

Studie: Förderung einer aktiven Mobilität im Alter Innovative Massnahmen und Kursangebote

Selbständig mobil zu sein bedeutet für ältere Menschen Autonomie, Lebensqualität und Lebenslust. Aber oft ist es zugleich eine grosse Herausforderung. Verschiedene Kursangebote können dafür Hilfestellung bieten, z.B. die schweizweit angebotenen Mobilitäts- und Billettautomaten-Kurse „mobil sein & bleiben“. Eine Studie des deutschen Fachverbands FUSS e.V hat für die Senatsverwaltung Berlin diverse Kursangebote und Aufklärungsmassnahmen für SeniorInnen analysiert. Im Teil A der Studie wurden Verbände und Institutionen über ihre Erfahrungen in Berlin befragt. Teil B bewertete 43 Angebote und Projekte im deutschsprachigen Raum nach Organisationsform, Zielgruppe, Didaktik etc. Als Ergebnis stellt der Schlussbericht 17 innovative Massnahmen als Best-Practice-Empfehlungen für die Umsetzung vor. U.a. wird dabei die Kampagne „Sicher zu Fuss im hohen Alter“ von Fussverkehr Schweiz aufgegriffen, sowie das international ausgezeichnete Kölner Projekt „PatenTicket“, bei dem ältere ÖV-Abonnenten für eine befreundete Person eine Patenschaft übernehmen und sie mit einem kostenlosen PatenTicket für drei Monate an die Benutzung des öffentlichen Verkehrs heranführen. (Sprache: de)

Weitere Informationen:

Fachverband Fussverkehr Deutschland FUSS e.V.

www.fuss-ev.de

Internet-Plattform „Senioren sicher mobil“

www.senioren-sicher-mobil.de

Kampagne „Sicher zu Fuss im hohen Alter“

www.fussverkehr.ch/unsere-themen/zu-fuss-im-alter/

Projekt „PatenTicket“ in Köln

www.patenticket.de

Mobilitäts- und Billettautomatenkurse „mobil sein & bleiben“

www.mobilsein.ch

Étude: promotion d'une mobilité active chez les aînés Mesures et offres de cours innovantes

Pour les aînés, être mobile et indépendant dans ses déplacements est synonyme d'autonomie, de qualité de vie et de joie de vivre. Pourtant, cela représente aussi souvent un grand défi pour ces personnes. Différentes offres de cours peuvent apporter un soutien à ce niveau-là, comme les cours sur la mobilité et les distributeurs de billets «être et rester mobile», dispensés dans toute la Suisse. À Berlin, une étude de l'association FUSS e.V. a passé sous la loupe les différentes offres de cours et mesures éducatives pour les seniors. Dans la première partie de l'étude, les associations et institutions ont été interrogées sur leurs expériences à Berlin. Dans la deuxième partie, 43 offres et projets des pays germanophones ont été évalués selon le type d'organisation, le groupe-cible, la didactique, etc. Le rapport final présente des recommandations de bonnes pratiques sous la forme de 17 mesures innovantes. Parmi celles-ci figurent notamment la campagne «Marcher sans limite d'âge» de Mobilité piétonne ainsi que le projet «PatenTicket» de Cologne, distingué à l'échelle internationale, dans le cadre duquel des abonnés «seniors» des transports publics peuvent parrainer un ami en l'initiant durant trois mois aux transports publics grâce à un «PatenTicket» gratuit. (langue: allemand)

Pour plus d'informations:

Association allemande des piétons FUSS e.V. (en allemand)

www.fuss-ev.de

Plateforme Internet «Senioren sicher mobil» (en allemand)

www.senioren-sicher-mobil.de

Campagne «Marcher sans limite d'âge» www.fussverkehr.ch/fr/nos-themes/marcher-sans-limite-dage

Projet «PatenTicket» à Cologne (en allemand)

www.patenticket.de

Cours «être et rester mobile»

www.restermobile.ch

04.09.2012



MARCHER SANS LIMITE D'ÂGE

POUR DES DÉPLACEMENTS SÛRS

Recommandations à l'usage
des personnes âgées, de leurs proches,
de leurs accompagnants
ainsi que des conducteurs



Mobilité piétonne

Association suisse des piétons

Fussverkehr Schweiz

Fachverband der FussgängerInnen

Mobilità pedonale

Associazione svizzera dei pedoni



1. Prenez conscience de vos possibilités et limites.

Lorsqu'on prête garde à son propre vieillissement et que l'on adapte son comportement en conséquence, on prend son temps et on est mieux en mesure d'évaluer les situations dangereuses. Il est recommandé d'effectuer régulièrement des contrôles de la vue et de l'ouïe.

Si l'on s'est fait conseiller ou prescrire l'utilisation d'un dispositif auxiliaire (cane, béquille, déambulateur), on devrait s'en servir même pour les petits trajets. Après la prise d'un médicament, soyez attentif à votre état (fatigue, étourdissements) et adaptez vos déplacements en conséquence.

2. Ne quittez la maison que bien préparé.

En préparant bien ses sorties, on accroît sensiblement sa propre sécurité. Prévoyez assez de temps pour vos trajets. En choisissant judicieusement son itinéraire, on évite le stress. Mettez des chaussures confortables, non glissantes. Portez des vêtements clairs ou des réflecteurs – surtout au crépuscule et de nuit. Emportez un document indiquant votre identité et votre adresse, ainsi que les médicaments que vous prenez.



3. Arrêtez-vous toujours avant de traverser la chaussée.

Ne vous engagez jamais de façon impromptue sur la chaussée, même sur un passage pour piétons. Faites toujours attention aux véhicules qui tournent ou qui viennent en sens inverse. Manifestez clairement votre intention de traverser

(p. ex. par un signe de la main). **En présence de feux:** attendez que le feu vienne de passer au vert, afin de disposer de toute la phase verte pour traverser. Une fois engagé, ne faites jamais demi-tour, même si le feu passe à l'orange; terminez votre traversée le plus rapidement possible, toujours perpendiculairement à la chaussée.

4. Marchez toujours du côté intérieur du trottoir.

Il est moins risqué de marcher le long des façades que du côté de la chaussée. Faites attention aux nids-de-poule, aux inégalités du sol et aux surfaces mouillées ou verglacées. En l'absence de trottoir, marchez du côté gauche de la chaussée et restez attentif.



5. Attention aux trams et aux bus.

Traversez toujours à au moins deux mètres des trams et des bus arrêtés, aussi bien à l'avant qu'à l'arrière. N'oubliez pas que les trams ont toujours la priorité, même au niveau des passages pour piétons. Ne vous hâtez jamais à cause d'un tram ou d'un bus – vous

avez le temps. Montez à l'avant du véhicule, et tenez-vous toujours à une poignée. Les chauffeurs sont formés pour aider les personnes qui en ont besoin. Asseyez-vous sur le siège libre le plus proche ou demandez à quelqu'un qu'il vous cède sa place.

6. Restez mobile.

Marcher tous les jours stimule le corps et le sollicite de façon équilibrée. Des exercices physiques ciblés permettent de maintenir sa capacité de se déplacer à pied, même à un âge avancé.

CAMPAGNE ORGANISÉE PAR

Mobilité piétonne, Association suisse de piétons

Klosbachstrasse 48, 8032 Zurich, téléphone 043 488 40 34

info@mobilitetpietonne.ch, www.mobilitetpietonne.ch

→ Pour plus d'informations sur la campagne, consulter: www.a-pied.ch

ORGANISMES PARTENAIRES



CURAVIVA.CH



1. Faites particulièrement attention aux piétons âgés. Soyez patient.

Les personnes âgées marchent souvent lentement. Attendez tranquillement qu'elles aient atteint l'îlot central ou l'autre côté de la chaussée. Gardez à l'esprit que leurs facultés perceptives et leurs réflexes sont souvent réduits, et qu'il faut donc toujours s'attendre à ce qu'elles se comportent de façon imprévisible. Un jour, vous apprécierez à votre tour la patience dont on fera preuve à votre égard.



2. Arrêtez-vous aux passages pour piétons.

Faites attention aux piétons qui traversent et accordez-leur toujours la priorité. Arrêtez-vous toujours **tout à fait** lorsque des personnes âgées ou des enfants souhaitent traverser. Soyez particulièrement prudent si vous tournez.

3. Attention aux piétons venant de la gauche.

Plus de la moitié de tous les piétons tués sont renversés au milieu de la chaussée ou sur la seconde moitié de la traversée. C'est pour les personnes âgées que le danger est le plus grand. Aussi, faites particulièrement attention aux piétons qui viennent de la gauche et, là encore, arrêtez-vous tout à fait.



4. Ne vous laissez pas distraire. Ne téléphonez pas au volant.

Concentrez-vous sur la circulation sur toute la durée du trajet. Téléphoner est toujours une grande source de distraction, même avec un appareil mains libres. Nous vous recommandons donc de laisser sonner, de vous arrêter et de rappeler.

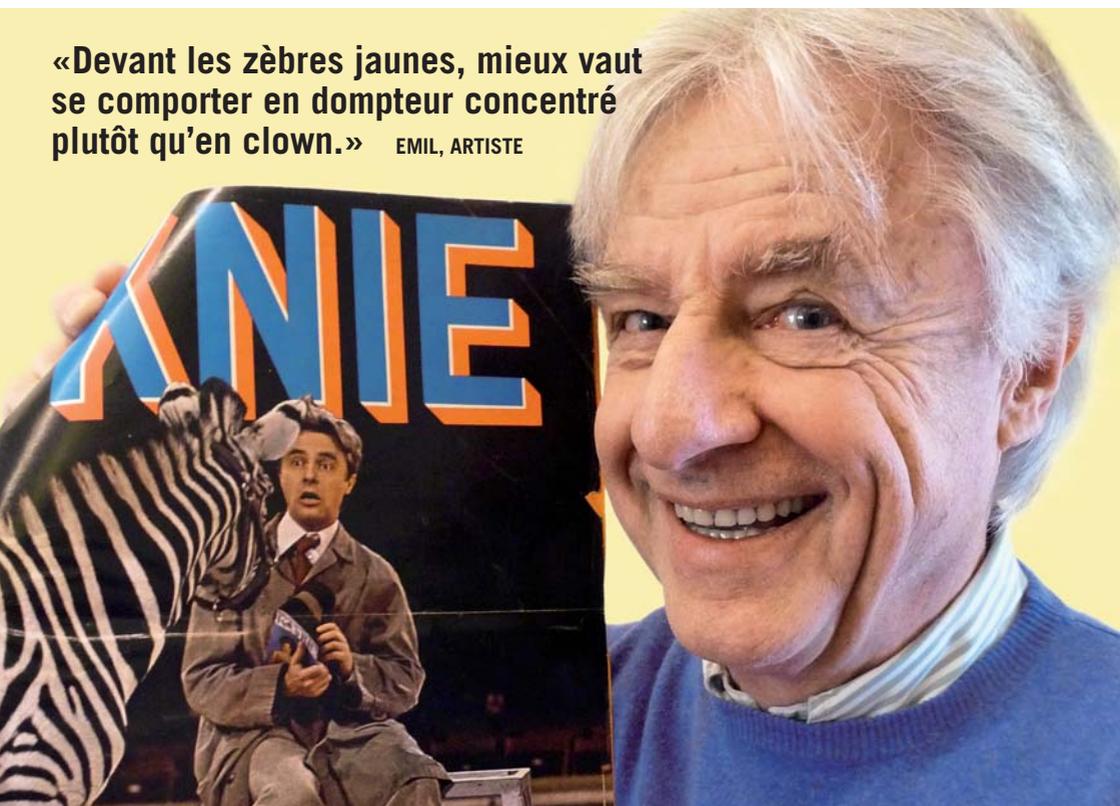
Prière d'affranchir

Mobilité piétonne
Rue de l'Avenir
18, rue de Montbrillant
1201 Genève

TALON-RÉPONSE

«Devant les zèbres jaunes, mieux vaut se comporter en dompteur concentré plutôt qu'en clown.»

EMIL, ARTISTE



Brochure «Marcher sans limite d'âge – Pour des déplacements sûrs»

Vous trouverez plus de précisions dans notre brochure de 32 pages, qui fournit un certain nombre d'informations médicales, ainsi que des recommandations plus détaillées.

Documentation de «Mobilité piétonne»

«Mobilité piétonne», l'Association suisse des piétons, s'engage en faveur de toutes les personnes qui se déplacent à pied. Pionnière et partenaire d'une politique des transports adaptée aux piétons, «Mobilité piétonne» est une association d'utilité publique, qui compte de nombreux membres composés de particuliers, d'organisations et de communes.

- Merci de m'envoyer gratuitement la brochure**
«Marcher sans limite d'âge – Pour des déplacements sûrs» (32 p.)*
- Merci de m'envoyer le nombre suivant de dépliants à distribuer*** _____
- Merci de m'envoyer la documentation de «Mobilité piétonne»**
et de Rue de l'Avenir
- Merci de m'envoyer des accessoires réfléchissants,**
qui me rendront plus visible dans l'obscurité

*Les imprimés sont aussi disponibles en allemand et en italien

Prénom

Nom

Rue/n°

NPA/localité

Téléphone

E-mail

Il est aussi possible de passer commande par Internet: www.a-pied.ch
ou par courriel: info@mobilitepietonne ou bien par téléphone: **078 860 11 47**

Le marketing pair à pair des transports publics pour les personnes âgées à Cologne, Allemagne



En 2008, 117 personnes âgées possédant une carte d'abonnement pour les transports publics à Cologne ont reçu un abonnement de trois mois à offrir à un ami ou un proche n'utilisant pas souvent les transports en commun. Après avoir suivi une formation de la part de la régie des transports publics, ces abonnés ont pu montrer aux personnes qu'elles avaient choisies les avantages de ces moyens de transport et les aider en leur

fournissant des informations et des conseils quand ils voyageaient en semble, créant ainsi de nouvelles habitudes de transport.

Contexte & Objectifs

Le système PatenTicket est le résultat d'un projet de recherche allemand sur le thème de la mobilité des personnes âgées dans les régions rurales, urbaines ou de banlieue en Allemagne, pendant leurs loisirs. Les résultats montrent qu'il faut promouvoir les transports publics auprès des personnes âgées mais aussi de les familiariser avec ce mode de déplacement.

L'objectif du projet Paten Ticket est d'aider les personnes âgées à rester actives, indépendantes et à devenir des usagers réguliers des transports en commun. Puisqu'il est difficile d'atteindre ce groupe cible avec les campagnes de marketing standard, PatenTicket utilise le concept du pair à pair. Les deux membres du « tandem » voyagent ensemble, profitant ainsi de leur compagnie mutuelle tout en apprenant quelque chose sur les transports public et encourageant de cette façon le développement de nouvelles habitudes de transport.

L'opération Ticket vise deux groupes cibles. Le premier comprend les « parrains », détenteurs d'un abonnement pour les transports publics et âgés de plus de 60 ans. Le deuxième groupe comprend les « filleuls », personnes âgées de plus de 60 ans, mais qui n'ont pas d'abonnement. Alors que ce projet ne prévoit pas de limite supérieure d'âge, l'objectif était d'atteindre les seniors plus jeunes et plus actifs.

Mise en œuvre

Pour que les habitudes de transport changent, il faut développer de nouvelles routines, mais ceci peut-être un véritable défi lorsque le groupe cible se compose de personnes âgées. Une des clefs de la réussite pour changer le comportement est la communication. On a apporté une attention particulière aux canaux de communication utilisés, au ton de la communication, au matériel fourni, au choix des personnes de contact relais et au langage utilisé.

Mise en place du programme :

On a fait de la publicité pour cette campagne dans les petits journaux locaux auprès des personnes âgées. Les « parrains » ont été contactés par mail et par téléphone. Pour éviter une surcharge d'informations, on a élaboré un dépliant avec un texte clair et facile à lire. Des personnes de contact ont été désignées pour le projet. Ces personnes étaient présentes lors des séances d'information, leur photo été publiée dans les dépliants d'information et on donnait aux participants leur numéro de téléphone et leur adresse e-mail. Ceci était très important pour établir la confiance nécessaire. Des séances

d'information pour les « parrains » potentiels ont aussi aidé à établir la confiance et à prouver l'utilité du projet. Les dénominations telles que « personnes âgées » et « personnes du troisième âge » ont été évitées dans cette opération de communication. L'équipe participant au projet était d'accord dès le début sur le fait que cette expérience prendrait fin automatiquement au bout de trois mois et que les « filleuls » ne seraient pas contactés ou incités à prendre un abonnement, pour éviter qu'ils se sentent exploités.

C'est une société de transports de Cologne qui a payé le coût des 117 abonnements « Aktiv60 » de trois mois. L'autre poste de dépense principal était la coordination et la recherche de personnes relais à qui les participants pouvaient s'adresser pendant toute la durée du projet.

Les « parrains » ont été choisis au hasard dans un groupe de 800 usagers détenteurs d'une carte d'abonnement « Aktiv60 ». 117 ont participé à l'opération. Les « parrains » ont, de leur côté, recruté personnellement leur « filleul ».

Les étapes du programme :

1. Élaboration de l'approche générale, matériel d'informations et lettre d'accompagnement (3-4 mois).
2. Contacter, sélectionner et former les parrains (3-4 mois).
3. Commencement de l'expérience (3 mois : printemps et été sont les meilleures saisons).
4. Recueillir les réactions et faire une évaluation (3 mois).

Conclusions

Des interviews standardisées réalisées avec les « filleuls » à la fin des 3 mois ont montré les raisons qui les avaient incités à participer à l'opération :

- Pour essayer gratuitement les TP
- Pour voir si cela valait la peine de prendre un billet pour une année ou un mois
- Pour voir comment on pouvait déplacer sans voiture
- Pour profiter des commodités d'un « billet en poche »
- Pour savourer le plaisir de voyager avec un ami
- Pour mieux connaître la ville

30% des « filleuls » ont acheté un abonnement « Aktiv60 » après leurs 3 mois d'expérience. Il est aussi intéressant de mentionner que 74% des « parrains » et 72% des « filleuls » étaient des femmes.

Facteurs de succès de PatenTicket :

- Une offre attrayante : la carte « Aktiv60 » a été considérée comme intéressante par les personnes possédant déjà un abonnement. Les personnes âgées ont surtout souligné l'aspect de la commodité, moins que les économies réalisées. Par exemple : Elles étaient fières que les conditions d'utilisation de cette carte leur permettent d'emmener gratuitement une autre personne avec elles.
- L'approche « pair à pair » : on crée des liens de confiance grâce à cette idée de parrainage entre amis. Les usagers les plus âgées savent ce dont leurs « filleuls » ont besoin et peuvent ainsi mieux les conseiller.
- L'aspect social : ce projet a incité les participants à organiser des activités de loisirs ensemble ; certains ont même lancé des rencontres régulières avec d'autres « tandems »

Patenticket.

- La période d'essai : la période d'essai de trois mois a donné aux participants le temps de se familiariser avec les transports publics avant de s'engager.
- Une communication adaptée : le travail de communication a été réalisé avec des moyens techniques simples (lettres et appels téléphoniques) et personnels (rencontres et désignation d'une personne relais).
- Des déplacements aux heures creuses : du point de vue de fournisseur de services, les personnes âgées sont un groupe cible idéal : elles se déplacent souvent aux heures creuses, contribuant ainsi à une utilisation plus équilibrée des capacités de transport.

Le concept Patenticket est tout à fait indépendant du lieu et devrait donc pouvoir être appliqué dans d'autres contextes, dans la mesure où il existe déjà un réseau de transports publics normalement développé. La régie des transports publics de Cologne, KVB, a accepté de piloter le projet en 2008. S'appuyant sur ce succès, un autre projet a été programmé pour le printemps 2011, et qui se concentre sur les personnes âgées habitant dans la périphérie de Cologne et les banlieues bénéficiant d'un bon accès aux transports publics.

In cooperation with:

