

02

FICHE TECHNIQUE

Comment bien communiquer avec ses locataires
âgés pour leur parler de prévention

- 01. Alphabétisation et littératie en santé : des enjeux primordiaux**
- 02. Prendre en compte les changements liés à l'âge dans sa communication auprès des locataires âgés**
- 03. Mieux connaître ses locataires âgés**
- 04. Déterminer son échelle d'intervention**
- 05. Choisir et adapter son moyen de communication : les options possibles**
- 06. Un exemple concret**

Devenir un acteur de la prévention auprès des locataires âgés nécessite de diffuser des informations et de communiquer auprès de ce public. Souvent garante de la réussite ou de l'échec des initiatives, la qualité de la communication envers les seniors contribue la plupart du temps à la façon dont un bailleur peut répondre à leurs besoins.

Face aux évolutions induites par la généralisation des outils numériques, cette communication doit être sans cesse pensée à l'aune des multiples canaux de diffusion possibles, et sans cesse renouvelée, dans ses messages et ses médias.

En tant que catégorie sociale particulièrement hétérogène, les personnes âgées veulent être capables de choisir au sein d'un large éventail de canaux de communication l'information qu'ils recherchent et même qu'ils ne recherchent pas et qui s'impose à elles. Ces canaux doivent alors être suffisamment divers pour s'adapter à une multiplicité de profils, de niveaux de scolarité, d'âge, de conditions de logement, de capital culturel, et de champs d'intérêt.

En effet, tous ces déterminants peuvent induire des perceptions différenciées, des points de vue divergents et des niveaux de connaissances variés sur des questions très concrètes :

- Définition du bien-vieillir et de ses composantes
- Définition des notions de « service » et de « qualité »
- Rapport aux institutions, aux organismes publics et parapublics
- Aisance et capacité à reconnaître une situation problématique et à demander de l'aide
- Représentations du vieillissement, de la santé, de la maladie
- Répartition genrée des rôles masculins et féminins
- Fonctionnement et rôle des services sociaux, des bailleurs sociaux
- Etc.

Cette fiche présente un certain nombre d'enjeux, d'outils, de ressources et de pratiques de communication à destination des personnes âgées à l'appui des bailleurs sociaux souhaitant développer leur rôle d'acteur de la prévention.

Alphabétisation et littératie en santé : des enjeux primordiaux

L'alphabétisation ou l'acquisition des connaissances et des compétences de base de lecture et d'écriture dont chacun a besoin est un facteur clé de réussite de toute opération de communication, *a fortiori* quand ces actions s'adressent à des publics en difficulté.

Des difficultés de lecture ou d'écriture peuvent entraver les locataires âgés dans le remplissage de formulaires, dans la lecture d'instructions, dans la compréhension de l'information, et globalement dans l'accessibilité aux informations de prévention qui peuvent être délivrées par les bailleurs sociaux.

Il ne faut toutefois pas en conclure qu'un faible niveau d'alphabétisation équivaut à une capacité réduite de compréhension : le plus souvent, un langage simple est adapté, couplé à des choix de médias et de messages pertinents aident à surmonter les obstacles à la bonne communication institutionnelle souhaitée.

Le concept de littératie et les enjeux qu'il recouvre permettent d'appréhender ces questions. Une étude sur les compétences des adultes, menée par l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), montre qu'en moyenne 49% de la population de 16 à 65 ans des 24 pays et régions ayant participé à l'étude n'atteint pas le niveau de compétences souhaitable en littératie (OCDE, 2013).

La littératie est définie dans cette étude comme « la capacité de comprendre, d'évaluer, d'utiliser et de s'engager dans des textes écrits pour participer à la société, pour accomplir ses objectifs et pour développer ses connaissances et son potentiel » (OCDE, 2013, page 64). Selon cette même étude, la part de la population n'ayant pas le niveau de compétences souhaitable se situe à 49% au Canada, à 53% au Québec et à 63% en France.

Appliquée à la santé, la littératie est un déterminant majeur de la santé des populations qui regroupe la motivation et les compétences des individus à accéder, comprendre, évaluer et utiliser l'information en vue de prendre des décisions concernant leur santé. Or cette motivation et ces compétences reposent sur des conditions favorables, éducatives, sociétales, économiques et communicationnelles.

Le dossier de "La Santé en action" paru en juin 2017 réunit analyses et témoignages d'une vingtaine d'experts et intervenants de terrain.

Prendre en compte les changements liés à l'âge dans sa communication auprès des locataires âgés

Malgré l'hétérogénéité des situations perçues et vécues de vieillissement, l'avancée en âge amène des changements, y compris pour les personnes âgées qui jouissent d'une bonne santé.

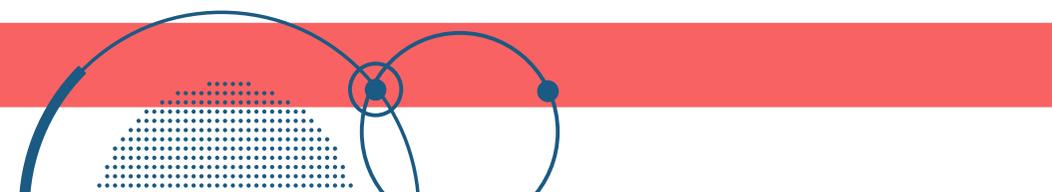
Notamment, des pertes sensorielles, des diminutions des capacités de mobilité et des changements sociaux et affectifs peuvent intervenir et affecter leur niveau d'intérêt ou leur aptitude à recevoir et à assimiler de l'information.

Pour un bailleur social souhaitant s'engager dans des actions de prévention, les communications mises en œuvre doivent tenir compte de ces changements.

Le guide canadien « Pour bien communiquer avec les aînés » offre des conseils utiles et faciles à mettre en pratique (1).



(1) Agence de la santé publique du Canada, *Pour bien communiquer avec les aînés. Faits, conseils et idées*, 2010, p. 10.



Vieillesse et communication

Changement au niveau sensoriel

Types de communication touchés

Acuité visuelle	Étiquetage des produits Services en ligne et sites Web Affichage dans les édifices publics, plaques de rues Guichets automatiques (reflet sur les écrans) Information disponible sous forme imprimée seulement Information télévisée Brochures sur papier glacé ou de couleur
Acuité auditive	Communication interpersonnelle Annonces sonores Téléphone Télévision et radio
Agilité et mobilité	Guichets automatiques et services bancaires en ligne Produits à monter (kits) Emballages des produits Accès aux babillards, publicité sur les transports en commun
Changement sociaux et affectifs	Importance accrue des contacts personnels et des autres modes d'information pour surmonter l'isolement, par le biais par exemple de clubs, des églises et des centres pour les personnes âgées.

Tableau 1. changements sensoriels et types de communication touchés

Source : Agence de la santé publique du Canada

Mieux connaître ses locataires âgés

Au-delà des réalités imaginées, il est important pour tout bailleur social souhaitant engager des actions de prévention, de bien connaître ses locataires âgés. Pour cela, des acteurs ressources existent, et des actions sont à envisager :



Acteurs ressources

Se rapprocher des associations de représentants des usagers avant de développer une action. Exemple : France asso santé

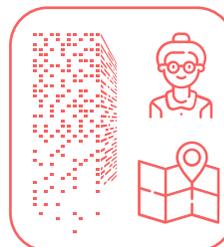
Actions à envisager

A noter : il ne s'agit pas de mettre en œuvre ces propositions de façon systématique mais plutôt de les envisager dans les premiers moments durant lesquels des actions de prévention sont initiées ou encore lorsque de nouveaux canaux de communication sont envisagés pour la première fois.

Bailleurs sociaux, vous pouvez aussi effectuer vous-même des recherches sur vos locataires. Voici quelques suggestions à adapter pour répondre aux besoins de votre organisme :



Organiser un comité consultatif formé de locataires âgés potentiellement ciblés par vos actions de prévention avant d'entreprendre l'élaboration d'une nouvelle approche en matière de communication.



Astuce : repérez un quartier/bourg sur lequel votre parc immobilier est important et où se concentrent un grand nombre de locataires âgés potentiellement ciblés par vos actions de prévention : l'organisation de ce comité consultatif sera facilitée par la proximité géographique de ses membres.



Testez votre stratégie et vos outils de communication envisagés auprès de ce comité consultatif ou d'un groupe cible de locataires âgés. Astuce : en l'absence de mise en place de comité consultatif, vous pouvez prendre appui sur le centre social ou une association de personnes âgées du quartier pour vous aider.



Réalisez une petite enquête (sondage, phoning...) auprès de vos locataires âgés afin de déterminer dans quelle mesure vous avez livré votre message avec succès. Astuces : Profitez de ce temps d'échange pour récolter des suggestions sur la façon dont ils préfèrent recevoir de l'information qui vous permettrait d'améliorer vos communications.



Gardez en tête que ces actions ont des coûts mais qu'elles sont susceptibles d'éviter des erreurs encore plus coûteuses dans la conception de votre message ou le choix du média, des erreurs qui se répercuteraient sur le résultat que vous visez, notamment le succès de vos actions de prévention.



Déterminer son échelle d'intervention

La communication et les médias utilisés entourant les actions de prévention varieront en fonction de la nature des cibles et des échelles d'intervention :

Nature des cibles



Prévention individuelle



Prévention collective

Échelles de communication



Ensemble du parc de logement

Il peut s'agir de l'ensemble des locataires du parc, mais le plus souvent il s'agit de l'ensemble des locataires âgés du parc.



Échelle d'un quartier

L'ensemble des locataires âgés du quartier



Échelle de la résidence, de l'immeuble

L'ensemble des locataires âgés d'une résidence ou d'un bâtiment



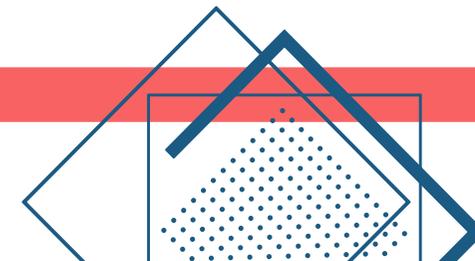
Échelle du logement

Personnes âgées résidant dans un logement



Choisir et adapter son moyen de communication : les options possibles

Pour bien communiquer auprès des locataires âgés, il est nécessaire d'amorcer une réflexion générale sur ce qu'est la communication et sur la meilleure façon de communiquer. L'une des premières étapes consiste à définir les outils qui seront mobilisés pour s'adresser à ce public. Il faut pour cela envisager une large variété d'outils et sélectionner ceux qui présentent le plus d'adéquations avec les objectifs recherchés. Voici un petit tour d'horizon.





LE CONTACT ORAL EN PRÉSENTIEL



Avantages

Ce type de contact joue un rôle très important pour les locataires âgés ayant un faible niveau d'alphabétisation. Il s'agit souvent du type de contact que les personnes âgées préfèrent, y compris chez celles qui lisent beaucoup (2).



Points de vigilance

La qualité de ce type de communication a une incidence forte sur la satisfaction des locataires (système de communication à double tranchant).

Le contact oral interpersonnel est certes pertinent pour contourner les problèmes d'alphabétisation, il ne résout toutefois pas toutes les problématiques : ainsi il rend plus difficile le contournement de la barrière de la langue. Par exemple, lorsqu'un locataire qui maîtrise mal le français reçoit un courrier, il peut à tout moment demander de l'aide à une personne proche pour la traduction, ce qui n'est pas toujours possible lors d'un contact oral en direct.



Préconisations

Il peut être parfois plus efficace de passer par des personnes en qui les personnes âgées ont confiance, c'est-à-dire les informateurs clés. Dans ce cadre, le rôle de gardien d'immeuble peut être à nouveau souligné.

S'assurer que le locataire âgé endosse un rôle actif dans la conversation permet de s'assurer de sa bonne compréhension des informations fournies. Astuces : privilégier les questions ouvertes, demander à la personne de résumer l'échange pour voir ce qu'elle retient...

Éviter les jargons professionnels et reformuler si besoin.



LE TÉLÉPHONE



Avantages

Le téléphone est souvent, pour les personnes âgées, un outil de communication essentiel avec la famille et les amis, et plus globalement pour entretenir des contacts sociaux.

En conséquence, il s'agit d'un outil dont l'usage est souvent maîtrisé par les locataires âgés .



Points de vigilance

Difficultés potentielles à entendre la personne au téléphone, soit à cause d'une mauvaise liaison, soit à cause de pertes auditives subies par le locataire.

Plus grande méfiance des locataires âgés vis-à-vis du téléphone et donc réticence à fournir des renseignements personnels.



Préconisations (appels)

Commencer par s'assurer de la qualité de la liaison et de la capacité de la personne à entendre facilement ce qui est dit

Inviter la personne à se munir d'un papier et d'un stylo

Si les personnes âgées sont invitées à se renseigner en téléphonant, bannir les systèmes de réponse automatisés

Préconisations (sms)

Être direct et précis : limiter le nombre d'informations par message (1 message, 1 info, 1 lien).

Diviser les longs messages en paragraphes plus courts

Éviter le jargon professionnel

(2) Perrin, Burt. *Effets du niveau d'alphabétisme sur la santé des Canadiens et des Canadiennes* : présenté à la Division de la coordination et de l'élaboration des politiques, DGPPS, Ottawa, Santé Canada, 1998.



DOCUMENTS IMPRIMÉS ENVOYÉS PAR COURRIER



Avantages

Permettre aux lecteurs d'assimiler l'information à leur propre rythme et de conserver cette information pour consultation ultérieure.

Peut être adapté aux locataires moins alphabétisés en leur permettant de solliciter une aide ultérieure ou en ajustant le niveau du langage et la conception du message.



Points de vigilance

Ce ne sont pas forcément les sources d'information privilégiées des personnes âgées

Difficulté à s'assurer que l'information a été transmise et comprise : le courrier a-t-il été lu ou directement jeté ? Les locataires avec des déficiences visuelles ont-ils pu déchiffrer l'information ?



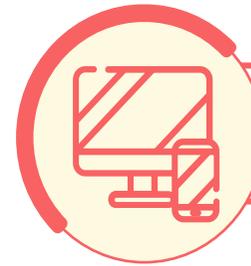
Préconisations

Joindre les courriers relatifs à la prévention aux quittances de loyer est une idée intéressante pour d'assurer d'un taux de lecture supérieur

Utiliser un langage simple, faire appel à des verbes d'action, à des formes actives

Organiser le document de façon logique en commençant par les points les plus importants

Privilégier les illustrations, les paragraphes courts et faire ressortir les idées principales.



INTERNET ET OUTILS NUMÉRIQUES



Avantages

Internet peut être un moyen efficace et efficient pour cibler un grand nombre de personnes âgées

Logistique et coûts des actions de communication qui sont souvent plus faibles

Variété des canaux : mails, sites, réseaux sociaux...



Points de vigilance

Une certaine homogénéité des publics impactés par les communications sur internet

Nécessité de posséder un équipement et de maîtriser son usage (seul moyen de communication où l'on peut être certain qu'une partie de la population cible ne recevra jamais l'information).



Préconisations

Systématiquement se demander si une communication mobilisant des outils numériques est pertinente : ne pas sous-estimer l'utilisation du numérique des seniors, considérer les atouts de l'utilisation des outils numériques pour la communication entourant les actions de prévention en faveur des locataires âgés

Ne pas surestimer non plus l'utilisation du numérique des seniors, surtout pour les locataires du parc social et rechercher l'efficacité des opérations de communication en privilégiant une communication hybride (outils numériques et traditionnels)

Privilégier les médias et outils numériques les plus utilisés : sms avec liens, mails et Facebook.



Focus : les usages numériques des seniors

1 Des usages des outils numériques qui progressent largement chez les 60+... (2016)

Les personnes âgées de 60 ans et plus

66% sont des internautes (27 % en 2008)

38 % des mobinautes

20 % des tablonautes.

75% possèdent un ordinateur

75 % possèdent un téléphone mobile

29,3 % possèdent une tablette

Durée de connexion /jour tout écran confondu

1h30 pour **36,1 %**

1h31 à 3h30 pour **18 %**

3h30 pour **11,7 %**



60% des personnes âgées de **75 ans** et plus utilisent Internet tous les jours ou presque

2 Ce qui ne doit pas occulter des situations encore importantes d'exclusion numérique

25% des personnes âgées de 60 ans sont en situation d'**exclusion numérique**

Une réalité qui s'accroît pour les personnes au-delà de **80 ans** et les personnes les plus précaires : **59%** des personnes de plus de 85 ans disent ne pas utiliser Internet.

Les femmes de plus 80 ans, vivant seules, avec de faibles revenus, sont les grandes exclues du numérique.

3 Les usages du numérique les plus fréquents chez les personnes âgées

Top 3



1 L'envoi de mails

2 L'utilisation d'un moteur de recherche

3 L'accès à la banque en ligne.

D'autres usages...

La recherche d'**informations sur la santé**, l'**achat de bien et de services** en ligne, les **jeux et téléchargements** en ligne, tout comme la participation aux **réseaux sociaux**



2,4 millions de seniors sont actifs sur Facebook en France (progression de +80 % en 3 ans).

Sources

Médiamétrie – Observatoire des Usages Internet
Médiamétrie – Web Observatoire
Insee Première n° 1452, juin 2013.
<https://www.pourbienvieillir.fr/>

Sources

Petits Frères des Pauvres, 2018.

Sources

Médiamétrie, Insee Première n° 1452, juin 2013.
Crédoc, Consommation et modes de vie, n° 278, déc. 2015.

Une ressource inspirante à l'appui de la communication des actions de prévention : *Communiquer pour tous. Guide pour une information accessible.*

Ce guide pratique et concret sur la conception des documents imprimés (polices, couleurs, mise en page, aspect linguistique et informatif...), la conception et l'utilisation des images, des sites web et supports numériques ou encore la communication orale a été piloté par Julie Ruel et Cécile Allaire. Il s'agit d'un référentiel de communication en santé publique.

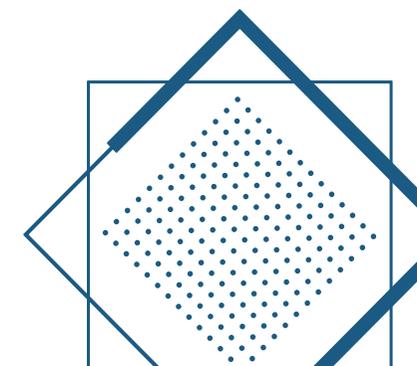
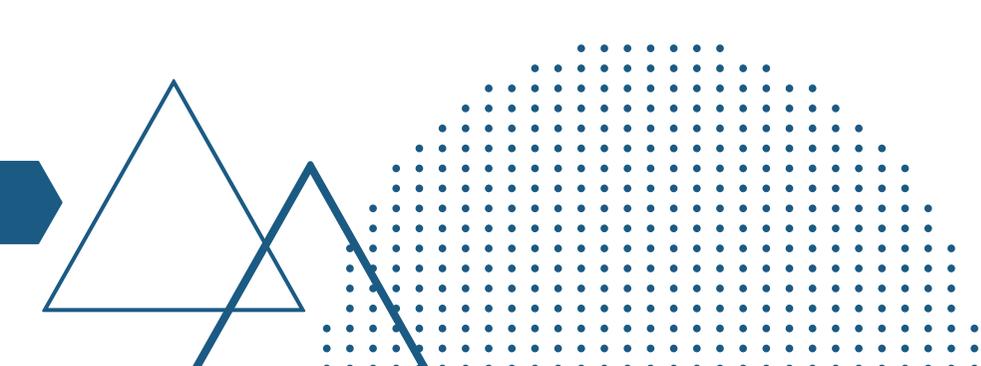
Ce guide ne s'adresse pas seulement aux acteurs souhaitant communiquer auprès de publics âgés mais dresse plutôt un ensemble de préconisations pour une communication plus inclusive envers le plus grand nombre et notamment envers une variété de publics à besoins particuliers.

Au sommaire, un guide pas à pas par type de formats :

- Conception de documents imprimés : présentation et aspects visuels, aspects linguistiques, informatifs et structurels
- Conception et utilisation des images : contenus, textes associés, emplacements, qualité et choix
- Conception de sites web et de supports numériques : navigation, conception et rédaction d'une page, images, contenus multimédias, fichiers numériques, accessibilités...
- Communication orale : conditions favorables, façons de communiquer, compréhension de l'information...

Accéder à la ressource :

https://www.cnsa.fr/documentation/ns04-112-18l_spf_communiquer_pour_tous_bd_total_web.pdf



décryptage d'un exemple concret

Analyse de deux actions portées par la Régie immobilière de la Ville de Paris (RIVP)



La Régie immobilière de la Ville de Paris (RIVP) est une société d'économie mixte créée en 1923, dont l'actionnaire majoritaire est la Ville de Paris. La RIVP est le 2^{ème} bailleur social parisien, et la 1^{ère} SEM locale en France avec 62 000 logements, 1 300 collaborateurs et 44% de titulaires de baux de + de 65 ans.

La communication autour de l'action « + de pas » du PRIF (Prévention retraite Île-de-France)

Les ateliers « + de pas » s'adressent à toute personne retraitée en Île-de-France, quel que soit son régime de protection sociale. Ils sont organisés par le PRIF en partenariat avec des experts de la prévention ou des thématiques abordées et les acteurs locaux des territoires (Mairie, CCAS, Clic, Résidence autonomie, Clubs sénior, Centre socioculturel, association locale ... et bailleur social). En tant que partenaire, la RIVP a participé à la communication entourant le programme.

La RIVP a ainsi mis en œuvre une communication adaptée multi-services et plusieurs services de la régie ont été impliqués **1** et la régie a mis en place une formation globale des personnels de tous les services :

- Service communication **2** : retravaille l'ensemble des éléments de communication (flyers, sms, courriers...)
- Service qualité : travaille sur le message délivré **3** aux locataires de 65+ (courriers et surtout mails et sms pour présenter l'action)
- Service relation locataire : travaille sur le volet information et FAQ, réceptionnent les appels téléphoniques des locataires qui n'ont

pas compris l'information transmise et qui vont demander des compléments d'information sur les dispositifs (il était donc important que le service relation soit impliqué dès le début **4**, c'est-à-dire avant les envois d'information)

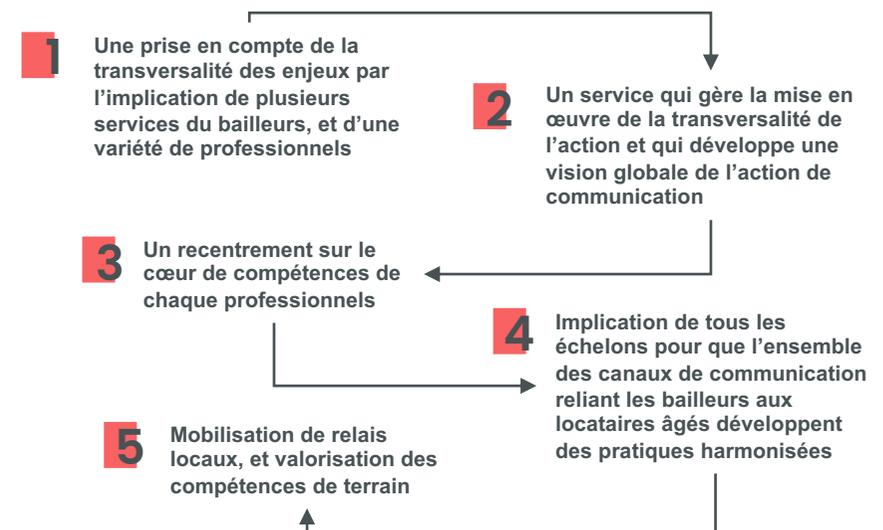
- Agences et gardiens (personnels de terrain) **5** : les équipes de proximité sont informées. Quelques-uns à la genèse du projet, majoritairement à la sortie de l'information pour qu'ils fassent le relais auprès des locataires.

Exemple de sms

Pour votre bien-être, la RIVP vous permet de suivre des cours d'activité physique adaptée gratuits et connectés. Infos ici : <https://infos.rivp.fr/kiplin.pdf>. Portez-vous bien

L'enjeu du sms est de faire tenir toute l'information, claire et attrayante dans très peu de caractères (150). En l'occurrence nécessite un smartphone. Le SMS renvoie vers un flyer (qui doit être retravaillé pour être accessible sur smartphone car accessible via SMS) pour plus d'informations.

Facteurs clés de réussite



La communication entourant le programme « adaptation logement en masse »

La RIVP traite les demandes d'adaptation de logements à travers 3 canaux :

- Le diffus (traitement des demandes au compte-goutte émanant des locataires)
- Les travaux réalisés dans le cadre des opérations de réhabilitation
- Le cadre du plan spécifique de travaux « adaptation logement en masse » dont il est question ici.

Le plan adaptation logement en masse vise tout d'abord à cibler des immeubles à fort enjeux de vieillissement (plus de 20% des logements hébergent une personne de 70 ans ou plus). Ensuite, il s'agit de s'adresser à l'ensemble des locataires âgés de 60 ans et plus résidant dans ces bâtiments, et de développer, sur ces immeubles identifiés, une communication de masse consistant à proposer des travaux d'adaptation.

Pour cela, la RIVP développe plusieurs outils/médias :

- Organisation de réunions en pieds d'immeuble pour présenter des cas pratiques, ainsi qu'un descriptif détaillé des travaux... ce qui est difficile à l'écrit.
- Utilisation de dispositifs de réalité virtuelle pour aider les personnes âgées à matérialiser des travaux d'adaptation et à se projeter : quand les équipes se déplacent au domicile mais pas seulement, cet outil est également disponible en ligne.
- Lien vers la réalité virtuelle intégré dans les mails et sms envoyés aux locataires. Ces outils innovants aident les gens à se projeter concrètement grâce à des visuels innovants et très réalistes.
- Pour les personnes âgées éloignées du numérique, la RIVP développe également des actions similaires à « + de pas » : courriers, réponses aux questions par téléphone, relais des gardiens. Par ailleurs, l'action étant ciblée sur un même bâtiment, une campagne d'appels téléphoniques est organisée auprès des locataires n'ayant pas répondu.

Analyse des facteurs clés de réussite

1

Une belle articulation entre utilisation d'outils numériques et traditionnels qui permet de bénéficier des avantages des deux méthodes en termes de pédagogie, de prévention et d'information mais qui permet également de cibler toutes les personnes (utilisant le numérique ou non).

2

Des aspects avantageux à cibler des actions sur un seul bâtiment dans la mesure où la concentration des publics cibles permet de faciliter la communication et de développer de nouveaux outils (réunions en pied d'immeuble notamment)

3

Utilisation d'un dispositif de réalité virtuelle innovant et pertinent pour aider les personnes âgées à se projeter dans les travaux d'adaptation de leur logement ici, le facteur clé de réussite est la recherche de l'outil adéquat aux besoins de la campagne de communication



Contact

Raphaël Rogay
Responsable

Pôle appui aux politiques publiques et
aux territoires

Gérontopôle Nouvelle-Aquitaine