d'être contre. ([info.gouv.fr](#))



Mais à ce rythme, bientôt on ne soignera plus les dépressions : on les éditorialisera.

Le handicap n'échappe pas à la logique. La sensibilisation est devenue l'alpha et l'oméga de l'action publique. Or les chiffres, eux, ont la cruauté de ne pas lire les éléments de langage. L'accès à l'emploi des personnes en situation de handicap reste nettement moins favorable que pour le reste de la population. Les demandeurs d'emploi handicapés accèdent moins rapidement à l'emploi : seuls 32 % y accèdent dans les six mois suivant leur inscription, contre 53 % pour les autres demandeurs d'emploi. Le chômage demeure plus élevé, et les écarts persistent. ([Agefiph](#))

Là encore, les affiches n'ont pas eu l'élégance de modifier la réalité.



Pour les addictions, même esthétique de l'impuissance mise en page. On sensibilise, on diffuse, on outille, on informe. Tout cela peut être utile, marginalement. Mais la communication publique est devenue un substitut commode à la conflictualité politique. Car agir vraiment oblige à arbitrer, financer, réglementer, contrôler, parfois interdire, souvent assumer. Afficher, en revanche, permet de donner le sentiment du mouvement sans prendre le risque de la transformation.

C'est la politique publique en version sans gravité : on n'affronte plus le réel, on le met en page.

Le cas du vieillissement est peut-être le plus cruel. Depuis des années, la grande loi sur le grand âge et l'autonomie est annoncée, reportée, dégonflée, puis oubliée. En revanche, la communication sur les aidants et les personnes âgées, elle, se porte très bien. Le site public dédié fête ses dix ans avec kit de communication, visuels numériques, vidéos, chiffres-clés et valorisation du portail. (Pour les personnes âgées)



C'est admirable de longévité. La loi dépendance, elle, n'a jamais bénéficié d'un tel suivi.



Et voici maintenant les arrêts maladie. Là encore, l'État a trouvé son coupable favori : non pas la désorganisation du travail, non pas l'intensification des tâches, non pas les trajectoires de désinsertion, non pas l'effondrement de certains collectifs professionnels, mais les "comportements abusifs" et les mauvais "réflexes". D'où une campagne dédiée aux "bons réflexes à adopter pour le système de santé", avec un volet sur les arrêts de travail, adossée à un dossier de presse gouvernemental sur la réduction de l'absence au travail. (info.gouv.fr)

Nous y voilà : quand la société s'épuise, l'administration imprime.

Cette dérive révèle une philosophie du pouvoir. Le citoyen n'est plus regardé comme le destinataire d'une politique publique, mais comme la cible d'une campagne de correction comportementale. S'il y a trop de violences, il faut sensibiliser. S'il y a trop de souffrance psychique, il faut libérer la parole. S'il y a trop d'arrêts maladie, il faut responsabiliser. S'il y a trop de difficultés pour les aidants, il faut mieux faire connaître le site. À chaque fois, le problème est subtilement déplacé : de la structure vers l'individu, du politique vers le pédagogique, de l'action vers la communication.

Il y a même quelque chose d'assez fascinant dans cette manière de gouverner : plus l'État paraît impuissant, plus sa communication devient envahissante. Comme si l'affiche servait moins à résoudre le problème qu'à mettre en scène la présence du pouvoir malgré son incapacité à le traiter. Le poster n'est pas seulement un support ; c'est un aveu. Il dit : nous n'avons pas vraiment réglé le sujet, mais regardez comme nous sommes visuellement concernés.

Le plus ironique, au fond, est que la seule vraie réforme structurante récente en santé, la loi infirmière du 27 juin 2025, celle qui refonde le cadre législatif de la profession, reconnaît notamment les missions infirmières, la consultation infirmière, le diagnostic infirmier et un pouvoir de prescription encadré, a été relativement peu visible dans l'espace public. Même *Le Figaro*, reprenant l'AFP, la décrivait comme une loi "passée inaperçue — ou presque". Comme si, dans ce pays, une réforme de fond intéressait moins que sa campagne de promotion. ([Légifrance](#)). Elle est tellement passé inaperçu que la CNAM ne l'a pas prise en compte pour ses négociations conventionnelle comme le souligne justement Yannick Neuder¹ et David Lisnar².

1 https://www.linkedin.com/posts/yannick-neuder-b58388199_il-y-a-presque-un-an-je-me-r%C3%A9jouissais-comme-share-7445038359284072448-amtM?utm_source=share&utm_medium=member_desktop&rcm=ACoAABnoTn4BYmLRPxWbDTU_dyEXk7gASPKQzwg

2 <https://x.com/davidlisnard/status/2039339091938906250>

Conclusion

Voilà peut-être le vrai bilan de ces dernières années : après les concertations sans suites, après les grands-messes sans effets, voici venu le temps des affichettes. La santé mentale souffre ? Parlons-en. Les soignants sont agressés ? faisons des infographies. Les aidants s'épuisent ? Faisons un kit de communication. Les salariés décrochent ? Faisons de la pub pour les responsabiliser. L'État contemporain ne réforme plus, il graphise son impuissance.

À ce rythme, on finira peut-être par traiter les déserts médicaux avec une brochure trois volets, la crise des urgences avec des stickers, et la dépendance avec une campagne de notoriété.

Après tout, quand on ne sait plus agir, il reste toujours la possibilité de communiquer.

Et en France, manifestement, le verbe communiquer est désormais prioritaire au verbe faire.

