

4/2020 | Août/Septembre



# L'Aide et soins à domicile communique de manière moderne

**DIALOGUE** Daniel Koch, alias «Monsieur Corona», parle de l'importance de l'ASD. page 32

## Restez indépendants

Vivre aussi longtemps que possible chez soi, s'y sentir bien et libre. Élégantes et discrètes, nos montres d'appel d'urgence vous permettent de profiter de la vie en toute indépendance – tout en sachant que vous pouvez compter sur une assistance rapide en cas d'urgence.



Nous vous conseillerons volontiers.  
Hotline 0848 65 65 65 (tous les jours de 06h30 à 20h00).  
[www.smartlife-care.ch](http://www.smartlife-care.ch)

SmartLife Care SA est une entreprise conjointe de:



Partenaire de :



«Depuis plus de 10 ans, iba est un partenaire fiable de ASD Suisse. Nos environ 600 organisations sont en d'excellentes mains en matière de conseil client et d'achats. Nous ne pouvons que vous recommander iba.»

**Marianne Pfister**  
Directrice générale  
ASD Suisse

### Les membres ASD profitent chez iba

- Prix de gros valables sur l'ensemble de l'assortiment et des services proposés par iba
- 10% de rabais Joker supplémentaire sur une commande de votre choix (valable une fois par année)
- Pas de montant d'achat minimum
- Livraison gratuite dans les 24 h

### Conditions spéciales ASD

- Matériel de bureau
- Articles pour l'hygiène et produits de nettoyage
- Imprimés commerciaux
- Articles publicitaires
- Encre et toners
- Aménagement de bureaux



Bureau et plus



**Comment puis-je profiter des prix préférentiels ?**  
Envoyez vos coordonnées à [member@iba.ch](mailto:member@iba.ch)  
ou inscrivez-vous sous [www.iba.ch/fr/Spitex](http://www.iba.ch/fr/Spitex)

## Les nombreux bénéfices de la communication



Une bonne communication favorise la collaboration et est indispensable, par exemple, dans le domaine des soins intégrés. Une bonne communication assure clarté, sécurité et satisfaction, par exemple, au sein de chaque organisation d'aide et de soins à domicile (ASD). Une bonne communication permet d'atteindre le grand public, par exemple, par l'attention portée à

l'image de l'ASD. Pour finir, une bonne communication aide à surmonter les situations difficiles, par exemple, lors de la pandémie de COVID-19.

Ce numéro est consacré aux bénéfices d'une bonne communication pour l'ASD. Des exemples illustrent la façon dont l'ASD se sert de la technologie pour communiquer efficacement et rapidement. On apprend, en outre, comment l'ASD peut utiliser la communication pour prévenir les crises et se préparer à communiquer en cas de crise. Mais également, comment l'ASD à but non lucratif communique de manière positive sur elle-même à tous les niveaux et veille ainsi à être perçue comme un prestataire de services professionnel et moderne et comme un employeur attractif.

Cette édition a aussi beaucoup à offrir à d'autres égards: deux experts parlent des défis que pose la démence. Erich Ettlin, nouveau membre du comité d'Aide et soins à domicile Suisse, évoque les préoccupations politiques urgentes liées au domaine des soins ambulatoires. Et Daniel Koch, alias «Monsieur Corona», répond à nos «5 questions» et en profite pour remercier une collaboratrice de l'ASD en particulier.

Nous vous souhaitons une lecture à la fois passionnante et instructive!

Francesca Heiniger, responsable communication et marketing, Aide et soins à domicile Suisse

### 4 ACTUEL

#### PRESTATIONS

- 5 Nouveau au comité, Erich Ettlin à l'interview

### 6 DOSSIER «L'ASD et la communication»

- 7 Comment l'ASD communique avec modernité  
12 Comment l'ASD communique en temps de crise  
20 Comment l'ASD communique positivement sur elle-même

#### RÉSEAU

- 26 Le travail des soins à domicile face à la démence

#### DIALOGUE

- 32 «5 questions» à Daniel Koch, «Monsieur Corona»

### 35 LA DERNIÈRE

Couverture: L'ASD communique de façon moderne, grâce au numérique, notamment. Chez le client, une tablette suffit pour être en contact avec l'entier du réseau de soins.  
Illustration: Patrick Oberholzer



**Intuitive, pratique, gratuite.**

L'application du Magazine ASD et ses nouvelles fonctionnalités pour smartphones et tablettes.



**S'informer et partager:**  
[facebook.com/SpitexMagazin](https://facebook.com/SpitexMagazin)

# Elle vise le titre de championne

Marta Aguado da Costa, de l'institution genevoise de maintien à domicile (imad), est l'une des meilleures assistantes en soins et santé communautaire (ASSC) de Suisse – elle tentera de le prouver lors des championnats suisses en septembre.

Les SwissSkills 2020 – les championnats suisses centralisés des métiers – devaient avoir lieu en septembre à Berne. En raison de la pandémie de COVID-19, ils ont été reportés en 2022. En remplacement, OdASanté, les organisations partenaires et les organisations cantonales du monde du travail participant aux SwissSkills ont décidé d'élaborer une autre manifestation pour le secteur de la santé: les assistantes et assistants en soins et santé communautaire (ASSC) s'étant qualifiés pour les SwissSkills pourront ainsi concourir dans un cadre différent. Ces championnats suisses des métiers destinés aux ASSC se tiendront les 10 et 12 septembre, sous le label SwissSkills Championships 2020, à Zurich. L'objectif est de désigner un candidat ou une candidate pour les WorldSkills Competitions, le Mondial des métiers, prévu en 2021 à Shanghai.

Au total, 18 candidates et 2 candidats visent le titre de championne ou champion

suisse des ASSC. Parmi eux se trouve Marta Aguado da Costa, de l'institution genevoise de maintien à domicile (imad). «Depuis mon plus jeune âge, je suis une personne très compétitrice, qui aime les défis et faire de nouvelles expériences», explique la participante carougeoise de 21 ans. Elle souhaite également contribuer à mieux faire connaître sa profession – qu'elle décrit en trois mots: empathie, écoute et soins – dans le canton de Genève et au-delà.

Les 20 prétendantes et prétendants à la victoire s'affronteront au nouveau centre zurichois d'OdASanté en commençant par une épreuve préliminaire: celle-ci comprendra trois situations issues du quotidien des soins. La finale se tiendra ensuite le 12 septembre 2020. En raison de la pandémie, les compétitions se dérouleront sans public de sorte à respecter des mesures d'hygiène strictes. Néanmoins, il sera tout de même possible d'avoir un aperçu de ces championnats:



Marta Aguado da Costa. Photo: imad

à l'issue des épreuves, des séquences vidéo et des interviews seront publiées sur les réseaux sociaux.

[www.facebook.com/odasante](https://www.facebook.com/odasante)

[www.swiss-skills.ch/fr](https://www.swiss-skills.ch/fr)

## Colloque: l'ASD en tant qu'employeur attractif

**Red.** Tous les deux ans, l'association faîtière Aide et soins à domicile (ASD) Suisse organise un colloque public. Le prochain aura lieu le 16 mars 2021 au Stade de Suisse, à Berne, sous le titre «L'ASD: un employeur attractif aujourd'hui et demain». Lors de cette manifestation, des conférences, des discussions, des séminaires ainsi qu'une table ronde répondront à la question de savoir ce que l'ASD doit faire pour continuer à être un employeur attractif. Le programme détaillé sera annoncé à la mi-septembre; les invitations pour le colloque seront ensuite également envoyées.

[www.aide-soins-domicile.ch](https://www.aide-soins-domicile.ch)

## Protéger la santé du personnel soignant

**Red.** Mi-juin, la Task force scientifique nationale COVID-19 a publié la note de synthèse «Protéger la santé physique et mentale du personnel soignant». Celle-ci relève l'importance de la protection de la santé physique et mentale de tous les professionnels de la santé pendant les pandémies et les épidémies (actuelles et futures). Le groupe d'auteurs renommé formule des recommandations aux niveaux fédéral et cantonal: premièrement, il faut veiller à ce que tous les travailleurs du secteur de la santé soient informés de manière proactive des dernières pratiques concernant la prévention contre les infections et des mesures d'hygiène appropriées. Les cantons devraient fournir des

moyens financiers à cette fin et organiser les structures responsables de la mise en œuvre de ces mesures. Deuxièmement, des équipements de protection et des ressources supplémentaires pour la formation et les consultations en matière de prévention contre les infections doivent être mis à disposition dans tous les établissements de soins. Troisièmement, les taux d'infection et de mortalité parmi le personnel soignant doivent être surveillés de près. Quatrièmement, la santé mentale des soignants doit également être surveillée et des mesures de soutien doivent être prévues. Et cinquièmement, les organisations de soins doivent être incluses dans les groupes de travail cantonaux et institutionnels en cas de situations pandémiques urgentes.

<https://ncs-tf.ch/fr>

# Un conseiller aux Etats s'engage pour l'ASD

Depuis juin 2020, le conseiller aux Etats Erich Ettlin (Obwald, PDC) fait partie du comité d'Aide et soins à domicile (ASD) Suisse. Il est aussi vice-président de la Commission de la sécurité sociale et de la santé publique du Conseil des Etats (CSSS-E).

**Magazine ASD: Erich Ettlin, quelle est votre motivation à rejoindre le comité d'Aide et soins à domicile (ASD) Suisse?**

**Erich Ettlin:** Il m'importe de contribuer à l'amélioration des conditions-cadres pour les soins et le soutien ambulatoires. Les prestations ambulatoires de soins, d'assistance et d'économie domestique sont d'une extrême importance pour notre société. Elles permettent aux gens, ceux également frappés par la maladie, de rester aussi longtemps que possible dans leur environnement habituel. Vu le changement démographique et en vertu du principe «l'ambulatoire avant le stationnaire», le travail des services d'ASD gagne en importance. Il faut absolument assurer le financement des soins et renforcer le personnel soignant. Pour des raisons de politique sociale et personnelles, ces questions me tiennent à cœur. Je m'engage donc avec plaisir.

**Depuis juin, vous êtes également membre du groupe d'experts Politique et du conseil politique consultatif d'ASD Suisse. Quelles sont vos priorités au niveau politique dans le domaine des soins et du soutien ambulatoires?**

Le sujet le plus large et le plus important est sans doute le financement des soins. Il est évident que le financement des prestations de soins doit être assuré. Cependant, les mesures qui entraînent une forte augmentation des primes ne trouveront pas un soutien majoritaire. Il faut donc trouver des solutions qui assurent le financement des soins sans pour autant provoquer une augmentation

des primes d'assurance-maladie. Personnellement, je pense qu'une augmentation des coûts pour les soins à domicile ne provoquerait pas forcément une hausse sensible des primes, car les prestations de soins à domicile ne représentent qu'un petit pourcentage des coûts totaux du secteur de la santé. Il faut également savoir que les prestations de soins à domicile évitent souvent le recours à d'autres services plus coûteux. Une autre question importante est le financement uniforme des prestations ambulatoires et stationnaires (EFAS). Le comité d'ASD Suisse soutient l'inclusion des soins dans EFAS. A mon avis, nous avons besoin d'une base de données améliorée et plus transparente pour que prestations et coûts puissent réellement être comparés. C'est le seul moyen pour s'assurer qu'EFAS soins compris ne provoque pas une hausse des primes. EFAS soins compris est aussi important pour continuer de faire avancer les soins intégrés.

**Quels défis futurs demandent votre engagement au sein du comité d'ASD Suisse?**

A part les deux sujets déjà mentionnés – le financement des soins et EFAS soins compris – c'est le contre-projet à l'initiative populaire «Pour des soins infirmiers forts» qui nous occupe actuellement. Renforcer les soins me tient à cœur, mais pour atteindre cet objectif, il faut des conditions-cadres adéquates pour sa mise en œuvre. Il faut se demander dans quelle mesure le parlement devrait légiférer pour dire aux responsables du secteur de la santé ce qu'ils doivent faire.



Erich Ettlin, membre d'ASD Suisse Photo: mäd

La crainte d'un accroissement du volume des prestations existe, surtout quand aucun contrôle n'est prévu. Je soutiens fermement un renforcement des services de soins qui va de pair avec un renforcement de la formation. Après avoir réduit de CHF 200 millions les contributions à la formation en février, la Commission de la sécurité sociale et de la santé publique du Conseil des Etats (CSSS-E) les a augmentées de CHF 100 millions. Elle a toutefois simultanément rendu la campagne de formation des cantons moins contraignante en remplaçant le «doit» par un «peut», en exigeant que les compétences du personnel soignant dépendent de la conclusion d'accords avec les caisses-maladie. Je pense que ces accords doivent être formulés de manière très pragmatique, par exemple dans le cadre de contrats administratifs entre les associations et les assureurs, définissant les prestations en fonction des compétences du personnel soignant qui pourront être facturées de manière indépendante.

Interview: Francesca Heiniger

## Biographie express

Erich Ettlin, 58 ans, travaille comme économiste d'entreprise, expert fiscal et expert-comptable. Il est partenaire chez BDO Suisse et habite à Kerns, son village natal, dans le canton d'Obwald.

L'ASD communique de plus en plus en réseau par voie numérique.  
Illustration: Patrick Oberholzer

# L'influence positive d'une bonne communication

«Vous ne pouvez pas ne pas communiquer», a dit un jour le théoricien de la communication Paul Watzlawick. Par exemple, si les cadres de l'ASD ne communiquent pas avec leurs collaborateurs, cela peut être considéré comme une expression d'indifférence. Si l'ASD ne commente pas les accusations portées à son encontre, cela peut être perçu comme un aveu de culpabilité. Mais comment l'ASD communique-t-elle de manière à faire passer son message? Les articles suivants traitent d'exemples relatifs à la communication moderne de l'ASD, à la communication de crise de l'ASD – et à la communication positive utilisée en public par l'ASD pour soigner son image.

Le Baromètre de la cybersanté 2020 montre que la mise en réseau numérique est en constante augmentation dans l'Aide et soins à domicile (ASD). L'ASD se sert donc de moyens de communication modernes pour communiquer avec les employés, les clients, les proches et l'ensemble du réseau de soins. Mais à quoi ressemble exactement cette

communication numérique, quels sont ses avantages et les défis qu'elle pose? Ces questions seront examinées à l'aide de quatre exemples de communication moderne utilisés par l'ASD.

Textes: Flora Guéry et Kathrin Morf



## La communication moderne en réseau

Une bonne communication est indispensable pour un réseau de prise en charge médicale. L'ASD s'efforce donc de moderniser sa communication et ses efforts de coordination à l'aide de l'application «Clever.Care Coordinator».

Dans le réseau de soins de l'Aide et soins à domicile (ASD), la maîtrise sûre et efficace de la coordination et de la communication n'est pas une mince affaire. C'est la raison pour laquelle la firme Clever.Care AG a développé le «Clever.Care Coordinator» (voir Magazine ASD 3/2019). Actuellement, cette application permet avant tout la communication via Messenger entre une organisation d'ASD, ses clients et leurs proches. Alfred Ruppert, responsable du développement commercial au sein de la firme bâloise, précise: «Nous travaillons également sur le fait de pouvoir intégrer un jour l'entier du réseau qui se crée autour d'un patient.» L'application a été testée et développée en 2019 par trois organisations d'ASD dans le cadre d'un projet pilote.

### «La numérisation constitue l'avenir du système de santé.»

Nikola Stevanovic, ASD de la région de Biel-Bienne

rendez-vous auprès de l'ASD, les annuler ou les déplacer. L'application est particulièrement utile pour des clients ayant des problèmes cognitifs: elle leur rappelle les rendez-vous au bon moment. Nikola Stevanovic loue également les critères élevés de sécurité. Il admet par contre que l'ASD peine à convaincre ses clients d'utiliser l'application. «Les clients très âgés n'arrivent pas à se familiariser avec les outils numériques», dit-il. «Nous avons eu plus de succès en contactant leurs proches.» Malgré ses efforts, l'ASD biennoise n'a pu créer que deux douzaines de réseaux Clever.Care depuis le printemps

2019. «Un bilan intermédiaire à l'automne 2019 a montré que tous nos utilisateurs apprécient beaucoup cette application. Mais il a été plus difficile que prévu de convaincre les clients âgés», confirme Alfred Ruppert. «Notre application a été développée en collaboration avec des seniors. Nous sommes convaincus qu'avec un nombre croissant de seniors actifs sur le plan numérique, le besoin de participation et d'interaction numérique avec l'ASD va augmenter.»

### «L'avenir appartiendra au numérique»

Les organisations d'ASD peuvent désormais s'abonner au Clever.Care Coordinator et intégrer gratuitement les clients et leurs proches dans le système. Grâce aux résultats obtenus durant la phase pilote, l'application – disponible en français et en allemand – a été optimisée. Le système peut maintenant être utilisé pour la communication interne. «Ces outils numériques deviendront opérationnels à large échelle au sein de l'ASD quand une première génération d'ainés maîtrisera l'utilisation des smartphones», résume Nikola Stevanovic. Il insiste néanmoins pour que l'ASD se prépare à la numérisation de ses processus de communication. «La numérisation simplifie la collaboration dans l'ensemble du réseau et constitue l'avenir du système de santé. Et l'ASD doit prendre le train en marche à temps si elle veut rester compétitive.»

### Adieu les trajets inutiles

«Jusqu'à présent, les clients de l'ASD et leurs proches communiquaient à travers différents canaux, ce qui n'était pas très efficace», commente Nikola Stevanovic, responsable d'antenne au sein de l'organisation d'ASD de la région de Biel-Bienne et du projet Clever.Care. «Il n'était pas rare qu'un client ne respecte pas un rendez-vous et n'arrive pas à nous avertir à temps. Alors une collaboratrice se rendait chez lui, en vain.» L'ASD biennoise souhaite impliquer étroitement les proches dans les processus de prise en charge. «Ce n'est pas facile à réaliser en l'absence d'un bon système.» Le Clever.Care Coordinator a été introduit à titre d'essai: «Les clients et leurs proches ne communiquent plus que par un seul canal avec nous, ce qui est efficace et clair», se réjouit Nikola Stevanovic. Les clients et leurs proches peuvent maintenant consulter, à tout moment et partout, tous leurs

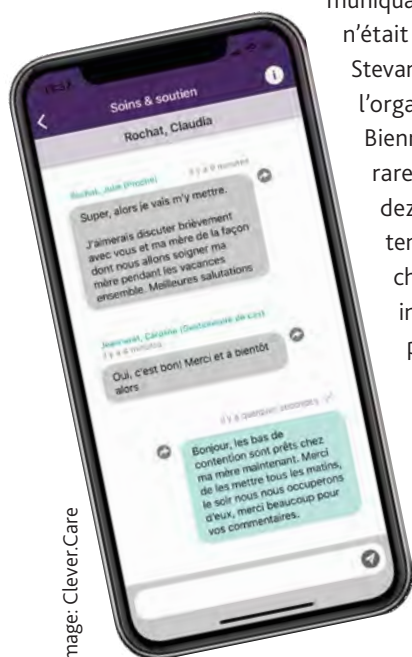


Image: Clever.Care

## La communication interne moderne

**Efficacité et fiabilité: c'est le grand défi auquel l'ASD fait face en matière de communication interne. L'organisation d'aide et soins à domicile de l'Oberland zurichois, Spitex Bachtel, relève ce défi à l'aide d'une application.**

Le point sensible de toute communication institutionnelle est probablement la communication interne. Jens Weber, directeur de Spitex Bachtel AG, le sait: «Transmettre des informations rapidement et à tous les collaborateurs est un vrai défi, particulièrement au sein d'une organisation d'aide et de soins à domicile. En effet, nombreux sont ceux qui ont un taux d'activité faible, sont souvent sur la route, en travail posté ou travaillent pour différentes antennes.» En fonction depuis juillet 2019, Jens Weber s'est rapidement rendu compte que son organisation possède, avec «Perigon», un bon système pour communiquer les données des patients. Mais pour la communication interne, il souhaitait un moyen un peu plus adapté au quotidien. «La communication passait par des canaux comme les courriels, les séances, les notes prises dans toutes les antennes», raconte le directeur. Il a donc rapidement introduit l'application «Beekeeper», élaborée par la firme zurichoise homonyme. Et il s'en réjouit: «Nos échanges sont maintenant efficaces, fiables et rapides.» Le directeur se sert du streaming et des chats de Beekeeper pour annoncer des cours de formation; les nouveaux employés s'y présentent et différentes équipes y organisent leurs réunions. Le groupe de discussion «Livre blanc» sert à transmettre des informations importantes à l'ensemble du personnel. «Cet automne, nous serons opérationnels 24 heures sur 24. Il devient alors encore plus important que notre personnel ait accès à tout instant à ces informations.»

### Un système concluant pendant la pandémie

L'application peut être utilisée sur des téléphones mobiles et des tablettes, privés et professionnels, tout en facilitant la communication entre deux personnes. Elle convainc Jens Weber: «Tous les employés échangent équitablement sur la même plateforme. Cela renforce le sentiment

d'appartenance.» Ce qui a une importance particulière, puisque Spitex Bachtel a été créée en 2016 par la fusion de quatre associations d'aide et de soins à domicile. «La plateforme accélère le processus exigeant consistant à ce que tous les em-



La communication interne est capitale pour l'ASD. Image: Beekeeper

## «Notre communication interne est désormais efficace, fiable et rapide.»

Jens Weber, Spitex Bachtel AG

ployés s'identifient à la nouvelle organisation. En utilisant l'application, un collaborateur fera par exemple connaissance de tous ses collègues et apprendra ce qu'il se passe dans les autres antennes.»

Indépendamment du passage au numérique, le contact personnel restera la clé de voûte chez Spitex Bachtel. Jens Weber est un «nomade-en-chef»: il soigne le contact avec tous les collaborateurs; rares sont les semaines où on le trouve deux jours de suite dans la même antenne. La plateforme numérique augmente également la qualité de l'échange réel: «Avant le début de chaque

séance, les collaborateurs peuvent consulter toutes les informations nécessaires sur l'application. On ne leur bourre donc plus la tête avec des informations pendant les séances, mais on a le temps de discuter, et on analyse des cas.» Bien sûr, transmettre les informations ne suffit pas, il faut aussi les lire. Cela ne pose que rarement problème. Les statistiques d'accès ont démontré lors de la pandémie de COVID-19 que, souvent, l'ensemble des 180 collaborateurs avait lu une information donnée. «Cette application a fait ses preuves pendant la pandémie», affirme Jens Weber. «Malgré la distance, notre équipe d'urgence a pu informer rapidement tous nos employés et dialoguer avec eux à tout moment.»

### La communication interne influence l'externe

Pour Jens Weber, une bonne communication interne est importante, car elle influence positivement la communication externe. «Un personnel bien informé, qui s'identifie à son employeur, représente de façon optimale l'organisation à



l'extérieur.» Pour assurer une communication efficace à l'externe, Spitex Bachtel organise des cours de formation sur des thèmes comme «Proximité et distance» et «Gérer les conflits». Pour le directeur, moderniser la communication interne se justifie également pour des raisons économiques. «Le passage au numérique permet d'éviter de nombreux doublons et de réduire le temps nécessaire aux réunions et aux procès-verbaux. Qui gagne du temps économise de l'argent.»

### Ni trop, ni trop peu

L'application «Beekeeper» convainc également grâce à son degré élevé de protection des données utilisateurs. Ce qui manque encore, c'est la possibilité de répondre de manière individuelle aux messages du chat, tel que c'est le cas dans WhatsApp. «Nous tentons de satisfaire tous les vœux de nos clients, mais cela prend parfois un peu de temps», explique Cristian Grossmann, CEO de Beekeeper. L'application est continuellement enrichie de nouvelles fonctions: la version «Beekeeper 2.0» permet, entre autres, l'intégration de la planification du travail en équipe.

Beekeeper a été fondé en 2012 par des diplômés de l'EPFZ. La société compte aujourd'hui des clients dans 130 pays, dont plusieurs organisations d'aide et de soins à domicile (ASD) à but non lucratif et hôpitaux suisses. «Le

groupe de cliniques Hirslanden a introduit l'application au début de la pandémie de COVID-19», indique Cristian Grossmann. Bien sûr, Beekeeper n'est pas la seule application de communication interne. Les organisations d'ASD utilisent aussi l'application bâloise «Clever.

Care» (voir page 7) ou l'application «Qnnect», de l'entreprise zurichoise Connect Solutions. Jens Weber approuve cette numérisation croissante: «La communication interne de l'ASD se doit d'être moderne, efficace et flexible pour maintenir le rythme des développements dans le secteur de la santé.» Mais pour déployer son potentiel, l'application doit être utilisée de manière appropriée. Il faut veiller à ce que la communication soit de qualité. Les utilisateurs doivent également apprendre à ne pas surcharger le système avec trop de nouvelles et de commentaires pour éviter qu'on ne se lasse. Et enfin, il faut éviter le contraire: nourrir le système trop rarement. Car si les informations se font de plus en plus rares ou ne sont pas actualisées, l'application perdra peu à peu ses utilisateurs.

[www.spitex-bachtel.ch](http://www.spitex-bachtel.ch); [www.beekeeper.io](http://www.beekeeper.io)



## Le diagnostic moderne à distance

Les progrès technologiques permettent de plus en plus d'obtenir un diagnostic ou une consultation médicale à distance. A Genève, l'ASD utilise une application qui établit une liaison directe avec les Hôpitaux Universitaires.

La télémédecine – c'est-à-dire le diagnostic et la thérapie sur des distances spatiales ou temporelles – gagne en importance. Cela est notamment rendu possible grâce à des objets quotidiens «intelligents», tels que des balances, des montres ou des toilettes connectées, qui fournissent aux médecins des informations sur l'état de santé des patients (voir Magazine ASD 3/2019). L'institution genevoise de maintien à domicile (imad) s'appuie également sur le diagnostic à distance – mais avec l'aide d'une application.

HUG@home est une application mobile de téléconsultation médicale à domicile. Simple d'utilisation, elle permet à un soignant d'imad présent au domicile d'un client ou d'une cliente (voir photo) de bénéficier d'une consultation à distance avec un médecin chef de clinique des Hôpitaux universitaires de Genève (HUG), 7 jours sur 7, de 11h à 19h. Cette consultation se réalise lorsque le médecin traitant n'est pas joignable ou ne peut intervenir, et nécessite l'accord du client. Elle permet de disposer rapidement d'un avis médical pour diverses situations (ajustement d'un traitement médicamenteux, prise de décision après une chute, évolution d'une plaie, etc.).

Plus généralement, HUG@home vise à éviter le recours au service des urgences, en maintenant le patient à domicile

avec une prise en charge médicale coordonnée. Des échanges de documents en direct sont possibles, en toute sécurité et confidentialité des données.



Un soignant et une cliente en pleine téléconsultation. Image: Screenshot RTS

# «Promotion de la santé: privilégier l'estime au contrôle»

Pour que la gestion de la santé en entreprise (GSE) porte ses fruits, un employeur doit communiquer avec ses collaborateurs et collaboratrices en faisant preuve de franchise et de transparence. L'exemple de Puntreis, dans le magnifique canton des Grisons, montre la voie.



Diego Deplazes, gérant du centre de santé Puntreis, a introduit la GSE dans son entreprise, avec le soutien de Visana.

Pour le personnel soignant aussi, un environnement professionnel favorable à la santé est primordial. Diego Deplazes, gérant du centre de soins Puntreis situé à Disentis/ Mustér, dans les Grisons, en est convaincu. «La charge physique et psychique ne doit pas être sous-estimée», explique-t-il. Les absences représentent une charge supplémentaire pour les membres restants de l'équipe et le personnel qualifié est devenu une denrée rare dans le secteur de la santé. «C'est pourquoi nous souhaitons être un employeur attrayant.»

## Trois mesures pour atteindre l'objectif

Pour atteindre cet objectif, Diego Deplazes a eu recours à Visana en tant que partenaire externe pour la GSE, en accord avec les membres du conseil d'administration. Trois mesures ont été mises en oeuvre: des entretiens de reprise du travail systématiques, un contact régulier pendant les absences ainsi que des certificats de maladie détaillés.

«Nos collaborateurs et collaboratrices doivent sentir que nous nous intéressons à eux», souligne Diego Deplazes. Il est judicieux de privilégier l'estime au contrôle. C'est pourquoi Puntreis garde désormais un contact permanent avec les collègues malades et évalue après leur retour si l'absence était liée au travail. De plus, il est toujours communiqué avec transparence quelles sont les conséquences d'une absence pour l'équipe et pourquoi la charge est déjà fortement réduite lorsque le collaborateur ou la collaboratrice concerné/e vient travailler ne serait-ce que deux heures. «Cela favorise l'esprit d'équipe», ajoute Diego Deplazes.

## Le certificat médical, un outil précieux

Globalement, Puntreis jouit d'une excellente image auprès du personnel. «Nous avons constamment des cas dans lesquels des collaborateurs et collaboratrices aimeraient travailler, mais ne peuvent pas, puisqu'ils sont en incapacité de travail à 100 %.» Grâce aux certificats médicaux détaillés facultatifs, c'est toutefois devenu possible, en accord avec le médecin.

L'exemple de Puntreis montre que la franchise et la transparence portent leurs fruits pour l'introduction d'une GSE. Manifester de l'intérêt et de la compréhension aide à lutter contre le stress professionnel et à accroître la motivation. Diego Deplazes envisage-t-il donc bientôt d'introduire des mesures de promotion de la santé supplémentaires? «Ce n'est pas prévu à l'heure actuelle. Mais si des collaborateurs ou collaboratrices souhaitent me faire part de leurs idées, je serais volontiers prêt à les écouter.» Car la promotion de la santé ne devrait pas être uniquement «prescrite» par l'entreprise.

## GSE – le succès, de manière systématique

La gestion de la santé en entreprise (GSE) est plus que de la prévention. C'est l'expression du véritable intérêt porté à la santé physique et psychique des collaboratrices et collaborateurs. Visana vous conseille pour une mise en oeuvre systématique, avec des présentations, des séminaires, de la prévention en matière d'accidents ou des outils de calcul. [visana.ch/gse](https://visana.ch/gse)

## Puntreis Center da sanadad SA

Le centre de soins Puntreis situé à Disentis/ Mustér, dans les Grisons, dispose de 55 places de soins, avec une unité pour les personnes atteintes de démence. Les patientes et patients y bénéficient d'un suivi et de soins adaptés à leurs besoins spécifiques. Puntreis emploie environ 90 collaborateurs et collaboratrices, dont onze apprentis/es et étudiants/es; le restaurant interne constitue un point de rendez-vous très apprécié des résidents/es et des visiteurs/euses.

**visana**

A votre service, tout simplement.



Au départ, cette prestation était proposée à certains clients de imad, selon des critères restrictifs, dans le cadre d'un projet pilote lancé en 2019. En raison de la lutte contre le COVID-19, l'utilisation de HUG@home s'est élargie. Son déploiement à tous les centres de maintien à domicile de imad est effectif depuis le premier semestre 2020.

Les premiers tests menés dans le cadre du projet pilote ont été très concluants avec un taux de satisfaction supérieur à 90% des utilisateurs (infirmières et médecins). Se-

lon imad, les clients sont également très satisfaits d'être pris en charge directement: leur problématique est réglée très rapidement et, dans 9 cas sur 10, un passage aux urgences est ainsi évité. De nombreux partenaires de l'institution ainsi que d'autres organisations d'aide et de soins à domicile ont manifesté leur fort intérêt pour l'intégration d'un tel dispositif dans leur pratique.

[www.imad-ge.ch/prestations/hug-home](http://www.imad-ge.ch/prestations/hug-home)

## L'échange moderne des données des patients

Le dossier électronique du patient (DEP) est un espace sécurisé où il est possible de réunir tous les documents électroniques relatifs à la santé d'une personne. En d'autres termes, il s'agit d'un dossier médical consultable partout et en tout temps via une connexion internet sûre. Pour les services d'ASD, le DEP a de nombreux atouts. L'un des objectifs du DEP est de simplifier la collaboration entre les professionnels de la santé.



Le dossier électronique du patient (DEP) contient des informations relatives à la santé d'une personne. On y retrouve ses radiographies, ses ordonnances médicales ou encore ses rapports de sortie d'hôpital. Le patient peut consulter ces documents partout et à tout moment, notamment depuis son smartphone. Il décide quels professionnels de la santé peuvent y avoir accès, et quand. Selon ses partisans, le DEP vise à optimiser les processus de traitement afin d'améliorer la qualité et la continuité des soins, mais aussi à simplifier la collaboration entre les professionnels de la santé. Les hôpitaux sont tenus de participer au dispositif conformément à la loi fédérale sur le dossier électronique du patient (LDEP), en vigueur depuis le 15 avril 2017. Cette obligation s'applique aussi aux établissements médico-sociaux à partir de 2022. Pour les autres acteurs de la santé tels que les médecins de famille et les services d'aide et de soins à domicile (ASD), de même que pour les citoyens, la participation est facultative. Selon les dernières prévisions, tous les habitants de Suisse pourront ouvrir un DEP d'ici au printemps 2021.

### Scepticisme à l'égard de la sécurité

Le canton de Genève mène depuis une dizaine d'années le projet «MonDossierMedical.ch» (MdM) qui inclut de nombreux éléments du DEP. L'institution genevoise de maintien à domicile (imad) a été intégrée au projet dès sa phase pilote. Avec la prise en charge de plus de 17 000 clients par an, imad a été un acteur incontournable, d'une part avec l'utilisation des données de MdM lors de la prise en charge de ses propres clients et, d'autre part, en partageant les informations de prise en soins avec les

partenaires (avec l'autorisation du client). Des enquêtes de satisfaction ont été menées auprès des clients. Selon imad, le bienfondé d'un tel outil a été compliqué à expliquer à une population relativement âgée. La méfiance vis-à-vis du «Cloud» et la crainte du partage d'informations ont été les principaux freins vis-à-vis d'une population peu accoutumée aux nouvelles technologies.

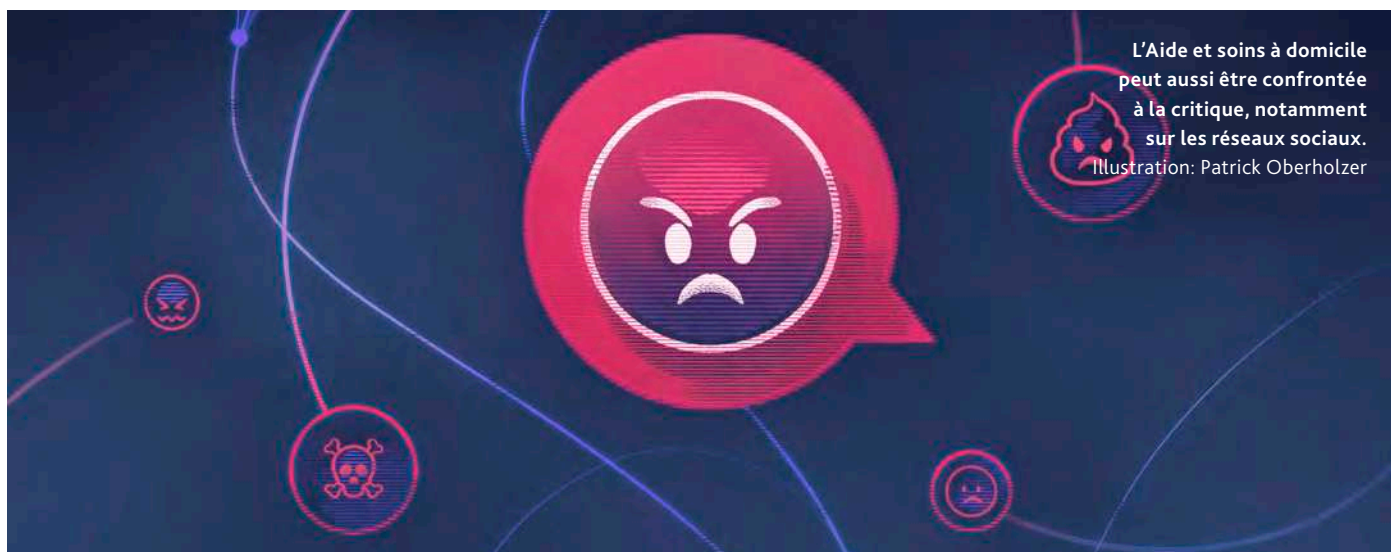
### L'association faitière a des attentes envers le DEP

L'association faitière Aide et soins à domicile Suisse suit de près l'actualité autour du DEP. «Nous avons des attentes et nous plaçons de l'espoir dans le DEP. Nous espérons avant tout qu'il permettra un accès rapide aux documents utiles pour les soins», indique Cornelis Kooijman, directeur adjoint et responsable Bases et développement. Actuellement, l'échange d'informations concernant un traitement entre les professionnels de l'ASD et les autres spécialistes se fait le plus souvent par voie électronique. Un grand nombre de services d'ASD communiquent de manière sécurisée via le système HIN – auquel plus de 25 000 professionnels de la santé et quelque 1000 institutions sont déjà raccordés.

Pour les services d'ASD, le DEP promet de nombreux avantages. La complexification croissante des cas implique un besoin accru de travailler en réseau et en interprofessionnalité. Le DEP permet le partage d'informations de prise en charge en temps réel. Une majorité d'organisations d'ASD voient donc dans le DEP une valeur ajoutée pour les soins intégrés. C'est ce qui ressort de l'enquête réalisée par l'institut gfs.berne pour le Baromètre de la cybersanté 2020. Au total, 112 organisations d'ASD à but non lucratif y ont pris part. Les résultats détaillés de l'enquête se trouvent sur [www.e-healthforum.ch](http://www.e-healthforum.ch). Toutes les informations sur le DEP sont sur la plateforme mise en place par eHealth Suisse, la Confédération et les cantons [www.dossierpatient.ch](http://www.dossierpatient.ch).

Image: eHealth Suisse





L'Aide et soins à domicile peut aussi être confrontée à la critique, notamment sur les réseaux sociaux.  
Illustration: Patrick Oberholzer

# Un plaidoyer pour une bonne préparation à la communication dans les moments difficiles

Une bonne communication est d'une importance capitale pour maîtriser avec succès une crise qui menace la réputation, voire l'existence d'une organisation. Le Magazine ASD a interviewé deux experts sur le thème de la communication de crise: Liliane Keller Würmli, responsable de la communication et des relations publiques pour l'association argovienne d'aide et de soins à domicile et le Zurichois Steffen Lukesch, ancien journaliste désormais consultant en communication, notamment dans le secteur de la santé (voir «biographies express»). Tous deux parlent de la manière de gérer les crises, de la communication durant la pandémie de COVID-19 et de l'importance d'une bonne préparation.

**Magazine ASD:** Benjamin Franklin aurait dit un jour: «By failing to prepare, you are preparing to fail» («En ne vous préparant pas, vous vous préparez à échouer»). En conséquence, les experts soulignent que la communication doit être parfaitement au point en cas de crise. Diverses études montrent qu'une grande partie des entreprises ne sont néanmoins pas prêtes à affronter une telle situation. Comment l'Aide et soins à domicile (ASD) peut-elle se préparer à la communication de crise, afin de ne pas échouer à surmonter une crise?

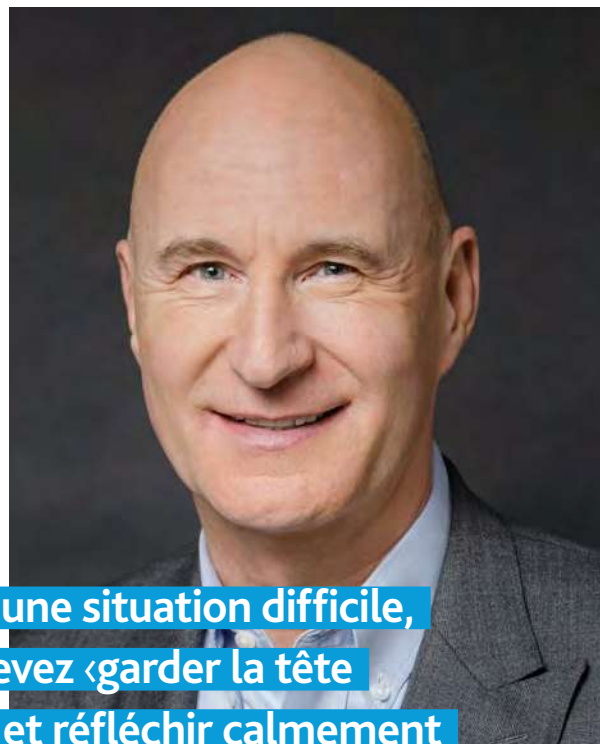
**Steffen Lukesch (SL):** Je suis entièrement d'accord avec Benjamin Franklin. Mais il m'importe de mentionner que l'ASD ne doit pas se charger elle-même de la préparation et de la conduite professionnelles de la communication de crise – ou du moins pas toute seule. Ces impressionnants professionnels de l'accompagnement global et des soins peuvent se concentrer sur leur mission principale s'ils font appel à un spécialiste de la communication. Cette personne peut préparer la communication de crise pour une organisation de l'ASD et s'occuper de la communication en cas de crise ou au moins soutenir l'ASD dans celle-ci. Les consultants ex-

ternes offrent aussi un regard extérieur précieux sur l'organisation et peuvent donc donner des conseils objectifs face à la frénésie d'une crise – et même déconseiller d'investir autant d'émotion et de temps dans une situation «simplement» difficile comme s'il s'agissait d'une crise à part entière.

**Liliane Keller Würmli (LK):** En ce qui concerne sa mission principale, l'ASD est vraiment excellente, mais par rapport à la communication de crise, certaines organisations pourraient s'améliorer considérablement. En raison de la pression économique croissante sur le système de santé, l'ASD à but non lucratif est de plus en plus critiquée depuis quelques années. Un bon travail de relations publiques et surtout une bonne communication de crise gagnent en importance. Toutefois, je suis d'avis que l'ASD peut s'occuper elle-même de cette tâche. De nombreuses organisations d'ASD sont aujourd'hui modernes et ont l'esprit entrepreneurial et emploient également des professionnels de la communication permanents. Pour les petites organisations, en particulier, je suis cependant d'avis qu'il s'agit d'une bonne option de collaborer avec des consultants externes en communication. Je pense que toutes les organisations d'ASD, petites et grandes, sont conscientes qu'une bonne communication est essentielle pour surmonter une crise. Malheureusement, un peu partout, les responsables du financement de l'ASD ne veulent pas payer pour une bonne communication. Ils critiquent par exemple le fait que l'ASD se prépare à des crises qui en réalité n'arriveront jamais. Toutefois, si une crise frappe une organisation d'ASD sans qu'elle y soit préparée, cela peut avoir de graves conséquences pour l'entreprise en termes de finances ou de réputation.

**Cela nous amène à la question suivante: selon les experts, une entreprise doit d'abord définir ce que l'ensemble des employés comprennent sous la notion de crise. Pouvez-vous définir ce qu'est une crise de votre point de vue et ses conséquences pour l'ASD?**

**SL:** Une crise – comme par exemple le scandale du diesel dans l'industrie automobile – a généralement un retentissement public et déstabilise, dans une certaine mesure, l'organisation. Une crise nuit massivement aux finances et/ou à la réputation et met donc en danger l'existence même de l'organisation. Une crise nécessite une cellule de crise, car sa gestion est une tâche à 100%. Par conséquent, l'ASD parle souvent de crise alors qu'elle ne s'occupe en fait que d'une situation difficile. Une telle situation peut ressembler à une crise, surtout pour les employés directement concernés; d'un point de vue objectif, elle ne met pas en danger l'ensemble de l'organisation. Je voudrais donc vous recommander, dans une situation difficile, de commencer par «garder la tête froide» et de réfléchir calmement à la situation, plutôt que de la considérer immédiatement comme une crise qui menace votre existence.



**«Dans une situation difficile, vous devez «garder la tête froide» et réfléchir calmement à la situation.»**

Steffen Lukesch

**LK:** Un vocabulaire homogène autour du thème de la gestion des crises manque malheureusement encore à l'ASD. Mais si l'on définit une crise par le fait que la réputation ou l'existence d'une organisation en est affectée, je n'ai alors pas encore vécu de véritable crise au sein de l'ASD. Au lieu de cela, j'ai souvent été confrontée à des «situations extraordinaires avec un potentiel de crise», comme Aide et soins à domicile Suisse le formule de manière appropriée dans son concept de communication. Dans la pratique, cependant, une situation difficile est perçue comme une crise lorsque les employés ne savent plus comment agir. Et cela se passe beaucoup plus rarement lorsqu'une organisation ayant un bon concept de communication s'est préparée dans les moments difficiles.

**La pandémie de COVID-19 est pour beaucoup d'entreprises une crise qui menace leur existence. Mais selon votre définition, est-ce aussi une crise pour l'ASD – ou quand pourrait-elle le devenir?**

**SL:** Je n'ai pas un aperçu précis des effets de la pandémie sur la réputation et les finances de chaque organisation d'ASD. Globalement, je n'ai pas vécu la pandémie comme étant une crise pour l'ASD. L'ASD a beaucoup contribué à surmonter une crise touchant l'ensemble du système de santé et a plutôt renforcé sa bonne réputation; par conséquent, sa propre existence ne semble pas avoir été mise en danger. Cela aurait été différent si l'ASD était elle-même devenue un foyer



**«Nous devons faire  
comprendre à nos financiers  
l'importance primordiale  
de la communication  
pour l'avenir de l'ASD.»**

Liliane Keller Würmli

de COVID-19. Les dommages causés à sa réputation auraient alors été immenses et l'ASD aurait perdu d'innombrables mandats. L'ASD aurait été prise dans une spirale négative jusqu'à ce qu'elle ne soit plus en mesure de remplir son mandat de prestations. Restaurer sa bonne réputation après une telle crise aurait été un énorme défi.

**LK:** Bien sûr, la communication de l'ASD pendant la pandémie comportait certainement des éléments de communication de crise: tout à coup, il n'y avait plus qu'un seul sujet à traiter et tout devait être fait très rapidement. Mais selon la définition évoquée, le COVID-19 n'était pas une véritable crise pour les organisations d'ASD. L'ASD a plutôt été confrontée à la situation difficile de continuer à remplir sa tâche lors d'une crise sanitaire nationale. Et à ma connaissance, elle l'a fait de manière excellente. Cependant, la pandémie aurait pu se transformer en une crise qui aurait menacé l'existence de l'ASD si les employés de l'ASD avaient infecté leurs clients et s'ils étaient morts. Ou si nos employés étaient tombés eux-mêmes malades en série. Au final, la pandémie pourrait devenir une crise pour certaines organisations d'ASD si les surcoûts engendrés par la situation ne sont pas couverts par leurs responsables financiers.

**Il s'agissait néanmoins d'une crise potentielle quand, au début de la pandémie de COVID-19, un certain**

**nombre de clientes et de clients ont commencé à considérer l'ASD comme représentant un risque pour leur santé que certains d'entre eux ont annulé son intervention. Comment la communication a-t-elle aidé à surmonter cette situation difficile?**

**LK:** L'une de nos organisations d'ASD a écrit une lettre à l'ensemble de ses clientes et clients et a signalé les mesures supplémentaires mises en place pendant la pandémie pour compléter ses mesures d'hygiène déjà strictes propres à l'ASD. L'association argovienne d'ASD a pu mettre ce courrier explicatif à la disposition de tous ses membres afin qu'ils puissent adopter cette «Best Practice». Cette communication directe avec les clients a grandement contribué à apaiser la situation. L'association a en outre suggéré que les organisations informent tous les employés sur ce qu'ils devaient répondre aux questions anxieuses des clients. Et elle a souligné le travail extrêmement fiable de l'ASD dans un communiqué adressé à tous les médias.

**SL:** A mon avis, il s'agit de bonnes mesures. Mais en tant qu'organisation d'ASD, je n'attendrais pas que des incertitudes surgissent en cas de pandémie. A la place, je mènerais une campagne dès le début pour communiquer à l'ensemble de la société que l'ASD est consciente du danger et sait comment protéger toutes les personnes concernées avec professionnalisme. Deuxièmement, une organisation d'ASD doit veiller à ce que tous les employés soient bien informés dès le départ et sachent exactement ce qu'ils peuvent répondre aux questions les plus fréquentes concernant le COVID-19. Ce travail de communication au niveau de la base étouffe dans l'œuf de nombreuses préoccupations.

**D'autres exemples de situations difficiles ainsi que vos recommandations d'action sont énumérés séparément [voir pages 18 et 19]. Revenons à la théorie: les experts distinguent trois phases dans la communication de crise: la prévention, la gestion précoce et le dépassement effectif de la crise. Examinons d'abord la prévention: selon les experts, une bonne communication empêche souvent l'apparition d'une crise. En quoi consiste une «bonne communication»?**

**SL:** Quand j'étais journaliste, j'ai toujours apprécié qu'une organisation veuille apprendre à me connaître en tant que journaliste – et nous avons par exemple découvert autour d'une tasse de café les compétences et les devoirs des uns et des autres et comment chacun travaillait sous la pression du temps. En soignant cette relation, on rend accessible une bonne communication mutuelle empreinte de bienveillance, y compris dans les moments difficiles. Quand l'ASD parvient à compléter son réseau dans la région par le biais de tous les médias importants, elle a accompli une grande partie de la préparation à la communication de crise. Une bonne communication pour la prévention des crises signifie également qu'une organisation d'ASD doit maintenir une communica-

tion ouverte avec tous les employés et bien les tenir informés. Des employés satisfaits et formés au contact avec l'extérieur, par exemple en ce qui concerne les messages clés de l'ASD, sont beaucoup plus utiles pour prévenir les crises que n'importe quel consultant en communication.

**LK:** L'importance d'une bonne relation de travail avec les médias n'est pas seulement mise en évidence dans la littérature spécialisée, dans le canton d'Argovie, elle se prouve aussi dans la pratique: en temps normal, l'ASD peut faire entendre ses préoccupations grâce à un bon réseau de contacts et à l'apport continu d'informations aux médias. Et en temps de crise, les journalistes connaissent déjà l'organisation, sont plus positifs à son égard et peuvent rapidement vulgariser des circonstances compliquées en des termes généraux compréhensibles. L'association argovienne d'ASD considère aussi qu'il est important de former tous les employés en matière de communication et a créé un groupe de spécialistes à cet effet. Toutefois, nos membres nous ont fait savoir que leurs employés ne peuvent pas s'impliquer trop souvent dans des projets non rémunérés, même s'ils le souhaitent. Il est donc d'autant plus essentiel que nous puissions faire comprendre à nos responsables financiers l'importance primordiale de la communication pour l'avenir de l'ASD.

**La deuxième phase de la communication de crise est la gestion précoce, c'est-à-dire la communication dès les premiers signes d'une crise imminente, afin de prévenir celle-ci. Des responsables d'organisations d'ASD ont toutefois signalé au Magazine ASD qu'ils appréhendent souvent ces signes tardivement, voire pas du tout. Comment peuvent-ils changer cela?**

**SL:** Au total, 90% de toutes les crises possibles à l'ASD relèvent des cinq catégories – bien documentées – que sont la violence, le harcèlement sexuel, l'abus de confiance, la faute professionnelle et les questions relatives au droit du travail. Dans une large mesure, le déroulement de toutes ces crises est prévisible. Une organisation doit donc élaborer des scénarios qui fixent le développement complet d'une crise, dès les premiers signes, en passant par les déroulements possibles, jusqu'aux conséquences. Ces scénarios doivent ensuite être connus de tous les employés afin que les signes des différentes crises puissent être identifiés immédiatement.

**LK:** Il faut donc que l'ASD dispose d'un bon système d'alarme: si un employé est confronté à un indice de crise – par exemple à une critique de la part d'un client – il doit savoir à qui la signaler immédiatement. Enfin, l'ASD doit établir une culture de l'erreur positive pour le fonctionnement du système. Il doit être clair pour chaque employé que les erreurs peuvent être ouvertement admises parce que les cadres les traitent de manière constructive et protègent leurs employés.

**Passons à la troisième phase de la communication de crise et donc à la manière dont une situation difficile**

**ou une crise est gérée via la communication.**

**Dans la «check-list communication de crise» de Curaviva Suisse, disponible en ligne, il est par exemple mentionné que l'ASD doit préparer des instruments à cet effet. D'après vous, quels sont les outils essentiels?**

**SL:** Une check-list destinée à la communication dans tous les scénarios de crise mentionnés est d'une importance capitale. Une telle liste devrait également inclure un glossaire de la crise, c'est-à-dire la définition de ses termes principaux afin que tous les acteurs concernés parlent de la même chose. La liste de contrôle contient également un document de référence sur la manière de procéder précisément lors de chaque crise et sur qui est responsable de chaque tâche avec quelles compétences. Le principe de parler d'une seule voix a ainsi fait ses preuves: une seule personne représente l'ensemble de l'organisation en cas de crise par le biais d'une communication ouverte, continue et rigoureuse. Il est impossible de contourner une telle ligne directrice, car elle apporte beaucoup de sécurité et de structure lors d'une situation agitée et permet ainsi de réagir rapidement, ce qui est important dans de nombreuses crises.



## Biographies express

**Liliane Keller Würmli** est responsable de la communication et des relations publiques de l'association cantonale argovienne d'Aide et soins à domicile (ASD) depuis 2017. A 42 ans, elle a étudié la musicologie et l'histoire de l'art à l'Université de Berne et la gestion culturelle au Centre international d'études économiques de Fribourg-en-Brisgau (ALL). Elle a également suivi une formation de spécialiste en relations publiques et est titulaire d'un CAS en Relations médias et en Communication visuelle ainsi que d'un MAS en Communication d'entreprise. Avant de rejoindre l'ASD, elle a travaillé comme rédactrice en communication d'entreprise et comme gestionnaire culturelle indépendante.

**Steffen Lukesch** est propriétaire depuis 2013 de la société Lukesch Kommunikation à Schöfflisdorf (ZH), qui propose entre autres des formations aux médias et des conseils en communication. Ce consultant, animateur et conférencier âgé de 60 ans, a étudié l'histoire, la germanistique ainsi que l'histoire sociale et économique à l'Université de Zurich et a ensuite obtenu un MAS en Gestion de la communication et Leadership. Il a travaillé comme reporter pour le «Sonntagsblick» et comme rédacteur en chef et animateur pour la télévision suisse, notamment pour le «Tagesschau» et le magazine de santé «PULS». En tant qu'expert en communication, il est spécialisé dans les sujets liés au secteur de la santé. Sur demande, Steffen Lukesch met son manuel «Rhétorique, médias, présentation» à disposition des organisations d'ASD intéressées: [steffen.lukesch@icloud.com](mailto:steffen.lukesch@icloud.com); [www.steffenlukesch.ch](http://www.steffenlukesch.ch).

**LK:** Au sein de l'association argovienne, nous développons actuellement un argumentaire destiné à tous les collaborateurs. Nous y consignons les questions critiques fréquemment posées ou qui pourraient l'être en cas de crise – par les clients, les autorités voire les journalistes – et la manière dont tous les employés peuvent y répondre. Lors de la création de tous les outils de communication de crise mentionnés ci-dessus, il est souvent possible de se rabattre sur les outils existants. Par exemple, dans le nouveau concept de communication, Aide et soins à domicile Suisse stipule que l'association faîtière nationale prend le lead face à des demandes de renseignements des médias d'importance nationale et l'association cantonale face à des sujets d'importance cantonale. Ce système convient aux organisations de base et est facilement transmissible à leurs associations cantonales respectives.

**Une fois qu'une organisation d'ASD a préparé tous ces instruments, les experts disent que ceux-ci doivent être testés. Monsieur Lukesch, dans le cadre de votre formation en communication, vous proposez à cet effet des jeux de rôle incluant des acteurs. Votre credo est d'être «aussi réaliste que possible». Mais comment peut-on simuler une situation de crise complexe au sein de l'ASD de manière réaliste?**

**SL:** On peut certainement simuler certains aspects d'une crise. Nous pouvons par exemple former la direction en matière de planification de sa communication à l'aide d'un guide pendant une crise. Avec les employés de l'ASD, je me suis par exemple déjà exercé à la manière dont une employée fixe des limites claires en cas d'agression sexuelle et en informe son supérieur. Lors d'une telle simulation, les réactions correctes à adopter sont stockées sur le «disque dur» de la personne, ce qui les rend facilement récupérables en cas d'urgence. Enfin, la simulation enseigne également les bases de la communication. Environ la moitié des cadres se rendent notamment compte qu'ils communiquent de manière moins compréhensible qu'imaginée. L'ASD doit parfois s'écarter de son langage technique pour que ses messages soient compris. J'explique aussi ces éléments importants pour une apparition publique réussie dans un document que je transmets volontiers aux organisations intéressées.

**LK:** Les experts en communication doivent faire comprendre l'importance d'une telle formation aux cadres et aux responsables financiers de l'ASD. Ce qui peut s'avérer encore plus difficile que de les convaincre de l'importance de la

communication de crise. Un compromis serait peut-être de ne payer «que» l'expert en communication et de remplacer les acteurs par nos propres employés, parce que ceux-ci savent faire preuve d'empathie dans diverses situations difficiles.

**Jusqu'à présent, nous avons surtout parlé de la communication de crise externe. Cependant, selon les experts, la communication de crise au sein de l'organisation est également importante. Est-il facile d'oublier d'informer les employés face à des menaces extérieures?**

**LK:** C'est exact. Il existe dans

la communication d'entreprise une devise importante: «l'interne avant l'externe». En aucun cas, les employés ne doivent apprendre par les médias quelle crise a frappé leur organisation – et comment la direction prend position face à celle-ci. **SL:** Le fait que la communication soit interne avant d'être externe est lié à l'estime et au respect des employés. Une bonne communication interne signifie également que les cadres peuvent faire comprendre à leurs employés que toute l'équipe sera mobilisée pendant la crise et doit rester soudée. Les informations sont plus susceptibles de quitter l'organisation si les employés se sentent délaissés.

**Examinons maintenant la communication via les médias modernes: les réseaux sociaux jouissent d'une énorme popularité. Cependant, une enquête de l'agence Havas montre que les organisations d'ASD y sont très réticentes. Comment l'ASD communique-t-elle lorsque des commentaires critiques – voire un déferlement de commentaires haineux («shitstorm») – surgissent sur les réseaux sociaux?**

**SL:** Une organisation d'ASD peut réagir aux commentaires critiques individuels sur les réseaux sociaux. Elle ne doit pas les supprimer, mais elle peut corriger les erreurs factuelles et assurer qu'elle prend le problème décrit au sérieux, et peut-être même chercher le dialogue avec la personne à la base des critiques. Cependant, les experts s'accordent à dire qu'on ne peut pas contrôler un «shitstorm». Plus une organisation prend position face à des allégations subjectives, plus la surface d'attaque devient grande pour la culture de l'indignation, laquelle nourrit le shitstorm. En outre, la plupart des gens savent que les commentaires sur les réseaux sociaux font montre de frustration et d'exagération. Pour toutes ces raisons, il est important qu'une organisation laisse un shitstorm s'affaiblir de lui-même. Une autre possibilité consiste à ce que l'ASD n'exploite que des plateformes en ligne où elle peut examiner les commentaires avant de les publier. Mais même dans ce cas, un shitstorm est possible



via d'autres plateformes, peut-être même à cause de la «censure des commentaires» effectuée par l'ASD.

**LK:** Ce n'est pas parce que la possibilité d'un commentaire critique existe sur les réseaux sociaux que l'ASD doit redouter les médias sociaux. Car les opportunités offertes par ces nouveaux médias l'emportent sur les risques. L'ASD doit simplement investir des ressources pour devenir plus à l'aise dans le traitement des réseaux sociaux. L'association argovienne d'ASD, par exemple, a récemment proposé une formation sur le sujet. Dans le cadre de la campagne «Rejoins-nous!», huit de nos membres testent désormais des canaux tels que LinkedIn, Instagram et Facebook. Nous avons constaté que ceux-ci peuvent rapidement atteindre de nombreux jeunes via ces canaux modernes et les enthousiasmer vis-à-vis du travail attrayant que propose l'ASD.

**Sur internet, il existe des portails, tels que [www.kununu.com](http://www.kununu.com), sur lesquels les employés peuvent évaluer un employeur. On y trouve des organisations d'ASD notées cinq étoiles sur cinq ainsi que d'autres notées une étoile. Comment l'ASD gère-t-elle cela?**

**SL:** Mon conseil est de prendre au sérieux les reproches évoqués sur ces portails d'évaluation et de les considérer comme une occasion de se confronter réellement aux griefs émis au sein de l'organisation. Cependant, il faut aussi relativiser l'importance de ces évaluations. De plus en plus de plateformes travaillent avec des méthodes douteuses et, à long terme, se décrédibilisent. Les internautes savent que les commentaires virulents ne représentent souvent pas l'opinion de la majorité.

**LK:** J'utilise de telles plateformes, parce que les critiques sans concession qui s'y trouvent peuvent mettre en évidence les faiblesses réelles d'une organisation. Les critiques sur Kununu laissent un sentiment différent au lecteur si l'organisation critiquée utilise la possibilité d'une prise de position individuelle. Sur ces plateformes, l'ASD peut donc confronter les critiques à ses propres points de vue. Ces plateformes ne doivent pas être sous-estimées car elles peuvent influencer de manière significative l'opinion d'un demandeur d'emploi à l'égard d'une organisation d'ASD.

**Les experts en communication soulignent par ailleurs que chaque situation difficile, voire chaque crise, est aussi une opportunité – si on tire les leçons des expériences vécues. En termes de communication de crise, que pouvons-nous apprendre d'une situation difficile telle que la pandémie de COVID-19?**

**LK:** Une organisation peut tirer les leçons d'une situation difficile si elle expose ses points faibles au grand jour. Cela aug-

mente les chances que les ressources nécessaires pour remédier à ces faiblesses soient accordées. Pendant la pandémie de COVID-19, l'ASD a jusqu'ici bien communiqué à tous les niveaux. Toutefois, la pandémie a également révélé des faiblesses de communication dans beaucoup d'endroits, et j'espère que les organisations concernées s'efforceront de les améliorer. Au sein de l'association argovienne, nous avons remarqué que notre communication interne s'est révélée jusqu'à présent très informelle. Lorsque nous n'avons plus été autorisés à nous réunir régulièrement en raison de la pandémie, l'échange informel d'informations a cessé, ce qui signifie que la communication interne ne fonctionnait plus correctement. J'espère que cette expérience ouvrira la voie à une systématisation de la communication interne. De plus, l'association cantonale a l'intention d'établir une checklist pour la communication de crise afin d'être globalement mieux préparée à la prochaine situation difficile. Cette liste contient toutes les procédures importantes à suivre ainsi que les contacts des personnes responsables et de leurs adjoints.

**SL:** De manière générale, je dois souligner que l'ASD a prouvé pendant la pandémie qu'elle peut résister à une situation critique grâce à son professionnalisme et à la stabilité de ses structures. Néanmoins, j'espère que certaines organisations ont réalisé sur quels points leur communication interne ou externe doit être améliorée en prévision de la prochaine situation difficile. Pour que cela fonctionne, un concept est essentiel: le leadership! Les cadres doivent maintenant veiller à ce que le compte rendu de leur communication de crise soit effectué de manière systématique dans leur organisation. Et que des mesures concrètes soient ensuite prises pour en pallier les faiblesses.



**«L'ASD doit avoir la main-mise sur ce que la société pense d'elle.»**

Liliane Keller Würmli

**Pour finir, regardons vers l'avenir: le numérique imprègne de plus en plus la vie des gens et les possibilités d'interaction**

**dans les médias augmentent. En outre, les médias en ligne sont en compétition pour la divulgation à la hâte d'histoires. Pour toutes ces raisons, les experts supposent qu'à l'avenir les crises deviendront plus fréquentes et toujours plus rapides pour les entreprises – mais aussi plus éphémères. Comment l'ASD peut-elle se préparer à la communication de crise du futur?**

**LK:** Compte tenu de la fréquence et du développement de plus en plus rapide des crises, l'ASD peut encore moins se permettre, à l'avenir, d'être mal préparée. Quel que soit le professionnalisme dont fait preuve une organisation d'ASD dans son travail quotidien, si elle ne répond pas aux reproches rapidement et de manière professionnelle lors d'une



situation difficile, cette situation influence fortement la perception que la population a de l'ASD. L'ASD doit devenir une pro de la communication afin d'avoir la mainmise sur ce que la société pense d'elle, en temps normal comme dans les moments difficiles.

**SL:** La culture de l'indignation et la dramatisation des événements dans les médias sont susceptibles de devenir de plus en plus intenses et de se répandre de plus en plus rapidement à l'avenir. En même temps, cependant, le besoin d'informations avérées va augmenter. La population recherche de plus en plus des sources sérieuses afin de pouvoir distinguer les faits d'innombrables informations peu

fiables. Grâce à sa bonne réputation, l'ASD peut être une source sûre et faire ainsi bouger les choses, surtout dans des situations difficiles comme une pandémie – pour l'ensemble de la population, mais aussi pour les intérêts des clientes et des clients ainsi que des employés de l'ASD eux-mêmes. Mais elle ne peut y parvenir que si elle communique de manière professionnelle. Cela nous ramène au premier sujet de cette interview: si vous ne vous préparez pas à la communication de crise, vous vous préparez à l'échec. Pour conclure, mon message lors de cette interview se résume à une chose: un plaidoyer pour une bonne préparation à la communication dans les moments difficiles.

Interview: Kathrin Morf

## Exemples de communication de crise

**Des exemples de situations difficiles vécues au sein de l'Aide et soins à domicile (ASD) sont présentés ci-après – des cas particulièrement fréquents tout comme des cas rares anonymisés issus de la pratique. Nos deux interviewés expliquent chacun brièvement ce qu'il ou elle conseillerait à l'organisation d'ASD concernée par rapport à sa communication de crise.**

**Un client et ses proches estiment qu'un employé de l'ASD s'est comporté de façon grossière. Ils menacent de faire appel aux médias.**

**Liliane Keller Würmli (LK):** Si de tels reproches parviennent aux oreilles de l'association cantonale, nous nous rabattons sur les «5 règles d'or» de la communication de crise que nous appliquons à de telles situations: «Accepter la critique. Prendre la critique au sérieux. Annoncer une clarification. Consulter immédiatement les organisations concernées. Trancher qui maintiendra le contact avec la personne à l'origine de la critique.» Il est essentiel d'avoir une discussion factuelle avec les proches le plus rapidement possible, car cela permet de désamorcer très tôt de nombreuses situations difficiles.

**Steffen Lukesch (SL):** De tels cas resteront fréquents dans les médias, car beaucoup de gens se considèrent comme des «lecteurs reporters». A mon avis, une organisation doit laisser certaines de ces attaques publiques se tarir. Car trop de communication, c'est aussi de la mauvaise communication. Bien entendu, à un moment donné, la direction peut déclarer avoir entendu parler de ce cas et entamé des clarifications internes. Elle peut en outre rectifier des erreurs factuelles manifestes. De cette façon, l'ASD signale qu'elle prend le sujet au sérieux mais ne veut pas résoudre le conflit sur la place publique. L'ASD doit être consciente qu'avec chaque justification supplémentaire, elle jette de l'huile sur le feu, ce qui peut amener une attention croissante sur un cas individuel jusqu'à ce que celui-ci se transforme en une crise globale.

**Les proches d'un employé de l'ASD accusent un employé d'être responsable d'un décès causé par l'administration d'un mauvais médicament. Ils menacent également de porter l'affaire en public.**

**SL:** Dans ce cas de grande envergure, l'ASD devrait faire appel à un avocat en plus d'un expert en communication. Elle pourra alors suivre calmement la check-list qu'elle a, espérons-le, préparé pour le scénario de crise «faute professionnelle». Tout d'abord, le dialogue avec les proches doit assurément être recherché. Toutefois, l'organisation ne doit commenter le cas de manière concrète que lorsque des conclusions claires sont disponibles. Jusque-là, elle se réfère à l'enquête en cours du médecin légiste. Il est aussi important que l'ASD se prépare à d'éventuels développements de l'affaire et garde ainsi le contrôle. Par exemple, elle peut préparer des déclarations à l'attention des médias – car les proches peuvent effectivement impliquer les médias. Bien sûr, il est aussi essentiel que l'ASD aide à clarifier de tels incidents. Si les accusations sont justifiées, elle doit en tirer les leçons et communiquer – en reconnaissant sa culpabilité – partout où l'affaire a fait du bruit.

**LK:** Dans le cas présent, je consulterais un avocat et je chercherais à avoir une conversation empathique avec les proches, je les prendrais au sérieux. Si les allégations devenaient publiques, je consulterais aussi un consultant externe en communication capable d'évaluer cette situation extrêmement émotionnelle d'une manière plus objective que moi. Avant qu'une quelconque information ne quitte l'entreprise, il est également essentiel

d'informer tous les employés sur la situation et d'assurer du soutien et une protection à la personne incriminée.

**Une organisation de base refuse un contrat malgré l'obligation de prise en charge, à la suite de quoi le client refusé critique l'ASD dans les médias.**

**LK:** Notre association cantonale a été confrontée à de telles questions. L'organisation d'ASD concernée a toujours été en mesure de justifier clairement les raisons pour lesquelles elle avait rejeté un cas en évoquant ses conditions générales. Par exemple, cela s'est produit parce que le comportement d'un client était inacceptable envers les employés et qu'il fallait les protéger. Dans un tel cas, une organisation peut donc assurer qu'elle prend au sérieux son obligation de prise en charge mais que ses conditions générales stipulent aussi clairement que dans de rares cas, il arrive qu'un client ne puisse pas être pris en charge.

**SL:** Je n'ai rien à ajouter à cela.

**L'ASD est attaquée dans les médias parce qu'elle coûte trop cher – ou du moins plus cher que les organisations privées d'ASD de la région.**

**SL:** En ce qui concerne les chiffres, je suis pour la plus grande transparence possible et pour une offensive de communication. Je présenterais des études de cas concrets dans les médias et comparerais ouvertement mon organisation, ses coûts et ses charges, avec ceux d'autres prestataires. Parce que l'ASD fonctionne efficacement et n'a rien à cacher.

**LK:** D'une certaine manière, c'est devenu un reproche classique. Dans un tel cas, nous pouvons expliquer tout ce que nous devons accomplir et la manière précise dont cela est financé. Nous pouvons exposer ce que nous faisons pour travailler de manière économique. Et nous pouvons assurer que l'ASD à but non lucratif ne veut pas s'enrichir. Je souhaiterais que l'ASD dispose d'une meilleure base nationale de données afin que nous soyons en mesure de communiquer tous ses coûts et ses charges de manière transparente.

**Dans divers médias, il a été rapporté que des escrocs se font passer pour des employés de l'ASD afin de harceler sexuellement ou de voler des clients.**

**LK:** Ici, je ne me contenterais pas de mener une campagne d'information pour mettre en garde la population contre ces escrocs. Face à la menace pesant sur nos clientes et clients, j'introduirais aussi de nouvelles mesures de sécurité et j'aborderais cette problématique en public. Par exemple, nous pourrions informer chaque client du nom de l'employé de l'ASD qui lui rendra visite et de l'heure exacte de son passage.

**SL:** En plus de ces mesures, une campagne pourrait être lancée pour faire connaître les visages qui se cachent derrière l'ASD et renforcer sa bonne réputation. Par une série de portraits dans les médias, on pourrait par exemple montrer que les employés de l'ASD sont tous des professionnels honnêtes et engagés, lesquels font figure de confiance et de fiabilité.

**Un grand journal écrit dans un article que l'ASD parvient difficilement à trouver suffisamment de personnel qualifié pour prendre en charge la population de manière adéquate.**

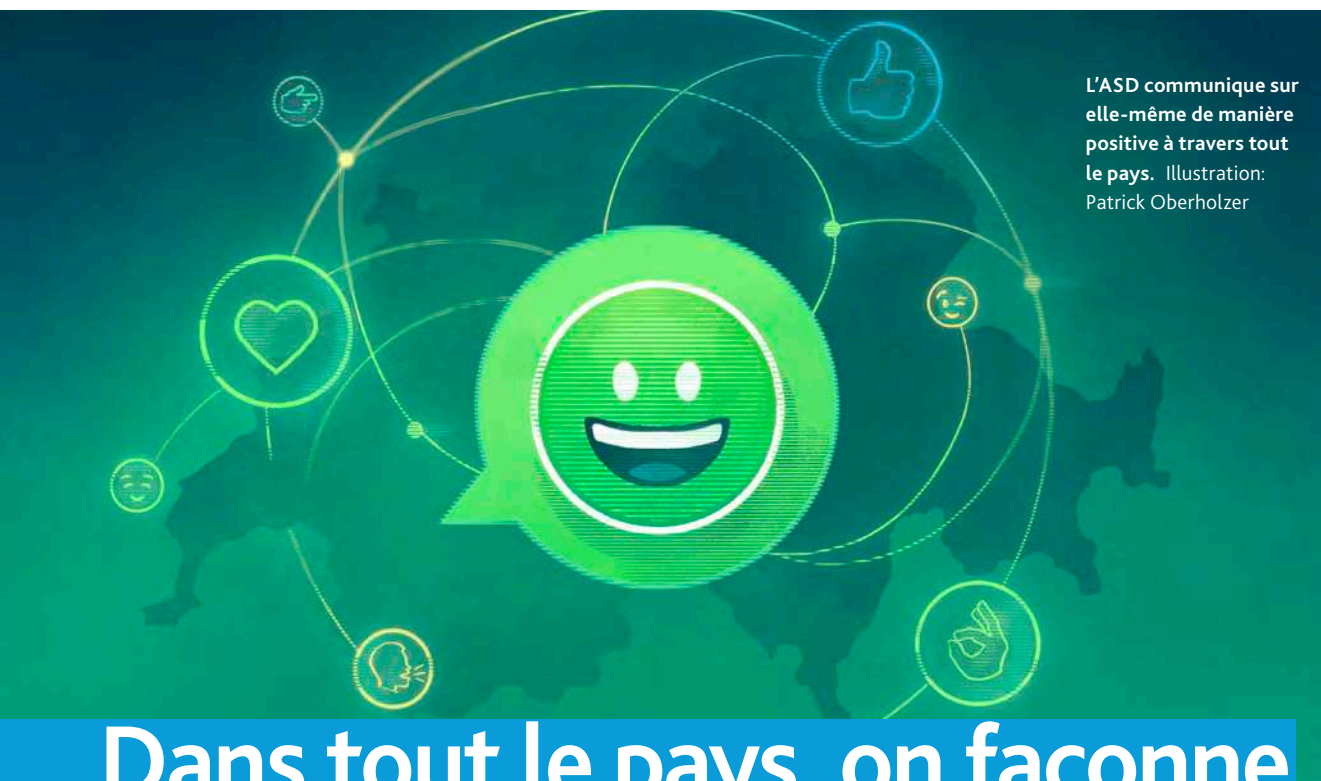
**LK:** Ce titre ne reflète aucune crise. Le fait que la pénurie de personnel qualifié soit une question d'intérêt public fait même le jeu de l'ASD. Nous n'avons pas à nous cacher lorsqu'il s'agit de notre contribution à la résolution du problème: nous formons beaucoup de personnel. Ces articles nous donnent également l'occasion de nous présenter comme un employeur attractif – et d'appeler les politiciens à faire quelque chose pour remédier à la pénurie de main-d'œuvre qualifiée.

**SL:** Face au reproche de manque de personnel, il existe en outre deux arguments de poids: la conscience du problème et la gestion de la qualité. Ainsi, l'ASD montre avec beaucoup d'assurance qu'elle est consciente de ses faiblesses en termes de ressources humaines. Toutefois, elle a mis en place un bon système de gestion de la qualité – qui doit bien sûr concorder aux attentes – et cela montre clairement que tous les clients sont bien pris en charge.

**Les médias régionaux rapportent que des dizaines de signataires d'une pétition exigent qu'une organisation d'ASD améliore ses conditions de travail.**

**SL:** Ce n'est pas une crise pour l'organisation, mais pour la direction. D'une part, les cadres doivent envoyer un signal très clair, tant à l'interne qu'à l'externe, pour montrer qu'ils prennent ces accusations au sérieux et qu'ils sont là pour les employés. S'il y a vraiment des problèmes au niveau des conditions de travail, ils doivent prendre des mesures pour y remédier et communiquer à nouveau, d'abord à l'interne, puis à l'externe.

**LK:** Une bonne communication aurait probablement pu empêcher ce cas: il est important que la direction communique toujours ouvertement à l'ensemble des employés sur la manière dont l'ASD travaille et dans quelles conditions – et comment elle se compare aux autres employeurs du secteur. Cela vaut notamment pour les salaires et les horaires de travail. En outre, une culture de discussion ouverte doit être établie au sein de l'organisation afin que les insatisfactions puissent être clarifiées à l'interne à un stade précoce.



L'ASD communique sur elle-même de manière positive à travers tout le pays. Illustration: Patrick Oberholzer

## Dans tout le pays, on façonne l'image positive de l'ASD

L'Aide et soins à domicile (ASD) fait tout pour être perçue comme une organisation – et un employeur – professionnelle et moderne. Dans ce qui suit, une organisation de base, deux associations cantonales et Aide et soins à domicile Suisse racontent comment elles parlent positivement de l'ASD par le biais de campagnes d'image, sur les réseaux sociaux ou lors de journées d'action. Textes: Kathrin Morf, Francesca Heiniger

### Comment l'ASD biennoise communique positivement sur elle-même

L'organisation d'ASD de la région de Biel-Bienne est très active sur les réseaux sociaux, notamment pour le recrutement de personnel. Mais elle se sert aussi d'autres canaux pour cultiver l'image positive de l'ASD.



«Une communication correcte est la carte de visite d'une entreprise»: l'inscription figure en gros caractères sur un document que l'organisation d'ASD de la région de Biel-Bienne, Spitex Biel-Bienne Regio, distribue à ses apprentis lors d'un après-midi consacré au thème de la communication. Renate Schlup, responsable gestion, marketing et communication, est convaincue de ce slogan: «La culture de l'image me tient à cœur, surtout en ces temps de pénurie de personnel qualifié et de pression économique sur le système de santé», explique-t-elle. «L'image de l'ASD est encore un peu poussiéreuse. C'est

pourquoi il importe que nous présentions souvent et de manière positive sa marque en public. Une bonne communication est particulièrement importante car nous n'offrons pas de marchandises qui pourraient nous aider à attirer l'attention des gens avec des rabais réguliers et des échantillons gratuits.»

#### Les réseaux sociaux au cœur du recrutement

L'ASD biennoise véhicule une image positive et professionnelle d'elle-même sur les réseaux sociaux, et ce, plus activement que la plupart des autres organisations d'ASD. «La

raison principale de notre décision de parier sur les réseaux sociaux était le marketing RH, lequel constitue un défi», indique Renate Schlup. «Nous voulons atteindre les professionnels de la santé et les candidats potentiels par le biais des canaux qu'ils utilisent de manière intensive.»

Les publications sont rédigées par Renate Schlup et Kadi Ganaj, le responsable des réseaux sociaux. Leur exactitude est toujours soigneusement vérifiée, tant sur le plan professionnel que politique. L'objectif est de présenter l'ASD comme un employeur moderne: «Étant donné que les réactions sont très bonnes, nous avons étendu nos activités au cours de ces derniers mois», relève Renate Schlup. Par exemple, l'organisation présente désormais ses nouveaux employés sur Instagram et Facebook, rend compte du quotidien varié vécu au sein de l'ASD, signale les postes vacants – et il lui arrive même de féliciter une heureuse cliente à l'occasion de son 100<sup>e</sup> anniversaire.

A chaque apparition publique, Spitex Biel-Bienne Regio se conforme à l'un de ses cinq principes directeurs en termes de communication: «Nous cultivons une communication respectueuse et ouverte et fournissons des informations complètes, régulières et directes.» De nombreux autres canaux sont utilisés pour transmettre cette information complète: une courte vidéo a ainsi été créée pour le site internet de l'organisation, publiée sur YouTube, dans laquelle différentes personnes envoient aux 200 employés de l'ASD biennoise «un grand merci» pour leur dévouement. Par ailleurs, Spitex Biel-Bienne Regio diffuse également la campagne marketing de l'association d'ASD du canton de Berne (voir p. 22) et place ses propres annonces dans les médias régionaux.

### Communiquer avec et par le biais des employés

La ligne directrice de Spitex Biel-Bienne Regio ne s'applique pas seulement à la communication externe: elle vise également à garantir – au moyen d'une communication interne caractérisée par le respect et l'ouverture – que l'entreprise dispose de collaborateurs heureux et bien informés qui véhiculent égale-

ment une bonne image de l'ASD à l'extérieur.

«Une bonne communication ne peut pas reposer uniquement sur des personnes individuelles – elle a besoin de tous les employés de l'ASD», affirme Renate Schlup. Afin que le personnel soit outillé pour cette tâche, l'organisation introduit des moyens de communication modernes (voir p. 22) et organise régulièrement des cours de formation continue, ainsi que des après-midi à l'attention des apprentis, sur des thèmes tels que «La communication orientée vers le patient». «Et quand il y a des évolutions pertinentes dans le secteur de la santé, nous formons nos employés afin qu'ils

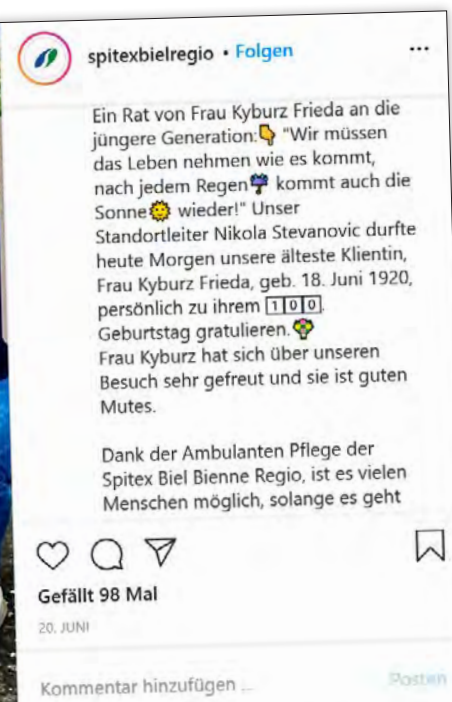
soient bien équipés pour répondre aux questions de nos clientes et clients. Ce fut le cas avec le COVID-19, par exemple.»

Pour finir, en ce qui concerne la culture de l'image de l'ASD, le contact

direct avec la population ne doit pas être négligé. A l'occasion de la Journée nationale de l'ASD en septembre, Spitex Biel-Bienne Regio présentera, pendant quatre jours à la Coop située près de la gare de Bienne, ce qu'elle a à offrir. Pour Renate Schlup, aucune crainte que ce travail de relations publiques étendu sur quatre jours n'intéresse personne: «L'année dernière, nous avons passé trois jours sur place et le stand a rencontré un immense succès.»

## «Nous voulons atteindre les professionnels de la santé par les canaux qu'ils utilisent.»

Renate Schlup, ASD de la région de Biel-Bienne



L'organisation d'ASD de la région de Biel-Bienne félicite une centenaire et obtient près de 100 likes sur sa publication Instagram. Image: Screenshot Instagram Spitex Biel-Bienne Regio



## L'ASD bernoise et sa vaste campagne marketing

Dans le canton de Berne, l'association cantonale d'Aide et de soins à domicile (ASD) s'occupe pour tous ses membres de campagnes de marketing émouvantes en faveur de l'ASD.

Le vaste travail de dépoussiérage de l'image de l'Aide et soins à domicile (ASD) à but non lucratif a commencé, dans le canton de Berne, en 2013. «Nous avons de plus en plus pris conscience que la population avait une image poussiéreuse de l'ASD», explique Roger Guggisberg, directeur de l'association d'ASD du canton de Berne. «L'ASD ne s'apparente plus à de l'aide au voisinage. Elle est devenue depuis longtemps une organisation hautement professionnelle qui a du cœur et qui traite aussi les cas les plus complexes des soins ambulatoires.» Les 46 organisations bernoises d'ASD à but non lucratif ont donc décidé de passer à l'offensive afin d'améliorer leur image. Elles ont ainsi uni leurs forces en chargeant leur association cantonale de compléter chaque année la culture de l'image promue par Aide et soins à domicile Suisse à l'échelle nationale par des campagnes cantonales.

Ces mesures visent à bien positionner l'ASD à but non lucratif sur le marché, compte tenu de la forte concurrence privée qui règne dans le canton. L'association a donc entrepris de polir progressivement son image poussiéreuse: en 2013, elle a d'abord orienté sa campagne vers le grand public afin de positionner l'ASD grâce à l'étiquette «L'original».

Une campagne interne a ensuite été lancée en 2014. «Si presque tout le pays a une fausse image du travail fourni au sein de l'ASD, cette image est malheureusement aussi répandue parmi nos employés. Nous voulions nous assurer que notre base est fière de ce qu'elle fait au sein de l'ASD», explique Roger Guggisberg. Une campagne orientée vers les futurs employés potentiels a suivi en 2015 pour contrer la pénurie de personnel qualifié. En 2016 et 2017, une grande mission a été abordée: mettre en valeur l'image de l'ASD. Et la campagne 2018 a une nouvelle fois été conçue pour attirer de nombreuses personnes à travailler et à se former auprès de l'ASD.

Au fil des ans, des manifestations ciblées ont également été soutenues dans le cadre de la campagne. Il y a eu notamment un engagement en faveur de la Course féminine de Berne et la participation de l'ASD au Salon bernois de la formation ainsi qu'au Salon de la formation du Jura bernois, qui ont été soutenus financièrement.

### Des messages intelligibles et émotionnels

Après tous ces projets ciblés, l'association cantonale a lancé en 2019 un projet pour continuer de soigner l'image de l'ASD à but non lucratif. «L'objectif principal de notre dernière campagne est de faire en sorte que l'ASD à but non lucratif soit considérée comme un prestataire de services moderne, professionnel et extrêmement important à tous les niveaux et dans tous les domaines de la société», explique Roger Guggisberg.

«Le message central est que l'ASD à but non lucratif se distingue car elle peut tout faire. Nous pouvons communiquer cela au public avec calme et vigueur.» Après tout, l'ASD à but non lucratif est un prestataire de services complet qui prend en charge chaque mission et privilégie le bien-être de ses clientes et de ses clients plutôt que la réussite financière.

Pour cette campagne de deux ans, l'association collabore avec l'agence Republica et a choisi le slogan «Nous faisons la différence». En accord avec ce slogan, les sept visuels de la campagne montrent à quel point l'ASD fait une différence dans la vie des gens, avec des images simples et des citations émotionnelles. Par exemple, devant l'image d'une salle de bain, il y a les mots: «Mexique, Chine, Australie, il a déjà voyagé. Son prochain objectif est désormais de se déplacer lui-même à la salle de bain.» Puis en dessous, à côté du logo de l'ASD à but non lucratif: «Nous faisons la différence. Après un accident, nous vous accompagnons sur le chemin du retour au quotidien.» Mais la campagne porte également sur les prestations de soins spécialisées tels que les soins psychiatriques: «Si cela ne va plus au travail, démissionnez. Que faire, quand c'est le quotidien qui ne va plus?» Elle fait l'éloge de l'ASD en tant qu'employeur attractif: «Rejoignez une équipe, dans laquelle on veille les uns sur les autres. Après tout, c'est notre métier.» Et souligne que l'ASD soulage aussi les proches: «Pour qu'Anna ne soit pas seulement une soignante pour son père. Mais simplement Anna de temps en temps.»

**«Notre base doit être fière de ce qu'elle fait au sein de l'ASD.»**

Roger Guggisberg, ASD du canton de Berne



Ce visuel souligne que les spécialistes de l'ASD effectuent leur travail directement au domicile des clientes et des clients.

Image: ASD du canton de Berne / Republica

Tous ces visuels sont largement diffusés: on les retrouve dans les signatures e-mails, sur des sites internet ainsi que sur des affiches. Ils sont visibles dans les journaux, à la télévision et sur les réseaux sociaux, mais aussi sur les écrans des bureaux de poste, des gares et des stations-service. Une campagne «AdWords» a également permis de garantir à l'ASD à but non lucratif de plus grandes chances qu'auparavant d'apparaître dans n'importe quelle recherche effectuée sur Google.

### Continuer à planifier après les vacances d'été

La campagne «Nous faisons la différence» s'est vite révélée être un succès: les réactions de la population ont été très bonnes et la fréquentation du site internet associé [www.spitexbe.ch](http://www.spitexbe.ch) a augmenté après chaque publication. «Je suis particulièrement heureux que nos membres puissent également s'identifier à la campagne», ajoute Roger Guggisberg. En raison des échos positifs, les responsables ont décidé de poursuivre la campagne 2020 presque sans changement. Lors des vagues de publications du printemps et de l'automne, il a cependant fallu utiliser encore plus de canaux, notamment des annonces dans les journaux régionaux et sur

des supports ciblés, à l'instar des panneaux servant à la prévention des accidents dans les stations de ski.

La pandémie de COVID-19 a cependant retardé des parties de la première phase de la campagne: l'affichage dans l'espace public et les affichettes dans les transports publics ont été reportés à l'été. En outre, un nouveau visuel pour les signatures e-mails a été créé, qui appelle les gens à rester chez eux pendant la pandémie. Après les vacances d'été, les responsables vont maintenant réévaluer l'impact de la campagne et analyser comment les prochaines mesures de marketing doivent être développées. Au cours de l'année, ils décideront également de la manière de procéder en 2021. «Ce n'est pas seulement le succès de la campagne actuelle qui importe», explique Roger Guggisberg. «Nous allons aussi analyser dans quel domaine une campagne a actuellement le plus grand potentiel pour contribuer au développement du marché de l'ASD.» Il se pourrait donc qu'une autre campagne soit lancée pour viser un groupe cible spécifique. «Mais il est également possible que nous étendions la campagne actuelle et continuions ainsi à cultiver de manière exhaustive l'image de l'ASD à but non lucratif.»



## L'ASD grisonne et l'amour de travailler aux soins à domicile

Dans le canton des Grisons, l'association d'Aide et de soins à domicile à but non lucratif n'a pas lancé seule la campagne d'image cantonale «I love my job», mais en collaboration avec les établissements médico-sociaux.

«Les organisations d'Aide et de soins à domicile (ASD) du canton des Grisons ont réuni leurs efforts pour se faire connaître et se présenter comme un employeur intéressant et une entreprise formatrice attractive», annonce d'emblée Monika Schnoz, co-directrice de l'association grisonne d'ASD, qui en soigne l'image de marque, au nom des membres. Par exemple, elle a mis en place le site internet [www.spitexundich.ch](http://www.spitexundich.ch) afin de présenter les offres de formation et de stages de son organisation. La publiciste a aussi lancé une campagne avec des personnes exprimant leur enthousiasme pour l'ASD et leur travail – en allemand, italien et romanche.

### Ensemble plutôt que seuls

La dernière «grande offensive» a commencé en 2019 avec «Le métier le plus important en Suisse» pour mettre en avant

l'attractivité des métiers dans les soins de longue durée, une campagne nationale lancée en commun par ASD Suisse, Curaviva Suisse et OdASanté. C'est sur cette base que l'ASD grisonne a mis sur pied sa propre campagne. L'association des hôpitaux et des établissements médico-sociaux (EMS) cantonaux s'est jointe à cet effort. «Nous avons tous reconnu qu'ensemble, nous défendrons mieux l'image des soins de longue durée», se réjouit Monika Schnoz.

Les EMS et l'ASD cantonale ont poursuivi dès lors un travail médiatique proactif en organisant, par exemple, une semaine thématique à la radio traitant des soins de longue durée. En août 2019, ils ont aussi lancé une action spectaculaire: lors d'un «Znüni» (la pause de neuf heures), les 120 membres du parlement cantonal ont reçu des patients nécessitant des soins de longue durée et leurs soignants – au total 200 personnes – pour faire part de leurs expériences.

Ils ont amené avec eux des affiches posant des questions comme: «Qui prendra soin de vous plus tard?». La réponse, affichée en grand: «Moi!» Cet appel adressé aux milieux politiques et aux médias a eu le succès escompté: il faut financer davantage les soins de longue durée pour qu'on puisse, aujourd'hui et demain, prendre soin de toute la population.



Le titre du journal «I love my Job»-Poscht.

Image: L'ASD et les EMS des Grisons.



Les membres du parlement grison ont été sensibilisés en été 2019 à l'importance des soins de longue durée. Photo: L'ASD et les EMS des Grisons.

### «I love my job»

L'ADS et les EMS ont ensuite lancé leur campagne de trois ans «I love my job» sur le site internet [www.langzeitpflege-gr.ch](http://www.langzeitpflege-gr.ch), et sur Facebook, avec des vidéos de soignants et de soignantes expliquant pourquoi ils adorent leur métier. «Notre but est de communiquer d'une manière nouvelle, exceptionnelle et parfois aussi un peu audacieuse, sans en faire trop. Avec un langage trop formel, nous ne touchons pas les jeunes», précise Monika Schnoz. Et la tactique se poursuit avec la publication interne trimestrielle «I Love My Job-Poscht»: depuis février 2020, celle-ci s'adresse au personnel des soins de longue durée du canton, à travers des portraits, des agendas de manifestations ou, actuelle-

**«Avec un langage trop formel, nous ne touchons pas les jeunes.»**

Monika Schnoz, ASD du canton des Grisons

ment, des articles sur les soins en temps de pandémie. La pandémie n'a pas entravé la campagne d'information; seule une semaine de stage dans les EMS a dû être reportée. Monika Schnoz souligne que le slogan «I love my job» est aujourd'hui plus approprié que jamais. «La pandémie a montré au personnel soignant la grande reconnaissance accordée à leur profession au moment où la population prend conscience de son importance.»

«I love my job» s'adresse d'abord au personnel: «Pour parler publiquement des soins de longue durée de manière positive, les soignants doivent d'abord acquérir eux-mêmes une image positive», explique la co-directrice. Cette image positive doit ensuite être communiquée dans le sens de «Fais du bon travail et fais-le savoir»: «A cet effet, nous organisons des cours de formation continue pour transmettre les bases de la communication institutionnelle, du marketing RH et de la manière de gérer les réseaux sociaux. Car ceux qui font leur travail calmement et discrètement se noient dans un monde saturé d'informations. Notre but est de sensibiliser tous nos collaborateurs et collaboratrices, faire d'eux des ambassadeurs et ambassadrices de marque des soins de longue durée.» Et Monika Schnoz d'ajouter: «Il faut reconnaître qu'il importe non seulement de parler de notre profession, mais également de comment on l'exerce.»



Annonce



## Engagement, motivation, compétence Voilà ce qui définit le Service Croix-Rouge.

Vous aussi, vous souhaitez faire bénéficier le Service Croix-Rouge de vos compétences techniques et de votre sens de l'engagement?

Pour plus d'informations:  
Service Croix-Rouge, 058 400 41 70  
[info@rkd-scr.ch](mailto:info@rkd-scr.ch), [www.rkd-scr.ch](http://www.rkd-scr.ch)

Service Croix-Rouge CRS  
Rotkreuzdienst SRK  
Servizio Croce Rossa CRS



## Aide et soins à domicile Suisse et la culture de l'image au niveau national

Qu'est-ce qui fait une bonne communication au niveau national et pourquoi importe-t-il à l'Aide et soins à domicile d'avoir une image ayant une valeur de reconnaissance? Francesca Heiniger, responsable communication et marketing d'Aide et soins à domicile Suisse, sur la culture de l'image.

Par bonheur, «l'Aide et soins à domicile» (ASD) jouit d'un très haut niveau de notoriété et d'une excellente image dans toute la Suisse, comme le prouve la position de tête répétée dans l'Atlas du bien commun ([www.gemeinwohl.ch](http://www.gemeinwohl.ch)), établi chaque deux ans par l'Université de St-Gall. Néanmoins, il est encore possible d'améliorer son image. En effet, la perception de l'aide et des soins à domicile dépend du fait que quelqu'un – ou son entourage – a déjà bénéficié ou non des services de l'ASD. Les personnes n'ayant pas eu cette expérience décrivent parfois l'ASD comme peu dynamique, peu innovante et un peu poussièreuse et l'associent aux soins de base pour les personnes âgées. Il s'agit de montrer à ces clients potentiels/futurs que l'ASD offre beaucoup plus, et que les organisations d'ASD sont des entreprises modernes et gérées de manière économique qui offrent des conditions de travail attrayantes et qui, sur le plan de la formation, contribuent à garantir la disponibilité d'un nombre suffisant de personnes qualifiées à l'avenir.

Dans le but de sensibiliser le grand public et de renforcer l'image de l'ASD, Aide et soins à domicile Suisse lance une nouvelle campagne de publicité et d'image environ tous les cinq ans. La campagne, qui se déroule maintenant depuis 2018, se concentre sur les points forts et la diversité des services fournis par les organisations d'ASD à but non lucratif. Les associations cantonales et les organisations de base peuvent télécharger des modèles pour ces outils de communication dans le domaine réservé aux membres du site [aide-soins-domicile.ch](http://aide-soins-domicile.ch), les adapter à leurs besoins et les utiliser pour leur propre communication. Ils doivent être clairement identifiables avec l'ASD à but non lucratif et avoir une valeur de reconnaissance dans toute la Suisse, soutenue par le logo et l'étiquette «l'original».

### Communication intégrée

Grâce à la communication intégrée, toutes les mesures de communication interne et externe sur tous les canaux devraient former une unité et conduire à la réalisation des objectifs de communication définis. Selon le concept de communication d'Aide et soins à domicile Suisse, l'objectif de la communication externe est le suivant: «Les groupes cibles savent que l'ASD est un prestataire de services pertinent en matière de soins de santé (...)». Nous y travaillons tous les jours: atteindre un haut niveau de visibilité dans toute la Suisse grâce à une stratégie de marque forte et à des messages clairs,



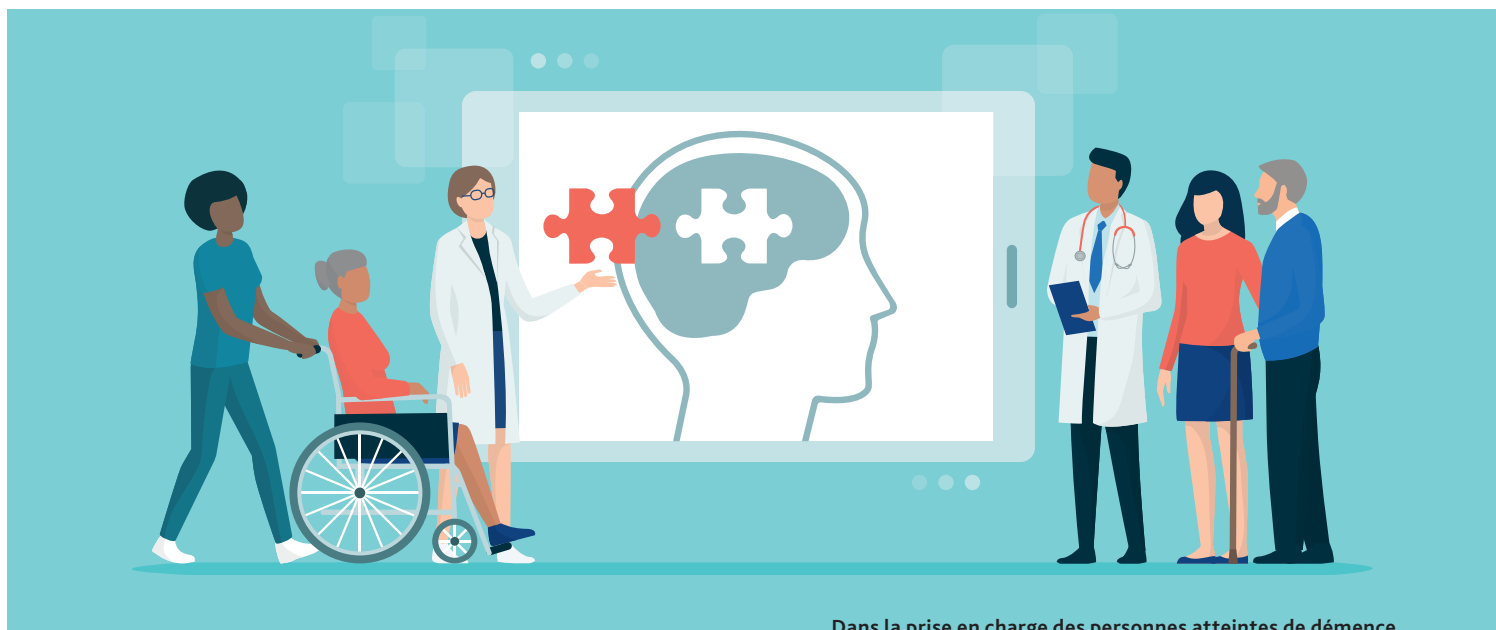
Le visuel de la campagne pour la Journée nationale de l'ASD.  
Image: ASD Suisse / Pomcanys

avec également un travail médiatique actif et un soutien communicatif dans le domaine de la politique.

Une autre mesure est la Journée nationale de l'Aide et soins à domicile qui se déroule chaque année dans de nombreuses organisations de base sous une devise différente. Le 5 septembre 2020, la devise sera «Merci!» afin de souligner que l'estime des clients de l'ASD est un facteur important pour la satisfaction professionnelle des employés de l'ASD.

Pour finir, il va de soi que le Magazine ASD est LE porte-voix de l'ASD en Suisse et donc LE produit de culture de l'image utilisé par l'ASD à but non lucratif au niveau national. Le Magazine ASD est le résultat d'un mandat du comité d'Aide et soins à domicile Suisse visant à remplacer le magazine «Schauplatz» (publié de 1995 à 2013 par les associations cantonales de Suisse orientale) et à le transformer en un magazine national en trois langues – le résultat actuel de cette mesure mise en œuvre depuis 2014 étant entre vos mains.

*La base des activités de communication est le concept de communication d'Aide et soins à domicile Suisse (avec ses annexes «Social Media» et «Procédure en cas de demandes des médias et dans les situations extraordinaires avec potentiel de crise»), disponible sur [www.aide-soins-domicile.ch](http://www.aide-soins-domicile.ch) dans le domaine réservé aux membres sous «documents spécifiques»/«Communication/RP».*



Dans la prise en charge des personnes atteintes de démence, de nombreux aspects doivent être pris en compte, ce à quoi veille aussi l'Aide et soins à domicile. Image: Getty Images

## La démence pose de nombreux défis à l'ASD

Dans le cadre de la stratégie nationale en matière de démence (SND), la démence est surtout abordée de manière théorique (voir Magazine ASD 3/2020). Mais à quoi ressemble le travail pratique de l'Aide et soins à domicile (ASD) face aux cas de démence? Comment la pandémie de COVID-19 a-t-elle affecté les personnes souffrant de démence et quelles sont les conséquences humaines du financement disparate des soins aux personnes atteintes de démence observées par l'ASD? Les expertes Barbara Hedinger, de l'organisation d'ASD de la Ville de Lucerne, et Sonja Santi, de celle de Knonaueramt (ZH), discutent de ces différentes questions.

**Magazine ASD: A cause de la pandémie de COVID-19, de nombreuses personnes âgées se sont retrouvées isolées de leurs proches. Cette période a dû être particulièrement stressante pour les clients de l'Aide et soins à domicile (ASD) souffrant de démence?**

**Barbara Hedinger (BHE):** L'ASD s'est soudain retrouvée face à beaucoup de clientes et clients atteints de démence devant vivre avec l'interruption des visites de leurs proches. Cela a été un grand fardeau pour nombre de personnes touchées. Pour permettre à ces clients de communiquer avec leurs enfants, petits-enfants ou frères et sœurs, l'ASD de la ville de Lucerne a installé sur toutes les tablettes une application de vidéoconférence. Nos employés ont ainsi tenté de

lutter contre l'isolement social de nos clients. Il est apparu que les personnes atteintes de démence acceptaient ce nouveau mode de communication. Par exemple, un homme âgé et son fils, inquiet, étaient très stressés à l'idée d'une longue séparation. Mais lorsque l'ASD les a aidés pour leur premier chat vidéo, ils se sont aussitôt détendus.

**Sonja Santi (SSA):** J'ai eu l'impression que certaines personnes souffrant de démence ont décliné pendant la pandémie. Pour les employés de l'ASD de Knonaueramt, il était difficilement supportable de voir à quel point elles perdaient leurs capacités à cause de l'isolement. Et maintenant, la question se pose de savoir si leurs capacités sont perdues à jamais. Le fait que nos collaborateurs ont commencé à por-

ter des masques de protection a aussi été très difficile pour de nombreux clients. Les personnes atteintes de démence sont tributaires de la lecture des visages. Pour elles, la communication non verbale est très importante, peut-être même davantage que la communication verbale. Cela est particulièrement vrai lorsque leur audition est déficiente.

**BHE:** De plus, à cause des masques, de nombreux clients atteints de démence pensaient que nos employés étaient malades, ce qui augmentait leur stress. Un autre motif d'inquiétude a été la fermeture de nombreuses structures d'aide. Premièrement, cela a constitué une charge pour beaucoup de proches aidants. Heureusement, les soins à domicile de la ville de Lucerne n'ont pas dû réduire leurs prestations et ont pu soulager les personnes concernées. Deuxièmement, je me demande avec inquiétude si les personnes souffrant de démence accepteront à nouveau de se rendre dans les centres de jour qui ont été fermés – ou s'il leur faudra repartir de zéro pour surmonter leurs craintes et leurs résistances.

**Voyons comment vos organisations gèrent les soins aux personnes atteintes de démence en temps normal [voir encadré]. Les experts soulignent que ce ne sont pas seulement les clientes et les clients qui importent, mais aussi la participation des proches et de l'ensemble du réseau de soins.**

**BHE:** Nous impliquons activement les proches s'ils le souhaitent. Aussi, grâce à sa fonction de coordination, l'ASD est un soutien pour les proches et les personnes concernées. Nous veillons à ce qu'un bon réseau de prise en charge se tisse et fonctionne en échangeant régulièrement des informations entre toutes les parties. L'ASD de la ville de Lucerne offre en outre des conseils aux proches, ce qui est important, car ceux-ci sont souvent à la merci d'un grand stress et menacent de tomber eux-mêmes malades.

**SSA:** Dans la collaboration avec les proches, le conseil est important. Cela signifie avant tout de parler, parler, parler. On observe parfois que les personnes souffrant de démence ont une attitude dominante à l'égard de leurs enfants. Nous indiquons alors clairement aux proches qu'en tant qu'adultes, ils ont le droit de défendre leurs propres besoins et opinions, même si l'un de leurs parents est malade. Concernant le réseau de prise en charge, il est important que l'ASD veille à ce que les interfaces fonctionnent afin que les proches n'aient pas à tout expliquer deux ou trois fois. Au contraire, ils doivent se sentir soutenus par un réseau fonctionnel tout au long de la maladie – et l'ASD peut fortement y contribuer.

**La stratégie nationale en matière de démence (SND) 2014–2019 ne traite pas seulement du rôle primordial de l'ASD dans la prise en charge des personnes souffrant de démence, mais aussi de son rôle majeur dans**



## «Nous formons tous nos employés à la détection précoce de la démence.»

Barbara Hedinger, ASD de la ville de Lucerne

**la détection précoce de la démence. Cependant, d'après les experts, les symptômes sont masqués et minimisés dans les premiers stades de la maladie. Que peut faire l'ASD quand ses suspicions tombent dans l'oreille d'un sourd?**

**SSA:** Il est important que tous les employés de l'ASD aient des connaissances de base actualisées sur la démence. Après tout, vous ne pouvez pas éviter d'entrer en contact avec la démence quand vous travaillez auprès de l'ASD. Faire face aux signes de démence est néanmoins un exercice délicat. Nos employés ne doivent pas mettre en danger la confiance établie entre l'ASD et le client en faisant pression sur ce dernier et en lui disant qu'il *doit* consulter un médecin pour effectuer des examens. Une possibilité est de faire part de nos observations aux proches sans en anticiper les conclusions – et sans prévoir une intervention auprès d'eux sans impliquer le client. Ici, il faut faire preuve d'une grande sensibilité pour maintenir l'équilibre entre les différents besoins.

**BHE:** Nous formons tous nos employés – y compris ceux de l'aide ménagère – à la détection précoce de la démence et à la manière de réagir à tout soupçon. Par exemple, une collaboratrice peut calmement demander à un client s'il a remarqué certains changements. Si le client ne veut pas répondre, l'employée ne doit pas s'enliser dans la problématique. A la place, elle peut gentiment s'en tenir au sujet.

**Cela nous amène à un sujet controversé en lien avec la démence: l'éthique [voir le Magazine ASD 6/2018]. Selon les experts en éthique, la volonté d'une personne atteinte de démence doit toujours être respectée,**



**«Il se peut qu'une personne atteinte de démence soit agressive envers un certain type de personnes.»**

Sonja Santi, ASD de Knonaeramt

**même si sa capacité de jugement est diminuée. Comment y parvenir?**

**BHE:** Supporter la résistance est aussi une question centrale pour les proches. Supposons qu'un fils n'accepte pas la volonté de son père malade de refuser de l'aide supplémentaire. Je vais parler au fils de la façon dont il peut apprendre à accepter ce refus au lieu de tomber dans le rôle de parent et de faire pression sur son père. En formant les proches, une constellation familiale difficile peut se détendre, ce qui est important pour travailler en douceur à une solution admissible pour toutes les parties concernées.

**SSA:** Nous prenons en charge diverses personnes qui bénéficient de différentes formes de curatelles; néanmoins, les clientes et les clients de l'ASD sont rarement soumis à une curatelle complète. Souvent, la capacité de jugement des personnes atteintes de démence est altérée dès le début de la maladie, notamment en ce qui concerne leurs finances, même si elles vivent généralement encore à domicile. Cependant, même si leur pouvoir de prendre des décisions est confié à un curateur par l'Autorité de protection de l'enfant et de l'adulte (APEA), leur volonté et leurs besoins doivent être pris en compte dans chaque décision. C'est la seule manière de garantir que leur droit à l'autonomie est préservé.

**L'entrée dans un établissement médico-social (EMS) peut être particulièrement difficile pour les proches ainsi que pour les personnes concernées. L'ASD peut pourtant considérer cette étape comme nécessaire,**

**notamment parce que les proches sont accablés par l'agressivité de la personne atteinte de démence.**

**SSA:** Cela représente toujours un énorme défi. Une infirmière ne peut pas ordonner à une personne atteinte de démence d'entrer à l'EMS. Cependant, elle peut calmement lui expliquer que sa famille est dépassée par sa prise en charge. Et elle peut lui dire que l'ASD pourrait un jour être obligée, en raison de son devoir de surveillance, d'en informer des tierces personnes. C'est le cas par exemple quand le degré de négligence envers un client ou le degré de danger pour lui-même ou ses proches est si élevé que l'APEA doit considérer un placement à des fins d'assistance. Mentionner cette mesure coercitive peut compliquer la relation de confiance établie entre l'ASD et le client – ce qui n'est pas toujours évitable. Ainsi, à chaque fois que c'est possible, nous travaillons patiemment pour nous assurer que toutes les parties concernées comprennent que quelque chose doit changer.

**BHE:** L'ASD a le droit de dire à une personne atteinte de démence que ses proches ne peuvent pas continuer ainsi. On observe également souvent une grande ambivalence chez les proches: ils n'ont plus de force, mais veulent continuer. Je me souviens d'un client atteint de démence qui avait développé le fantasme que sa femme avait une liaison avec un jeune homme. Il n'arrêtait pas de la harceler et la réveillait même la nuit en la secouant avec des accusations. Bien que la femme allait très mal, la conviction qu'un EMS était la bonne solution a mis très longtemps à mûrir en elle. Grâce aux dons, l'ASD de la ville de Lucerne est en mesure d'accompagner de près les cas difficiles lors de leur entrée en EMS et de faciliter ainsi la situation des clients et des proches. Par exemple, nos employés emmènent le client à l'EMS afin que celui-ci ne voit pas ses proches comme les «méchants».

**Le comportement parfois agressif de clients atteints de démence n'affecte pas seulement les proches.**

**Selon des études, les employés de l'ASD n'y sont pas non plus immunisés. Comment faut-il agir?**

**BHE:** C'est vrai. La plupart du temps, travailler avec des personnes atteintes de démence est un travail passionnant et agréable, mais la démence peut également conduire à de l'agressivité ou à des agressions sexuelles contre le personnel soignant. Dans les cours de désescalade de la violence, nos employés apprennent à ne pas se laisser agresser par des personnes souffrant de démence. Si cela arrive malgré tout, nous mettons en garde le client. Si rien ne change, nous devons protéger nos employés et nous séparer du cas. C'est un dilemme pour l'ASD, car nous prenons notre devoir de prise en charge très au sérieux et nous ne voulons pas que le client ou les autres parties concernées souffrent du manque de prise en charge qui en résulte. Heureusement, de tels cas sont extrêmement rares; généralement, nous parvenons à détendre la situation. Les équipes continuent que l'ASD de la ville de Lucerne a mises en place dans le domaine

de la démence sont particulièrement efficaces à cet égard [voir encadré]. Ces équipes connaissent bien les clients et savent donc comment prévenir les agressions.

**SSA:** Les comportements agressifs résultent souvent de situations dans lesquelles les personnes atteintes de démence se sentent sous pression, comme lors de l'administration de médicaments. Il se peut aussi qu'une personne atteinte de démence soit agressive envers un certain type de personnes, les gens blonds ou les hommes, par exemple. Dans ce cas, nous constituons si possible une petite équipe qui sera responsable des soins du client et ne comprendra aucun employé correspondant au type en question. Actuellement, nous introduisons dans notre entreprise un système de gestion des menaces qui définit une approche coordonnée en cas d'événements critiques dans les situations de soins.

**Madame Hedinger, en 2017, vous avez dit à la «Neue Zürcher Zeitung» qu'il arrive encore que des personnes souffrant de démence soient enfermées, attaquées ou maltraitées par leurs proches. Votre organisation a-t-elle déjà dû signaler de tels cas à l'APEA? A quel moment l'ASD doit-elle recourir à cette mesure?**

**SSA:** La violence domestique exercée par les proches aidants est un sujet tabou et l'ASD peut jouer un rôle important dans la lutte contre ce phénomène. L'ASD doit agir quand elle détecte des signes de violence. Tous les employés doivent être formés à reconnaître ces signes et à gérer de telles situations. L'ASD pourra alors apporter un soutien adéquat aux personnes touchées et à leurs familles et trouver des solutions individuelles aux situations tendues.

**BHE:** Les proches se comportent souvent de manière agressive envers les personnes souffrant de démence parce qu'ils sont dépassés. Et ils les enferment parce qu'ils doivent travailler et ne peuvent pas faire appel à un soignant extérieur. Si l'ASD ne peut pas désamorcer la situation, elle doit solliciter l'APEA. En préparant cet entretien, j'ai remarqué que nous n'avons connu aucun cas grave au cours des trois dernières années. J'ose espérer que c'est aussi grâce à la ville de Lucerne et à son modèle de continuité des soins, lequel veille à établir une grande confiance entre nos employés, les personnes atteintes de démence et leurs familles. Dans les cas critiques, il est aussi important que le réseau existant fonctionne particulièrement bien et que la gestion d'un cas difficile ne soit pas confiée uniquement à l'APEA. J'ai déjà vu par le passé huit prestataires de services se réunir à l'invitation de l'APEA et s'entendre sur des mesures qui ont permis de réaliser le vœu du client de ne pas entrer dans un EMS.

**Les directives éthiques de l'Académie suisse des sciences médicales (ASSM) stipulent que les personnes malades ont le «droit de ne pas savoir», si cela améliore leur qualité de vie. Qu'est-ce que cela signifie pour les personnes atteintes de démence? Faut-il**

**ne pas rectifier leurs propos, par exemple, quand elles prennent l'infirmière pour leur fille?**

**BHE:** Le plus important, c'est que le professionnel des soins puisse relâcher la tension qui fait que la réalité entre en collision avec l'univers de la personne atteinte de démence. L'humour est utile à cet égard. Par exemple, une cliente insistait sur le fait qu'elle avait besoin d'aller en urgence dans un centre de gymnastique prénatale. Je lui ai donc rappelé qu'elle avait 92 ans, et qu'à cet âge-là, pour l'amour du ciel, on ne veut pas avoir à s'occuper d'un bébé! Elle a consenti un sourire, et la gymnastique prénatale a été oubliée. Je pense qu'il est nécessaire d'un point de vue éthique de respecter l'univers des personnes atteintes de démence, sans l'encourager ni même en tirer profit. Par exemple, si une femme atteinte de démence prend l'infirmière pour sa fille, celle-ci ne doit pas dire: «Viens maman, on va faire des courses», juste pour que la cliente la suive sans discuter.

**SSA:** En revanche, je peux lui dire que c'est une femme merveilleuse et que je serais enchantée si elle était ma mère. Cela peut créer une bonne atmosphère sans pour autant brusquer et surcharger la personne concernée.

**Les éthiciens se penchent sur l'emploi éventuel d'aides techniques dans le cadre des soins aux personnes souffrant de démence. La technologie doit être utilisée d'une manière acceptable socialement et ne devrait jamais remplacer le contact humain, estime à ce sujet le spécialiste des sciences sociales Carlo Knöpfel (Magazine ASD 3/2020). Existe-t-il une technologie dont vous préconisez l'utilisation accrue dans les soins aux personnes atteintes de démence?**

**BHE:** Nous sommes favorables à la technologie lorsqu'elle augmente la sécurité et la qualité de vie de nos clients. Les personnes atteintes de démence peuvent par exemple se déplacer librement grâce à des montres munies de traceurs GPS et les cuisinières équipées de détecteurs de débordement les empêchent de se mettre en danger en préparant à manger. De plus en plus de proches installent une caméra afin de pouvoir vérifier en tous temps que la personne atteinte de démence va bien. Je considère qu'il s'agit d'une aide possible pour que celle-ci puisse rester chez elle. Cependant, il est important que personne ne soit surveillé: autant le client que nos employés ont le droit de couvrir la caméra.

**SSA:** En matière de communication, les aides techniques sont aussi intéressantes. Il existe des applications qui permettent une communication rapide et simple entre tous les acteurs du réseau. L'ASD ne doit pas hésiter à utiliser des aides techniques dans le cadre des soins aux personnes atteintes de démence. Au contraire, elle doit apprendre à les tester et bien les utiliser au profit de tous les bénéficiaires. Il serait souhaitable que l'ASD puisse se mettre d'accord sur quelques dispositifs de ce type partout en Suisse afin de rester efficace.

**D'ici 2040, le nombre de personnes atteintes de démence en Suisse devrait doubler pour dépasser les 300 000. La SND a déjà permis d'améliorer considérablement la prise en charge de ces personnes. Seule la question du financement n'a pas pu être clarifiée [voir le Magazine ASD 3/2020] – plus spécifiquement, les prestations de soutien aux personnes souffrant de démence ne sont que partiellement prises en charge par les caisses-maladie et les responsables du financement résiduel. Expérimentez-vous cela au quotidien?**

**BHE:** Oui, malheureusement. Les caisses-maladie font une distinction artificielle entre soins et soutien et refusent souvent de financer les prestations de soutien. Pendant des années, la plus grande pomme de la discorde concernait l'alimentation. Certaines caisses-maladie ne veulent pas payer pour que l'ASD prépare le repas des personnes souffrant de démence ou les guide pour qu'elles mangent. Par exemple, l'ASD prépare un plat cuisiné pour un client car il oublie de manger et ne mange que lorsqu'il voit une assiette devant lui. Certaines assurances acceptent de considérer cela comme de l'assistance individuelle et paient 10 minutes par repas pour de tels services. D'autres, en revanche, refusent de financer ces prestations, car elles ne prennent en compte que la description de l'action et jugent par conséquent qu'il s'agit d'une tâche relevant de l'aide ménagère qui, selon la loi, doit être payée par le client. Mais cette prestation de soutien est directement liée à la démence et constitue donc une nécessité en matière de soins. Il est incompréhensible que certaines caisses-maladie aient si peu confiance dans l'expertise et l'efficacité de l'ASD, surtout quand il s'agit de l'alimentation des personnes atteintes de démence. Il est urgent que quelque chose change à ce sujet.

**SSA:** Quand une infirmière de l'ASD répète plusieurs fois «bon appétit» à un client pour qu'il prenne une fourchette pleine de nourriture, il s'agit d'une contribution importante à son indépendance. Un arrêt du Tribunal fédéral précise que l'aide apportée aux clients en matière d'alimentation doit être clairement classée parmi les mesures qui permettent à l'assuré de continuer à vivre dans son propre logement. Il ne s'agit pas d'une aide matérielle, mais d'une aide personnelle pour faire face à la vie quotidienne, qui doit être financée par les assurances. Mais bien que nous nous référions à cet arrêt, certaines caisses-maladie nous font mordre la poussière et les coûts sont répercutés sur le client. Cela m'agace que la séparation artificielle entre les soins et le soutien conduise à ce que les soins nécessaires aux personnes souffrant de démence deviennent une question d'argent.

**Comme déjà évoqué, l'ASD accompagne également les proches des personnes atteintes de démence. Y a-t-il là aussi des problèmes de financement?**

**BHE:** Les caisses-maladie comprennent généralement combien il est important de conseiller les proches. Cependant,

tous nos services dans ce domaine ne peuvent pas être facturés. Pour les proches surchargés, nous établissons parfois une sélection d'offres pour un lit de vacances, ce que les caisses-maladie ne considèrent pas comme de la coordination. En raison du manque de financement pour de telles prestations de soutien, de nombreux fonds de soutien dont l'ASD peut bénéficier ont heureusement été créés.

**SSA:** Les dons permettent généralement de financer plus rapidement et plus facilement les prestations de soutien. Nous nous en réjouissons car il arrive que les caisses-maladie refusent de payer des services destinés aux proches, parce qu'elles les classent dans la catégorie accompagnement/soutien et non dans la catégorie conseil et ne veulent donc pas les financer. Cependant, de tels problèmes – contrairement à ceux liés à l'alimentation – sont plutôt rares.

**Afin d'améliorer le financement de la prise en charge des personnes atteintes de démence, les associations faitières des soins ambulatoires et des EMS ont récemment élaboré une proposition sur la manière dont les prestations de soins spécifiques à la démence pourraient être incluses dans l'Ordonnance sur les prestations de l'assurance des soins (OPAS). Espérez-vous que cela conduise à une amélioration?**

**SSA:** Nous avons déjà élaboré un catalogue de prestations très complet dans l'OPAS. Si nous continuons à ajouter un nombre grandissant de différenciations, la principale conséquence sera que la documentation en matière de soins deviendra encore plus compliquée.

**BHE:** Il serait préférable d'introduire un système qui facilite globalement le financement des soins aux personnes atteintes de démence. Si je pouvais choisir, j'opterais pour un montant forfaitaire: les experts détermineraient combien de temps l'ASD aurait à disposition pour chaque niveau de démence. La manière dont les heures et les minutes accordées seraient effectivement utilisées pourrait être définie par l'ASD, de concert avec les clients et leurs proches.

**SSA:** Grâce à un montant forfaitaire, l'ASD pourrait se concentrer sur la prise en charge des personnes atteintes de démence au lieu de constamment «minuter» et justifier ses interventions. Le financement des soins aux personnes atteintes de démence dépend de la documentation précise de nos prestations et le travail administratif est devenu énorme pour l'ASD et les caisses-maladie. Une simplification du système serait un soulagement pour toutes les parties.

**BHE:** Toutefois, au vu de l'évolution démographique, il ne sera probablement pas possible à l'avenir pour les responsables du financement des soins de payer l'ensemble des prestations de soutien. C'est pourquoi il est également important que de nombreux bénévoles s'engagent pour les personnes atteintes de démence. L'ASD de la ville de Lucerne a donc elle-même mis sur pied un tel groupe de bénévoles.

**Afin de créer un terrain propice à un tel engagement, la SND s'efforce de sensibiliser la société à cette question, car la démence reste un sujet tabou. Comment l'ASD peut-elle agir contre une réticence largement répandue: la peur du contact?**

**BHE:** La peur du contact résulte aussi de l'impatience qui règne dans notre société, car les personnes souffrant de démence ont besoin de beaucoup de temps et de patience. Afin d'améliorer la compréhension vis-à-vis des personnes touchées, nous devons continuer à éduquer et fournir un grand nombre d'informations. Par exemple, l'ASD peut participer à des manifestations qui permettent à la population d'échanger avec les personnes concernées. En 2019, un événement public axé autour du chant a eu lieu à Lucerne auquel ont participé des personnes atteintes de démence. De nombreuses personnes en bonne santé ont été étonnées de constater que des personnes souffrant de démence ne pouvant plus bien parler puissent merveilleusement chanter. De telles occasions font tomber les barrières – mais nous ne parviendrons jamais à ce que la maladie n'effraie plus. Tout le monde craint la perte progressive de ses capacités cérébrales ou de celle de ses proches.

**SSA:** La démence nous fait prendre conscience de notre finitude. Beaucoup de gens ne peuvent pas le supporter. Toutefois, afin d'améliorer l'intégration des personnes concernées, le secteur public est également appelé à apporter son aide: par exemple, une commune peut aspirer au label «Commune amie de la démence» et, dans ce contexte, sensibiliser l'ensemble de ses habitantes et habitants à cette question.

**Pour finir, revenons à la pandémie de COVID-19. Les experts estiment qu'une crise est aussi une opportunité [voir l'interview p. 12]. Que peut apprendre la Suisse des expériences de ces derniers mois en matière de soins aux personnes atteintes de démence?**

**SSA:** L'un des aspects positifs de la crise a été la collaboration extrêmement bonne entre les différentes organisations de santé, ici, dans le Knonaueramt. J'espère que cela favorisera la sensibilisation aux soins intégrés. En ce qui concerne les personnes atteintes de démence, il y a beaucoup de choses qui peuvent être mieux faites lors d'une éventuelle prochaine pandémie. Par exemple, nous devrions réfléchir à la manière dont nous pouvons prévenir à l'avenir l'isolement des personnes atteintes de démence, notamment par des mesures d'hygiène strictes. J'espère que notre société tirera les leçons de la crise du COVID-19 sur le long terme.

**BHE:** A Lucerne, nous avons pu mettre en place ces dernières années des services perméables destinés aux personnes atteintes de démence: quand un proche est débordé, une personne atteinte de démence peut être installée dans un foyer dans l'heure qui suit et y rester jusqu'à ce que toutes les personnes concernées aient trouvé une bonne solution de suivi. A l'heure du COVID-19, cette perméabilité a cependant été complètement supprimée. Et ce, malgré le fait que le nombre

de proches surmenés a littéralement explosé en raison de la fermeture des structures d'aide. A l'avenir, des mesures aussi radicales devraient être évitées. Par exemple, lors de la prochaine situation extraordinaire, il faudrait que les accueils de jour et les admissions en foyer restent une possibilité pour les personnes atteintes de démence. J'espère aussi vivement que nous tirerons les leçons de cette pandémie, car trop de proches aidants ont été mis dans une situation précaire et trop de personnes atteintes de démence ont souffert d'isolement forcé.

Interview: Kathrin Morf

## A propos des interviewées et des soins liés à la démence dans leurs organisations

**Sonja Santi; ASD de Knonaueramt:** Sonja Santi est infirmière diplômée spécialisée en psychiatrie, titulaire d'un MBA en Care Management et d'un CAS en Forensic Nursing. Elle travaille au sein de l'organisation d'ASD de Knonaueramt (ZH) comme Care Manager et est membre de l'équipe qualité depuis août 2018. Les quelque 160 employés de l'organisation ont tous des connaissances actualisées sur la démence et prennent collectivement en charge les clients atteints de démence. L'organisation compte également dans ses rangs un expert en matière de démence qui conseille les employés et les antennes face aux cas complexes. En tant que Care Manager, Sonja Santi est appelée à traiter des questions financières complexes liées à la démence. A l'avenir, l'ASD de Knonaueramt a l'intention de se concentrer sur les équipes continues: une telle équipe est en train d'être mise en place dans une première antenne. Elle s'occupera exclusivement des clients atteints de démence. [www.spitexka.ch](http://www.spitexka.ch).

**Barbara Hedinger; ASD de la ville de Lucerne:** Barbara Hedinger est experte en soins avec une formation postdiplôme de clinicienne de niveau II. Elle est membre de la direction de l'organisation d'ASD de la ville de Lucerne depuis 13 ans, où elle est notamment responsable du service spécialisé dans la démence. Elle est titulaire d'un DAS en Coaching ainsi qu'en Démence et Mode de vie et dirige nombre de cours et réunions à l'interne et à l'externe sur le thème de la démence. Au sein de l'organisation d'ASD de la ville de Lucerne, les quelque 350 employés ont tous reçu une formation de base sur la démence. Selon Barbara Hedinger, une formation supérieure est particulièrement importante dans le domaine de l'évaluation. Depuis cinq ans, l'ASD lucernoise s'appuie également sur des équipes continues: les personnes atteintes de démence sont prises en charge par une équipe permanente composée de deux professionnels des soins diplômés et de deux assistantes en soins et santé communautaires (ASSC). En cas d'interventions de nuit, une deuxième équipe prend le relais. Les experts en démence prodiguent également des conseils à tous les autres employés, notamment en matière de détection précoce de la démence. Selon Barbara Hedinger, le système de continuité a fait ses preuves car les employés et les clients atteints de démence se voient avec une grande régularité, ce qui favorise la compréhension et la confiance mutuelles. [www.spitex-luzern.ch](http://www.spitex-luzern.ch).

## 5 questions à Daniel Koch

### «La contribution des soins à domicile lors de la crise a été énorme»

**Daniel Koch alias «Monsieur Corona» répond à nos «5 questions». Agé de 65 ans, l'expert en maladies transmissibles évoque sa vie après son passage sous les projecteurs, son principal défaut et tient à remercier une employée de l'Aide et soins à domicile (ASD).**

**Magazine ASD:** Daniel Koch, ces derniers mois vous avez incarné, dans une certaine mesure, le visage de la crise du coronavirus en Suisse en étant presque chaque jour sous les projecteurs pour l'Office fédéral de la santé publique (OFSP). Tout un chacun pouvait vous reconnaître dans la rue; des chansons et des statues vous ont même été dédiées. Fin mai, vous avez finalement pris votre retraite. Comment avez-vous vécu cette transition entre les semaines probablement les plus turbulentes de votre carrière et la vie de retraité?

**Daniel Koch:** Je travaille maintenant à la maison et plus pour l'OFSP, mais globalement, mon quotidien n'a pas beaucoup changé. Je suis toujours très occupé à répondre à toutes sortes de questions, même si les sujets touchent désormais plus à ma personne qu'à ma profession. Beaucoup de gens continuent à me reconnaître dans la rue, ce à quoi il a fallu s'habituer: au début, je réfléchissais à deux fois avant de sortir en public. Depuis, j'ai appris à gérer le feu des projecteurs voire même à en bénéficier. Les médias m'ont toujours traité de manière juste et les Suisses sont extrêmement gentils avec moi et me remercient souvent pour mon travail. J'ai reçu un grand nombre de belles lettres et d'e-mails – je suis malheureusement loin d'avoir répondu à tous, mais j'espère y parvenir un jour. Le thème du COVID-19 ne m'a pas non plus quitté. D'une part, je m'occupe de mandats de conseil et je suis invité à donner des conférences à ce sujet. D'autre part, il m'importe de continuer à utiliser des canaux tels que les réseaux sociaux pour veiller au respect des mesures du gouvernement. Les Suisses ne doivent pas

croire trop tôt que la crise est finie. La pandémie n'est pas encore terminée: lorsque les maladies respiratoires se propageront à nouveau dès l'automne, la situation redeviendra plus difficile. Nous devons nous y préparer dès maintenant en respectant systématiquement les mesures et en réduisant le nombre de contaminations. En résumé, même à la retraite, j'ai encore beaucoup à faire. Et ce n'est pas plus mal, car beaucoup de mes plans initiaux ont été annulés à cause de la pandémie. Par exemple, je voulais pratiquer davantage de sports canins et participer à des événements internationaux de canicross, qui n'ont pas lieu actuellement. Face au battage médiatique, je n'aurais de toute façon probablement pas eu le temps de le faire. Et je dois admettre que mon entraînement a souffert en raison de la charge de travail de ces derniers mois. Je ne suis définitivement pas assez en forme pour les compétitions internationales.

**Vous êtes connu en tant que chef de la division Maladies transmissibles de l'OFSP. Mais vous avez aussi travaillé comme médecin ou pour le CICR (voir «Biographie express»). Plus jeune, ce genre de poste était-il votre objectif ou une autre profession vous faisait-elle (ou vous fait encore) rêver?**

C'est une question difficile. Après tout, c'était il y a longtemps [rires]. Je viens d'une famille de médecins, il n'est donc pas surprenant que j'aie suivi la même voie. Mais je n'ai pas toujours rêvé de devenir médecin. C'est à la fin de mes études gymnasiales, dans un délai relativement court, que j'ai décidé de tenter des études de médecine. J'ai toujours dit que si je ne réussissais pas, je deviendrais chauffeur de camion, car j'ai toujours aimé ce métier. Aujourd'hui, je veux simplement profiter de ma retraite, et surtout, avoir à nouveau assez de temps pour les sports canins. Je ne cherche donc pas à poursuivre ma carrière, même si j'ai récemment œuvré comme écrivain: en août, un livre sera publié sous le titre original «Daniel Koch: Stärke in der Krise». Heureuse-



Daniel Koch. Photo: OFSP

ment, je n'ai pas dû l'écrire seul: mon co-auteur Ruedi Grüning en a écrit la majeure partie. Je ne me suis occupé que de quelques chapitres.

**Les médias et la population se sont toujours intéressés à «l'homme derrière l'expert en pandémie». Accepteriez-vous de nous révéler un défaut et un talent dont le public n'a guère eu connaissance jusqu'à présent?**

Malheureusement, je ne peux signaler qu'un seul défaut: je ne suis pas doué en éducation. Mes filles sont néanmoins très bien élevées, mais pas grâce à moi, grâce à mon ex-femme. Ce défaut se retrouve malheureusement aussi chez mes chiens, mal dressés. Pour une bonne éducation, je ne suis probablement pas assez cohérent. Malgré maintes cogitations, aucun talent particulier ne me vient à l'esprit. A 65 ans, j'ai encore un corps sain, ce qui me rend très heureux, car je peux faire beaucoup de sport. Mais c'est probablement dû davantage à la chance qu'à du talent.

**Une personne célèbre peut aussi être fan. Quelle personnalité aimeriez-vous rencontrer?**

Il m'a fallu réfléchir à ma réponse avec soin. Je choisirais le psychiatre et aventurier suisse Bertrand Piccard. J'ai vu un reportage sur lui récemment et je l'ai trouvé fascinant. J'aime tout ce qu'il a accompli; mais surtout, son caractère, son attitude face à la vie et sa vision du monde m'impressionnent terriblement.

**Une dernière question s'impose: quelle est votre expérience personnelle avec l'ASD, soit en tant que «Monsieur Corona», soit dans votre vie privée?**

J'ai bien entendu eu affaire aux soins à domicile, en premier lieu, dans le cadre de la

pandémie de COVID-19. Le conseiller fédéral Alain Berset m'a notamment emmené en visite auprès des soins à domicile de la région de Köniz. J'ai été impressionné par le grand engagement de l'Aide et soins à domicile durant la pandémie et par sa grande proximité avec toutes les personnes qui avaient besoin d'être particulièrement protégées pendant la crise. J'ai aussi été impressionné par les défis auxquels elle a été confrontée et la manière dont elle les a maîtrisés malgré toutes les difficultés rencontrées. Les soins à domicile ont certainement apporté et continuent d'apporter une énorme contribution à la capacité de la Suisse à surmonter cette crise. La deuxième expérience que j'ai eu avec l'Aide et soins à domicile est personnelle: une employée m'a reconnu à mon ancien domicile – j'ai récemment déménagé – ce qui n'est pas trop difficile vu mon apparence [rires]. Elle m'a ensuite préparé un gâteau pour me remercier de mon travail et l'a déposé devant ma porte. Malheureusement, elle n'a pas laissé d'adresse, c'est pourquoi je n'ai jamais pu la remercier pour ce merveilleux cadeau. J'espère pouvoir lui transmettre mes remerciements par le biais du Magazine ASD.

Interview: Kathrin Morf

## Biographie express

Né en 1955, Daniel Koch a étudié la médecine à l'Université de Berne. Il a ensuite travaillé plusieurs années comme médecin assistant. Dès 1988, il a rejoint le Comité international de la Croix-Rouge (CICR), notamment en tant que coordinateur médical dans des zones de conflit, dont la Sierra Leone pendant la guerre civile. En 1996, il a complété sa formation aux Etats-Unis par une maîtrise en santé publique (MPH). En 2002, il a rejoint l'Office fédéral de la santé publique (OFSP), où il est devenu chef de la division Maladies transmissibles en 2008 – et s'est retrouvé à ce titre sous le feu de l'actualité durant des mois lors de la pandémie de COVID-19. Fin mai, le Bernois a pris sa retraite avec quelques semaines de retard. A 65 ans, il a deux filles désormais adultes et œuvre pour la protection des animaux. Il a aussi deux chiens et pratique, pendant son temps libre, le canicross: une course à pied lors de laquelle l'athlète est relié à un chien par un harnais flexible. Un livre sur son parcours intitulé «Daniel Koch: Stärke in der Krise» paraîtra fin août aux éditions WERD & WEBER; elle peut être pré-commandée sur [www.weberverlag.ch](http://www.weberverlag.ch).

publicare



## Enthousiasmer les clients par l'excellence du service.

Publicare est le plus grand fournisseur de dispositifs médicaux et prestataire de services afférents de Suisse dans les domaines de l'incontinence, des appareillages de stomie et de trachéotomie ainsi que du soin des plaies.

- Livraison gratuite, rapide et discrète
- Conseil personnalisé
- Facturation directe au payeur

Visitez notre boutique en ligne!  
[www.publicare.ch](http://www.publicare.ch)

**Publicare AG**  
Vorderi Böde 9  
5452 Oberrohrdorf  
Téléphone 056 484 15 00

# La vie directement dans l'oreille: les appareils auditifs, des outils de communication importants

Par voie numérique, sans fil, de manière directe: aujourd'hui, les appareils auditifs modernes se connectent très facilement au smartphone via Bluetooth. Guy Schleiniger, le directeur commercial de Neuroth, explique à quel point les appareils auditifs ont évolué, et quelles possibilités ils offrent ainsi pour la communication dans la vie quotidienne.

Que j'écoute la radio, que je savoure ma musique préférée ou que je bavarde avec ma famille et mes amis, je ne peux jouir pleinement des belles sonorités du quotidien que si j'entends bien. Parce qu'entendre crée des liens. Et parce qu'entendre est la base de la communication quotidienne et de l'interaction sociale. Une bonne ouïe est un cadeau – mais un cadeau qui ne va pas de soi. Selon les estimations, environ un Suisse sur six est atteint d'une perte auditive permanente. Il est donc très important de pallier à temps une déficience auditive – avec les appareils adéquats.

La perte auditive reste cependant encore chargée de nombreux préjugés. La honte de porter des appareils auditifs est souvent encore bien présente – même si elle est injustifiée. Car la «banane» derrière l'oreille, c'est du passé depuis longtemps: au cours des dernières décennies, les appareils auditifs sont devenus de minuscules appareils high-tech proposant constamment de nouvelles et multiples fonctionnalités. Les appareils auditifs numériques sont depuis longtemps

la norme. La connexion sans fil, c'est déjà le présent.

## Les appareils auditifs: tout petits, encore plus petits

«Les appareils modernes s'adaptent de façon entièrement automatique à l'environnement sonore en quelques millisecondes – que l'on converse lors d'une promenade par grand vent ou que l'on se régale du plaisir d'écouter de la musique», explique Guy Schleiniger, le directeur commercial de l'entreprise d'audioprothèse Neuroth. C'est possible grâce à une puce microscopique qui effectue plus d'1,2 milliards d'opérations de calcul par seconde.

Les systèmes auditifs ont également beaucoup évolué sur le plan de la taille. Ainsi, au fil du temps, ils sont devenus de plus en plus petits – et donc toujours plus discrets. «Quelqu'un qui ne sait pas que son interlocuteur personne porte un appareil auditif n'y songerait même pas», commente l'expert en audioprothèse. Et ces fidèles aides du quotidien sont d'un maniement particulièrement facile. De plus, grâce à la nouvelle technologie de la batterie rechargeable, il n'est plus nécessaire de changer les piles, ce qui augmente encore le confort de port.

## Une connexion sans fil

Par ailleurs, Bluetooth permet de connecter les appareils auditifs modernes à son propre



**Les appareils auditifs d'aujourd'hui: la technologie de pointe en format miniature.**

Source: Neuroth

smartphone en toute facilité – une technologie qui offre déjà à tout utilisateur d'appareils auditifs d'innombrables possibilités: ainsi, on peut déjà régler un grand nombre d'appareils auditifs en tout confort via son smartphone au moyen d'applications spéciales. «Avec ses appareils auditifs, on peut non seulement téléphoner de manière très agréable, mais par exemple aussi écouter de la musique. Le son est transmis directement dans les oreilles en qualité stéréo», explique Guy Schleiniger.

Les appareils high-tech les plus modernes du marché peuvent de surcroît se connecter aussi à des systèmes de navigation pour automobile ou à des appareils ménagers. Ainsi, si la machine à lessiver a fini son travail, on reçoit un signal acoustique dans l'oreille. «Aujourd'hui, l'appareil auditif est bien plus qu'une simple aide auditive. Il devient de plus en plus une solution de communication complète», dit Guy Schleiniger.



**Un coup d'œil vers le passé: les appareils auditifs d'autrefois.** Source: Neuroth

## Neuroth: la compétence en matière d'audition depuis 1907.

68 × en Suisse et au Liechtenstein  
Numéro d'appel: 00800 8001 8001  
[www.neuroth.com](http://www.neuroth.com)

**NEUROTH**  
ENTENDRE MIEUX • VIVRE MIEUX

## Sudoku

|   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| a |   | 8 |   | 5 |   | 7 | 9 |   |
| 9 | 4 |   | 3 |   |   | 2 | 6 | 5 |
|   | 1 |   |   | 6 | b | 8 | 4 |   |
| 6 |   |   |   | 2 | 4 |   | 7 | 8 |
|   | 5 |   |   | 8 | 9 |   | 3 | 4 |
| 8 | 7 | 4 | 6 | 3 | 1 | c | 2 |   |
| 4 |   |   | 1 |   | 5 |   |   |   |
| 1 |   | 3 | d | 9 |   | 4 |   | 7 |
| 7 | 8 |   |   |   | 3 | 9 |   |   |

Envoyez-nous la solution  
par e-mail:

Magazine ASD, Concours  
Effingerstrasse 33, 3008 Berne  
concours@magazineasd.ch

Délai pour les envois:  
14 octobre 2020

Peuvent participer tous les lecteurs du Magazine ASD, à l'exception des employés de l'Aide et soins à domicile Suisse et leurs familles. Les gagnants qui auront été tirés au sort seront informés. Aucune correspondance ne sera échangée à ce sujet. La voie judiciaire est exclue.

## Impressum

### Editeur

Aide et soins à domicile Suisse  
Effingerstrasse 33, 3008 Berne  
Tél. +41 31 381 22 81  
admin@spitex.ch, www.spitex.ch

### Rédaction

Magazine Aide et Soins à Domicile, Effingerstrasse  
33, 3008 Berne; Tél. +41 31 370 17 59,  
redaction@magazineasd.ch; www.magazineasd.ch  
ISSN 2296-6994

### Parution

6 x par an en print et en version numérique

### Délai pour les annonces

22 septembre 2020 (édition 5/2020)

### Tirage total 6500 exemplaires

1900 exemplaires en français  
4200 exemplaires en allemand  
400 exemplaires en italien (supplément)

### Abonnements

Service abonnements Magazine ASD  
Industriestrasse 37, 3178 Bösingen  
Tél. 031 740 97 87, abo@spitexmagazin.ch

### Rédaction

Kathrin Morf, responsable de la rédaction (KM),  
Flora Guéry (FG), Madeline Monney (MM), Anne-  
marie Fischer (FI), Christa Lanzicher (CL), Stefano  
Motta (SM), Nicole Herrmann (NH)

### Ont collaboré à ce numéro

Patrick Oberholzer (illustrations), Beatrix  
Bächtold, Francesca Heiniger

### Corrections

Ilse-Helen Rimoldi

### Traductions

Maya Jurt, Flora Guéry, Francesca Heiniger

### Annonces

Stutz Medien AG  
Christine Thaddey, Directrice de la maison d'édition  
Einsiedlerstrasse 29, 8820 Wädenswil  
Tél. +41 44 783 99 11, Mobile +41 79 653 54 83  
christine.thaddey@stutz-medien.ch  
www.stutz-medien.ch

### Conception visuelle / Mise en page

Pomcanys Marketing AG, Zurich  
www.pomcanys.ch

### Impression

Stutz Medien AG, Wädenswil  
www.stutz-medien.ch

### imprimé en

**suisse**

Les partenaires premium d'Aide et soins à  
domicile Suisse

Cosanum, le logisticien au service de la santé pour  
l'aide et les soins à domicile

Neuroth, le partenaire de l'Aide et soins à domicile  
pour les protections et appareils auditifs

L'utilisation et la reproduction des articles  
sont soumis à une autorisation de la rédaction.

Gagnez une carte cadeau des pharmacies Medbase d'une valeur de CHF 50.-, échangeable dans une pharmacie Medbase de votre choix. Vous avez des questions sur votre santé et votre bien-être? Nous serons heureux de vous conseiller. Les pharmacies Medbase sont vos points de contact pour vos questions de santé. Vous pouvez trouver tous les emplacements des pharmacies Medbase à l'adresse suivante: [www.pharmacies-medbase.ch](http://www.pharmacies-medbase.ch).

Jouez et envoyez-nous la solution!  
**4 x bon cadeau d'une valeur  
de CHF 50.-**

offerts par  
les pharmacies Medbase

Carte cadeau

## A voir

### Trois retraités en quête d'une nouvelle vie



**Red.** Il n'est jamais trop tard pour changer totalement de vie. Tel est le message du film italien «Citoyens du monde» («Cittadini del Mondo» en VO) qui, après un report dû au COVID-19, sortira dans les salles obscures suisses le 27 août. L'œuvre du réalisateur Gianni Di Gregorio raconte l'histoire de trois retraités romains, souffrant de différentes manières, qui décident d'abandonner leur quartier et leur ancienne vie afin de s'installer à l'étranger, où ils espèrent que l'herbe sera plus verte. Reste à savoir où déménager. Il s'agit du point de départ de nombreuses autres interrogations auxquelles le trio devra répondre au cours de ce film tragicomique.



## BECAUSE NUTRITION MATTERS. resource®

### RESOURCE® ULTRA

Supplément nutritif oral hautement concentré, qualité protéique optimale, disponible en 5 saveurs

### RESOURCE® 2.0 (FIBRE)

Supplément nutritif oral riche en énergie, contenant des fibres alimentaires, disponible en 9 saveurs



Recevez  
**MAINTENANT**  
vos échantillons  
gratuits

**Commandez votre pack gratuit de produits Resource® au 0848 000 303**  
avec 8 suppléments nutritifs (4 x Resource Ultra + 4 x Resource 2.0).



Resource® est pris en charge par l'assurance maladie de base pour des indications médicales selon les directives de la SSNC.