

**Intervention UNA  
Journée interrégionale  
Silver Economie et compétences**

**Avignon – 27 juin 2014**



**Union Nationale de l'Aide, des Soins  
et des Services aux Domiciles.**

# UNA 1<sup>er</sup> réseau d'aide à domicile



Union Nationale de l'Aide, des Soins  
et des Services aux Domiciles.

- Association loi 1901, à but non lucratif, reconnue d'utilité publique
- Fondée le 17 janvier 1970
- Nos champs d'intervention
  - L'action Sociale et Médico-sociale
  - Les Services à la personne



L' aide

Le soin



Les services



Aux domiciles

# UNA 1er réseau d'aide à domicile



Union Nationale de l'Aide, des Soins  
et des Services aux Domiciles.

## ■ Acteur professionnel et de professionnels

### 960 structures d'aide à domicile

- Structures associatives
- Organismes mutualistes
- Services publics territoriaux

### 730 000 personnes aidées

- 86 millions d'heures d'intervention
- 7,1 millions de journées SSIAD

### 113 000 professionnels

- UNA seule structure du médico-sociale intégrée au comité stratégique de filière silver économie
- Une conviction partagée : que cette filière économique puisse être un soutien pour notre secteur, pour l'évolution de nos métiers et pour une meilleure intervention auprès des bénéficiaires de nos services.
- 3 engagements :
  - Professionnalisation
  - Concevoir et proposer des services à domicile innovants
  - Collaboration entre structures d'accompagnement et industriels

# Présentation des résultats du Baromètre UNA / Senior Strategic



Union Nationale de l'Aide, des Soins  
et des Services aux Domiciles.

Senior Strategic ●●●

## Objectifs

Identifier les points de sensibilité des personnes de plus de 50 ans bénéficiaires de services à domicile dans le cadre de l'intervention à leur domicile

Explorer les attentes et la perception des personnes vis-à-vis de leur service d'intervention à domicile en terme d'innovations

## Méthodologie

Etude qualitative par entretiens téléphoniques

Réalisée auprès de 1 500 personnes âgées de 50 à 80 ans qui bénéficient de l'intervention d'un service à leur domicile, pour eux-mêmes ou pour leurs proches

Méthode des quotas : âge, CSP et lieu d'habitation

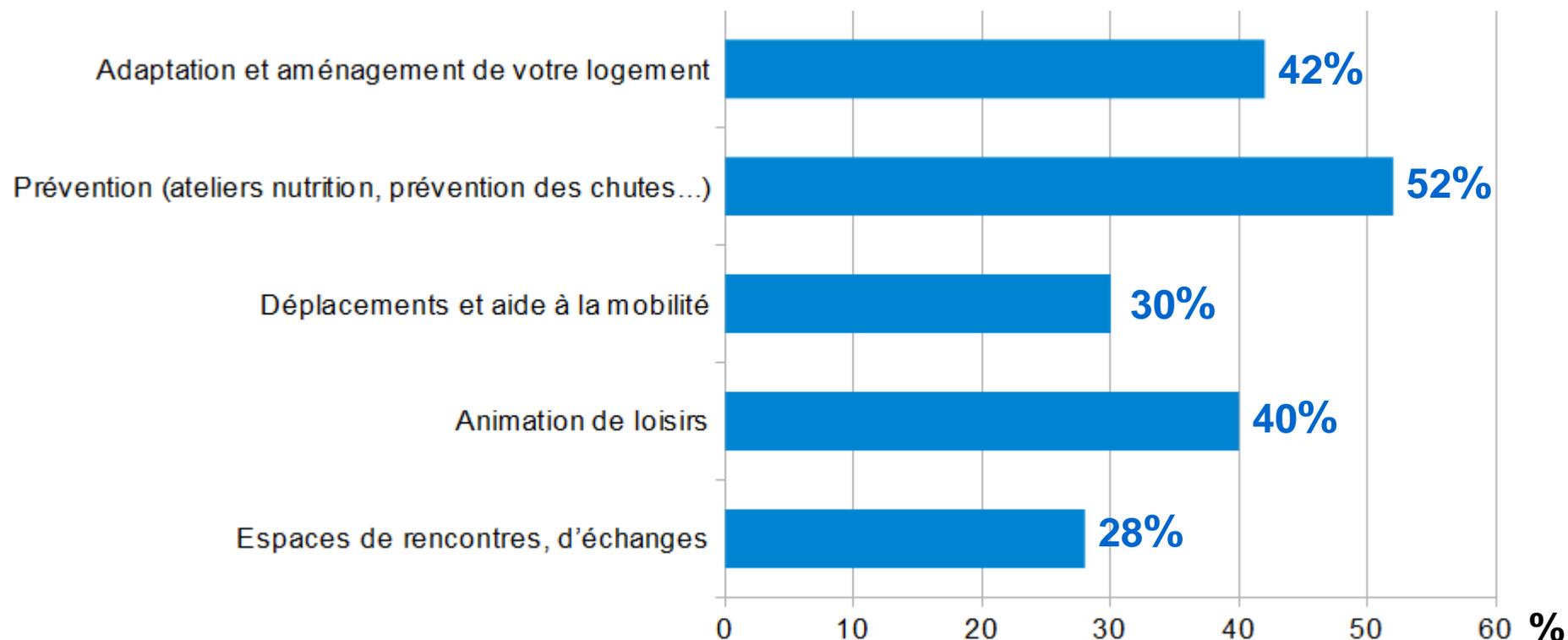
Réalisée début avril 2014 en France métropolitaine

**Perception et attentes des personnes en  
terme d'innovation**

**Attente des personnes sur le rôle des  
structures d'intervention à domicile**

# Intérêt vis-à-vis de nouveaux services ou prestations proposés par leur structure d'intervention

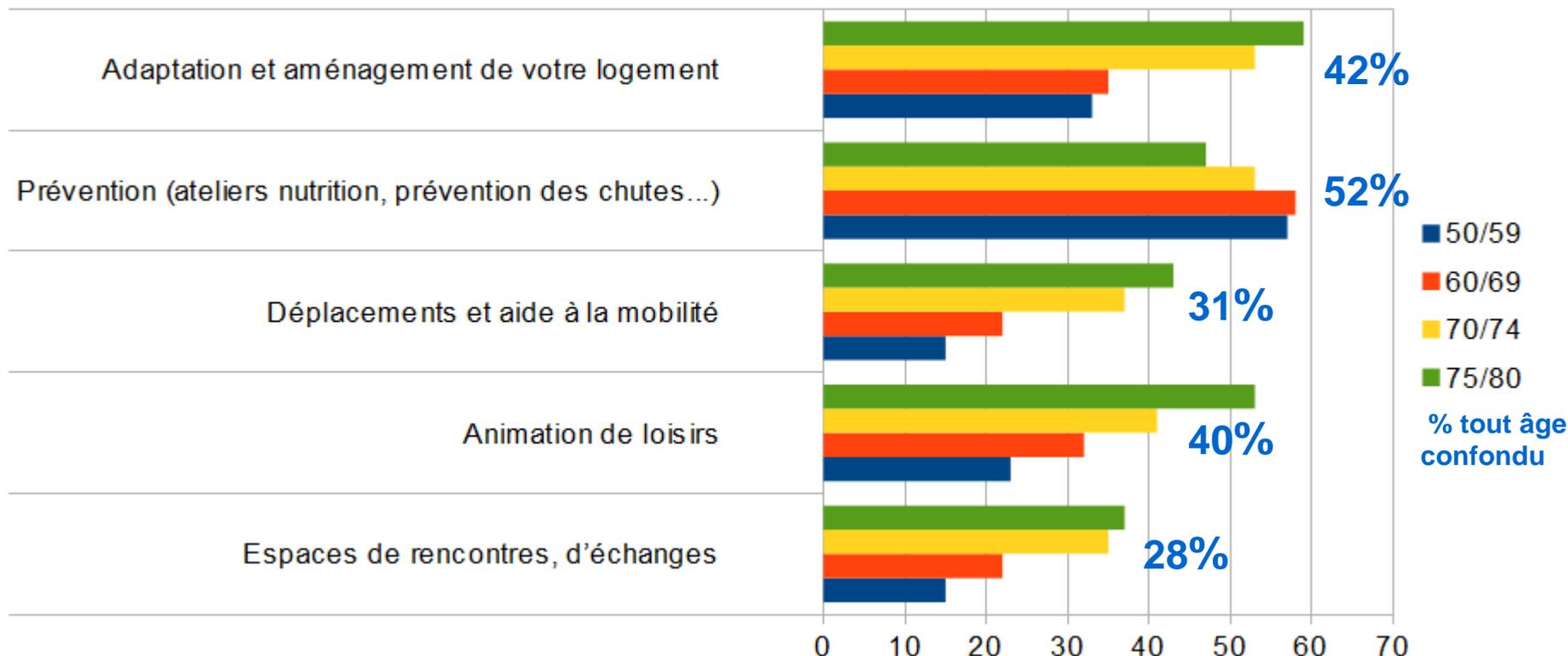
*Seriez-vous intéressé par le fait que votre structure d'intervention à domicile vous propose de nouvelles prestations ou services tels que (base = 1500) (% de réponses « très intéressé » et « intéressé ») :*



Plus d'1 personne sur 2 est intéressée par le fait que leur structure d'intervention leur propose de nouveaux services ou prestations dans un objectif de prévention.  
Les services d'adaptation du logement intéressent également : respectivement 42% et 40% des personnes

# Intérêt vis-à-vis de nouveaux services ou prestations proposés par leur structure d'intervention

Seriez-vous intéressé par le fait que votre structure d'intervention à domicile vous propose de nouvelles prestations ou services tels que (% de réponses « très intéressé » et « intéressé ») :



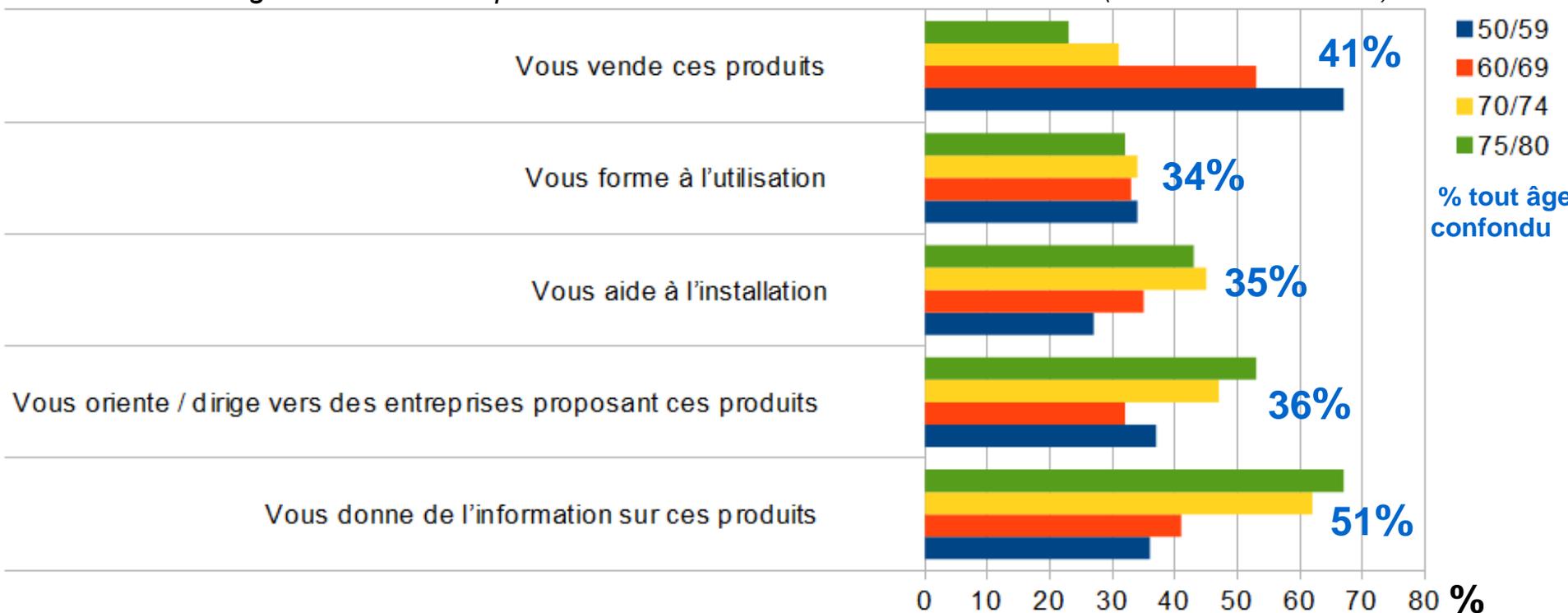
Les plus âgés sont plus particulièrement intéressés par le fait que leur structure d'intervention leur propose de nouveaux services et prestations pour l'aménagement ou l'adaptation de leur logement.

Tandis que les plus jeunes ont un intérêt marqué pour les ateliers de prévention.

# Produits et technologies innovants : rôle des structures d'intervention à domicile

Des sociétés et industriels développent des produits et technologies pour faciliter la vie à domicile (exemples : produits de domotique, jeux mémoire électroniques, pèse-personne connecté,.....).

Trouveriez-vous légitime / cohérent que votre structure d'intervention à domicile : (REPNSES POSITIVES)



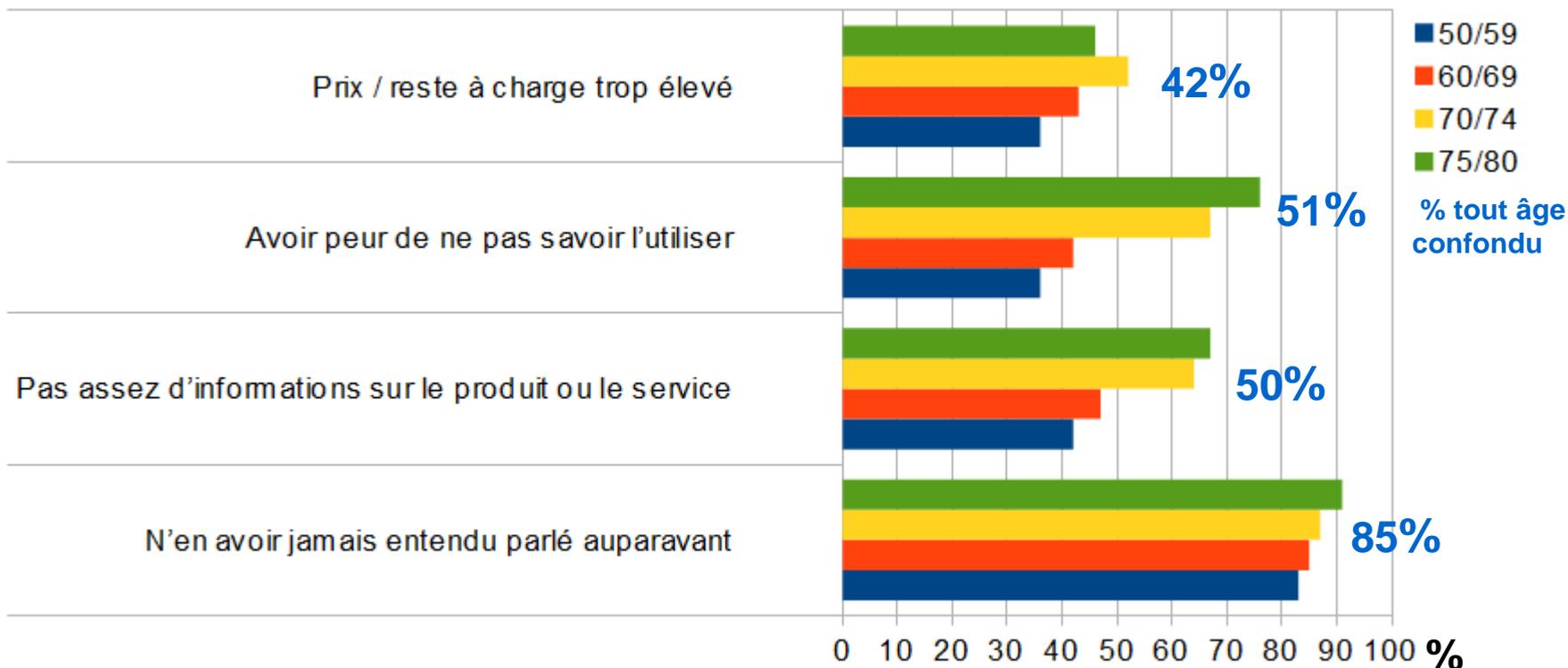
Plus de la moitié (51%) des personnes trouve cohérent et légitime que leur structure d'intervention à domicile leur donne de l'information sur ces produits.

La majorité des + de 70 ans trouve légitime que leur structure les oriente et les aide à l'installation.

Si la vente de ces produits par leur structure est estimée cohérente pour les plus jeunes (67% des 50-59 ans et 53% des 60-69 ans), cela est moins évident pour les plus âgés (seulement 23% des + de 75ans)

# Freins à l'utilisation ou l'usage de nouveaux produits ou services

Qu'est-ce qui pourrait être un frein, pour vous, à l'utilisation ou à l'achat de nouveaux produits ou de nouveaux services ?



Pour la grande majorité des personnes, ne jamais avoir entendu parlé auparavant du produit ou du service constitue un vrai frein à son achat ou à son utilisation. Plus des 2/3 des personnes de + de 70 ans sont également plus sensibles au fait de ne pas disposer d'assez d'information ou d'avoir peur de ne pas savoir utiliser le produit.



Union Nationale de l'Aide, des Soins  
et des Services aux Domiciles.

**Merci de votre  
attention**