

CAMPAGNE CITOYENNE DE LUTTE CONTRE LES DISCRIMINATIONS LIÉES À L'ÂGE



OBJECTIFS

Lutter contre les discriminations liées à l'âge. Valoriser cette génération et inciter les seniors à rester actifs. Impulser un changement de mentalité au regard du vieillissement. Faire réagir le citoyen. Mobiliser les Yonnais autour de l'avancée en âge. Changer le regard des jeunes sur les seniors.

PRATIQUE

Choisir un axe de communication. Créer les supports de communication. Choisir les moyens de diffusion. Évaluer la portée de la campagne.



COMMUNIQUER SUR LES ENVIES DES SENIORS

Dans le cadre de la démarche Ville Amie des Aînés, la Direction de la Communication et la Direction Actions Sociales, Santé, Solidarité de la Ville de La Roche-sur-Yon se sont fortement impliquées autour de la lutte contre l'isolement social et la discrimination par l'âge. Différents moyens ont été mis en œuvre : création d'une page dédiée « Ville Amie des Aînés » sur le site internet, communication dans le magazine de l'Agglomération « Roche Plus » et enfin création et mise en œuvre d'une campagne citoyenne d'affichage pour lutter contre les discriminations liées à l'âge, réalisée en interne. En 2017 et 2018, un diagnostic réalisé auprès de 90 Yonnais dans le cadre de la démarche VADA, a fait ressortir la nécessité d'une meilleure communication sur les questions liées aux personnes âgées car la remarque principale des usagers sur le sujet a été « La Ville sait informer mais elle ne communique pas suffisamment ». Lors de l'élaboration du plan d'action de la démarche VADA, un axe « communication » a donc été privilégié par les citoyens eux-mêmes et a été assorti de moyens spécifiques pour la création d'une page Ville Amie des Aînés sur le site Internet de la Ville, de reportages réguliers dans le magazine de la Ville et de l'Agglomération « Roche Plus » valorisant les actions transversales et pour la préparation d'une campagne citoyenne. En septembre 2018, la

Direction de la Communication a présenté un plan de communication faisant apparaître les différentes étapes de ce projet. La collectivité a fait le choix stratégique de montrer que les aînés « sont encore capables de ».

Pour la réalisation des affiches de cette campagne, la réflexion a été portée par les deux directions de la Communication et de l'Action Sociale, Santé, Solidarité et partagée avec l'élue en charge de la thématique VADA. L'objectif visait à montrer simplement le « vieillir bien » à La Roche-sur-Yon, à travers les 4 thèmes sélectionnés que sont le dynamisme, l'engagement, le lien intergénérationnel et la transmission des savoirs. L'intégralité des 75 emplacements publicitaires de 2m2 en ont été réservés sur le territoire pour une durée de 15 jours et positionnés à des endroits stratégiques comme le centre-ville, les boulevards autour du Pentagone, la gare ou les arrêts de bus.

UN MESSAGE DÉCALÉ POUR CRÉER DE L'IMPACT

Le cadre des visuels des affiches devait être simple, dynamique et quelque peu « décalé » afin de mettre en avant le vieillissement, d'une manière positive. Il était également souhaité qu'il soit coloré (car les couleurs comme le rouge, le bleu, le vert ou le rose attirent le regard et viennent valoriser le thème du « bien vieillir ») et ce, en représentant tous les âges.



Afin d'éviter l'écueil de la stigmatisation, le parti pris était de donner une image positive et assumée du vieillissement. Pour cela, les mannequins semblent à l'aise dans leur rôle, bien dans leur âge, donnant ainsi un reflet agréable des seniors. Le message est simple et implique l'idée de lutte contre les discriminations liées à l'âge mais il permet aussi une ouverture pour les personnes qui n'avaient pas conscience de ce type de discrimination. Les tampons de certification viennent confirmer que les aînés « sont capables de » car ils sont dynamiques, compétents, engagés et complices. Ils interrogent les « lecteurs » sur leur propre perception des aînés. Le suivi du projet a été fait par la Direction de la Communication qui s'est chargée de la diffusion, appuyée de la Direction de l'Action Sociale, Santé, Solidarité qui a également diffusé les visuels dans ses réseaux et à ses partenaires. En effet, le cœur du projet était la campagne d'affichage mais incluait également l'utilisation du site internet de la Ville et

Agglomération, les réseaux sociaux ainsi que les relations presse. Suite à la communication autour du projet sur les réseaux sociaux du 10 au 24 avril 2019, il a été remarqué que les interactions, clics sur image ou partage de liens ont été nombreux. L'envoi d'un communiqué de presse au fichier de presse locale, nationale et spécialisée a permis de générer 6 occurrence médiatiques (2 télévisées et 4 écrites). Le reportage de France 2 sur place à La Roche-sur-Yon et le débat en plateau sur C8 ont permis un réel coup de projecteur au niveau national. Dans une approche plus qualitative, les retours sont globalement positifs.

UNE VOLONTÉ COMMUNE QUI DONNE DES RÉSULTATS

Lors de la préparation de la campagne de communication, il a été nécessaire d'échanger autour des notions du vieillissement et du « vieillir bien », entre la Direction de la Communication et la Direction Action Sociale, Santé, Solidarité. Ces discussions se sont avérées indispensables car ces notions n'ont pas de définition arrêtée et reposent sur les perceptions et le vécu de chacun. L'impact de la campagne dépasse les attentes de la Ville car la presse spécialisée et nationale s'est emparée du sujet pour en faire un thème d'actualité. Elle a même été prise en exemple sur le site Capcom.fr (qui fait référence dans le milieu de la communication publique). Le choix de mettre en avant la lutte contre les discriminations liées à l'âge et de mettre sur le devant de la scène les seniors montre très clairement qu'il s'agit bien d'un enjeu majeur pour La Roche-sur-Yon.

Cette action va être reconduite en septembre 2019. Campagne bi-annuelle, elle sera affichée pendant 15 jours, au cours des 2 années à venir. Elle pourra être renouvelée au besoin. Une communication sur le magazine mensuel de Ville et de l'Agglomération sera réalisée en septembre prochain afin d'illustrer l'objectif de la campagne. Lors de la réunion annuelle plénière Ville Amie des Aînés, regroupant usagers et partenaires, cette campagne sera présentée et discutée avec l'ensemble des participants.

APPEL À CONTRIBUTION

Si, comme La Roche-sur-Yon, vous avez mis en place des projets pour les aînés, n'hésitez pas à nous en faire part.
contact@rfvaa.com