



Recueillir le point de vue des résidents, c'est possible !

Le Focus démarrera à 10h. Merci de patienter.



Recueillir le point de vue des résidents, c'est possible !

Notre objectif: vous aider à déployer le point de vue des personnes hébergées ou accueillies
en EHPAD

Quelques consignes

FOCUS



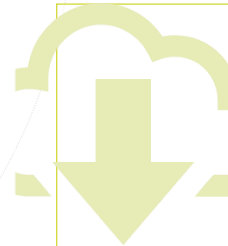
vos caméras et micros sont désactivés



Vous pouvez dialoguer avec nous et poser vos questions via la conversation



A la fin de la présentation, merci de consacrer quelques minutes au remplissage du questionnaire de satisfaction



Téléchargez le support sur notre site après la session

SOMMAIRE

Déployer le recueil du point de vue des personnes hébergées ou accueillies en EHPAD

1. Les recommandations & références réglementaires
2. Les comprendre
3. Les mettre en œuvre
4. Les ressources disponibles



- Les recommandations & références réglementaires

●

Contexte

- Recueillir le point de vue des personnes concernées est une condition essentielle et un enjeu majeur en termes d'amélioration de l'accompagnement par les établissements et services sociaux et médico-sociaux
- Ce principe s'inscrit dans une dynamique globale qui vise à :
 - Considérer les personnes accompagnées comme des citoyens à part entière, capables de décider et d'agir pour elles-mêmes et autrui
 - Proposer un accompagnement sur la base de leurs besoins, de leurs attentes et de leurs aspirations.

=> Guide "Recueil du point de vue des personnes hébergées ou accueillies en EHPAD" - HAS septembre 2023

La mise en œuvre: 5 étapes

FOCUS



FOCUS 1 30/01/2024

FOCUS 2 07/02/2024

"Définir et organiser le recueil du point de vue des personnes hébergées ou accueillies en EHPAD"

Cadre législatif et réglementaire (1)

FOCUS

Droits des personnes – Participation à des enquêtes de satisfaction

- Les articles 10 et 14 de la convention européenne des droits de l'homme
- La charte des droits et libertés de la personne majeure protégée (annexe 4-3 du CASF)
- L'article L311-3 du CASF
- L'article L471-8 du CASF
- L'article D471-12 du CASF

Recueil du consentement

- L'article 459 du code civil

Rôle de la personne de confiance

- L'article L311-1-5 du CASF
- L'article L1111-6 du CSP

Protection des données à caractère personnel

- Le règlement (UE) n°2016/679 relatif à la protection des données à caractère personnel (RGPD) – La loi n°78-17 du 6 janvier 1978, modifiée, relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés

Cadre législatif et réglementaire (2)

Consentement et respect des droits

- Participation des résidents à une enquête de satisfaction est un droit et non une obligation
- Article 459 du code civil
 - "...la personne protégée prend seule les décisions relatives à sa personne dans la mesure où son état le permet.
 - Lorsque l'état de la personne protégée ne lui permet pas de prendre seule une décision personnelle éclairée, le juge ou le conseil de famille s'il a été constitué peut prévoir qu'elle bénéficiera, pour l'ensemble des actes relatifs à sa personne ou ceux d'entre eux qu'il énumère, de l'assistance de la personne chargée de sa protection..."

Cadre législatif et réglementaire (3)

Protection des données à caractère personnel

- Respect du RGPD
- Information des résidents sur le recueil :
 - Types de données collectées
 - Objectifs de la collecte
 - Durée de conservation
 - Destinataires des données
- Information des résidents sur leurs droits en matière de données personnelles
 - Droit d'accès
 - Droit de rectification
 - Droit d'effacement, de limitation ou d'opposition au traitement



- Les
comprendre



Respect des droits des personnes

FOCUS

- Ne pas exclure les personnes présentant des troubles cognitifs
- Accepter que les personnes ne souhaitent pas ou ne pourront pas répondre à toutes les questions.
- Interroger les personnes dans de bonnes conditions (endroit qu'elles connaissent, confortable pour elles, avec du temps pour répondre, etc.)

Utiliser une communication adaptée (1)

FOCUS

La communication regroupe deux dimensions :

- Les capacités à comprendre les autres et son environnement (la compréhension)
- Les capacités à s'exprimer (l'expression)

=> Utilisation de supports visuels, au plus près de l'environnement des résidents

Utiliser une communication adaptée (2)

⇒ Interroger les résidents sur ce qui les concernent ou les intéressent directement

- Qualité de vie « la perception qu'un individu a de sa place dans la vie, dans le contexte de la culture et du système de valeurs dans lequel il vit, en relation avec ses objectifs, ses attentes, ses normes et ses inquiétudes » OMS
- Dimensions de mesure de la qualité de vie
 - Santé physique
 - Moral/sentiments
 - Énergie/vitalité
 - Relations sociales
 - Image de soi
 - Activités réalisées au quotidien
 - Capacité à faire des choix, à prendre soin de soi

Utiliser une communication adaptée (3)

FOCUS

⇒ Conditions favorables à la communication

- Personnalisation
- Incitation à participer
- Compréhension



Les mettre en œuvre



Inclusion des répondants

Quelle que soit la méthode que vous allez choisir, vous allez interroger les personnes sur leurs réalités de vie en EHPAD.

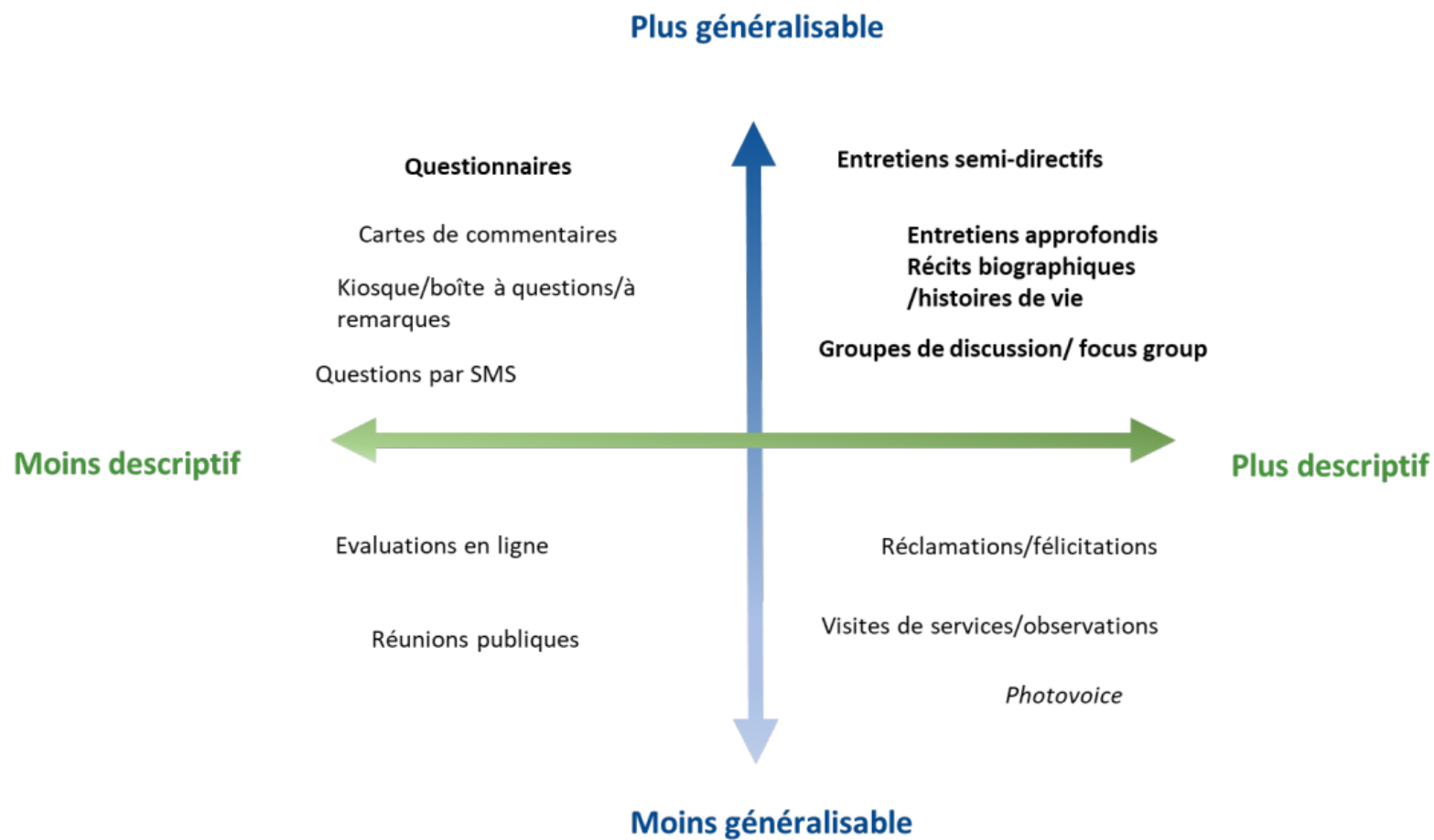
→ pas de bonne ou mauvaise réponse, seulement leur point de vue, par définition subjectif

Seuls 2 critères d'exclusion sont à retenir:

- Les personnes ayant refusées d'être interrogées
- les personnes qui n'ont plus de capacité de communication

Méthodes et outils

FOCUS



Source : The Health Foundation, De Silva D. Measuring patient experience n°18. London : Health Foundation ; 2013.

Le questionnaire

FOCUS

- **Avantages potentiels**

rassembler une grande quantité d'informations, aussi bien concrètes que subjectives, auprès d'un nombre important de personnes.

- **Limites potentielles**

les données chiffrées recueillies sont issues de la parole des personnes.

Cette parole est, par définition, singulière et subjective.

Aussi les résultats que vous obtiendrez doivent être considérés comme une photographie du point de vue des résidents, à un instant « t » et non comme une vérité absolue.



le questionnaire : points de vigilance lors de sa construction

- Cibler le questionnement sur une thématique précise
- Chaque question doit concerner un seul sujet
- Eviter les questions sur lesquelles l'établissement a peu de leviers d'actions.
- Evitez les termes techniques « projet de vie personnalisé » ou trop large comme les soins
- Préférez des termes concrets et compréhensibles pour les résidents.
- Utilisez des supports visuels qui pourront les aider à répondre: photographie, illustrations, pictogrammes, émoticônes, images...utiliser des images connues dont le lien avec le message est unique et clair, placement de l'image....
- Anonymat: pas de champs nominatifs

le questionnaire: points de vigilance lors de sa construction

- Utilisez des mots courts, courants, connus
- Phrase avec structure grammaticale simple
- Utilisez une police sans empattement avec un corps de 14 à 16.
- Aligner le texte à gauche, caractère gras ou encadrés de couleurs pour les points importants, énumération verticale avec des puces, éviter les couleurs vives ou fluo, espacement de 1,5 points entre les lignes...
- Identifier une échelle de réponses (dite de Likert, dichotomique, numériques, graphique, pictogrammes, images...)

le questionnaire: points de vigilance sur sa complétude par ou avec les résidents

Pour rappel, la plupart des résidents auront besoin d'aide pour renseigner le questionnaire, notamment les personnes présentant des troubles cognitifs.

- Eviter de dépasser 35 à 40 min de durée d'aide
 - Nombre de questions est un paramètre important à intégrer
- La formulation des questions ne doit pas orienter la réponse de la personne
- Ne pas infantiliser les échanges

Choisir la ou les méthode(s) de recueil: l'entretien

Entretien individuel semi-directif

Il s'agit d'un échange oral entre une personne interrogée et un « enquêteur ».

Entretien collectif ou focus group

Il s'agit d'entretiens réalisés en groupe

Entretien individuel non dirigé

Il s'agit de proposer un thème d'échange en lien avec la vie en établissement et de laisser le résident s'exprimer librement.

L'entretien

- Avantages potentiels

Génère des informations approfondies et très détaillées

La méthode de l'entretien peut être particulièrement intéressante pour les personnes présentant des troubles cognitifs.

- Limites potentielles

Abondances de données qui peut rendre le traitement et l'analyse des résultats très complexes

Nécessite une bonne expérience de la conduite d'entretien

Choisir la ou les méthode(s) de recueil: l'entretien

FOCUS

Les entretiens peuvent être utilisés seuls ou en complément d'autres sources d'information comme un questionnaire

➤ Si 1^{er} essai limiter les entretiens à un seul sujet/thématique

L'entretien: points de vigilance

FOCUS

- Choix des enquêteurs (abordé dans le FOCUS n°1)
- Choix des résidents
- Nombre d'entretiens: effet de saturation
- Planifier les entretiens
- Elaborer un guide ou grille d'entretien (Commencez par poser les questions les plus faciles ou les plus consensuelles pour mettre à l'aise la personne : Comment elle se sent-elle aujourd'hui ? Quel est son âge ?)

Comment interroger lors de l'entretien

FOCUS

Entretiens individuels qui ne dépassent pas 30 à 45 min

Collecte des réponses: Il existe deux méthodes (l'une n'exclut pas l'autre) :

- L'enregistrement avec un outil spécifique (type dictaphone) ou un téléphone portable adapté ;
- Et/ou la prise de notes des faits saillants ou commentaires.

Comment traiter , analyser et interpréter les résultats

- données sont traitées et analysées par la(les) personne(s) ayant effectué le recueil des informations
- L'interprétation des résultats peut être réalisée à plusieurs, en regards croisés, afin d'éviter des biais liés aux perceptions d'une seule personne
- Ne pas se focaliser sur les points négatifs
- Eviter les approches uniquement binaires (négatif versus positif) qui tendent à donner une vision trop simplifiée de la réalité de vie des résidents.

Comment traiter , analyser et interpréter les résultats

- **Questionnaire**

- constitution de la base de données (papier, fichier Excel, logiciel dédié)
- Selon la HAS, un questionnaire est considéré exploitable quand plus de 50% des items ont une réponse valide

- **Entretien**

- analyse du contenu exhaustif
- ne retenir que les idées principales (analyse des faits saillants)

Savoir sélectionner les résultats les plus pertinents pour produire un support de communication

Interprétation

vise à repérer les éléments les plus marquants et enseignements à tirer des réponses et des explications que vous avez collectées.

Différentes méthodes:

- Mesurer les items (questions) dont le niveau de satisfaction s'éloigne le plus (en positif et en négatif) de la satisfaction moyenne relative à l'ensemble des items du questionnaire
- L'approche thématique par thématique, en identifiant les items (questions) qui s'éloignent le plus (en positif et en négatif) de la moyenne de la thématique

Quels modes et supports pour communiquer

FOCUS

➤ Elaborer un rapport

→ Implication de toutes les personnes concernées (avis sur les résultats, les faits saillants ; participation à la rédaction...)

la transformation des résultats en actions d'amélioration dépend de l'association de toutes les parties prenantes

Quels modes et supports pour communiquer

Il existe de très nombreuses modalités de communication et de diffusion des résultats :

- Présentation orale individuelle ou collective ;
- Affiche ;
- Dépliant (flyer) ;
- Diaporama ;
- Lettre d'information ;
- Vidéo...

Quels modes et supports pour communiquer

FOCUS

- Toutes les personnes concernées par votre démarche de recueil du point de vue des résidents doivent être informées des résultats et des actions qui en découleront.
- La contribution de tous doit y être reconnue.

A minima, les résultats doivent être affichés dans l'espace d'accueil et sont examinés tous les ans par le CVS

Adapter sa communication notamment auprès des usagers

35

L'essentiel = support adapté à vos destinataires

FOCUS

S'appuyer sur les principes et outils de l'accessibilité universelle de l'information qui s'appuie elle-même sur la notion de littératie = « qui est au cœur de la vie quotidienne »

FOCUS



-

Les ressources disponibles

-

Haute Autorité de santé. Communiquer malgré les troubles de la mémoire ou du langage. Dans: Parcours de soins des patients présentant un trouble neurocognitif associé à la maladie d'alzheimer ou à une maladie apparentée. HAS; 2018.

https://www.has-sante.fr/upload/docs/application/pdf/2018-05/fiche_14_communiquer_troubles_memoire_langage.pdf

Communiquer pour tous. L'écrit. Rédigez, présentez une information facile à lire et à comprendre par tous : une sélection de recommandations tirées du guide Communiquer pour tous. SPF; 2021.

Communiquer pour tous. Communication orale. Facilitez la compréhension et la mémorisation des messages lors d'une discussion : une sélection de recommandations tirées du guide Communiquer pour tous. SPF; 2021.

Communiquer pour tous. Les Images. Captez l'attention, facilitez l'accès aux messages et leur mémorisation grâce aux images : une sélection de recommandations tirées du guide communiquer pour tous. SPF; 2021


https://www.santepubliquefrance.fr/content/download/525_360/3846318?version=1

Guide communiquer pour tous SPF 2021















10 points à garder en tête pour être compris de tous

- 1 Utilisez des **images simples**, sans trop de détails.
- 2 Choisissez des **images qui transmettent la même information que le texte**.
- 3 L'image doit être **compréhensible sans le texte** (si possible).
- 4 Veillez aux **contrastes**.  
- 5 Présentez **l'image dans son contexte** la 1^{ère} fois.
Ex. : Se protéger des tiques  
- 6 Utilisez des **images connues du public destinataire** et culturellement appropriées.
- 7 Représentez la **diversité des publics**. 
- 8 Utilisez la même image pour représenter le même objet pour l'ensemble du support.
- 9 Accompagnez **les images d'une légende** ou d'un texte explicatif à proximité.  Montagnard
- 10 **Testez les images** auprès du public destinataire.

10 points à garder en tête pour être compris de tous

- 1 **Identifiez-vous** et rappelez le motif de l'entretien.
- 2 Demandez à la personne si elle veut être accompagnée.
- 3 Supprimez les sources de distraction : téléphone, etc.
- 4 **Maintenez un contact visuel** avec la personne, malgré la recherche d'information ou la prise de notes.
- 5 Ne tenez pas pour acquis le **niveau de littératie** et les connaissances de la personne. Prenez en compte son contexte de vie.
- 6 Parlez clairement, **utilisez des mots connus ou expliquez-les**.
- 7 Transmettez un **maximum de 3 messages**, par ordre d'importance.
- 8 Ciblez les actions concrètes à entreprendre et **utilisez des exemples réels**.
- 9 **Renforcez le message** avec du matériel que la personne peut garder : prises de notes, vidéos, etc.
- 10 **Encouragez la personne à poser des questions** et à reformuler ce qu'elle a compris.
« je ne sais pas si j'ai bien expliqué, pouvez-vous me dire à votre façon comment vous allez faire ? » 


10 points à garder en tête pour être compris de tous

- 1 Optez pour des **messages clés**, une information concrète. Mettez-vous dans la peau du lecteur.
- 2 Organisez les idées dans un **ordre logique**, la plus importante en premier.
- 3 Utilisez *je/nous/tu/vous* pour que le lecteur se sente concerné.
 **Joindre le service pour toute question.**
 **Appelez-nous si vous avez des questions.**
- 4 Faites des **phrases courtes** : sujet/verbe/complément, actives et affirmatives.
 **Ne roulez pas à gauche**  **Roulez à droite**
- 5 Préférez les **mots de la vie de tous les jours** ou expliquez les mots techniques.
 **Établissement scolaire**  **École**
- 6 **Utilisez toujours le même mot** pour désigner un même objet, sans chercher de synonyme.
- 7 Choisissez un **caractère lisible et assez grand**.
 **Police fantaisie**  **Bâton (sans sérif), corps 12**
- 8 Utilisez des **couleurs contrastées**.
 **+ d'info**  **+ d'info**  **+ d'info**  **+ d'info**
- 9 Alignez le **texte à gauche**.
- 10 Mettez **en évidence l'info importante** sans surcharge inutile.
 **Souligné, capitales, italique.**
 **Gras, couleur, symboles.**



Guide « facile à lire et à comprendre »

- L'information pour tous: guide FALC (handicap-normandie.fr)
- [Le FALC \(Facile à Lire et à Comprendre\) \(santebd.org\)](http://santebd.org)
- [Copie de Brown Clean and Contemporary Law Firm Corporate Booklet \(service-public.pf\)](http://service-public.pf)



Place à vos questions
et/ou vos retours
d'expériences

Contacter le CEPPRAAL

FOCUS

www.ceppraal-sante.fr
contact@ceppraal-sante.fr
04 72 11 54 60

 @ceppraal

 @ceppraal