

Office fédéral de la santé publique OFSP

---

# Offres de promotion de la santé et de prévention : potentiel pour atteindre les personnes âgées socialement défavorisées

---

Résumé

29 mars 2019

---

**Étude réalisée par**

econcept AG, Gerechtigkeitsgasse 20, CH-8002 Zurich  
www.econcept.ch / +41 44 286 75 75

**Auteurs**

Sarah Neukomm, lic. phil. I, politologue  
Jasmin Gisiger, master EPF/Université de Zurich en *Comparative and International Studies*

## Résumé

En 2019, la Stratégie nationale Prévention des maladies non transmissibles (stratégie MNT) a pour thème prioritaire la « vieillesse » ; le potentiel des offres de promotion de la santé et de prévention pour atteindre les personnes âgées socialement défavorisées a été étudié dans ce cadre. L'étude avait comme premier objectif de dresser un inventaire des offres concrètes de promotion de la santé et de prévention destinées aux personnes de plus de 55 ans socialement défavorisées, et ce dans la perspective d'identifier les bonnes pratiques et les facteurs généraux de réussite. Selon les définitions élaborées dans le cadre de projets menés par l'OFSP, la Conférence des directrices et directeurs cantonaux de la santé et Promotion Santé Suisse sont considérées comme « socialement défavorisées » les personnes qui présentent l'une ou plusieurs des caractéristiques suivantes : (1) faible statut socio-économique (par ex. en raison d'un bas niveau de formation, de revenus modestes ou d'un poste à faible responsabilité) ; (2) faible intégration sociale (due notamment à l'isolement ou à l'exclusion sociale) et/ou (3) origine migratoire (en particulier en cas de mauvaise maîtrise des langues nationales, d'autorisation de séjour précaire ou d'expériences discriminatoires). Afin d'analyser les offres et d'identifier les facteurs de réussite, les auteurs ont combiné plusieurs méthodes : recherches sur Internet et dans la littérature scientifique, vaste sondage par courriel auprès de 44 organisations travaillant dans la prévention ou avec les personnes âgées en Suisse et étude approfondie de sept dispositifs en menant des entretiens avec les responsables des projets.

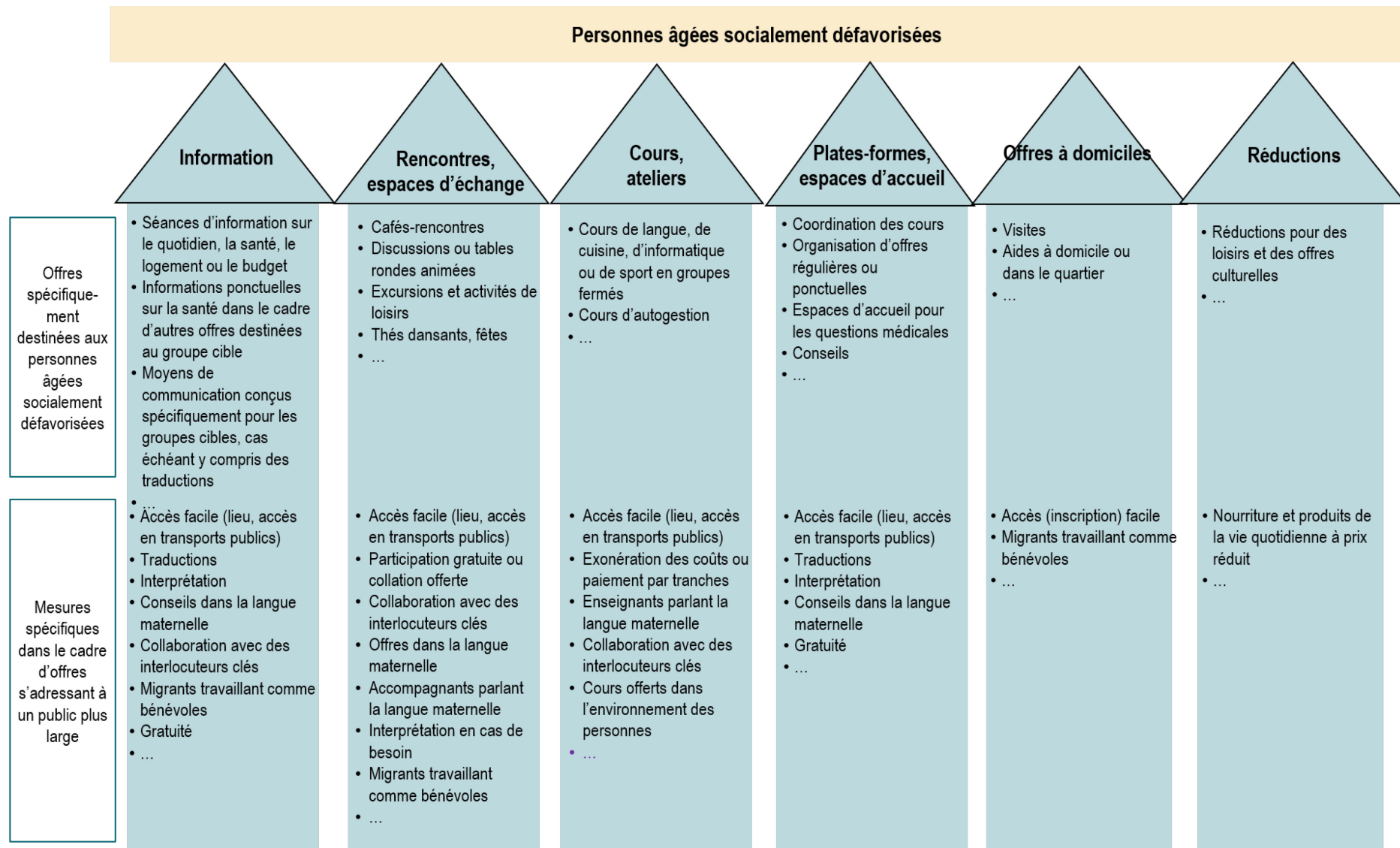
### Offres et mesures proposées par les organisations actives dans la prévention ou auprès des personnes âgées

En Suisse, les organisations travaillant dans la prévention ou avec les personnes âgées proposent encore peu d'offres ou de mesures spécifiques visant à soutenir les seniors de plus de 55 ans socialement défavorisés ou à promouvoir leur santé. Les offres qui poursuivent explicitement ces objectifs ou qui mènent des démarches particulières en ce sens sont encore moins nombreuses. Onze organisations proposent des offres qui s'adressent au groupe cible, pour un total de 25. En outre, onze organisations ont introduit des mesures spécifiques pour atteindre le groupe cible dans le cadre d'offres de promotion de la santé et de prévention s'adressant à un public plus large. Tant les offres que les mesures spécifiques s'adressent en particulier aux personnes migrantes. Le plus souvent, ce sont les organisations caritatives qui proposent des services à l'intention des seniors socialement défavorisés, prestations plus rares ou qui n'en sont qu'au stade de développement dans les organisations de santé. Les objectifs et les démarches spécifiques des organisations pour atteindre le groupe cible ne sont souvent mentionnés que dans le cadre d'offres concrètes.

Les *offres* regroupent un large éventail de dispositifs : séances d'information et moyens de communication ciblés aux visites à domicile et offres d'aide dans le quartier, en passant par les cours et les ateliers ou les espaces de rencontre et d'échanges. Les démarches

entreprises pour atteindre le groupe cible consistent en des formations de groupe, un conseil personnalisé à domicile et une information ciblée. Parfois, les organisations coordonnent plusieurs activités au moyen d'une plate-forme. Les *mesures* destinées à atteindre le groupe cible et s'inscrivant dans le cadre d'offres visant un public plus large s'adressent elles aussi souvent aux personnes migrantes. Il s'agit principalement de traductions de documents d'information, d'interprétation pour des offres existantes, de cours de langues, de rabais ou de prises en charge de coûts et du recours à des interlocuteurs clés ou à des personnes ressources, en particulier appartenant à la communauté linguistique et culturelle du groupe cible. Toutefois, ces mesures supplémentaires permettent d'atteindre le groupe cible avec plus ou moins de succès.

## Activités visant les personnes âgées socialement défavorisées menées dans le cadre des offres spécifiques ou d'offres plus générales



## Facteurs de réussite pour atteindre les personnes âgées socialement défavorisées

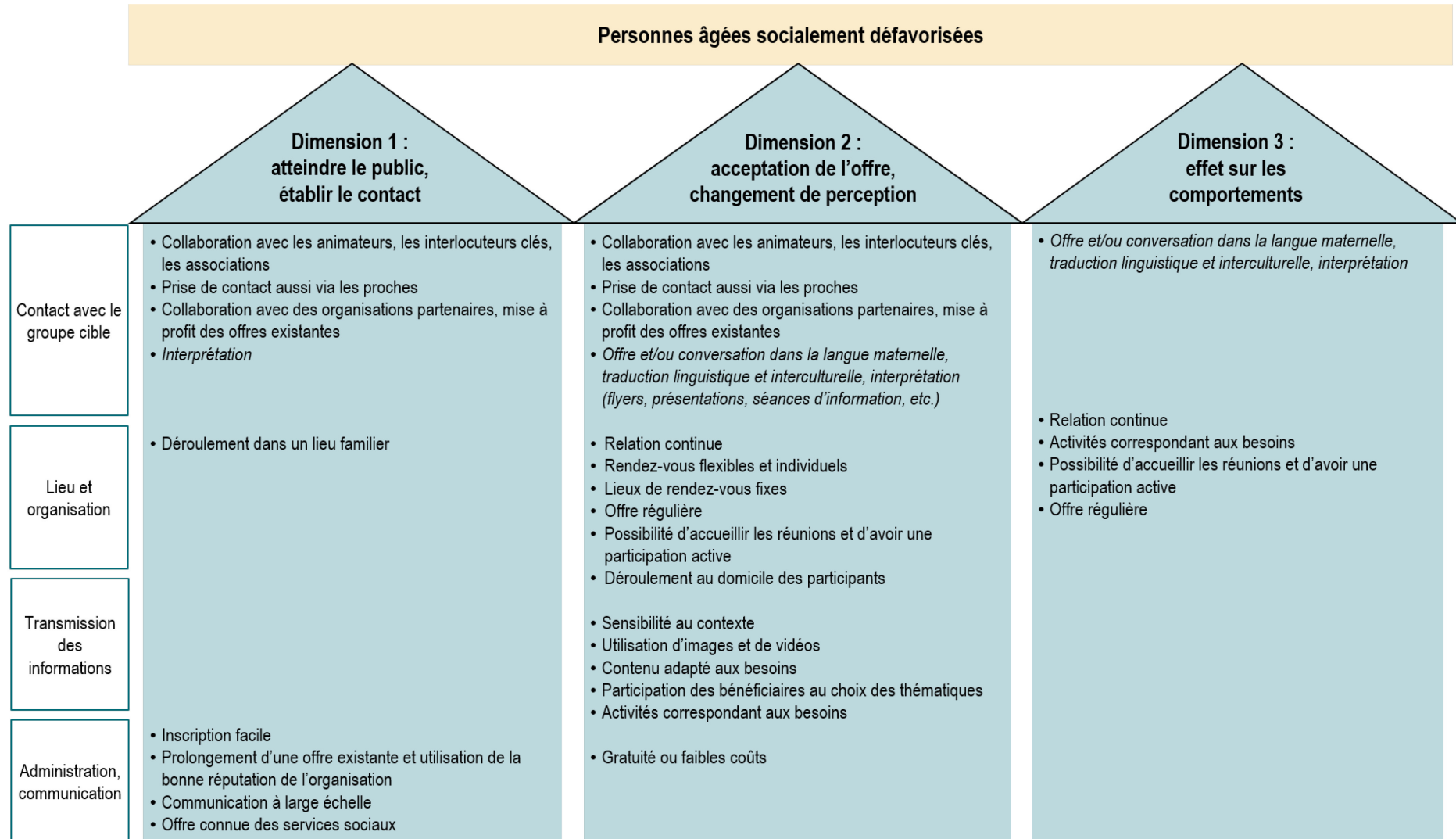
Des contenus et des activités variés, correspondant aux besoins, en partie définis avec les utilisateurs et se déroulant dans un lieu familier et sécurisant : tels sont les principaux facteurs de réussite des offres destinées aux personnes âgées socialement défavorisées. Pour l'effet en termes de promotion de la santé, il est important que l'offre puisse être suivie régulièrement et que la relation s'inscrive dans la durée. Faire appel à des proches, des interlocuteurs clés ou d'autres multiplicateurs (par ex. services sociaux) pour s'adresser au groupe cible constitue un élément essentiel pour atteindre le public visé. La coordination avec des services proposés par d'autres organisations ou la mise en place de synergies peut également s'avérer bénéfique. Pour les personnes migrantes socialement défavorisées, il est en outre important que le premier contact et l'information se fassent dans leur langue maternelle et que les interlocuteurs clés appartiennent à la même communauté linguistique ou culturelle. À défaut, il est indispensable de mettre en place une communication à diffusion large et en plusieurs langues. Il est par ailleurs essentiel que les démarches pour s'inscrire et accéder aux activités ne constituent pas un obstacle et que la participation soit gratuite ou, du moins, peu onéreuse. L'organisation responsable doit assurer un financement suffisant. Il s'agit d'un élément contextuel décisif pour la réalisation de l'offre.

## Facteurs de réussite et obstacles des offres analysées

Offre	Facteurs de réussite	Obstacles	Bonnes pratiques (public atteint)
<b>Information</b>			
« 1 Stunde für Gesundheit – Gesundheit geht nicht in Pension » (1 heure pour la santé – pas de retraite pour la santé)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Collaboration avec des interlocuteurs clés et des associations d'aide aux migrants</li> <li>– Déroulement dans les locaux de l'association, dans un lieu de confiance</li> <li>– Offre proposée dans la langue maternelle, traduction linguistique et interculturelle</li> <li>– Sensibilité au contexte</li> <li>– Prise de contact aussi via les proches</li> <li>– Gratuité</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Difficulté à atteindre le groupe cible hors des associations</li> <li>– Présentation comme une offre d'information ou de formation</li> <li>– Offre unique avec impact limité</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Offre dans les associations</li> <li>– Prise de contact via des interlocuteurs clés</li> </ul>
« Populations migrantes et prévention du cancer »	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Collaboration avec des organisations partenaires, mise à profit des offres existantes</li> <li>– Déroulement dans un lieu familier</li> <li>– Interprétation</li> <li>– Recours à l'image et à la vidéo pour transmettre les informations</li> <li>– Flyer rédigé en langage simplifié et traduit dans 14 langues</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Difficulté à proposer des offres qui seront utilisées par le groupe cible</li> <li>– Origines en partie différentes ; par rapport à l'interprétation : mélange de langues</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Mise en place de collaborations avec des partenaires</li> <li>– Flyer, images et vidéos facilement compréhensibles</li> </ul>
<b>Visites et rencontres</b>			
« Buongiorno. Hola. Boa Tarde. » Service de visites	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Conversation dans la langue maternelle</li> <li>– Relation continue</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Difficulté à atteindre les personnes isolées</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Offre à domicile</li> <li>– Inscription facile et</li> </ul>

Offre	Facteurs de réussite	Obstacles	Bonnes pratiques (public atteint)
aux migrants	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Déroulement dans un lieu familier</li> <li>– Rendez-vous flexibles et individuels</li> <li>– Contenu adapté aux besoins</li> <li>– Inscription facile</li> <li>– Gratuité</li> <li>– Flyer en plusieurs langues</li> <li>– Prolongement d'une offre existante et utilisation de la bonne réputation de l'organisation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Communication autour de l'offre (parler des bénéficiaires, ne pas la présenter comme une aide)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– communication en tandems</li> <li>– Communication à large échelle</li> </ul>
« Femmes-Tische »	<ul style="list-style-type: none"> <li>– animateurs bénéficiant d'un bon réseau</li> <li>– Offre proposée dans la langue maternelle</li> <li>– Participation au choix des thématiques</li> <li>– Possibilité d'accueillir les réunions et d'avoir une participation active</li> <li>– Déroulement au domicile des participants</li> <li>– Gratuité</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Difficulté à atteindre les personnes isolées</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Prise de contact via les animateurs</li> <li>– Offre à domicile</li> </ul>
<b>Plates-formes proposant diverses activités</b>			
« Seniors d'ici et d'ailleurs »	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Activités correspondant aux besoins</li> <li>– Lieux de rendez-vous fixes</li> <li>– Offre régulière</li> <li>– Communication à large échelle</li> <li>– Offre connue des services sociaux</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Difficulté à atteindre les personnes isolées qui ne sont pas en contact avec les services sociaux</li> <li>– Dans certains cas, les coûts</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Diversité des activités permettant de couvrir les différents besoins</li> <li>– Collaboration avec les services sociaux</li> </ul>
« AltuM » (Âge et migration)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Collaboration avec des interlocuteurs clés et des associations d'aide aux migrants</li> <li>– Activités correspondant aux besoins</li> <li>– Offre proposée dans la langue maternelle, traduction linguistique et interculturelle</li> <li>– Déroulement dans un lieu familier</li> <li>– Offre gratuite ou à moindres frais, en partie pris en charge par les services sociaux</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Difficulté à trouver de nouveaux interlocuteurs clés</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Communication via des interlocuteurs clés</li> <li>– Diversité des activités permettant de couvrir les différents besoins</li> <li>– Publicité par le bouche à oreille</li> </ul>

## Synthèse : facteurs permettant d'atteindre les personnes âgées socialement défavorisées



econcept

En italique : facteurs concernant plus particulièrement les migrants âgés socialement défavorisés

### Transferts possibles des facteurs de réussite

Les dispositifs analysés dans l'étude et les facteurs généraux de réussite identifiés peuvent être utiles pour développer de nouvelles offres destinées aux personnes socialement défavorisées, y compris hors du contexte migratoire. En outre, les facteurs de réussite peuvent être mis à profit pour examiner la capacité des offres ouvertes à un plus large public d'atteindre les personnes âgées socialement défavorisées.