

Pour des informations sur la santé accessibles et faciles à comprendre

Comment atteindre les groupes de population
socialement défavorisés?

Un guide pour les professionnels

avec
check-list
pratique



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Département fédéral de l'intérieur DFI
Office fédéral de la santé publique OFSP

Croix-Rouge suisse



Vos informations sur la santé atteignent-elles tous les groupes de population?

Chaque individu doit avoir la possibilité de préserver et d'améliorer sa santé, indépendamment de ses connaissances linguistiques, de son niveau de formation et de son revenu. Les informations sur les sujets de santé doivent donc être développées et diffusées de manière à être accessibles et comprises par tous. Ce guide vous aidera à atteindre cet objectif.

Certains groupes de population sont **socialement défavorisés** en raison de leurs conditions de vie. Il s'agit notamment:

- des personnes issues de la migration en situation de vulnérabilité;
- des personnes vivant dans des conditions financières précaires et/ou ayant un faible niveau de formation.

Ces groupes de population se heurtent à différents **obstacles** lorsqu'ils veulent trouver, comprendre et évaluer des informations sur la santé. Ces obstacles sont d'ordre individuel et structurel:

- faibles connaissances des langues nationales;
- faible niveau d'intégration et de participation à la vie sociale;
- faible soutien social;
- parcours migratoire difficile;
- aptitudes réduites à la lecture (ce qui représente 22% des adultes en Suisse, selon l'étude de l'OCDE «Survey of Adult Skills 2023», publiée en 2024);
- manque d'aisance avec les outils numériques;
- compétences en santé individuelles peu développées;
- difficultés à se repérer dans le système de santé;
- informations sur la santé difficiles à comprendre et inaccessibles;
- manque de sensibilisation des professionnels de la santé aux inégalités de santé;
- manque de compétences organisationnelles dans le domaine de la santé de la part des organisations du secteur. Ces compétences se réfèrent aux efforts fournis pour créer, à l'échelle des organisations, des conditions (processus, structures, etc.) contribuant à renforcer les compétences en santé des clientes et clients.

 Pour en savoir plus sur le thème des **compétences en santé**: De Gani, SM., Beese, A.-S., Guggiari, E., Jaks, R. (2023). Document conceptuel sur la littératie en santé. Careum Center for Health Literacy, Zurich. Sur mandat de l'Office fédéral de la santé publique (OFSP), Berne; téléchargement sur le site Internet de [l'OFSP](#)

Il est prouvé que les personnes socialement défavorisées présentent un risque accru de maladies et d'atteintes à la santé. Il est donc d'autant plus important de **renforcer leurs compétences en santé**. Ce guide présente des méthodes éprouvées pour développer du matériel d'information **facile à comprendre et accessible à tous**.

Il s'adresse aux:

- personnes travaillant au sein d'organisations de santé qui souhaitent développer du matériel d'information sur la santé (brochures, notices, sites Internet, campagnes et vidéos explicatives);
- professionnels de la santé et de la communication.

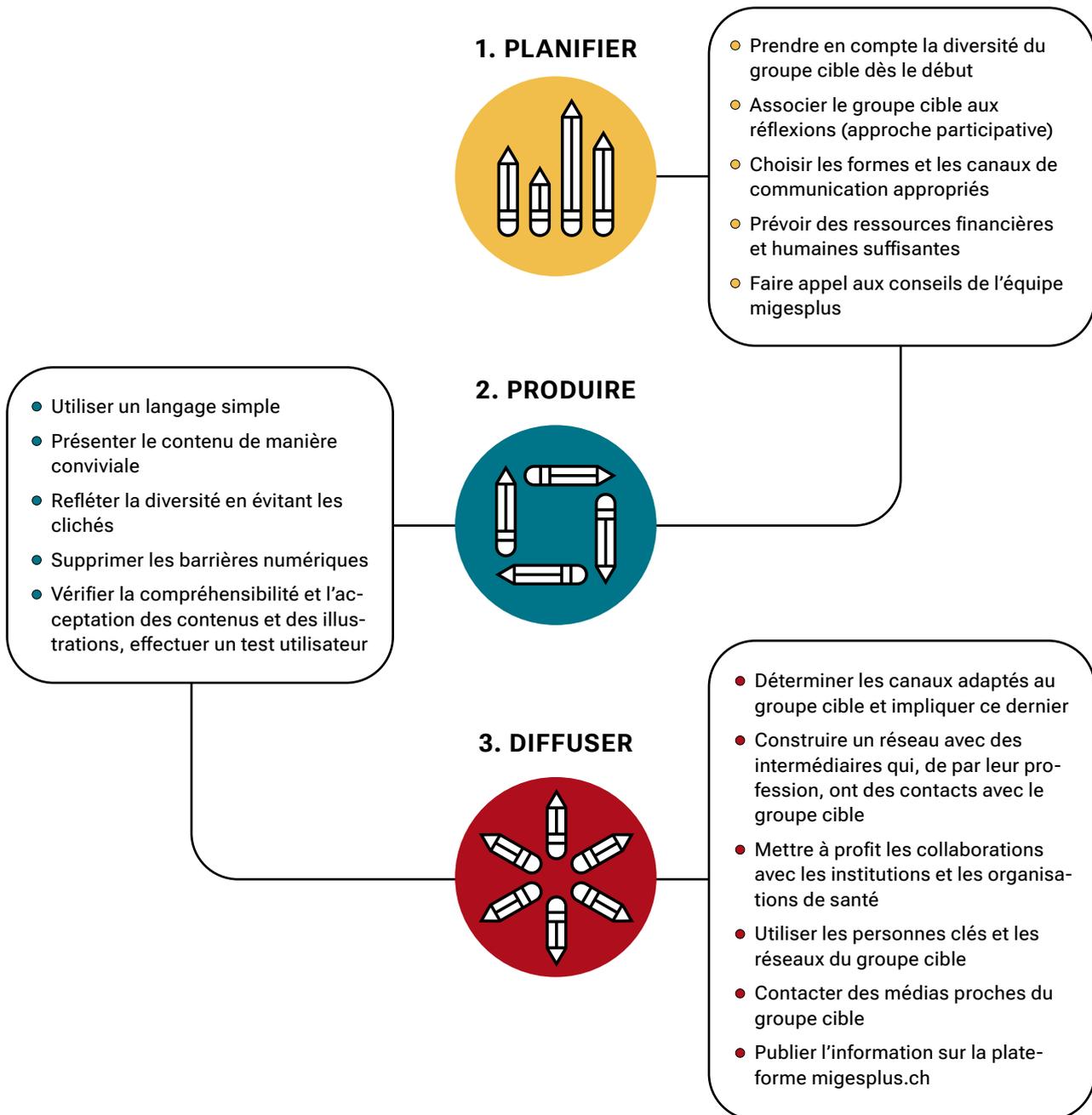
Il contient:

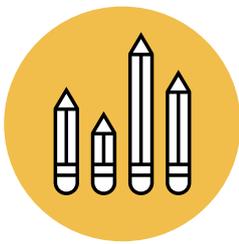
- les principales recommandations relatives aux différentes étapes de travail (planification, production et diffusion des informations sur la santé);
- des indications utiles concernant des outils et aides complémentaires et les possibilités de conseil.

À NOTER: les personnes socialement défavorisées présentent un risque accru de tomber malades. Elles constituent ainsi un groupe cible important auquel transmettre des informations sur la santé.

Des informations sur la santé pour toutes et tous

Il convient de respecter certains points à chaque étape de travail pour que les informations sur la santé soient faciles à comprendre et à consulter. En voici un aperçu.





Planifier les informations sur la santé

L'égalité des chances doit être prise en compte dès la planification. Orientez d'emblée votre projet en fonction de la diversité de votre groupe cible – et de votre budget.

- Qu'il s'agisse d'un dépliant, d'une application ou d'une campagne, **prenez compte de la diversité qui existe nécessairement au sein du groupe cible.**
- **En d'autres termes**, les informations sur la santé sont difficilement compréhensibles pour certaines personnes, tout le monde ne maîtrisant pas l'une des langues nationales. Certaines personnes préfèrent lire, d'autres privilégient les vidéos explicatives ou les formats audio. Certaines personnes naviguent facilement sur un site Internet, d'autres ont des difficultés à le faire. Enfin, si certaines trouvent des informations de manière autonome, d'autres ont besoin d'aide.
- **Effectuez des recherches sur la diversité existant au sein de votre groupe cible.** Pour ce faire, utilisez les statistiques concernant la population, la migration, l'asile et la santé. Consultez des professionnels de l'égalité des chances en matière de santé et faites appel aux services de conseil de migesplus: vous obtiendrez de premiers éléments pour définir les formes de communication et de transmission à utiliser ainsi que les langues dans lesquelles il convient éventuellement de faire traduire vos contenus.
- **Impliquez le groupe cible (approche participative).** Interrogez et faites participer les personnes socialement défavorisées pour connaître leurs besoins et leurs habitudes en matière d'information. Utilisez leurs connaissances et leurs expériences pour améliorer l'acceptation de votre matériel d'information. Ainsi, migesplus vous conseille sur la façon dont vous pouvez:
 - former un groupe de discussion;
 - effectuer un test utilisateur;
 - contacter des personnes clés et des réseaux du groupe cible afin de diffuser efficacement l'information.
- **Choisissez la forme de communication** qui correspond aux besoins et aux habitudes d'information de votre groupe cible. Vous toucherez plutôt les jeunes avec des produits numériques et les médias sociaux, une partie des personnes âgées au moyen de brochures imprimées concises et les personnes peu enclines à la lecture avec des vidéos explicatives ou des formats audio. Prévoyez aussi des canaux informels et interpersonnels pour transmettre vos informations, par exemple par le biais de personnes clés ou de professionnels offrant des prestations de conseil (voir «Diffuser les informations sur la santé», page 7).
- Assurez-vous d'avoir **un budget suffisant** pour atteindre également les groupes socialement défavorisés. Voici les mesures qui peuvent avoir une incidence sur les coûts:
 - l'implication du groupe cible (groupe de discussion, test utilisateur, multiplicateurs);
 - les formes de communication adaptées au groupe cible;
 - la traduction dans les langues de la population migrante;
 - l'attribution de mandats à des linguistes en vue de disposer de formulations simples à comprendre (si nécessaire, pour éliminer le jargon).

À NOTER: les informations sur la santé conçues avec la participation du groupe cible sont aisément compréhensibles. Elles répondent aux besoins et sont acceptées.



Planifier les informations sur la santé



Faut-il traduire le contenu et si oui, dans quelles langues?

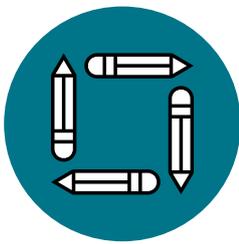
Faut-il traduire les informations sur la santé pour les personnes qui ne maîtrisent aucune des langues nationales? **Il suffit parfois** de rédiger des textes dans un langage simple pour que ceux-ci soient compris par le plus grand nombre (voir en page 5 les règles de base du langage simple). Toutefois, selon le thème et le groupe cible, les publications faciles à comprendre devraient **aussi être traduites dans les langues premières de la population migrante**. Prévoyez les moyens nécessaires à cet effet. Les informations sur la santé doivent être parfaitement compréhensibles. Par exemple, un guide nutritionnel pour diabétiques en langue première permet aux locuteurs et locutrices de cette dernière de mieux comprendre la maladie et de suivre les recommandations diététiques.

Choisissez les **langues de traduction** en fonction des connaissances linguistiques de votre groupe cible. Une brochure pour les personnes âgées devrait être traduite dans les langues de la première génération d'immigrés des années 1960 et 1970. Un guide sur la santé des enfants est plus utile s'il est rédigé dans les langues des personnes récemment immigrées. Concernant les informations sur la santé destinées aux requérant-e-s d'asile, vous pouvez vous référer aux statistiques fédérales des étrangers et en matière d'asile. Si vous avez des doutes quant au choix des langues, adressez-vous à migesplus pour obtenir des conseils.

Vous trouverez par ailleurs sur son portail une check-list relative aux mandats de traduction à confier à des agences professionnelles: **[check-list pour une bonne gestion des mandats de traduction](#)**

Pour en savoir plus sur la planification:

- Connaissances spécialisées et conseils pratiques pour mieux atteindre les groupes cibles (lien vers la page thématique de migesplus): **migesplus.ch/atteindre-les-groupes-cibles**
- Conseils de l'équipe migesplus pour améliorer l'égalité des chances en matière de santé dans les projets et les interventions: info@migesplus.ch, tél. 058 400 45 24, lien: **[conseil migesplus](#)**
- Suggestions et savoir-faire concernant la mise en œuvre de méthodes participatives (lien sur le site de migesplus): **[développer des projets avec l'approche participative](#)**
- Guide relatif à la participation des personnes touchées par la pauvreté, Plateforme nationale contre la pauvreté (lien sur le site de migesplus): **[«Et si vous nous donniez la parole»](#)**
- Statistiques fédérales des étrangers et en matière d'asile (lien vers le site du Secrétariat d'Etat aux migrations): **<https://www.sem.admin.ch/sem/fr/home/publiservice/statistik.html>**



Produire du matériel d'information sur la santé

Transmettez vos contenus de manière claire et concise dans un langage aisément compréhensible. Evoquez la diversité du groupe cible sans clichés ni stéréotypes. Supprimez également les barrières numériques pour que chacun puisse accéder à l'information.

● Langage simple

(à ne pas confondre avec le «langage facile», qui a été développé pour les personnes atteintes d'un handicap cognitif et qui a ses propres règles).

- **Changez de perspective:** mettez-vous à la place du destinataire.
- **Evitez le jargon professionnel.** Expliquez brièvement et précisément les termes indispensables («franchise: part des coûts à prendre soi-même en charge»).
- Renoncez aux abréviations.
- Utilisez un **langage courant** («salaire annuel» au lieu de «revenu annuel net»).
- **Faites des phrases courtes:** une phrase ne doit contenir qu'une seule idée.
- Optez pour des tournures à l'actif et utilisez **des verbes** plutôt que des substantifs («offrir un service» plutôt que «fourniture de services»).
- **Evitez les termes abstraits** et les mots creux («axé sur les besoins, durable, ressources psychosociales, système familial»).
- **Soyez concret** («ne peut plus monter les escaliers seul» au lieu de «dont la mobilité est réduite»).
- **Ecrivez les nombres en chiffres**, et non en toutes lettres (10 au lieu de dix).

À NOTER: le langage simple profite à tout le monde. Il permet notamment d'atteindre plus facilement les personnes socialement défavorisées.

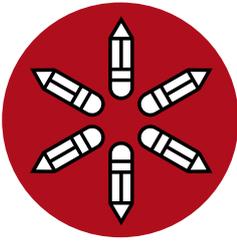
● Structure conviviale

- Résumez l'essentiel au début.
- Structurez les informations écrites. **Utilisez des puces** et mettez des intertitres.
- Mettez en évidence **les points importants** de façon cohérente.
- Utilisez des graphiques, des illustrations et des symboles **explicatifs**. Evitez les clichés!

● Présentation subtile de la diversité

Les images et les symboles soutiennent les messages, touchent émotionnellement et représentent le groupe cible dans sa diversité: les personnes qui s'y reconnaissent se sentent concernées. **Attention néanmoins** à éviter les clichés et stéréotypes qui renforcent les inégalités:

- Montrez les personnes d'origines diverses comme faisant **partie intégrante de la société**.
- **Ne représentez pas** les personnes issues de la migration ou touchées par la pauvreté **comme des groupes homogènes**. Les niveaux de formation et les parcours migratoires des migrant-e-s diffèrent fortement d'un individu à un autre.
- Représentez les personnes issues de la migration dans toutes sortes de professions, **dont les plus prestigieuses**. Evitez les attributs qui suggèrent la misère ou un certain retard de développement.
- **Ne représentez pas la pauvreté par des stéréotypes** tels qu'une personne portant des vêtements usés ou tenant une bouteille de bière à la main. Mettez plutôt l'accent sur les conditions de vie et les défis réels, comme un faible revenu.
- Examinez **le contexte** socioculturel et politique lors du choix des symboles. Ceux-ci peuvent être interprétés de façons différentes tout comme les gestes et les mimiques. De même, il peut s'avérer délicat d'utiliser des drapeaux nationaux.



Diffuser les informations sur la santé

Vous avez planifié et produit vos informations en tenant compte de l'égalité des chances. Vous devez maintenant vous assurer que ces contenus atteignent aussi les groupes de population socialement défavorisés par le biais de canaux de diffusion adéquats.

Certaines personnes ont difficilement accès aux informations sur la santé. Il ne suffit pas de mettre à disposition des informations pour qu'elles atteignent le groupe cible. Vous devez les diffuser activement, **en empruntant des canaux qui tiennent compte de la diversité du groupe.**

N'oubliez pas que les informations sur la santé atteignent votre groupe cible de diverses manières, en fonction du mode de vie et des habitudes d'information de ses différents membres. Réfléchissez aux canaux directs et indirects qui vous permettront de l'atteindre. Impliquez-le et demandez-lui son avis. migesplus vous conseille également dans le choix des canaux appropriés.

Les moyens de diffusion possibles sont:

- **les intermédiaires ayant des contacts avec le groupe cible de par leur profession**

Les professionnels et les points d'accueil dans les domaines de la santé, du social, du conseil, de l'accompagnement et de la formation peuvent afficher vos informations sur la santé, les distribuer ou les communiquer par le biais de leurs propres canaux de communication. Ces intermédiaires contribuent ainsi à renforcer les compétences en santé des personnes socialement défavorisées. Demandez-vous avec quels professionnels votre groupe cible a des contacts. Mettez-vous en rapport avec eux et remettez-leur votre matériel d'information. En voici quelques exemples:

- Cabinets de médecins généralistes, services d'aide et de soins à domicile, pharmacies
- Consultations parents-enfants
- Centres d'accueil pour les personnes en situation de pauvreté (comme Caritas)
- Centres pour requérants d'asile
- Services en charge de l'intégration
- Conseillers/-ères spirituel-le-s

- **les personnes clés et les réseaux du groupe cible**

Les personnes clés qui ont des liens étroits avec votre groupe cible et ses réseaux jouissent de leur confiance. Elles peuvent diffuser les informations sur la santé de façon informelle et à bas seuil, par des contacts personnels, via les médias sociaux, par le biais de sites Internet ou de magazines. Réfléchissez aux personnes clés et aux réseaux qui peuvent entrer en ligne de compte. N'hésitez pas à demander conseil à migesplus.

En voici quelques exemples:

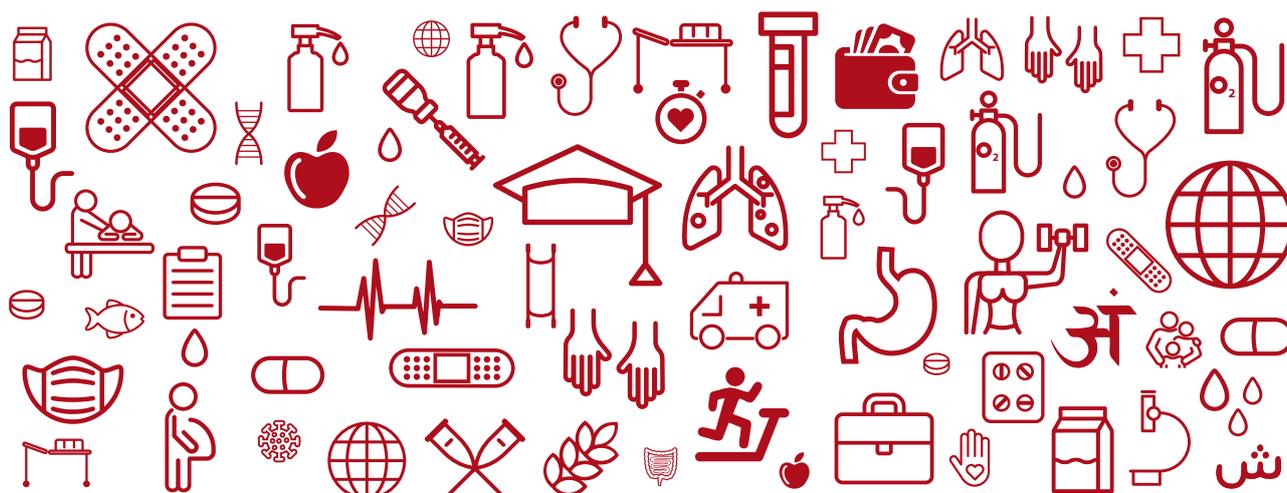
- Réseaux de personnes clés existants tels que **Femmes-Tische/Hommes-Tische Suisse** et leurs centres régionaux
- Offres entre pairs de différentes organisations de santé, dont Pro Mente Sana, la Ligue contre le cancer ou les groupes d'entraide
- Associations nationales et locales du groupe cible, dont les associations pour la population migrante que l'on trouve par exemple en contactant les acteurs locaux de l'intégration

migesplus coordonne différents **réseaux de personnes clés et de groupes cibles** qui vous aident à transmettre vos informations sur la santé.

À NOTER: les professionnels et les personnes clés diffusent vos informations sur la santé via des contacts directs avec le groupe cible.



Diffuser les informations sur la santé



- **les médias du groupe cible**

Effectuez des recherches pour savoir s'il existe des médias qui s'adressent spécifiquement à votre groupe cible. Les médias des communautés migrantes et linguistiques en Suisse, de la Gazeta Lusófona à la Tamilradio, en sont des exemples. Ils sont exploités par des migrant-e-s habitant en Suisse et atteignent jusqu'à un demi-million de personnes. Parmi ces médias, on trouve aussi des portails en ligne et des chaînes de télévision avec des canaux de médias sociaux. Ainsi, les informations sur la santé, présentées sous forme d'images ou dans des formats vidéo adaptés aux médias sociaux, peuvent être diffusées de manière ciblée et efficace. Profitez de la proximité des rédactions avec les groupes cibles et de leur savoir-faire journalistique. Vous trouverez toutes les coordonnées sur migesmedia.ch. migesplus vous aide également dans cette démarche.

- **la plateforme migesplus.ch**

Le site Internet de migesplus.ch fournit un accès centralisé à des informations sur la santé aisément compréhensibles et disponibles en plusieurs langues. Il permet d'améliorer la visibilité de votre matériel d'information, notamment auprès des professionnels, des multiplicateurs et des bénévoles qui sont en contact avec le groupe cible.

Le guide vous propose en plus:

 une **check-list pratique** pour ne rien oublier de ce qui peut renforcer l'égalité des chances lors de la planification, de la production et de la diffusion de vos informations sur la santé (page 9);

 les courts **témoignages** de sept expertes et experts dans lesquels ils font part de leurs expériences et exposent les avantages d'une mise à disposition adéquate des informations sur la santé (à partir de la page 10).

Check-list pour la conception d'informations sur la santé atteignant aussi les groupes de population socialement défavorisés

La check-list est conçue comme un outil de travail. Elle vous aide à ne rien oublier lorsque vous rédigez vos informations sur la santé.

<input type="checkbox"/>	Effectuer des recherches sur la diversité au sein de votre groupe cible
<input type="checkbox"/>	Prendre en compte dans le concept les mesures visant à garantir la compréhensibilité et l'accessibilité de l'information
<input type="checkbox"/>	Budgéter des moyens suffisants pour lever les obstacles à la compréhension et à l'accès à l'information (participation du groupe cible, traductions, canaux de diffusion ciblés, etc.)
<input type="checkbox"/>	Trouver un moyen d'impliquer le groupe cible; prendre en compte les besoins et les suggestions
<input type="checkbox"/>	Choisir une forme de communication qui répond aux besoins et aux habitudes du groupe cible en matière d'information
<input type="checkbox"/>	Appliquer les règles de base du langage simple dans le matériel d'information
<input type="checkbox"/>	Présenter les informations écrites de manière claire et concise; utiliser des puces, des graphiques explicatifs, des images et des symboles
<input type="checkbox"/>	Prendre en compte la diversité au sein du groupe cible dans les textes et les images; éviter les clichés et les stéréotypes
<input type="checkbox"/>	Clarifier le besoin en traduction, choisir les langues dans lesquelles faire traduire; suivre la procédure recommandée en matière d'attribution de mandats aux agences de traduction
<input type="checkbox"/>	Présenter le produit au groupe cible pour évaluation; vérifier la compréhensibilité et l'absence de clichés
<input type="checkbox"/>	Pour les formats numériques: supprimer les barrières, effectuer les tests utilisateurs
<input type="checkbox"/>	Définir des canaux de diffusion appropriés avec la participation du groupe cible pour atteindre aussi les groupes de population défavorisés
<input type="checkbox"/>	Identifier les professionnels (intermédiaires) en contact avec le groupe cible et leur fournir le matériel d'information sur la santé
<input type="checkbox"/>	Mobiliser les personnes clés et les réseaux du groupe cible (réseau de migesplus, associations d'intégration, Femmes-Tische/Hommes-Tische, offres entre pairs, etc.)
<input type="checkbox"/>	Rechercher la collaboration avec des médias proches du groupe cible
<input type="checkbox"/>	Publier également les informations sur la santé sur la plateforme migesplus.ch
<input type="checkbox"/>	Solliciter les conseils de migesplus en cas de questions ou de problèmes
<input type="checkbox"/>	Se réjouir de la création d'un produit d'information réussi!

Avantages de la démarche: paroles d'expertes et d'experts



Un véritable atout pour une meilleure acceptation et une plus grande proximité avec le groupe cible

«Nous avons développé le dépliant Manger sainement à partir de 60 ans de la Société Suisse de Nutrition en étroite collaboration avec des personnes clés originaires de plusieurs pays. Ces précieux échanges nous ont donné un aperçu des préoccupations alimentaires concrètes du groupe cible. Nous avons également intégré des plats typiques des différents pays qui illustrent comment mettre en pratique les recommandations alimentaires lors de la composition d'un repas. Ainsi, le dépliant est non seulement multilingue, mais aussi adapté aux différentes cultures. Personnellement, je trouve que cette collaboration constitue un vrai plus, qui favorise une meilleure acceptation et une plus grande proximité avec le groupe cible.»

Angelika Hayer, directrice adjointe de la Société Suisse de Nutrition SSN



Informations en onze langues et courtes vidéos explicatives

«Nous proposons des informations sur l'épilepsie dans onze langues au total, dont certaines sont comprises par de nombreux migrants et migrantes habitant en Suisse. L'ukrainien est venu s'y ajouter récemment. L'étape suivante a consisté à réaliser des courtes vidéos explicatives afin de toucher les personnes qui ont des difficultés à lire. Lors de la phase de préparation, j'ai été surprise de constater combien elles sont nombreuses. Je me réjouis d'entendre que les personnes en situation de handicap et, plus généralement, un grand nombre de jeunes apprécient nos vidéos. Beaucoup de personnes concernées et leurs proches, avec lesquels j'ai des contacts, sont heureux que je puisse les renvoyer à des informations dans leur langue maternelle.»

Julia Franke, directrice de la Ligue Suisse contre l'Épilepsie



Se mettre ensemble, croiser les savoirs

«Même si l'accès aux soins est un droit humain reconnu pour chacun et chacune en Suisse, la pratique n'est souvent pas à la hauteur du principe lorsque c'est de personnes en situation de pauvreté qu'il s'agit. Le problème prend bien des formes. Il y a bien sûr la question financière. Mais il y a tout autant la question du partage de l'information: les professionnelles et professionnels de la santé et les personnes en situation de pauvreté ne communiquent que rarement et ne parlent le plus souvent pas la même «langue», et ainsi les un-e-s ne comprennent pas les réalités des autres, leurs contraintes et besoins. Se mettre ensemble, professionnelles, professionnels et personnes en situation de pauvreté, à la même table, dialoguer et croiser les savoirs respectifs: l'accès à la santé pour vraiment toutes et tous passe par là.»

Perry Proellochs, rédacteur du journal Informations ATD Quart Monde



Aborder le groupe cible d'égal à égal et avec ouverture d'esprit

«Il est parfois compliqué d'atteindre certains groupes de population, notamment les personnes ayant un parcours migratoire. Mais avec de l'empathie, de l'ouverture d'esprit, un intérêt sincère, un contact d'égal à égal et du respect, un dialogue peut s'instaurer. Nous pouvons ainsi bénéficier de nouvelles connaissances et expériences. Et parfois, nous discutons de solutions auxquelles nous n'aurions jamais pensé seuls. Collaborer dès le début avec les groupes cibles constitue la clé du succès. Femmes-Tische/Hommes-Tische transmet des informations sur la santé lors de tables rondes, de manière adaptée aux besoins du groupe cible, dans plus de 20 langues.»

Yvonne Ledergerber, Secrétaire de Femmes-Tische/Hommes-Tische



Surmonter les barrières linguistiques et les différences culturelles

«Inclure les personnes réfugiées dans le développement d'informations sur la santé est essentiel pour promouvoir l'égalité des chances en matière de santé et une société inclusive. Lorsque les personnes réfugiées participent activement au processus, les informations sur la santé sont mieux adaptées aux besoins. L'information est diffusée de manière plus équitable, et la cohésion sociale s'en trouve renforcée. Surmonter les barrières linguistiques et les différences culturelles est une condition importante pour communiquer efficacement les informations sur la santé. L'association IntegrationsBrücke Bern soutient activement cette démarche.»

Farhad Haji, association IntegrationsBrücke Bern



Nous sommes responsables en tant que professionnels

«L'une des principales tâches de la promotion de la santé et de la prévention consiste à élaborer et à diffuser des informations sur la santé et des messages de prévention destinés à des groupes spécifiques ou à l'ensemble de la population. Compte tenu de la diversité du groupe cible, nous devrions toujours porter un regard critique sur nos différentes actions et nous poser la question suivante: atteignons-nous vraiment tout le monde? Les groupes socialement défavorisés font partie de la société. Il est précisément pour eux essentiel de prendre au quotidien des décisions ayant un impact positif sur leur santé. Nous, professionnels de la santé, avons la responsabilité de créer les conditions d'un accès équitable à l'information.»

Katharina Liewald, co-responsable du projet migesplus/Croix-Rouge suisse, spécialiste Egalité des chances en matière de santé



Nous soutenons l'égalité des chances par la communication inclusive

«La pandémie nous a clairement montré que l'égalité des chances est un élément important pour le bien-être d'une société informée et en bonne santé. Cette prise de conscience et ces expériences sont mises à profit dans le cadre des efforts déployés pour promouvoir l'égalité des chances par une communication inclusive dans nos campagnes d'information de la population. Nous misons sur une communication claire, compréhensible et émotionnelle et choisissons soigneusement nos images et nos canaux de communication. Nous veillons à respecter les niveaux de formation, le sexe, l'âge et les différences linguistiques et culturelles. Par ces mesures, nous souhaitons non seulement améliorer l'information sanitaire, mais aussi contribuer à l'égalité sociale et à l'équité.»

Adrian Kammer, responsable de la section Information sanitaire et campagnes à l'Office fédéral de la santé publique

Impressum

Rédaction et réalisation

Croix-Rouge suisse, migesplus,
Werkstrasse 18, 3084 Wabern
info@migesplus.ch / Tél.: +41 58 400 45 24

Office fédéral de la santé publique,
section Equité en santé,
Schwarzenburgstrasse 157, 3003 Berne
info@bag.admin.ch / Tél.: +41 58 462 21 11

Copyright

Croix-Rouge suisse, 3084 Wabern,
Office fédéral de la santé publique,
3003 Berne

Texte et conception

Susanne Wenger Texte, Berne
Marie-Louise Felber, oblògrafik, Olten

Télécharger le PDF

Disponible sous migesplus.ch/guide
en F, D, I

Juin 2025