



Atelier N° 1 :
Les enjeux de l'internet social pour tous les âges
Compte-rendu du 04 mars 2009

1- Présentation par Nolwen Neveu, des codes et ergonomie utilisés dans les publicités à destination des seniors

2- Discussion avec Elisabeth Pakin, psychiatre / gériatre, autour de la problématique de l'isolement des seniors

Synthèse des échanges

Présentation par Nolwen Neveu des codes et ergonomies utilisés dans la publicité adressée aux seniors

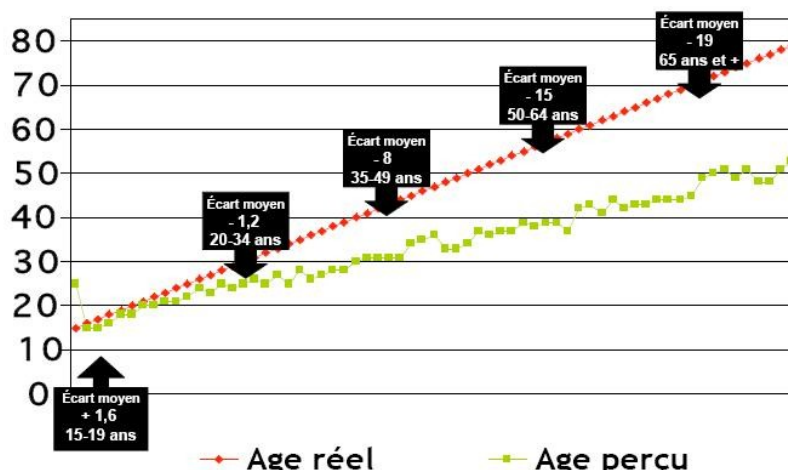
Représentations de l'âge dans la publicité

Vis-à-vis de la publicité, les seniors sont d'avantage en attente d'une information que d'une esthétique particulière : plus sensibles au contenu qu'au contenant.

La publicité adressée aux seniors doit avant tout chose être valorisante pour les personnes, jouer sur les dimensions affectives de lien social, de chaleur humaine, d'intergénérationnel, renvoyer une image de sérénité. Elle peut parler spécifiquement des seniors, mais non pas « aux seniors » sinon cela accroît le sentiment chez ces personnes d'être confinés à une classe d'âge, ghettoisés. Le mot senior est lui-même assez mal perçu par les personnes vieillissantes.

Parler de l'âge n'est pas apprécié : rappelons que l'âge ressenti d'une personne est souvent de 20 ans en dessous de l'âge réel (une personne de 70 ans a l'impression d'en avoir 50). D'où ne parler d'âge que si le produit offre un avantage spécifique.

- Age ressenti vs âge réel : - 20 ans



La mise en avant d'icônes (stars, personnalités : cf. Jane Fonda pour l'Oréal) est un bon moyen de s'adresser aux seniors. Eviter en revanche les caricatures stigmatisantes.

De plus en plus se développe la publi-information : c'est-à-dire de la publicité pour un produit dans laquelle on calque les codes de la presse pour donner l'impression d'un article d'information santé ou autre (pratique).

L'intergénérationnel

L'intergénérationnel est quelque chose de recherché, en même temps qu'un mélange délicat à opérer. L'intergénérationnel concerne aussi des écarts d'âge de 10 / 15 ans (par exemple entre des personnes de 60 ans et 75 ans). Le plan Borlo a mis l'accent sur les seniors, mais en opposant les générations entre elles, or l'effet peut être négatif. Les seniors ne souhaitent ni être mis au banc de la société (ils affirment fortement le rôle qu'ils continuent à jouer), ni être vus comme des « phénomènes », et encore moins comme des générations « boulet ».



« Je prends ma vie en main, je décide moi-même » pourraient être les maîtres-mots des générations vieillissantes, particulièrement de la génération des boomers.

Du point de vue de l'ergonomie des sites :

Beaucoup d'améliorations à prévoir :

- la vue baisse : d'où penser à renforcer les contrastes, utiliser des couleurs foncées, à augmenter la taille des caractères (corps 12 minimum), à surligner les liens
- la navigation est différente, moins rapide
- l'attention se fatigue plus vite

Quels sont les enseignements du Design Universel sur ce sujet ?

Internet : la solitude en compagnie : « *Ce que j'aime, moi, sur Internet, c'est qu'on a beau parfois être seul, on se sent relié à d'autres. C'est la solitude en compagnie...* »

Référence citée : *Globalia*, de Jean-Christophe Rufin, ouvrage illustrant une forme poussée de déni de la vieillesse.

Discussion avec Elisabeth Pakin, médecin psycho-gériatre, autour de la problématique de l'isolement des personnes âgées.

E. Pakin rencontre de très nombreux cas de dépression, d'alcoolisme, et même de suicide de personnes âgées (avec un taux de passages à l'acte « réussis » plus important que chez les personnes plus jeunes). La perte d'une certaine place sociale lors du passage à la retraite peut conduire à sombrer dans une profonde dépression.

Deux éléments très structurants pour les personnes sont le travail et les enfants, or quand le travail s'arrête, et que les enfants n'ont plus besoin de leurs parents, cela peut provoquer des ruptures identitaires importantes, et nécessite de l'inventivité, de l'énergie, pour se trouver de nouveaux objectifs de vie.

Les personnes vieillissantes ont besoin de recréer des liens sociaux (et pas seulement familiaux). Certains ne reçoivent plus de mails, car ils ne sont plus dans la vie active. Les relations de couple évoluent aussi. Réapparaissent des questions de type « qu'est-ce que j'attends de la vie », « qu'est-ce que j'attends de mon couple ». Or d'un point de vue social, il n'y a pas d'aide particulière.

Parallèlement, la société renvoie au travers des médias :

- soit des images d'activisme, de beauté, de jeunesse, déconnectés de la réalité du vieillissement. Une sorte d'injonction à « réussir sa retraite », à « s'engager ». Le droit à l'accomplissement personnel, au consentement à une certaine paresse ne sont pas reconnus.
- soit des images de dépendances, de handicap, très négatives, et « déprimantes ».

L'association Old'Up se donne précisément pour objectifs d'accroître les relations, la participation et l'action des « vieux encore debout ». On doit toujours se demander comment continuer à être utile à soi-même et à la société, précise **Marie-Françoise Fuchs**, présidente de l'association. A plus de 75 ans « *on n'est plus reconnu comme on l'a été dans sa vie active* ». La plupart des personnes âgées sont encore vaillantes, actives, même si la mobilité, l'énergie disponibles peuvent être un peu moindres. Ces âges-là n'ont pas d'identité sociale, pas de place reconnue. A plus de dix, quinze ans après la retraite, les réseaux sociaux s'amenuisent, les anciennes relations professionnelles disparaissent. Il est de ce fait nécessaire de trouver des voies de sociabilité nouvelle, de réfléchir à la



place laissée à ces âges nouveaux de la vie. (Voir les actions menées par des associations de type Café des âges, Aînés ruraux, etc.).

Ainsi la retraite peut être tantôt synonyme de nouvelle vie ou tantôt de mort sociale. Elle nécessite un travail sur soi (de la même manière qu'un bilan de carrière, bilan de compétences, comment redistribuer dans d'autres activités ce qui me plaisait dans le travail ?). Cf. le succès de l'ouvrage de Matthieu Ricard, *L'Art de la méditation*.

Les réseaux sociaux peuvent-ils participer à retrouver l'estime de soi ? Certains se retrouvent déçus de la vie associative, car ils cherchent dans leur engagement une réponse à une problématique propre d'identité sociale.

La crise économique actuelle, et la crise de la longévité vont-elles diminuer les effets de l'individualisme ? Vont-elles obliger à repenser les mécanismes de sociabilité, de liens sociaux

> Présents

Jean-Yves Ruaux, Seniorscopie.com

Nicolas Spada, Brain adventures

Tilly Bayard Richard, Ilog

Elisabeth Pakin, Pyschiatre

Nolwen Neveu,

Amandine Brugière, FING

Sophie Delouis RIGVI

Philippe Guilbert, Ergonome

Charlotte – stagiaire Seniorscopie

Christine Bailly

Bertrand Favre, BiTWiin

Arnaud Cuissot, NotreTemps.com

Marie-Françoise Fuchs, Old'Up