

Favoriser le recours des  
ménages vulnérables par  
une communication adaptée

Elvire Bornand

[bornand.elvire@gmail.com](mailto:bornand.elvire@gmail.com)

# De quoi parle-ton

- **Ménages** : le message ne s'adresse pas à une personne mais à un foyer composé d'individus ayant des âges, des besoins, des perceptions potentiellement différentes.
- **Vulnérables** : deux cas de figure. Tout la difficulté du mot-valise (ou de la poule et de l'oeuf) « précarité énergétique ».
  - Il existe des fragilités de santé, d'emploi, de vie de famille, de revenus qui font que le ménage se retrouve dans un logement de faible qualité.
  - Il existe une situation liée à la qualité du logement qui fragilise les revenus, la santé, la vie de famille du ménage concerné.
- **Adaptée**: la notion de recours aux droits et aux services désigne un point de rencontre entre une offre publique ou associative et une demande correspondant aux besoins d'un ménage. Il y a recours stable lorsque l'offre et la demande s'adaptent l'une à l'autre et se concrétisent en un service rendu.

# Poser les choses sur la table

Le principal problème des actions de lutte contre la précarité énergétiques, qu'elles visent la dette, la santé, l'état du logement, c'est qu'elles reposent toujours sur un ensemble d'implicites que les acteurs publics et privés savent qu'ils ne peuvent pas résoudre. Les ménages n'en sont pas doutes et cela crée **une défiance généralisée** à l'égard de la communication sur les offres de service.

Il semble important de travailler à lever le voile sur ces dimensions pour passer de la défiance à la confiance. Pour cela le travail de co-construction avec les personnes concernées peut s'avérer fort utile. Il faut admettre, donner un espace à la prise en compte de ce qu'on ne peut pas changer.

- **Inégalités** : l'accès à l'énergie est aujourd'hui porteur/ créateur/ aggravateur d'inégalités. Les situations énergivores constatées ne sont pas justes et aujourd'hui le système fait que ce ne sont pas ceux qui les ont créés mais ceux qui les subissent qui doivent les résoudre. Exp : lien au bailleur.
- **Argent** : avoir de l'argent permet de dépenser moins en achetant l'équipement et en entreprenant les travaux adaptés. La précarité énergétique coûte très cher à ceux qui la vivent et constitue un marché important dans la vente de fluide comme dans les travaux sur le bâti.
- **Instabilité** : les ménages concernés n'ont souvent pas de prise à moyen et long terme sur leur situation ce qui ne leur permet pas de considérer la projection dans l'avenir comme une chose positive, alors que la communication est très souvent basée sur un résultat sur le long terme.

# La seule emprise : la manière de faire

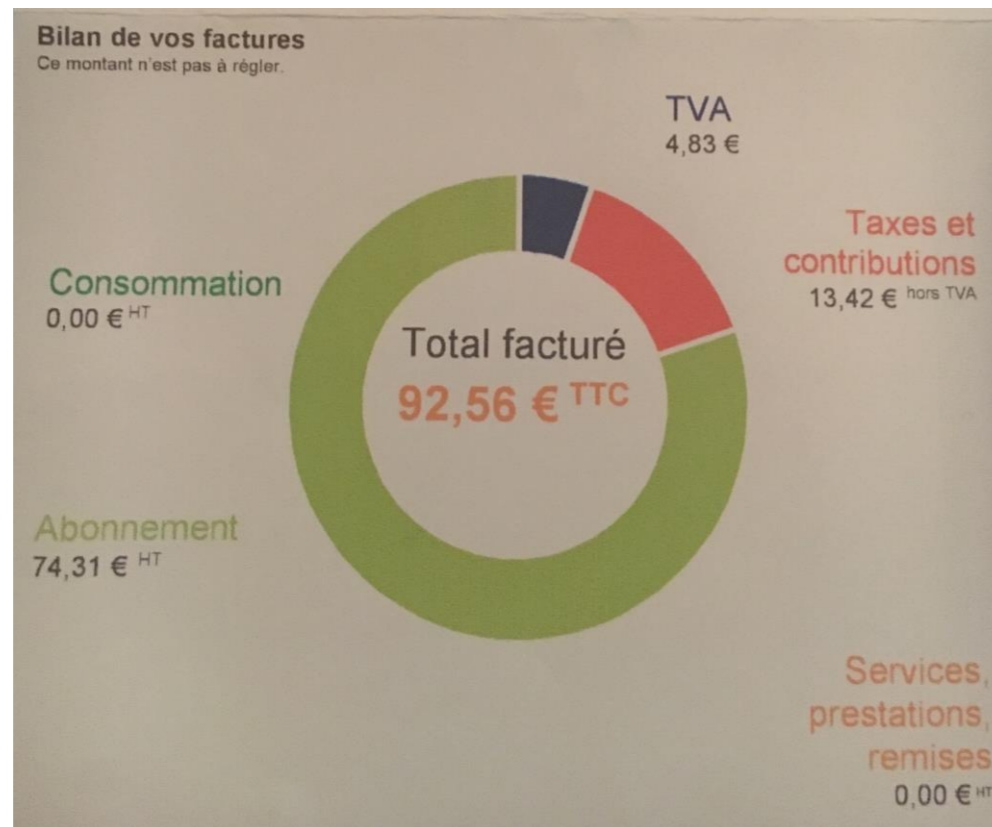
La communication envers les personnes vulnérables doit dénoter d'une éthique plus globale dans la manière d'aborder la situation. Pour favoriser le recours, il faut remettre la personne au coeur du processus.

- **Autonomie:** qui est au coeur de l'action ? Cette question semble évidente mais notamment dans l'amélioration du logement l'attention est placée du locataire au bailleur
- **Balance bienfaisance / non malfaisance:** il faut porter l'attention sur le faire, le coeur de l'action et s'assurer que l'action consiste vraiment à bien faire en situation. Exp : il n'est pas rare que ce qui serait dans l'intérêt du ménage soit un déménagement mais cela veut dire nouveau locataire se trouvant dans les mêmes difficultés donc il est souvent bien fait pour le logement en espérant de pas mal faire pour le ménage.
- **Transparence :** pour maintenir le lien et la coopération il faut donner à voir le travail accompli par chacun, souvent les différentes parties ne rendent pas visibles toutes les démarches (lettres, coup de fils...) entrepris pour faire avancer un dossier.

# Le vif du sujet : retour sur l'expérience nantaise

3 photos pour 3 idées :

- **Ne pas trop insister sur les économies réalisées:** pour les ménages vulnérables ayant de bas revenus il s'agit moins de dépenser peu que de contrôler à quel point on dépense beaucoup. Il faut remettre les écogestes en perspective des dépenses non compressibles.
- **Oser montrer des travaux réalistes :** le beau est stigmatisant car il renvoie non seulement à une qualité de bâti et d'équipement mais plus généralement à un niveau de vie que ne peuvent atteindre les personnes concernées. La communication doit correspondre à leur système de représentations.
- **Privilégier le pas-à-pas:** il est plus facile de s'attaquer à des dimensions du problème plutôt qu'au problème dans son ensemble. cela permet de réduire le nombre de démarches, les délais et d'avoir un résultat sur lequel construire la suite de l'action. **Cela est d'autant plus important que la plupart des ménages ont perdu la conscience de l'état du logement dans lequel ils vivent.** Ils ne mesurent souvent plus à quel point la situation est hors normes et donc quels changements pourraient intervenir.



# En conclusion (1) : placer au centre la notion d'effort

S'appuyer sur des usagers pour réaliser ce que sont pour les personnes concernées les efforts demandés : temps, relation aux autres, échec éventuel....

Favoriser les dynamiques de pairs, du pair novice au pair expert afin d'appuyer la communication sur des exemples atteignables.



# En conclusion (2) : accepter l'à peu près

C'est avant tout un travail sur soi en tant que structure proposant un service. Les ressources, les capacités à faire, la vision des objectifs atteignables sont du côté de l'offreur, c'est à lui de se mettre en danger par une communication qui sort des lignes habituelles.

Chaque fournisseur choisit la mise en forme qu'il veut pour ses factures, nous avons recueilli des factures de différents fournisseurs pour essayer d'y voir plus clair. Voilà les trois grandes parties de la facture qu'il faut connaître et suivre.

Soit ici, soit sur le côté droit vous avez tous les éléments concernant votre contrat. Ce sont eux qu'il faut donner quand vous appelez le service client.

- Le nom de votre abonnement
- Votre numéro de contrat
- Votre puissance pour l'électricité

Soit ici, soit en haut, vous avez tous les éléments concernant votre contrat. Ce sont eux qu'il faut donner quand vous appelez le service client.

- Le nom de votre abonnement
- Votre numéro de contrat
- Votre puissance pour l'électricité

Au milieu de la facture vous avez deux blocs de textes et de chiffres différents. Il y en a un pour l'abonnement. Le montant indiqué dans cette partie ne doit jamais changer sauf si vous changez de contrat. Si vous constatez une modification du montant, appelez le service client pour obtenir une explication.

**Le montant de l'abonnement ne change pas.**

Au milieu de la facture vous avez deux blocs de textes et de chiffres différents. Il y en a un pour la consommation. C'est la partie de la facture qu'il faut SURVEILLER. Si vous constatez une augmentation que vous ne vous expliquez pas, agissez immédiatement.

**Le montant de la conso change à chaque facture.**

Que ce soit l'eau, le gaz ou l'électricité, dès que vous avez une conso anormale, coupez tous vos appareils et regardez si le compteur continue de tourner. Si oui, appelez tout de suite le fournisseur.

Voici un exemple :

Abonnement	Consommation	Total
11,45 €	12,08 €	23,53 €

Abonnement	Consommation	Total
8,70 €	30,56 €	39,26 €

Ici il y a les informations sur le contrat. Celles qu'il faut donner lorsqu'on appelle le service client.

Ici il y a l'abonnement, ce qui ne change pas d'une facture à l'autre.

Ici il y a la conso qui change à chaque facture.

Ici il y a l'abonnement, ce qui ne change pas d'une facture à l'autre.

Ici il y a la conso qui change à chaque facture.