

**Création d'un observatoire expérimental en lien avec la campagne
de sensibilisation et prévention des maltraitances
envers les personnes âgées**

Rapport final – Juillet 2021

Rapport intermédiaire – Juin 2020

Porteur de projet :

***Communauté d'établissements et services
Le trait d'Union du Cailly***

Directrice : Madame Marie-Pascale MONGAUX-MASSE

**EHPAD Le Villâge des Aubépins
16 rue de la République
76150 Maromme**

Tel. 02.32.13.58.00 – Fax. 02.32.13.58.01

E-mail : direction@village-des-aubepins.fr

E-mail : accueil@village-des-aubepins.fr

Création d'un observatoire expérimental en lien avec la campagne de sensibilisation et prévention des maltraitements envers les personnes âgées

Sommaire

Sommaire	2
I. Contexte et objectifs du projet	4
A. Description des besoins identifiés auxquels le projet vise à répondre	4
B. Rappel de l'existant justifiant la mise en œuvre du projet justifiant la nécessité de ce dernier	5
C. Rappels des objectifs visés et des solutions envisagées à l'origine du projet.....	6
II. Méthodologie	7
A. Campagne de sensibilisation « Brisons le silence ».....	7
1. Identifier les besoins des usagers.....	7
2. Evaluer le projet	7
B. Enquête départementale « Repérage et accompagnement de la maltraitance ».....	8
1. Elaborer et valider le questionnaire	8
2. Valider la méthode de recueil	8
3. Constituer l'échantillon	9
III. Réalisations et résultats	11
A. Campagne de sensibilisation « Brisons le silence ».....	11
1. Historique des périodes de diffusion de la campagne à la télévision	12
2. Relai de la campagne sur Internet.....	13
B. Enquête départementale « Repérage et accompagnement de la maltraitance ».....	15
1. Profils des contributions reçues.	15
2. Synthèse des résultats de l'enquête départementale	16
C. Principales recommandations issues de l'analyse des résultats	20
Constitution de groupes de travail :	20
IV. Bilan critique du projet.....	22
A. Conformités des résultats avec les objectifs	22
B. Les obstacles rencontrés dans la phase de collecte et non anticipés :	23
1. Contexte lié à l'épidémie de COVID-19	23
2. Nombre d'appels au numéro 3977	24

V. Les suites à donner	24
A. Essaimage envisagé	24
1. Promotion du nouveau vocabulaire partagé :	25
2. Pistes de réflexion pour la continuité du projet :	25
B. Conditions d’essaimage et de reproductibilité de l’expérimentation.....	26
C. Communication des résultats.....	27
Annexes	28
Annexe 1 : Gouvernance et pilotage – composition du COPIL.....	28
Annexe 2 : Calendrier rétrospectif des différentes étapes	29
Annexe 3 : Projet de protocole pour l’évaluation de la campagne.....	30

I. Contexte et objectifs du projet

A. Description des besoins identifiés auxquels le projet vise à répondre

La Fédération Internationale des Associations de Personnes Agées (FIAPA) est engagée dans la lutte contre les maltraitances, notamment financières, envers les personnes âgées depuis de nombreuses années au niveau international (2007 : *enquête « Daphné »* conduite en France, Italie, Espagne et Belgique mettant en évidence une « progression alarmante des malversations financières à la personne âgée au domicile et en établissement ») et en France (2011 : *Mission sur « la maltraitance financière à l'égard des personnes âgées dans les établissements sanitaires, sociaux et médico-sociaux »* à l'initiative du Médiateur de la République française).

Elle a été mandatée en 2017 par le Ministère des Solidarités et de la Santé pour une nouvelle mission portant sur les « *maltraitances financières à l'égard des personnes âgées* ». Le rapport issu de ces travaux a notamment mis en évidence la sous-estimation du phénomène et la nécessité de faciliter le signalement des situations de maltraitance pour amorcer un accompagnement efficace des personnes qui en sont victimes.

Un groupe de réflexion réunissant les institutions locales (ARS Normandie, Conseil départemental de Seine Maritime) et des acteurs nationaux (DGCS, MIVILUDES) s'est structuré en 2017 dans la continuité des travaux de la mission portant sur les maltraitances financières sous la forme d'un *Laboratoire d'Idées*. Il est installé au sein du Trait d'Union du Cailly, communauté d'établissements et de services à destination des personnes âgées, à Maromme (76), ce qui lui donne un ancrage territorial et une interface avec les partenaires.

La volonté de concevoir un outil de sensibilisation à destination des professionnels et du grand public pour donner de la visibilité au phénomène qu'est la maltraitance s'est concrétisée en 2018 par la réalisation d'une campagne de sensibilisation sous forme de spots télévisés en partenariat avec Christophe Ramage, réalisateur et la société Shifter Productions.

De la même façon que le phénomène de la maltraitance est sous-estimé et sous-évalué, il est également apparu que le numéro d'appel 3977 reste un outil encore trop méconnu. Il a été alors décidé de le mettre en avant dans chaque spot pour que l'information puisse-t-elle suivie d'une action de signalement ou d'alerte.

Cette action de communication poursuit un objectif double : sensibiliser le grand public à ce qui constitue un problème public et modifier les comportements face à ce phénomène. Alors que l'analyse des données relatives à l'audience des chaînes de télévision est à même de renseigner sur la portée de la campagne en termes de nombre de personnes touchées, l'impact de cette campagne sur la sollicitation des acteurs à même de recevoir des alertes ou des signalements est plus difficile à objectiver.

La création d'un observatoire a alors été envisagée pour évaluer sur un territoire donné et en lien avec l'ensemble des acteurs professionnels, associatifs et institutionnels concernés. Secondairement au repérage des acteurs à même de recevoir une alerte ou un signalement, les considérations du *Laboratoire d'Idées* ont aussi porté sur le mode et le circuit de l'information et les interactions entre les partenaires, les habitudes de coopération existantes ou non et les leviers et les freins à une

coordination efficace. Les travaux de cet Observatoire expérimental ont débuté en septembre 2019 avec le recrutement d'un chargé de mission. En parallèle de l'évaluation de l'impact de la campagne, l'Observatoire a vocation à renforcer la connaissance des pratiques et des difficultés rencontrées par les acteurs impliqués à un temps ou un autre de l'accompagnement de personnes âgées victimes de maltraitance ou emprises afin de produire ou de diffuser des outils à même de répondre aux besoins des partenaires.

B. Rappel de l'existant justifiant la mise en œuvre du projet justifiant la nécessité de ce dernier

La communication « grand public » autour de la maltraitance ou des violences intra-familiales portait jusque-là sur l'enfance, les violences conjugales et les violences faites aux femmes. On observe une intolérance du grand public aux violences intrafamiliales ou envers des personnes vulnérables. A ce jour, il existe des outils de sensibilisation aux violences conjugales ou envers les enfants ainsi que des outils de promotion des numéros nationaux d'écoute dédiés. La campagne de sensibilisation « *Brisons le silence* » fait figure de précurseur en France sur le sujet : une campagne de sensibilisation sur les maltraitances à l'égard de ce public était jusqu'alors sans précédent en France.

Les travaux ayant mené au rapport de mission FIAPA sur les maltraitances financières envers les personnes âgées en 2017 ont fait apparaître qu'un nombre important d'acteurs sont potentiellement destinataires d'une alerte concernant une situation de maltraitance ou à même, dans le cadre de leur activité, de repérer une situation de maltraitance, à condition d'être suffisamment sensibilisé sur le sujet pour cela. Leur action face à cette problématique se trouve cependant limitée par une méconnaissance des missions et des compétences des différents dispositifs en présence sur le territoire. Cela peut générer une perte d'informations et limiter la réactivité des professionnels pour accompagner ces situations.

L'Observatoire expérimental a été créé dans la continuité de ces réflexions pour mesurer l'impact de la campagne sur l'activité des partenaires locaux et impulser localement une dynamique pour faciliter la mobilisation des ressources du territoire.

A ce jour, l'accompagnement des situations de maltraitance envers les majeurs vulnérables ne fait pas l'objet d'un dispositif dédié. De par la multiplicité de ces formes et des contextes favorisant son émergence, on peut croire que tous les acteurs impliqués dans l'accompagnement des personnes âgées sont à même à un moment dans leurs parcours et activités d'être confrontés à cette problématique.

C. Rappels des objectifs visés et des solutions envisagées à l'origine du projet

A son origine, le projet poursuivait les objectifs suivants :

- Sensibiliser le grand public sur les situations de maltraitance rencontrées par les personnes âgées.
- Faire connaître le numéro national d'appel « 3977 » qui permet d'alerter sur les situations de maltraitance dont sont victimes les personnes âgées,
- Mobiliser les partenaires locaux sur le sujet.
- Détecter d'autres pratiques d'alertes et de suivi
- Evaluer cette campagne régionale grâce à la création d'un Observatoire expérimental en vue d'en mesurer la qualité et l'impact et de pouvoir la promouvoir au plan national.

L'ambition du *Laboratoire d'Idées* était alors d'accroître la médiatisation de la problématique de la maltraitance envers les personnes âgées grâce à une action de communication de grande ampleur, portant un message fort. Les réflexions ont alors porté tant sur le fond, le contenu du message, que sur la forme, le choix d'un média et d'une esthétique suffisamment marquants pour servir le sujet. La campagne a ainsi été conçue en collaboration avec la société de production *Shifter Productions* et le réalisateur Christophe Ramage.

La création d'un Observatoire expérimental a été envisagée en parallèle de la première diffusion de la campagne de sensibilisation sur une chaîne de télévision locale en Normandie et en amont de son déploiement au niveau national. Au-delà de l'objectivation de l'impact de la campagne, il poursuivait les objectifs suivants :

- Améliorer la connaissance des situations de maltraitance envers les personnes âgées afin d'envisager des actions de prévention et des réponses adaptées en optimisant le recours aux ressources du territoire.
- Mieux comprendre les acteurs et leur type de contribution.
- Eclairer les pouvoirs publics, les professionnels du secteur de la gérontologie et le grand public sur le phénomène des maltraitements envers les personnes âgées.
- Rassembler, analyser et synthétiser via un dispositif d'enquêtes, des informations et des données provenant de différentes sources concernant les situations de maltraitance et leur prévention et accompagnement.

Le suivi et le pilotage de l'Observatoire expérimental ont été menés par les membres du *Laboratoire d'Idées* (FIAPA, Trait d'Union du Cailly (76), MIVILUDES, Conseil départemental de Seine Maritime, ARS Normandie, DGCS, Shifter Productions) et en lien avec les différents partenaires de la FIAPA mobilisés autour du projet tels que la Fédération 3977 et le réseau France Victimes.

II. Méthodologie

A. Campagne de sensibilisation « Brisons le silence »

1. Identifier les besoins des usagers

Les spots de la campagne de sensibilisation « Brisons le silence » ont été construits sur la base de situations réelles. Une première version des scripts a ainsi été réalisée par les membres du *Laboratoire d'Idées* en 2018 avec le souhait de rendre visible différentes facettes de ce que peut être la maltraitance envers une personne âgée aujourd'hui. Des thématiques telles que les maltraitances financières, l'épuisement des aidants et la maltraitance institutionnelle ont ainsi été tout de suite abordées.

Pour s'assurer de la pertinence des messages mis en avant, ces scripts ont été présentés au sein d'un EHPAD à un groupe de résidents qui ont exprimé le souhait de voir la question de l'âgisme prise en compte également. Un certain nombre de spots sur le regard porté par la société sur le vieillissement ainsi que sur les représentations négatives du vieillissement ont ainsi été inclus grâce à des spots portant sur les thématiques de l'abandon, de l'indifférence, du respect des droits, de l'institutionnalisation et du caractère âgiste de la société aujourd'hui. Cette évolution a amené la campagne à un total de vingt-deux spots dont un « teaser ». Ce spot « teaser », fait office d'introduction à la campagne de par sa structure originale et met en avant une personne résidant en EHPAD.

2. Evaluer le projet

L'objectif premier de l'évaluation de l'impact de la campagne était d'envisager l'opportunité de déployer l'outil plus largement en tant que tel ou après une adaptation de celui-ci selon des axes pertinents identifiés au cours de la démarche. L'évaluation était pensée dans une logique de rapprochement des partenaires en vue d'élaborer un plan d'actions reposant sur une analyse transversale et partagée des impacts et des questionnements soulevés par la diffusion de la campagne.

Les indicateurs alors retenus pour objectiver l'impact de la campagne reposaient en partie sur la base d'une collaboration et d'un partage d'informations avec la Fédération 3977 qui porte le centre national d'écoute dédié à la maltraitance envers les personnes âgées et les personnes en situation de handicap. Il aurait en effet été intéressant de recueillir les données suivantes :

- Evolution du nombre d'appels au 3977 et des alertes transmises à d'autres récepteurs pendant et après la période de diffusion de la campagne au niveau national et au niveau local.
- Evolution des caractéristiques des appelants (personne âgée, aidant, professionnel, entourage) et motif des appels (information, orientation, signalement d'une situation, expression d'un isolement ou d'une souffrance).
- Evolution du nombre de partenaires ayant fait l'objet d'une saisine (services médico-sociaux, travailleurs sociaux...).

Le recueil puis l'analyse de ces données reposent sur leur comparaison avec les données correspondantes à une période avec des caractéristiques similaires antérieure faisant office de période-témoin.

B. Enquête départementale « Repérage et accompagnement de la maltraitance »

1. Elaborer et valider le questionnaire

Les questionnements du *Laboratoire d'Idées* portent sur les pratiques des acteurs d'un territoire dans le repérage, le signalement et l'accompagnement des situations de maltraitance. Ces trois thématiques ont alors été retenues pour constituer les trois grandes parties du questionnaire en ligne et des grilles d'entretiens. Cette trame pour le recueil de données permet d'aborder l'ensemble des étapes du traitement d'une situation de maltraitance. La diffusion du questionnaire en ligne a été envisagée très largement. Ce choix dans les thématiques abordées par les outils de recueil de données permet également de repérer quels acteurs sont ou non impliqués à un moment ou un autre de l'accompagnement d'une situation de maltraitance.

Une première version du questionnaire a ainsi été travaillée par un groupe de quatre membres du *Laboratoire d'Idées* en janvier 2020. Ces échanges ont permis d'affiner les questions permettant de dresser un état des lieux le plus large possible des pratiques et difficultés à toutes les étapes du traitement d'une situation de maltraitance.

Valider la méthode de recueil

La réalisation de l'enquête départementale a fait l'objet d'un suivi du *Laboratoire d'Idées* de sa conception à la restitution des résultats. Les outils (questionnaire en ligne, grille d'entretien) et le calendrier ont ainsi été présentés au *Laboratoire d'Idées* et validés par celui-ci.

Il a été rapidement décidé de resserrer le territoire sur lequel conduire l'enquête à un échelon départemental pour tenter de mieux mettre en évidence des tendances ou des dynamiques dans les interactions et l'organisation du réseau de partenaires.

La première approche retenue pour diffuser le questionnaire en ligne auprès des acteurs du territoire a été de le relayer par l'intermédiaire des huit MAIA du département pour toucher les acteurs sanitaires, sociaux et médico-sociaux de leur territoire respectif le plus largement possible. Cette étape de l'enquête a ainsi permis de toucher des partenaires qui n'avait a priori pas été envisagés comme des participants potentiels à l'enquête départementale.

A partir de l'été 2020, les relances du questionnaire en ligne ont été adressées en priorité aux acteurs du secteur médico-social : établissements d'hébergement (EHPAD, Résidence Autonomie) et les dispositifs de coordination gérontologique du département (CLIC, MAIA, PTA).

En raison de la mobilisation des acteurs de terrain autour du traitement de la crise sanitaire sur la période de diffusion du questionnaire en ligne, la durée de validité du lien vers le questionnaire a été

étendue pour rendre l'enquête, la moins contraignante possible, dans une période déjà dense pour les partenaires.

2. Constituer l'échantillon

Compte-tenu du contexte sanitaire particulier et de la forte mobilisation de l'ensemble des destinataires potentiels de l'enquête départementale sur les affaires en lien avec la gestion de l'épidémie de Covid-19, il a été décidé d'adresser le questionnaire en ligne à l'ensemble des établissements, EHPAD et Résidences Autonomie, du département ainsi qu'aux dispositifs de coordination à plusieurs reprises pour maximiser autant que possible le taux de réponse.

De même, pour atteindre les professionnels de santé libéraux, médecins généralistes et infirmiers libéraux de Seine Maritime, le questionnaire en ligne a été diffusé par l'intermédiaire des Unions Régionales des Professionnels de Santé correspondants. Les infirmiers libéraux ayant pu être sollicités dès l'été 2020, il a été possible de leur adresser une relance du questionnaire à l'automne. La mobilisation de l'URML Normandie (Union Régionale des Médecins Libéraux de Normandie) ayant été plus tardive, le questionnaire n'a pu leur être adressé qu'une seule fois, les possibilités de relance du questionnaire en ligne s'étant trouvées limitées par la concentration de la communication de l'URML sur les modalités de mise en œuvre de la campagne de vaccination contre la COVID-19 à partir de janvier 2021.

Un nombre important d'associations du champ de l'aide aux victimes ou de la lutte contre l'isolement ont également été sollicités. Ces acteurs ont été approchés par le biais de coopérations nationales ou départementales. Les associations de l'aide aux victimes sollicitées appartiennent à la Fédération France Victimes, qui regroupe un total de 130 associations d'aides aux victimes réparties sur le territoire national, dont trois en Seine Maritime qui couvrent respectivement les territoires de Rouen, du Havre et de Dieppe. De même, les contacts avec différentes associations de lutte contre l'isolement ont été facilités par la Coopération MONALISA 76 qui regroupe les collectivités territoriales de Seine Maritime et les associations pour renforcer le lien social et lutter contre l'isolement des personnes âgées.

Cible	mars-20	juil-20	oct-20	févr-21
<i>EHPAD</i>				
<i>Résidence Autonomie</i>				
<i>MAIA</i>				
<i>CLIC</i>				
<i>PTA</i>				
<i>CCAS</i>				
<i>UTAS</i>				
<i>Services à domicile</i>				
<i>Infirmiers libéraux</i>				
<i>Médecins libéraux</i>				
<i>Autres</i>				

Tableau n°1: Calendrier des périodes de diffusion du questionnaire en ligne aux différents partenaires ciblés

Au total, le questionnaire en ligne a permis de toucher près de 2 900 professionnels et établissements ou services. Leur répartition par types de dispositifs ainsi que la proportion de destinataires ayant formulé une réponse pour chacun sont présentées dans le tableau ci-dessous.

Structure		Nombre de destinataires	Nombre de réponses reçues	Représentativité
EHPAD		106	17	16%
Résidence Autonomie		72	7	10%
MAIA		8	11	
MAIA (Détails)	Pilotes	8	2	25%
	Gestionnaires de cas	Une vingtaine	7	-
	Direction	-	2	-
CLIC		16	8	50%
Plateforme Territoriale d'Appui		3	2	67%
CCAS		64	11	17%
SAAD/SIAD		157	6	4%
Infirmiers libéraux		1152	5	0,4%
Médecins libéraux		1220	1	0,1%
Centre hospitalier		38	2	5%
Travailleurs sociaux CD 76		50	7	14%
UDAF 76 – ATMP 76		-	-	-

Tableau n°2 : Caractéristiques de l'échantillon des répondants au questionnaire en ligne pour l'enquête départementale menée en Seine Maritime en 2020-2021 par l'Observatoire expérimental.

Pour dégager des différentes contributions une image la plus proche possible de la réalité du terrain, le seuil de 20% de répondants pour chaque profil de destinataires a été envisagé comme objectif à atteindre. Les taux de réponses atteints pour les établissements hébergeant des personnes âgées en perte d'autonomie (EHPAD, Résidences Autonomie : 16 et 10% de répondants) ainsi que ceux pour les dispositifs de coordination gériatrique (CLIC, MAIA, Plateforme Territoriale d'Appui : plus de la moitié des destinataires ont contribué à l'enquête) sont intéressants à cet égard.

On observe également un taux de réponses satisfaisant pour les Centres Communaux de l'Action Social et les équipes d'évaluation pour l'Allocation Personnalisée d'Autonomie des Unités Territoriales d'Action Sociale de Seine Maritime. Les professionnels ayant répondu au sein de ces services sont très majoritairement des travailleurs sociaux.

La mobilisation dans le cadre de l'enquête départementale des acteurs accompagnant des personnes âgées à leur domicile et des professionnels libéraux est beaucoup plus restreinte. Cette différence peut s'expliquer par les raisons citées précédemment.

III. Réalisations et résultats

Le déploiement et la promotion de la campagne sont conduits par la FIAPA qui a fait appel à un chargé de communication pour contacter et négocier avec les chaînes de télévision. Les relations avec le chargé de communication ont été gérées par l'intermédiaire du siège de la FIAPA et le réalisateur de la campagne, Christophe Ramage.

L'évaluation de la campagne et la conduite de l'enquête ont été menées par le chargé de mission recruté par le Trait d'Union du Cailly avec des liens fonctionnels forts avec la FIAPA.

Les résultats et les orientations de ce travail en lien avec le terrain ont fait l'objet de présentation et d'échanges trimestriels dans le cadre des réunions du *Laboratoire d'Idées* qui avait fonction de comité de pilotage du projet. Le calendrier et la fréquence des réunions ont été fortement impactés par la crise sanitaire pendant l'année 2020 et le début de l'année 2021.

Sur la période 2019 à 2021, le *Laboratoire d'Idées* s'est réuni aux dates suivantes :

- Le 21 janvier 2019
- Le 27 février 2019
- Le 27 mars 2019
- Le 16 juin 2019
- Le 16 septembre 2019
- Le 28 novembre 2019
- Le 10 février 2020
- Le 7 septembre 2020
- Le 7 décembre 2020
- Le 16 février 2021
- Le 17 mars 2021
- Le 7 avril 2021

A. Campagne de sensibilisation « Brisons le silence »

L'ensemble des 22 spots qui composent la campagne « Brisons le silence » ont fait l'objet de plusieurs diffusions sur les chaînes de différents groupes de télévision français. En parallèle, la campagne a également été relayée sur différentes plateformes sur Internet.

1. Historique des périodes de diffusion de la campagne à la télévision

La diffusion des spots sur des espaces gratuits a permis d'économiser environ entre 265 076 euros entre 2019 et 2021.

Groupe France Télévisions :

- France 3 Normandie du 22 décembre 2018 au 11 janvier 2019
- France 3 régions du 13 au 27 octobre 2019
- France 3 : du 6 au 16 janvier 2020
- France 5 : du 6 au 19 janvier 2020
- France Ô : du 6 au 13 janvier 2020

Groupe NRJ :

- Chérie 25 : du 30 décembre 2019 au 2 janvier 2020
- NRJ 12 : du 3 au 6 janvier 2020

Groupe TF1 :

- TF1 du 1 au 6 mars 2021
- Histoire du 01 au 07 mars 2021
- TMC les 6 et 7 mars 2021
- Ushuaïa du 1 au 7 mars 2021

Groupe Canal + :

- C News du 28 février au 21 mars 2021
- C Star du 28 février au 21 mars 2021
- C 8 du 3 mars au 17 mars 2021
- Comédie + du 27 février au 21 mars 2021
- Infosport + du 27 février au 21 mars 2021
- Planète + C&I du 01 au 21 mars 2021
- Planète + du 2 février au 21 mars 2021
- Polar + du 01 au 21 mars 2021

Groupe NextRadioTV :

- BFM TV du 16 mars au 4 avril 2021
- BFM Business du 17 mars au 4 avril 2021
- BFM Paris du 16 mars au 4 avril 2021
- BFM Lyon du 16 mars au 4 avril 2021
- BFM Grand Lille du 16 mars au 4 avril 2021
-
- BFM Grand Littoral du 16 mars au 4 avril 2021

Autres :

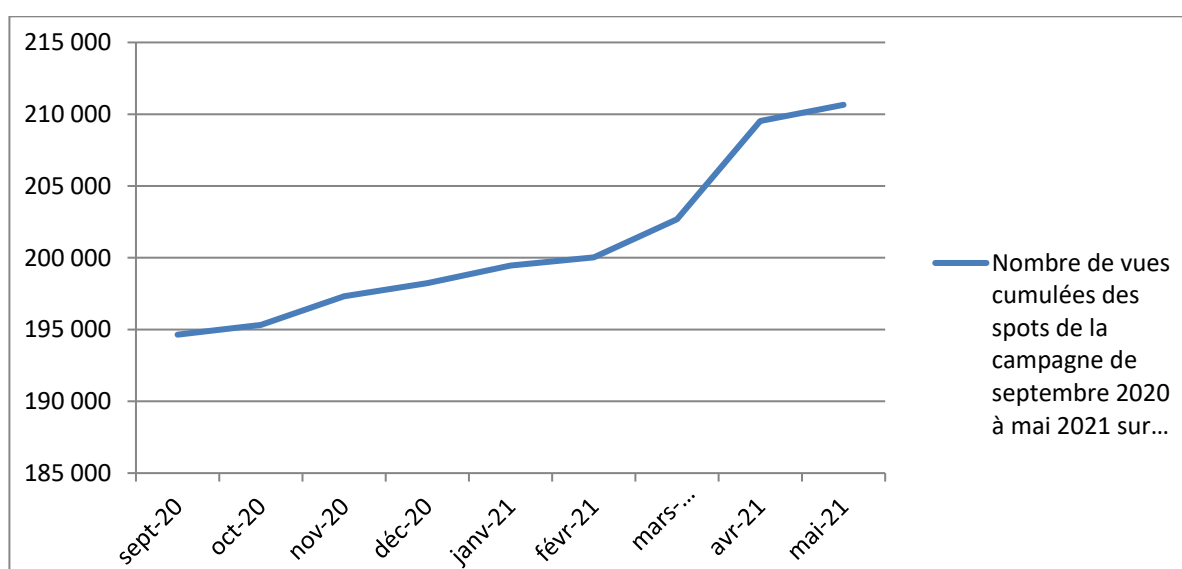
- LCP/Public Sénat du 8 mars au 30 juin 2021

2. Relai de la campagne sur Internet

L'intégralité des spots sont accessibles sur différentes plateformes sur Internet listées ci-après. Ils ont été relayés du 24 février au 27 mars 2021 sur trois pages Facebook représentant une audience cumulée de plus 43 000 professionnels.

- **Assistants de soins en gérontologie** 22 000 abonnés
- **La méthode Montessori adaptée à la personne âgée** 11 000 abonnés
- **Animations en EHPAD** 13 000 abonnés

Le suivi de la visibilité des spots sur Internet permet de dégager les éléments suivants :



Graphique n°1 : Evolution du nombre de vue des spots sur les différentes plateformes de partages de contenus (YouTube, Facebook, Instagram, Vimeo) de septembre 2020 à mai 2021

Date	Sept-20	Oct-20	Nov-20	Déc-20	Janv-21	Févr-21	Mars-21	Avr-21	Mai-21
Nombre de vues	194 645	195 325	197 316	198 235	199 462	200 029	202 680	209 531	210 655
Progression (nombre de vues)	Valeur de référence	680	1391	919	1227	567	2651	6851	1244
Taux de progression	Valeur de référence	0,35	0,71	0,46	0,62	0,28	1,32	3,27	0,53

Tableau n°3 : statistiques liées à la consultation des spots de la campagne de sensibilisation « *Brisons le silence* » sur Internet de septembre 2020 à mai 2021.

On observe une progression stable du nombre de vues des spots sur Internet autour de 0,5% de septembre 2020 à février 2021. Cela correspond à environ un millier de nouvelles vues réalisées mensuellement.

La comparaison du nombre des vues sur Internet entre décembre 2019 et septembre 2020 montre une augmentation de 5% soit environ 10 000 vues en 2020. On observe de grandes disparités entre le nombre de vues de chaque spot. A priori, on peut supposer une corrélation positive entre la

popularité de la personnalité et le nombre de vues : les deux spots comptabilisant plus de 20 000 vues sont ceux portés par Nagui et Bruno Solo.

Une augmentation nette du nombre de consultations des spots est notée à partir de mars 2021 et se poursuit en avril 2021. On peut principalement expliquer cette évolution par le relai de l'intégralité des spots de la campagne sur les réseaux sociaux. Des canaux permettant de toucher un public de plus de 40 000 professionnels ont été ciblés pour cette nouvelle phase de diffusion de la campagne. La publication des vidéos sur des plateformes telles que YouTube ont aussi facilité l'accès à ce contenu.

L'impact de la diffusion de la campagne de sensibilisation sur les chaînes des groupes TF1, Canal + et NextRadioTV au cours de cette même période de mars à avril 2021 sur l'augmentation constatée des flux vers les spots disponibles sur Internet est cependant difficilement objectivable

Accès aux spots de la campagne « Brisons le silence » sur Internet

YouTube :

- **Chaîne « FIAPA »**
https://www.youtube.com/watch?v=H78lvSgX5Fs&list=PLb8-GhpFI5MYHNIJc0qAP-5n1majA-_Hw
- **Chaîne « France 3 Normandie »**
https://www.youtube.com/watch?v=O8O8EN0jbZ4&list=PL15An_ETzCjYKcK0DMVauRrS4HEkiPwbY
- **Chaîne « Fédération 3977 »**
<https://www.youtube.com/watch?v=t2fcckPBmpU&list=PLvXvKJ3qGOVFgvGbyupAVpAuCNdgWWxpz>

Viméo :

Page Christophe Ramage

<https://vimeo.com/christopheramage>

Appropriation des spots par d'autres acteurs :

En réaction au contexte sanitaire et à l'ouverture restreinte des EHPAD en France depuis plus d'un an, des groupes Facebook se sont structurés. Ils permettent à des familles de témoigner et d'échanger sur leur vécu difficile de cette période pendant laquelle les contacts avec ses proches hébergés en établissement sont fortement réduits. Les spots mettant en avant les situations de maltraitance liées aux EHPAD y sont partagés fortement.

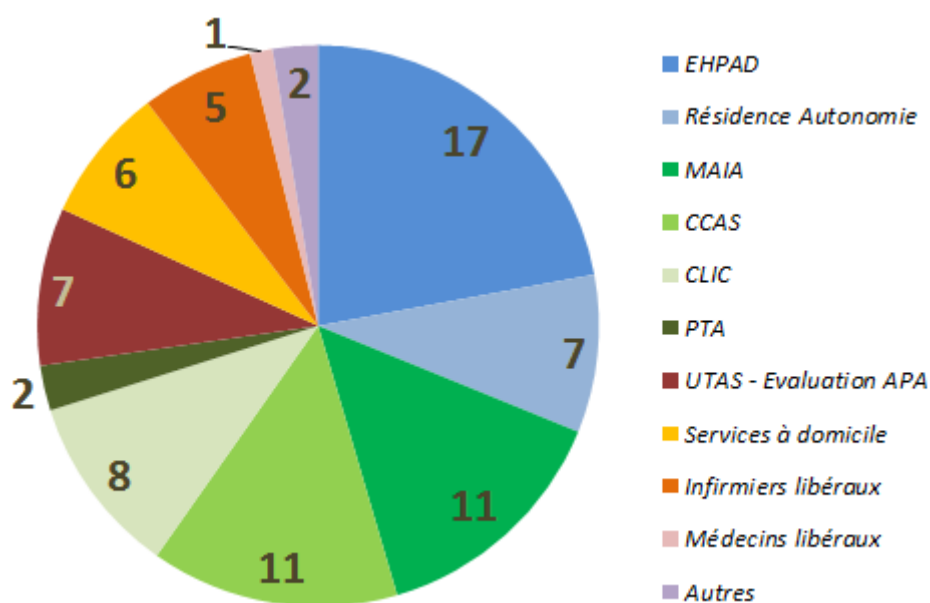
Alors que l'audience de ces pages est moindre que celles des pages Facebook qui ont relayé les spots en mars 2021, on y observe des interactions beaucoup plus fortes en terme de nombre de « j'aime », partages et commentaires pour chacun de ces spots. On peut certainement expliquer cette différence par la charge émotionnelle qui est rattachée à ces contenus. Les spots qui y sont diffusés sont extraits d'autres sources que la chaîne YouTube de la FIAPA, d'où l'intérêt de considérer l'ensemble des plateformes sur lesquelles les spots sont publiés pour pouvoir en mesurer la visibilité sur Internet.

B. Enquête départementale « Repérage et accompagnement de la maltraitance »

1. Profils des contributions reçues.

Les différents outils mobilisés pour la conduite de l'enquête départementale ont permis de recueillir un total de 86 contributions venant de tous les secteurs.

a. Questionnaire en ligne



Graphique n°2 : Distribution des répondants au questionnaire en ligne en fonction de leurs profils.

- 60% des répondants accueillent des personnes à domicile
- 40% des répondants accueillent des personnes en établissement

Profil des répondants	Tous les acteurs (77)	Etablissement (31)	Domicile (46)
Ont déclaré avoir été confronté à au moins une situation de maltraitance au cours des trois dernières années	79%	70%	84%
Estimation du nombre de situations rencontrées			
Moyenne	5,1	3,4	9,2
Médiane	5	5	5

Tableau n°4 : Statistiques de l'exposition à une situation de maltraitance parmi les répondants au questionnaire en ligne.

b. Entretiens

Les partenaires suivants se sont mobilisés pour un entretien dans le cadre de l'enquête départementale :

- **Conseil Départemental de l'Accès aux Droits de Seine Maritime**
- **Plateforme Territoriale d'Appui** - Dieppe
- **Conseil Départemental de Seine Maritime** – Coordination des ISRPG
- **Préfecture de Seine Maritime** - égalité femme-homme
- **Coopération Monalisa 76**
- **CMBD** – Protection des majeurs vulnérables
- **ARS Normandie** - Cellule réclamations ESSMS
- **Institut Français pour la Justice Restaurative**
- **Intervenant Social Référent Police et Gendarmerie**

2. Synthèse des résultats de l'enquête départementale

a. Problématiques rencontrées dans le repérage des situations de maltraitance :

En établissement :

- Objectiver la situation
- Prise en compte des troubles cognitifs dans l'évaluation de la situation
- Dénier, banalisation des faits, refus de la personne de s'exprimer,
- Dynamiques relationnelles dans les familles, contexte d'emprise, qui limitent l'intervention des professionnels
- Création du lien de confiance

A domicile :

- Objectiver la situation, recueillir un témoignage, des preuves
- Dénier, banalisation des faits, refus de la personne de s'exprimer,
- Dynamiques relationnelles dans les familles, contexte d'emprise, qui limitent l'intervention des professionnels
- Difficultés à évaluer la capacité de l'aidant à continuer à accompagner son proche
- Création du lien de confiance

b. Problématiques rencontrées autour d'une situation de maltraitance (éléments similaires en établissements et à domicile :

- Question de la définition du « seuil » à partir duquel agir
- Dénier ou banalisation des faits qui complique leur repérer
 - Recueil du consentement de la personne à la mise en place d'actions
 - Le recours au dépôt de plainte
- Signalement au Procureur de la République
 - Méthodologie de rédaction du signalement
 - Délai de traitement des dossiers

c. Problématiques rencontrées dans l'accompagnement d'une situation de maltraitance :

En établissement :

- Manque d'appui pour traiter une situation
- Information de la hiérarchie, quelles suites ?
- Analyse de la situation, méthodologie
- Craintes liées à l'image de l'établissement

A domicile :

- Manque de coordination entre les secteurs (social, sanitaire, justice)
- Eloignement de la personne
 - Manque de places d'hébergement temporaire adaptées
 - Risque de fragiliser une situation en éloignant la personne de son domicile pour la protéger d'un parent violent
 - Recherche d'appui
- Manque d'anticipation de la perte d'autonomie

d. Besoins identifiés sur le territoire :

- **Prévention**
 - Renforcer la prévention
 - Lutte contre le déni, la peur et la banalisation des violences
- **Formation**
 - Repérage de la maltraitance, objectivation d'une situation
 - Signalement
 - Mesure de protection

- **Réseau**
 - Un acteur, une plateforme ressource pour informations générales sur le sujet ou orientation
 - Dispositif d'appui pour les maltraitances financières
 - Recours à un dispositif de médiation
 - Coordination à renforcer
 - Places d'hébergement temporaire en urgence
- **Outils**
 - Structurer le suivi de ces situations
 - Procédure
 - Elaboration d'outils d'évaluation, d'orientation
 - Construction d'une procédure partagée entre les acteurs
- **Méthodologie**
 - Guide pour analyser les faits

e. Synthèse des résultats

Les quatre besoins suivants émergent de l'analyse des réponses à l'enquête départementale :

- Renforcement de la **formation** des professionnels
- Renforcement de la **coordination**
- Développement d'**outils et de procédures partagées**
- Renforcer, structurer les **liens avec les acteurs de la Justice**

Le premier volet de l'enquête départementale s'est principalement intéressé aux différents acteurs et dispositifs du secteur médico-social. Pour croiser les regards, les acteurs du champ de l'aide aux victimes ont été sollicités plus tardivement.

Les associations du Réseau France Victimes contactées ont exprimé ne pas être confrontées dans le cadre de leurs activités à des personnes âgées victimes de maltraitance. Il semblerait que face à une situation de maltraitance, les dispositifs sollicités en premier lieu soient les dispositifs de coordination gérontologiques. La connaissance et la spécialité de ces structures sur la population âgée est aussi reconnue par les intervenants sociaux référents en commissariats de police et en gendarmerie ou les travailleurs sociaux de l'équipe d'évaluation APA du Conseil départemental qui semblent être habitués à les solliciter.

L'inadaptation des dispositifs dédiés à l'accompagnement des personnes victimes de violences a également été notée : les structures d'hébergement d'urgence peuvent ne pas être adaptées pour accueillir une personne âgée à cause, par exemple, de l'absence d'ascenseur permettant d'accéder à un appartement situé à un étage élevé.

Il apparaît aussi que les CLIC et les MAIA, de par leur structuration et leurs missions respectives sont très habitués à travailler ensemble. Les liens avec les professionnels libéraux et les mandataires judiciaires sont construits et fréquents, dans le cadre des commissions de concertation

pluridisciplinaires et dans les échanges réguliers tenus dans le cadre de l'accompagnement des personnes.

Cependant, on peut observer que les coopérations et les liens avec les acteurs du champ de l'aide aux victimes sont beaucoup moins formalisés voire inconnus. A l'inverse, il apparaît également que les coopérations des acteurs du champ de l'aide aux victimes sont plus formalisées avec les acteurs de la justice et des forces de l'ordre. On note aussi une volonté de se rapprocher à moyen terme des acteurs de la coordination gérontologique dont l'expertise sur la population âgée peut être un levier de qualité de l'accompagnement d'une situation avec une dimension judiciaire, les acteurs de l'aide aux victimes, familiers de ce type de situations pouvant se trouver démunis face aux spécificités de l'accompagnement d'une personne âgée en situation de perte d'autonomie.

La faible sollicitation des acteurs du champ de l'aide aux victimes par les acteurs de la coordination gérontologique peut s'expliquer en partie par la très faible part des situations de maltraitements donnant lieu à un dépôt de plainte qui est la condition première de saisie de certains dispositifs d'aide aux victimes tels que les Intervenants Sociaux Référents en commissariat de Police et Gendarmerie qui ne peuvent pas être saisis spontanément.

Les premières réponses au questionnaire mettent en lumière une certaine diversité dans les circuits de l'information qui complexifie la vision que l'on peut avoir du traitement de ces situations et ce dès l'étape de signalement. Différentes problématiques concernant le signalement des situations de maltraitance en établissement sont ainsi apparues dans les échanges :

- L'importance du positionnement de la direction face aux alertes
- L'assimilation du signalement à de la délation dans les équipes de soins
- La protection obligatoire du salarié à l'origine du signalement contre d'éventuelles représailles.

Il apparaît aussi que les pratiques au domicile sont très différentes. Les réponses au questionnaire font notamment supposer un niveau de formalisation des pratiques moins important dans le traitement des situations de maltraitance. La part de services à domicile déclarant être dotés d'un protocole dédié à la maltraitance est en effet moindre que pour les établissements d'hébergement. L'environnement direct des établissements et services à domicile est aussi très différent. Les différences dans la structuration des services d'aide à domicile et des établissements d'hébergement posent la question de la pertinence de structurer un circuit unique pour l'alerte. Faut-il alors envisager un traitement différencié des situations de maltraitance en établissement et à domicile ?

L'importance du recueil du consentement de la personne accompagnée est apparue comme centrale dans les réponses au questionnaire comme dans les échanges qui ont fait suite à la présentation des premiers résultats de l'enquête. Les professionnels se trouvent en effet souvent confrontés à un refus de la personne de procéder à un signalement ou de mettre en place une action alors que la situation du point de vue du professionnel justifie d'agir. Plusieurs professionnels s'interrogent ainsi sur la notion d'un seuil de gravité à partir duquel le signalement ou la mise en place d'actions se justifient, alors que le recueil du consentement est une obligation qui ne peut pas être contournée. Ces questionnements autour du signalement d'une situation aux autorités administratives interrogent également la place de la médiation, qui peut permettre de désamorcer

une situation sans avoir à un recours à un signalement au procureur de la République. Il apparaît aussi que les personnes âgées restent en mesure d'alerter sur une situation les concernant.

C. Principales recommandations issues de l'analyse des résultats

Il serait intéressant de compléter ces observations en détaillant le réseau qui est mobilisé et les facteurs qui déterminent ce choix. De telles questions pourraient trouver des éléments de réponses grâce la réalisation de monographies ou d'études de cas sur des situations concrètes rencontrées sur le territoire. Une analyse de dossiers peut en effet se révéler être intéressante pour mettre en évidence des dynamiques ou des blocages mais cela pose la question de la création en amont d'un partenariat stable pour pouvoir accéder à ce type de données. Pour avoir une vision et une compréhension plus précises, plus approfondies, il pourrait ainsi être intéressant de mettre en évidence le circuit de l'informations à partir d'études de dossiers ou de groupes de travail mettant en présence des acteurs intervenant sur les mêmes situations et partageant les mêmes problématiques pour concevoir des outils ou des plans d'actions avec des stratégies différenciées.

Au vu des échanges récents entre les membres du Laboratoire d'Idées au sujet de l'évolution de l'observatoire et de ses objectifs à l'issue de cette première phase de deux années, la question de l'intégration d'une démarche universitaire dans le projet s'est aussi posée.

Constitution de groupes de travail :

Pour poursuivre les réflexions avec les partenaires du territoire, la constitution de deux groupes de travail est envisagée.

- Un premier groupe constitué de professionnels permettant une réflexion collective sur des situations concrètes
- Un second groupe réunissant les partenaires et les institutions locales (CLIC, MAIA, Préfecture, Conseil départemental, ARS) pour travailler sur des outils partagés, leur diffusion sur le territoire et favoriser les échanges sur les modalités de réception des alertes et les pratiques de chacun. Un professionnel de l'Aide Sociale à l'Enfance pourrait être intégré à ce groupe de travail pour bénéficier du regard d'une autre pratique plus structurée.

1. Groupe de travail : « Outils partagés »

Objectifs :

- ❑ *Répondre aux besoins identifiés par l'enquête départementale :*
 - Renforcement de la formation des professionnels
 - Renforcement de la coordination
 - Développement d'outils et de procédures partagées
 - Renforcer les liens avec les acteurs de la Justice

- ☐ Renforcer la connaissance des missions, compétences et ressources des différents partenaires sur le territoire pour faciliter la mobilisation des partenaires.
- ☐ Formaliser davantage le circuit de l'alerte et de l'information entre les partenaires des différents secteurs
- ☐ Construire des outils partagés sur le territoire pour améliorer/renforcer l'accompagnement des situations de maltraitances.
- ☐ Définir des supports pédagogiques de formations ou d'informations à destination des personnes âgées, de leurs aidants et des professionnels

Réalisations concrètes attendues :

Définir précisément le périmètre des situations concernées par le groupe de travail (contexte des situations, types de maltraitances concernées).

- *Formation* : Préparation d'un support pédagogique pour formation
- *Coordination* : Proposer de nouvelles pratiques en termes de coordination ou une procédure partagée entre les acteurs du territoire.
- *Information* : Rédaction d'un guide présentant des repères sur la maltraitance (typologie, facteurs de risques) et les ressources présentes sur le territoire pour accompagner ces situations.
- *Repérage* : Faire connaître des outils repérage de la maltraitance et envisager leur déploiement.

2. Groupe de travail : « Analyse de situations »

Objectifs :

- ☐ Affiner les observations réalisées par l'enquête départementale « Repérage et accompagnement de la maltraitance » concernant les modalités de coopération en place sur le département et le repérer des éventuels blocages dans l'accompagnement des situations.
- ☐ Renforcer la connaissance des ressources, pratiques et modalités de saisie des différents partenaires sur le territoire pour faciliter la mobilisation des partenaires
- ☐ Formaliser davantage le circuit de l'alerte et de l'information entre les partenaires des différents secteurs amenés à travailler ensemble autour d'une situation de maltraitance.
- ☐ Mettre en évidence des blocages ou axes d'amélioration des pratiques et de la coordination.

Réalisations concrètes attendues :

- Le groupe de travail a vocation à donner une image du circuit de l'information dans le traitement des situations de maltraitance et identifier les facteurs expliquant qu'un dispositif est mobilisé plutôt qu'un autre dans un contexte donné.
- Cela demande d'abord de définir précisément le périmètre des situations concernées par le groupe de travail (contexte des situations, types de maltraitances concernées).

3. *Modalités de travail Outils partagés & Analyse de situations :*

- Le rythme envisagé est d'une réunion tous les mois. Selon le contexte sanitaire, la réunion se déroulera en présentiel ou via un dispositif de visioconférence.
- Rédaction d'un compte-rendu diffusé aux membres du groupe de travail et du laboratoire d'idées - ou à certains membres du laboratoire (TUC, FIAPA, DGCS, ARS, CD, MIVILUDES) – après chaque réunion du groupe de travail.

IV. Bilan critique du projet

A. Conformités des résultats avec les objectifs

Le projet initial portait sur la conception d'un outil de sensibilisation et la création d'un dispositif à même d'en réaliser une évaluation quantitative et qualitative. L'outil a pu être conçu avec la participation active des membres du *Laboratoire d'Idées* et de ses partenaires avec un soutien important des institutions locales (Conseil départemental de Seine Maritime, ARS Normandie) et nationales (Direction Générale de la Cohésion Sociale, MIVILUDES).

L'Observatoire expérimental, conçu dans le but de conduire l'évaluation de l'impact de la campagne de sensibilisation « *Brisons le silence* » en lien le plus étroit possible avec les partenaires du territoire a mené ses travaux tels qu'ils avaient été envisagés.

Une des finalités de l'évaluation de la campagne était de permettre une adaptation ou un renforcement de l'outil pour optimiser les effets de sa diffusion à l'échelle nationale. La réactivité et l'intérêt des différents groupes de médias pour la campagne ont hâté le calendrier de diffusion ; la diffusion nationale de la campagne a ainsi commencé dès le début de l'année 2020 avec un protocole envisageant les modalités de partage d'informations.

Les travaux de l'Observatoire ont été orientés vers la conduite d'une enquête sur le département de la Seine Maritime visant à identifier les outils et les pratiques des différents acteurs du territoire dans le repérage, l'accompagnement et le suivi des situations de maltraitance ainsi que leurs éventuels besoins et difficultés. Ce double focus sur les pratiques et les besoins des professionnels a été choisi afin d'alimenter les réflexions de l'Observatoire, soucieux de développer des actions sur le territoire en adéquation avec les problématiques auxquelles les professionnels sont confrontés dans le cadre de leurs missions.

Le nombre d'appels au centre d'appels national du 3977 suite à la diffusion des spots à la télé, n'est pas connu et l'enquête a été réorientée à partir des outils et des données à disposition de la FIAPA et de la DGCS. Les spots ayant été publiés sur Internet par différents acteurs locaux et partenaires du projet, le suivi de la visibilité des spots s'est ainsi centré sur le suivi des indicateurs permettant d'objectiver la visibilité de la campagne sur Internet.

La campagne de sensibilisation a été conçue dans l'optique d'être diffusée sur les chaînes de télévisions, d'autres canaux ont cependant été recherchés pour toucher un public plus large et renforcer l'impact de la campagne en termes de sensibilisation. De nouveaux relais ont alors été identifiés pour relayer la campagne sur Internet, notamment sur les réseaux sociaux. Ce mode de diffusion de la campagne s'est révélé être intéressant pour toucher un nombre important de professionnels via des canaux spécialisés en gérontologie. L'intégralité des vingt-deux spots a ainsi pu être relayée auprès de différents professionnels travaillant en établissement ou accompagnant des personnes âgées vivant à domicile.

La promotion de la campagne de sensibilisation sur Internet a notamment permis de réaliser un suivi plus précis de la visibilité et de l'audience des spots grâce aux indicateurs d'activités propres aux réseaux sociaux et au plateforme de visionnage de vidéos en ligne telles que YouTube. Au-delà du nombre de vues cumulées pour chacun des spots, il a également été possible de mesurer le niveau d'interactions du public avec ce contenu en s'intéressant au nombre de commentaires ou de partages réalisés.

B. Les obstacles rencontrés dans la phase de collecte et non anticipés :

1. Contexte lié à l'épidémie de COVID-19

La survenue de la crise sanitaire liée à la pandémie de COVID -19 a fortement impacté le déroulement des travaux de l'Observatoire expérimental à partir de mars 2020. Les acteurs sollicités dans le cadre de l'enquête départementale étant en effet particulièrement mobilisés dans le maintien ou les évolutions de leurs activités de soins, d'accompagnement ou de coordination, en raison de la crise liée au COVID-19, le contexte s'est révélé être peu propice à leur engagement dans des réflexions relatives à l'accompagnement de la maltraitance, bien que l'importance de ce phénomène et la nécessité de la prendre en compte ait été reconnue par les professionnels contactés au cours de cette période.

La phase de collecte de données, initialement prévue au printemps 2020, s'est donc poursuivie tout au long de l'année 2020 et jusqu'au début de l'année 2021 selon le rythme et les disponibilités des partenaires. Les adresses et les relances du questionnaire en ligne se sont ainsi organisées autour de trois temps distincts. Il a été plus difficile de conduire les entretiens. Même après avoir exprimé leur intérêt pour le projet, il a été difficile de pouvoir organiser des temps d'échanges avec les partenaires avant le début de l'année 2021, à distance des mois les plus impactés par la gestion de la crise.

2. Nombre d'appels au numéro 3977

Il aurait été intéressant de réaliser une comparaison des indicateurs du 3977 entre les périodes de diffusion et des périodes similaires antérieures à la diffusion de la campagne faisant office de témoins pour l'ensemble des indicateurs suivants : besoin d'informations ; demande d'un conseil ; alerte au sujet d'une situation ou besoin d'orientation ; expression d'une souffrance) ou la répartition du profil des appelants (personne âgée, aidant, professionnel, autres...

Malgré les échos d'augmentation d'appels pendant cette période annoncée par la DGCS et le 3977 lors des réunions de travail de l'observatoire il n'y a pas été possible de disposer des éléments qualitatifs nécessaires au traitement des données.

V. Les suites à donner

A. Essaimage envisagé

Le resserrement du projet à un périmètre départemental est envisagé dans l'idée d'obtenir une vision plus fine des interactions entre les acteurs en se basant sur un territoire plus restreint. L'échelon départemental peut s'avérer pertinent pour les suites de l'enquête en mettant en présence dans le cadre de groupes de travail des acteurs déjà habitués à travailler ensemble. Cependant, la diffusion des productions de ces groupes de travail peut être envisagée plus largement à l'échelle de la région, dans la mesure où les problématiques traitées en Seine Maritime seraient transposables au contexte d'autres départements.

L'adaptation de la campagne à de nouveaux médias est envisagée. La radio reste encore aujourd'hui un média qui attire une part importante du public au quotidien. Des demandes de financement pour pouvoir dupliquer la campagne de sensibilisation sur un format audio adapté à une diffusion sur les chaînes de radios pour l'année 2022 seront déposés auprès de l'ARS, du Conseil départemental (conférence de financeurs) et de la CNSA.

1. Promotion du nouveau vocabulaire partagé :

Une démarche de consensus menée par Alice Casagrande présidente de la commission pour la promotion de la bientraitance et la lutte contre la maltraitance du HCFEA et du CNCPH a abouti, à la suite de réflexions incluant un nombre important de parties prenantes (Education Nationale, Justice, Police et gendarmerie, santé mentale...), à une nouvelle définition de la maltraitance reproduite ci-dessous :

« Il y a maltraitance d'une personne en situation de vulnérabilité lorsqu'un geste, une parole une action ou un défaut d'action, compromet ou porte atteinte à son développement, à des droits, à des besoins fondamentaux, et/ou à la santé et que cette atteinte intervient dans une relation de confiance, de dépendance, de soin ou d'accompagnement. »

Les situations de maltraitance peuvent être ponctuelles ou durables, intentionnelles ou non ; leur origine peut être individuelle, collective ou institutionnelle.

Les violences et les négligences peuvent revêtir des formes multiples et associées au sein de ces situations. »

Cette définition a vocation à faire figure de référence dans le développement d'une politique publique Trans sectorielle dédiée à cette problématique dans les champs de l'enfance, du handicap et du vieillissement ainsi que dans l'action des professionnels et acteurs investis sur le terrain auprès des victimes de maltraitance.

Les réflexions à venir et les travaux futurs au sein des groupes de travail qui en découlent s'inscriront dans le sens de cette nouvelle définition.

Dans la continuité de l'élaboration de cette définition, l'appropriation d'une définition et d'un vocabulaire par l'ensemble des acteurs constitue un levier pour le déploiement d'une action collective et concertée dans la lutte contre la maltraitance. L'Observatoire peut ainsi, à l'échelle du département de la Seine Maritime, contribuer à cette appropriation en réalisant un travail de pédagogie auprès des acteurs de terrain. Les interventions de sensibilisation réalisées sur le territoire peuvent dans un premier temps intégrer une présentation et des échanges autour de cette nouvelle définition.

2. Pistes de réflexion pour la continuité du projet :

Les propositions et pistes de réflexions suivantes pour les objectifs de la deuxième phase du projet ont été avancées :

- Les observations réalisées au cours de cette première phase d'expérimentation pourraient être complétées par la réalisation de monographies de situations afin de mettre en évidence les freins au signalement ou à l'accompagnement d'une situation de maltraitance

- La création d'une offre de formation à destination des professionnels du territoire, notamment du secteur de l'aide à domicile, afin d'outiller les équipes pour renforcer le repérage et l'alerte d'une situation problématique
- La duplication de la campagne pour une diffusion via les chaînes de radio locales en Normandie dans un premier temps avant d'envisager une diffusion nationale. Le format de cette campagne radio (spots en l'état ou création d'un nouveau contenu adapté à ce média) sera fonction de la mise en évidence ou non d'un impact de la diffusion télévisée auprès du centre d'appels de la Fédération 3977.
- La poursuite des réflexions amorcées dans le cadre du *Laboratoire d'Idées* et de l'*Observatoire expérimental* par une participation aux travaux sur la maltraitance envers les personnes âgées et les personnes en situation de handicap portés par le Conseil Départemental de Seine Maritime à partir de septembre 2021

B. Conditions d'essaimage et de reproductibilité de l'expérimentation

L'organisation des travaux de l'Observatoire expérimental à l'échelle d'un département avait été retenue pour la conduite de l'enquête départementale afin d'identifier les problématiques prégnantes sur un territoire restreint tout en pouvant mobiliser le réseau d'acteurs de la façon la plus approfondie possible. L'échelon départemental apparaît en effet comme un échelon pertinent pour la collecte de données et la co-construction d'outils avec les professionnels et acteurs directement concernés. Cependant, au vu des ambitions initiales du projet, une diffusion des outils repérés ou créés à un échelon plus large, notamment régional, peut tout à fait être envisagée pour accroître la portée des réflexions du *Laboratoire d'Idées*.

Le projet a la chance de bénéficier depuis son origine du soutien des institutions locales, Conseil Départemental et ARS. Leur présence tout au long des différents temps des réflexions et travaux a permis de faciliter et de renforcer l'ancrage du projet avec le terrain et avec les partenaires du territoire. Ils ont en effet constitué un relai efficace pour contacter les publics ciblés par l'enquête départementale et ont aussi permis d'engager le *Laboratoire d'Idées* et l'*Observatoire expérimental* dans les démarches déjà amorcées au sein du territoire départemental. Leur participation semble ainsi à rechercher dans le cas d'une reproduction ou d'une extension des travaux menés par la FIAPA depuis 2019 à d'autres territoires.

La prise en compte des différents réseaux d'alerte constitué à la fois de bénévoles et de professionnels, selon les réseaux partenaires, nous paraît essentiel pour le bon traitement de la problématique.

Cette première enquête départementale portait sur le repérage et l'accompagnement des situations de maltraitance avec une approche générale qui ne ciblait ni un contexte particulier, qu'il s'agisse de la maltraitance en établissement ou au sein du domicile, ni une forme de maltraitance plutôt qu'une autre, qu'elle soit financière, physique ou psychologique. Une telle approche permet d'avoir le regard le plus large possible sur cette problématique et a conduit à travailler avec des acteurs professionnels, associatifs ou institutionnels très diversifiés. L'ensemble de ces acteurs est à même d'être confronté à une situation ou sollicité au cours de l'accompagnement d'une situation.

L'accompagnement des situations de maltraitements institutionnelles, les violences intra-familiales ou les maltraitements financiers font ainsi appel à des acteurs distincts dans leur signalement, leur traitement et leur suivi. Bien que la vulnérabilité de la personne soit commune à l'ensemble de ces situations et que sa prise en compte permette d'identifier des facteurs de risques et des axes de prévention communs à toutes les situations de maltraitance, elle ne suffit pas à rendre compte des spécificités de chaque situation. La spécialisation de la plupart d'entre eux les rendant compétents sur une forme de maltraitance précise ou sur un contexte particulier laisse entrevoir qu'il existe à ce jour plusieurs réseaux de partenaires distincts.

Les trois types de situations de maltraitements nommés ci-dessous, pour ne citer qu'eux, s'inscrivent dans des contextes et des dynamiques relationnelles précises et leur prévention peut s'appuyer sur une attention voire une vigilance sur des facteurs de risque distincts. De même, leur traitement fait par la suite appel à des réseaux de partenaires distincts avec des compétences spécifiques, voire des cultures professionnelles différentes. Cibler une de ces thématiques pour la suite des travaux de l'Observatoire expérimental pour concevoir un plan d'actions précis avec le réseau de partenaire approprié est une option à envisager.

C. Communication des résultats

Les relances de l'enquête départementale auprès de différents publics ont permis de recueillir près de quatre-vingt-dix contributions de mars 2020 à février 2021. La restitution de l'enquête auprès des partenaires est envisagée de deux façons.

La première consiste en la rédaction d'un rapport synthétique des observations réalisées grâce à l'enquête destiné à être diffusé le plus largement possible à l'ensemble des acteurs, institutionnels, professionnels et associatifs du département, voire au-delà. Les objectifs et les différents temps de réalisation de l'enquête seront également présentés. Cette mise à disposition des conclusions de l'enquête départementale vise à favoriser leur appropriation par les acteurs de terrain pour guider leurs actions autour de la problématique de la maltraitance envers les personnes âgées.

Cette restitution des résultats de l'enquête est aussi envisagée par le biais de temps d'échanges avec les professionnels du territoire, organisés grâce à un outil de visioconférence, en fonction des besoins ou des demandes des différents acteurs. Ces rencontres sont également l'occasion de présenter les réflexions à l'origine de cette enquête et de la campagne de sensibilisation « *Brisons le silence* » ainsi que les différents temps de la réalisation de l'enquête. Ces présentations permettent d'échanger avec les partenaires sur leur vision de ce phénomène et les projets en cours ou passés sur lesquels ils sont ou se sont investis récemment, donnant une vision plus précise de la façon dont les différents acteurs ont pu se saisir de ce sujet.

Annexes

Annexe 1 : Gouvernance et pilotage – composition du COPIL

Laboratoire d'idées FIAPA - Prévention et lutte contre les maltraitances envers les personnes âgées : Membres permanents et invités (2019-2021)

Membres permanents	Structure
BAÏDEZ Yoann	Trait d'Union du Cailly
BAILLEUL Maria	FIAPA
BERTHELOT Anne Flore	Trait d'Union du Cailly
BOULLARD Coline	DGCS
COURAGE Anne Marie	MIVILUDES
GATIGNOL Chantal	MIVILUDES
GAUTARD Camille	FIAPA
GAUTIER Sandrine	ARS Normandie
KOSKAS Alain	FIAPA
MONGAUX Marie Pascale	Trait d'Union du Cailly
PASQUIER Estelle	Conseil Départemental 76
RAMAGE Christophe	Réalisateur
TERRASSON Dominique	DGCS
CZERNICHOW Pierre	Fédération 3977

Invité.e.s	Structure
TAPIA Véronique	Pages Facebook - Assist. Soins en Géroto
PODOLAK Sandrine	FIAPA
MIELLE Antoine	Fédération 3977
GILLET Isabelle	Fédération 3977
TERCQ Nicole	Institut Français pour la Justice Restaurative
MUNSCH Frédéric	Psychogériatre retraité
SAUDOYEZ Ingrid	Conseil Départemental 76

Annexe 2 : Calendrier rétrospectif des différentes étapes

	Sept 19	Oct 19	Nov 19-	Déc 19	Janv -20	Fév-20	Mars 20	Avr 20	Mai 20	Juin 20	Juil 20	Août 20	Sept 20	Oct 20	Nov 20	Déc 20	Janv 21	Fév 21	Mars 21	Avr 21	Mai 21
Campagne de sensibilisation « <i>Brisons le silence</i> »																					
Echanges avec la Fédération 3977 pour la conception du protocole d'évaluation de la campagne de sensibilisation « <i>Brisons le silence</i> »																					
Première période de diffusion nationale de la campagne de sensibilisation « <i>Brisons le silence</i> »																					
Deuxième période de diffusion nationale de la campagne de sensibilisation « <i>Brisons le silence</i> » / mise en ligne des spots sur <i>YouTube</i>																					
Troisième période de diffusion nationale de la campagne de sensibilisation « <i>Brisons le silence</i> »																					
Enquête départementale « <i>Repérage et accompagnement de la maltraitance</i> » - Collecte de données																					
Elaboration des outils de l'enquête départementale 76 « <i>Repérage et accompagnement de la maltraitance envers les personnes âgées</i> » (grille d'entretien, questionnaire en ligne)																					
Envoi et relances du questionnaire en ligne à l'ensemble des partenaires du territoire																					
Réalisations des entretiens avec différents partenaires du territoire																					
Enquête départementale « <i>Repérage et accompagnement de la maltraitance</i> » - Synthèse et restitution des résultats																					
Synthèse intermédiaire des premières contributions reçues au questionnaire en ligne																					
Analyse globale des contributions reçues grâce au questionnaire en ligne et aux entretiens																					
Restitution de la synthèse de l'enquête départementale aux acteurs du territoire																					

Annexe 3 : Projet de protocole pour l'évaluation de la campagne

ORIGAMI

Observatoire expérimental

« Lutte contre les maltraitements envers les personnes âgées »

Evaluation de la campagne – Projet d'analyse

La campagne de spots « Brisons le silence » est issue des réflexions du laboratoire d'idées de la FIAPA pour communiquer sur le sujet de manière efficace grâce à un format court à un public large en privilégiant dans un premier temps une diffusion télévisuelle.

La campagne poursuit les deux objectifs suivants :

- Donner de la visibilité au phénomène de la maltraitance des personnes âgées et aux multiples formes qu'elle peut prendre dans le quotidien des personnes grâce à un total de 21 spots.
- Changer le regard porté sur le vieillissement et les comportements face à cette problématique en donnant de l'information sur les dispositifs de signalement

Dans la continuité des réflexions menées par le Laboratoire d'idées, la région Normandie a été retenue comme territoire d'expérimentation en partenariat avec l'EHPAD le Village des Aubépins qui héberge les activités du Laboratoire et de l'observatoire ORIGAMI qui prévoit le recueil auprès des différents acteurs du territoire des besoins et des difficultés concernant la prévention et le traitement des maltraitements.

L'évaluation de l'impact de la campagne se réalise au niveau régional. Dans un premier temps, le recueil de données auprès des partenaires autour de leurs pratiques concernant le signalement et le traitement s'organise au niveau du département de la Seine Maritime afin de pouvoir rapidement rencontrer des acteurs des différents secteurs. Ces premières observations pourront ensuite être comparées à celles réalisées dans les autres départements de la région.

Dans un premier temps, l'objectif de l'observatoire expérimental est de modéliser l'activité liée à la prévention, au signalement, et au traitement de la maltraitance sur le territoire du département de la Seine Maritime.

La conception de la campagne a débuté en mars 2018 et le spot zéro a été lancé au 15 juin de la même année. Les scripts de la campagne ont été pour partie élaborés à partir de signalements réellement reçus par le numéro national d'écoute 3977. Des personnes âgées ont également pu être consultées pour enrichir les thématiques abordées par la campagne. La question des comportements âgistes notamment a ainsi fait l'objet d'un spot. L'ensemble des spots a été diffusé sur France 3 Normandie en décembre 2018 au moment des fêtes de fin d'années. La diffusion ne semble pas avoir donné lieu à une augmentation significative du nombre de signalements. On peut alors se demander

si elle n'a pas eu un effet principalement préventif. Les retombées de la campagne restent alors à comparer avec celles d'une ou plusieurs autres périodes de diffusion. On peut imaginer que des diffusions fréquentes peuvent accroître l'impact de la campagne. Le choix des périodes dépend cependant des disponibilités des chaînes de télévision pour l'attribution des espaces gratuits.

La diffusion de la campagne via les treize antennes régionales de France 3 du 19 octobre au 3 novembre 2019 est susceptible d'avoir eu un impact sur le signalement de situations de maltraitance. Il serait intéressant pour affiner l'évaluation de cet impact de pouvoir croiser les observations réalisées sur le terrain avec les données disponibles du 3977 concernant l'ensemble des régions afin de pouvoir réaliser une comparaison avec la Normandie.

Objectifs de l'évaluation

- Mesurer l'impact de la campagne en termes d'audience (information) et en termes de sollicitations des partenaires (comportements, signalement)
- Produire de la connaissance sur l'ampleur du phénomène (les formes de maltraitance auxquelles sont exposées les personnes âgées) et le circuit de l'information entre les partenaires sur un territoire.

Pertinence de l'échelon régional pour l'analyse des répercussions de la campagne :

- La région Normandie est la seule région de France dans laquelle l'ensemble des 21 spots qui composent la campagne ont été diffusés deux fois.
- L'échelle régionale permet de disposer d'un volume d'informations assez important pour pouvoir mettre en évidence des différences voire des tendances significatives.
- L'implantation sur la région Normandie de l'observatoire peut permettre de croiser les premières données quantitatives relatives à l'impact de la diffusion de la campagne avec des observations issues du terrain - volet qualitatif de l'évaluation ?

Démarche principalement quantitative menée à l'échelle régionale. Les aspects plus qualitatifs de l'évaluation concernant le traitement des signalements reçus s'intégreront dans les travaux portant sur le repérage et la modélisation du circuit de l'information (ce travail peut être adossé partiellement à l'évaluation de l'impact de la campagne en local) sur le territoire resserré à l'échelon départemental. Le volet quantitatif concerne principalement l'évaluation de l'impact de la campagne porte sur la région. Le travail de modélisation du circuit de l'information à l'échelle départementale pourrait s'appuyer sur les premiers résultats quantitatifs de l'évaluation de la campagne et permettre d'approfondir les observations réalisées au niveau régional.

Comparaison entre périodes de diffusion et périodes témoins :

- **Campagnes France 3** : Octobre-novembre 2019 / octobre-novembre 2018
- **Campagnes nationales** : Considérer les 2-3 mois sur lesquels se déroulent la diffusion sur les différentes chaînes nationales : (décembre, janvier, février-mars 2019-2020) et comparer les mêmes mois sur l'hiver (2018-2019)

Partenaires ciblés pour le champ de l'évaluation :

Prendre contact avec tous les partenaires pour préciser les données à recueillir auprès des partenaires à partir de celles qui sont récupérables pour harmoniser l'ensemble des données collectées et améliorer l'analyse qui en découle.

Resserrer l'évaluation au niveau de la **Seine Maritime ou de la région**

- Les CLIC (30 sur la région Normandie ; prendre contact en passant les CD de la région)
 - Services sociaux des départements (les 5 ?) (contact : rencontrer les CD pour faire le tour de leurs sources de données potentielles relatives à la maltraitance.
 - France Victimes (9 associations sur la région ; contact : Michel de Sousa (animation du réseau)
 - Les centres locaux ALMA (3 sur la région Normandie : Rouen ; Caen ; Evreux)
 - CDAD (5 contacts auprès du porteur)
 - Intervenants sociaux en commissariats de police et gendarmerie (contact par leur association nationale pour accès aux professionnels de la région) ?
 - France 3 régions pour données relatives à l'audience.
 - Autres en fonction du repérage des partenaires (tutelles, ...)
 - Cibler CLIC et France Victime pour évaluation de la campagne nationale fin 2019 début 2020.
- Voir si ces partenaires disposent d'informations qui permettraient d'enrichir les observations réalisées
- Construire les indicateurs à partir des données de ces acteurs.

On peut imaginer une première série d'indicateurs qui soit commune à l'ensemble des partenaires pour permettre l'agrégation et l'analyse des données et d'autres indicateurs spécifiques à certains acteurs qui permettraient des focus sur des notions plus précises qui relèvent de leur champ de compétence propre. Les indicateurs seraient à construire à partir des échanges avec les partenaires en amont de la diffusion.

Proposition de méthodologie pour l'évaluation de l'impact des prochaines diffusions de la campagne au niveau national :

Construction des indicateurs à partir des données disponibles et à partir de ce que les différents partenaires ont déjà entrepris pour mesurer l'impact de la campagne sur leurs activités (national et local), pour éviter de faire doublon et potentiellement pouvoir enrichir et approfondir les observations déjà réalisées.

Avant la diffusion

- Communication sur la campagne (objectifs), les dates de diffusions, les retombées attendues (augmentation du nombre de signalements)
- Définition et communication aux partenaires des indicateurs retenus pour évaluer/objectiver l'impact de la campagne en terme d'information du public et de signalements
- Organiser la remontée d'informations (indicateurs) par les partenaires vers l'observatoire (qui envoie quoi, à qui ?) et délai (à quel moment pendant et après la diffusion de la campagne)

- Indicateurs : recueil des données sur l'activité du mois précédant la campagne établie comme standards, servant de point de départ pour la comparaison avec les résultats de la campagne (repérage ou non d'un pic de signalements).

Pendant la diffusion ?

- Remontée progressive des informations

Après, à distance de la diffusion ?

- Remontée des informations
- Repérage et élimination possible des doublons ? outils à construire si possible...
- Analyse, synthèse
- Restitution – au laboratoire d'idées ; aux partenaires

Analyse des données pour évaluation de l'impact de la campagne :

I. Mesure de l'audience de la campagne

- **Données sur l'audience TV** (âge, sexe, compléter en fonction des informations disponibles et récupérables...) au moment s de la diffusion des spots (JT 12-13 et JT 19-20) de France 3 : accessibles en national ou détails par régions ?
 - Définir les modalités de recueil des infos : quelles données ? à récupérer auprès de qui et à quel moment ?
- **Comptabilisation du nombre de vues sur Internet (audience web)** à partir des différents supports de diffusions (YouTube : Chaînes de la FIAPA, et de France 3 Normandie ; Facebook : Page France 3 Normandie ; Vimeo : Page Christophe Ramage ; Instagram et YouTube : du 3977)

II. Réception de l'information par le public

- **Tester des corrélations entre un spot et le nombre d'appels induits/consultation des sites web des partenaires.** *Serait-il possible d'identifier les spots qui mobilisent le plus le public entre ceux qui portent sur la maltraitance caractérisée et ceux qui évoquent les comportements âgistes ?*
- **Suivi dans la durée de l'évolution du nombre de signalements** adressés aux partenaires engagés sur la thématique
- **Impact de la campagne sur les représentations du grand public sur le vieillissement et la maltraitance.** Pistes pour adaptation du contenu. *Difficilement objectivable, quels moyens pour investiguer ?*

III. Evolution du nombre de signalement

- Augmentation du nombre de signalements auprès des acteurs de terrain
- Nombre et type d'alertes

IV. Production de connaissances

- **Eclairer l'ampleur du phénomène** (recueil de données relatives au(x) type(s) de maltraitance repérés ; contexte de la situation (établissement, domicile, social) ; auteur : professionnel ou famille/proche/entourage/environnement/tiers
 - Type de maltraitance selon les typologies du Conseil de l'Europe ou celle du rapport de la Commission HCFEA
 - Cadre : établissement, domicile, société...
 - Auteur : aidant, voisin, professionnel, autres...

Observatoire :

- **Identifier les besoins sur le territoire** pouvant guider la mise en place d'actions ou d'outils sur le territoire = base du dispositif d'enquête prévu pour l'observatoire ?
- **Repérage et valorisation d'outils et de bonnes pratiques**