

Plan de communication

Promouvoir la cohabitation
intergénérationnelle solidaire

Un Partenariat avec



SOMMAIRE

01. Contexte

04. Actions de communication

02. Objectifs & Indicateurs

05. Calendrier

03. Publics cibles

06. Bilan

01. Le contexte

Convention Carsat Bretagne x Cohabilis Bretagne



Le contexte

Dans un contexte de vieillissement démographique et face aux risques d'isolement des personnes âgées, la **Carsat Bretagne** s'engage activement pour accompagner les retraités dans le maintien de leur autonomie et de leur vie sociale.

Cohabilis Bretagne joue un rôle de coordination et d'accompagnement des acteurs locaux afin de développer une offre d'habitat partagé innovante, qui met en relation des seniors de plus de 60 ans et des jeunes de moins de 30 ans, dans un cadre juridique sécurisé et suivi.

Juillet 2019 : Convention partenariat entre l'Assurance retraite Caisse nationale et le réseau Cohabilis.

Septembre 2020 : Publication [d'une étude et des recommandations](#) pour segmenter les parcours clients

Mars 2025 : signature d'un partenariat Carsat et **Union Régionale Cohabilis Bretagne**, réseau qui fédère et accompagne les associations locales œuvrant pour la **cohabitation intergénérationnelle solidaire**.

Qu'est-ce que la cohabitation intergénérationnelle solidaire ?

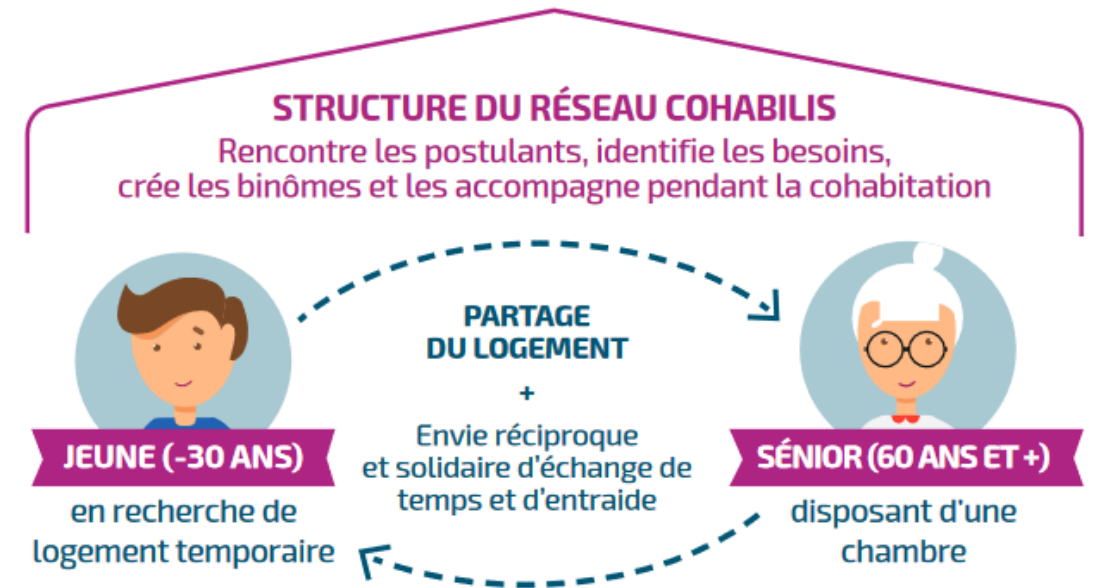
Le principe est de mettre en contact un retraité avec un jeune de moins de 30 ans, pour cohabiter et s'entraider.

Une solution avantageuse :

- Pour le senior : quelqu'un avec qui partager et discuter,
- Pour le jeune : être logé et bénéficier d'un lien enrichissant.

La relation entre le binôme est encadrée juridiquement par le **contrat de cohabitation intergénérationnelle solidaire**.

Une **charte** s'applique et accompagne la mise en place de la cohabitation.



• Article 117 de la loi n° 2018-1021 du 28 novembre 2018

• Arrêté du 13 janvier 2020 relatif à la charte de la cohabitation intergénérationnelle solidaire

2 formules proposées

Cohabitation conviviale

Cette formule permet à un sénior d'aider un jeune en mettant à sa disposition une chambre dans son logement. Selon les envies, ils partagent des moments ensemble (repas, discussions...) en échange d'une contrepartie financière modeste.

- Contrepartie financière modeste – significativement sous le prix du marché – de 150 à 350 € mensuels, définie en fonction du territoire dans lequel est situé le logement
- Pas d'engagement de la part du jeune
- Selon les envies : moments de partage et de convivialité
- Frais à payer pour le senior comme le jeune

Pour le sénior :

- Amélioration du niveau de vie (financier)
- Renforcement du sentiment d'utilité sociale en aidant un jeune à accéder à un logement
- Lutte contre la solitude

Pour le jeune :

- Accès au logement à un coût significativement en-deçà des prix du marché locatif pratiqué au niveau local
- Indépendance, mobilité

Pour les deux, la cohabitation intergénérationnelle solidaire permet d'échanger, de transmettre et de créer du lien intergénérationnel.

Cohabitation solidaire

Permet au sénior de bénéficier de la présence bienveillante et rassurante d'un jeune dans son quotidien. Le sénior met à la disposition du jeune une chambre dans son logement et, selon leurs attentes respectives, ils peuvent convenir :

- d'une présence bienveillante du jeune auprès du sénior en soirée
 - de « menus services »
 - d'une participation du jeune aux charges (maximum 60 € par mois)
- Une formule sur mesure : le sénior, le jeune et la structure se mettent d'accord sur les modalités d'engagement du jeune en termes de temps de présence ou de menus services (aller faire une course, fermer les volets...)
 - Le jeune contribue financièrement en participant aux charges (maximum 60 € par mois)
 - Frais à payer pour le sénior comme le jeune

Pour le sénior :

- Amélioration du sentiment de sécurité pour soi-même et ses proches
- Renforcement du sentiment d'utilité sociale en aidant un jeune à accéder à un logement
- Diminution des risques liés à la perte d'autonomie

Pour le jeune :

- Accès à un logement quasi gratuit ou à très moindre coût
- Indépendance, mobilité
- Renforcement du sentiment d'utilité sociale en veillant de manière bienveillante sur un sénior

Pour les deux, la cohabitation intergénérationnelle solidaire permet d'échanger, de transmettre et de créer du lien intergénérationnel.

Le message

Plus qu'un toit

« La cohabitation intergénérationnelle solidaire : une solution concrète pour rompre l'isolement, partager un toit et créer du lien, tout en permettant aux seniors de rester autonomes et aux jeunes de se loger dans un cadre sécurisé. »

En filigrane, on doit toujours faire ressortir :

- **L'utilité concrète** : « Rester chez soi, ne plus être seul. »
- **L'échange gagnant-gagnant** : « Un jeune a un toit abordable, un senior a de la présence. »
- **Le soutien et l'accompagnement** : « Un dispositif encadré, sécurisé, suivi. »
- **L'action Carsat Bretagne** : « La Carsat Bretagne agit pour prévenir la perte d'autonomie et soutenir le lien social. »

02. OBJECTIFS & INDICATEURS



OBJECTIFS & INDICATEUR

Objectifs de la convention

Pour la période 2025-2027, cette convention formalise un partenariat stratégique visant à :

- **Renforcer la notoriété** du dispositif de cohabitation intergénérationnelle solidaire auprès des publics cibles : seniors, jeunes, familles, acteurs médico-sociaux et bailleurs sociaux.
- **Soutenir concrètement le développement de binômes** de cohabitation sur l'ensemble du territoire breton, grâce à l'appui aux structures associatives locales.
- **Promouvoir le partenariat Carsat Bretagne / Cohabilis Bretagne** comme un modèle innovant et reproductible, au service du bien vieillir et de la solidarité entre générations.
- **Valoriser l'engagement de la Carsat Bretagne** comme acteur clé de la prévention de la perte d'autonomie et de la lutte contre l'isolement social.

OBJECTIFS & INDICATEUR

Indicateur clé : La création de **120 binômes** en Bretagne

L'indicateur de succès de ce partenariat est le **nombre de binômes seniors-jeunes créés, accompagnés et suivis** par les associations locales membres du réseau Cohabilis Bretagne.

Pour 2025, un budget spécifique de **49 768 €** est consacré au **développement et à l'accompagnement** de ces binômes, réparti comme suit :

- **SOLIHA 35** : 6 221 € pour accompagner 15 binômes.
- **UN TOIT 2 GÉNÉRATION 56** : 22 810 € pour accompagner 55 binômes.
- **UN TOIT 2 GÉNÉRATION 22** : 10 368 € pour accompagner 25 binômes.
- **TISS'AGES 29** : 10 368 € pour accompagner 25 binômes.

Ce soutien opérationnel vise à garantir un accompagnement de qualité pour chaque binôme, de la mise en relation à l'accompagnement régulier, afin d'assurer la pérennité du dispositif et de répondre efficacement aux besoins des publics ciblés.

03. LES PUBLICS CIBLES

Les publics cibles

Cœur de cible : Les publics directement concernés par le dispositif, qui bénéficient **en premier lieu** de l'action :

- **Seniors autonomes** (GIR 5 et 6) ou fragilisés avec légère perte autonomie (bénéficiaires OSCAR / ADH)
- **Jeunes** étudiants, apprentis ou jeunes actifs de moins de 30 ans.

Cibles principales : Les publics prescripteurs qui influencent ou facilitent le passage à l'action du cœur de cible, sans être les bénéficiaires directs :

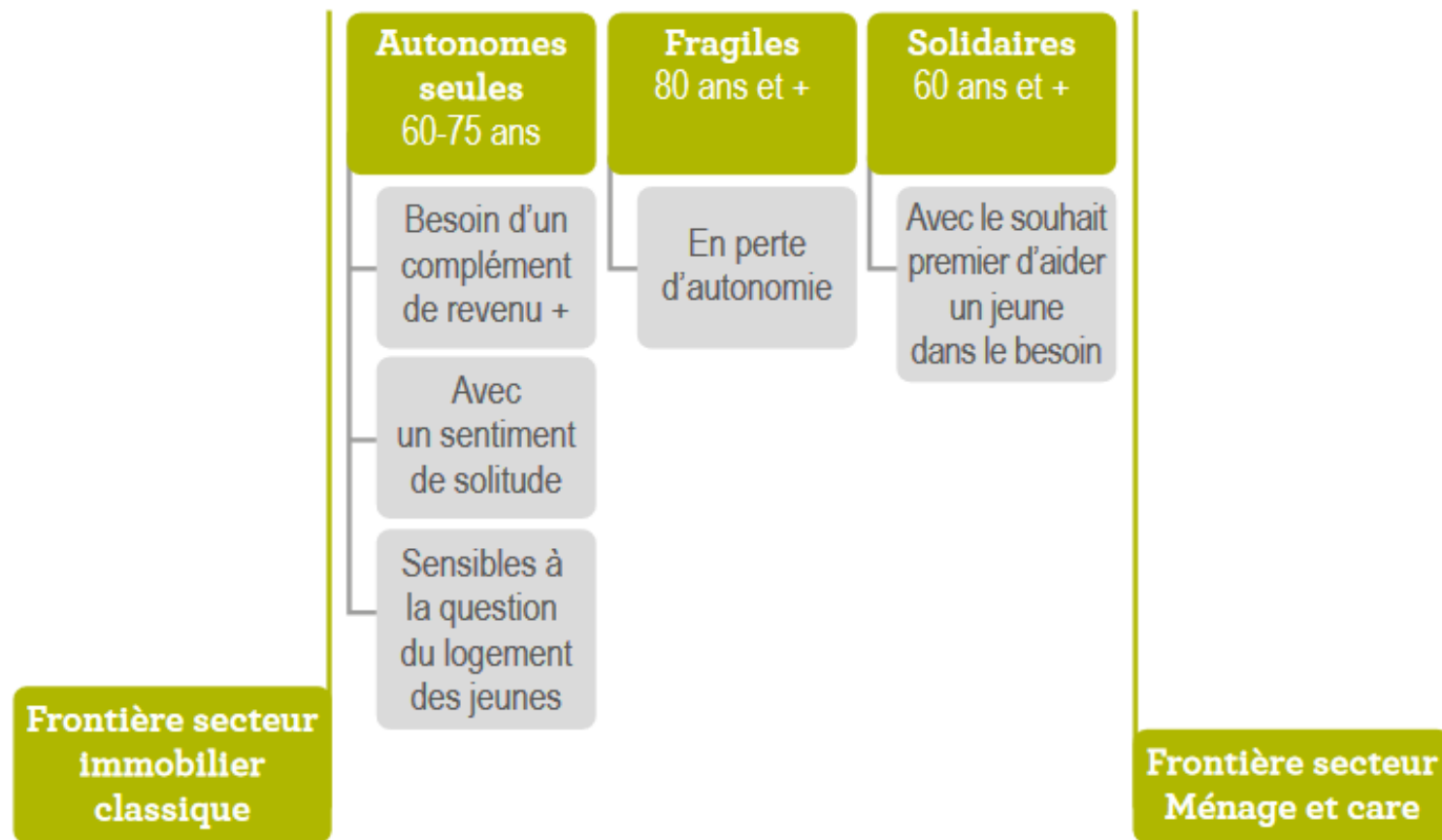
- **Familles des seniors** (enfants, proches aidants).
- **Familles des jeunes** (parents, tuteurs).
- **Prescripteurs relais locaux** : évaluateurs Carsat, SAAD, Mairies-CCAS, Réseau France Services, CLIC, EAS, bailleurs sociaux, associations locales de proximité
- **Potentiels bénéficiaires accueillants=résidence autonomie**)

Cibles secondaires : Les parties prenantes qui contribuent à la légitimité / à l'écho médiatique du dispositif :

- **Acteurs institutionnels** : collectivités territoriales, institutions médico-sociales.
- **Grand public régional**, via la presse et les médias locaux.

Segmentation du cœur du cible

Source : étude 2020 Cohabilis



Source : **identification des leviers de développement de la cohabitation intergénérationnelle solidaire – rapport final et projection 2021**

04. LES ACTIONS DE COMMUNICATION



Des canaux de communication différenciés par segment

SEGMENT	PERSONA	CANAUX À PRIVILÉGIER
Les Autonomes seules 60 – 75 ans (F en maj.)	Christine, vit seule et se sent seule car ses enfants sont peu présents. Elle a 70 ans et a perdu son mari il y a 2 ans. Elle dispose de faibles ressources et recherche un complément de revenu. Elle est sensible à la question du logement des jeunes et veut se rendre utile aux autres.	Combinaison multicanale : emailing, mailing, réseaux sociaux, en particulier Facebook, bouche à oreille, vidéo Prescripteurs : mairies, réunions, forums, bailleurs sociaux pour locataires du parc social, opérateurs de prévention PBVB ★ 🕒 Moments clés de communication : 6 mois après la retraite et 6 mois après de décès du conjoint. → Penser aux webinaires Jeunes retraités + Pension réversion + Forums deuil + ateliers PBVB
Les Fragiles 80 ans et + (H/F)	Yves a 80 ans et suite à une hospitalisation pour une chute, il a un peu perdu de son autonomie. Il bénéficie d'une aide à domicile pour faire son ménage. Ses filles restent proches de lui mais s'inquiètent de le savoir seul. Yves a peu de vie associative. Il aimerait rassurer ses filles et ses filles aimeraient que quelqu'un veille un peu sur lui car elles vivent à 2h de route de chez lui.	Enfants via combinaison multicanale : site internet Carsat, presse, vidéos, bouche à oreille Prescripteurs : enfants, mairies CCAS, établissements de soin, AS hôpital, SAAD ★ 🕒 Moments clés de communication : Fin d'Hospitalisation (service social de l'hôpital), lors de la visite d'évaluation (évaluateur), lors des périodes de retrouvailles familiales : vacances printemps, été, automne, hiver.
Les Solidaires - Altruistes 60 ans et + (H/F) [niche]	Lina a 65 ans et est divorcée. Elle a une vie associative intense et un agenda bien rempli, l'utilité sociale, c'est important pour elle. Elle a toujours été sensible aux questions de solidarité et souhaite aider un jeune « dans le besoin ». Elle n'attend pas de contrepartie financière.	★ 🕒 Moments clés de communication : 6 mois après la retraite, ateliers BAR Prescripteurs : mairies, CCAS, Centres sociaux, associations d'entraides locales là où Lina peut se rendre

Contenus à produire

Brochure affiche

en existe-t-il une que nous pouvons récupérer ?

Possible de reprendre [brochure du national](#) en ajoutant les coordonnées des 4 associations locales ?

Emailings seniors :

Quelle stratégie ? Un emailing par territoire (ex. avec 1 toit 2 générations 56) ?

Possible pour la Carsat de segmenter des campagnes emailing en fonction des segments-cibles

Autonomes seuls : campagne emailing ou mailing avec critères

- bénéficiaire d'une pension de réversion
- bénéficiaire ASPA (pour faibles ressources)

Les fragiles : campagne avec critères

- Bénéficiaire d'un plan d'aide temporaire ADH (*Accompagnement à domicile auprès hospitalisation*)
- Bénéficiaire d'un plan d'aide pérenne OSCAR (*Offre de services Coordonnée pour l'accompagnement de ma retraite*)

Visuels RS

En existe-t-il ? Sinon produire 3 types de visuels selon les 3 personas pour faciliter le sentiment d'identification.

Actualités web

Contenu + Bannière actu Carsat + Bannière site PBVB + vignette image – cible retraité + cible partenaire. *Sur le fond du contenu : miser sur bénéfices + témoignages réels + Foire aux questions*

Emailing partenaires avec kit de com (brochure/ affiche) qu'ils peuvent télécharger et imprimer

Vidéo témoignage En existe-t-il ?

LES ACTIONS DE COMMUNICATION

1. Une campagne annuelle multicanale, combinant affiches et flyers diffusés, mailings ciblés, une vidéo explicative.

Support	Quoi ?	Comment ?	Quand ?
Réseaux sociaux + Site Carsat/PBVB	Publication de posts réguliers avec visuels attractifs, logo Carsat & Cohabilis (infos pratiques, témoignages de binômes, infographies explicatives). Article PBVB + Article site Carsat ou ouvrir une page permanente sur la cohabitation intergénérationnelle	<ul style="list-style-type: none"> Plan éditorial mensuel pour Facebook, LinkedIn (adapté à chaque cible). Formats variés : carrousels, posts carrés Facebook, reels. Relais via pages partenaires (CCAS...). 	<ul style="list-style-type: none"> Démarrage septembre (rentrée, pic recherche logement jeunes). Périodes clés : rentrée universitaire, 1er octobre (Journée Internationale des Personnes Âgées), fêtes de fin d'année (lutte contre l'isolement). Publications 2 fois par mois.
Intégration aux newsletters existantes	Encarts dédiés dans : <ul style="list-style-type: none"> La newsletter Nationale « Parlons Retraité » (retraités, fin d'année) La newsletter « Avec vous pour eux » (proches aidants, novembre) 	<ul style="list-style-type: none"> Rédiger un focus clair : article court + lien page info détaillée + témoignage + contacts locaux. Créer un visuel commun réutilisable. Inclure un CTA clair : « Contactez-nous pour en savoir plus ». 	<ul style="list-style-type: none"> Automne : insertion novembre (« Avec vous pour eux »). Fin d'année : parution spéciale « Parlons Retraité ». septembre – cible retraités
Affichage et supports physiques	<ul style="list-style-type: none"> Décliner les visuels réseaux/newsletters en affiches et flyers. Thèmes : « Rompre l'isolement », « Partager un toit », « Créer du lien ». 	<ul style="list-style-type: none"> Impressions livrées aux EAS, CLIC, France services Téléchargement kit de com pour les autres partenaires via emailing 	Impression & déploiement novembre/décembre , mise à disposition rentrée de janvier .
Diffusion de vidéo	• Inclure si possible des témoignages de seniors et de jeunes déjà engagés pour illustrer concrètement.	Décliner une version courte (réseaux sociaux) et une version longue (événements, webinaires).	• Projection lors de forums, journées portes ouvertes, webinaires .

+ Envoi **mailings ciblés** CCAS, CLIC, bailleurs sociaux **avec kit clé en main** + mode d'emploi pour relais terrain.

LES ACTIONS DE COMMUNICATION

2. Des actions de sensibilisation via des webinaires pour seniors et jeunes. L'offre sera également présentée lors d'événements.

Support	Quoi ?	Comment ?	Quand ?
Webinaires	<ul style="list-style-type: none"> • Créer ou co-animer des webinaires à destination des seniors et des jeunes, avec des témoignages de binômes existants. • Exemple : Parcours résidentiel pour jeunes retraités. 	<ul style="list-style-type: none"> • Prévoir une intervention d'un binôme pour illustrer concrètement. • Organiser un temps d'information avec un format court (45 min – 1h). • Intégrer une séquence questions/réponses en direct. • Promouvoir le webinaire via réseaux sociaux, newsletters, CCAS. 	<ul style="list-style-type: none"> • 1er semestre 2026. • Exemples de créneaux déjà envisagés lors des webinaires Jeunes retraités DIS DR : <ul style="list-style-type: none"> • 18/09/2025 de 12h à 13h • 20/11/2025 de 12h à 13h
Présence lors des événements	<ul style="list-style-type: none"> • Présenter l'offre et le dispositif lors d'événements : salons, forums seniors 	<ul style="list-style-type: none"> • Infos sur stand animé par les CPS. • Prévoir un kit de communication : flyers, affiches, vidéos témoignages. • Mettre à disposition un QR code vers le site Carsat/Cohabilis sur l'affiche 	<ul style="list-style-type: none"> • Selon le calendrier régional des salons et forums : automne 2025 – printemps 2026. 📅 Forum deuil Epiniac (35) le 6/10/2025

LES ACTIONS DE COMMUNICATION

3. La stratégie presse prévoit plusieurs communiqués.

Thèmes	Quoi ?	Comment ?	Quand ?
Témoignage croisé & portrait	<ul style="list-style-type: none"> • Produire un communiqué portrait mettant en avant un binôme réel (senior + jeune). • Illustrer comment la cohabitation intergénérationnelle améliore la vie de chacun. 	<ul style="list-style-type: none"> • Rédiger une histoire courte : qui sont-ils, pourquoi ils ont choisi la cohabitation, quels bénéfices. • Inclure une photo de qualité, témoignages directs. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fin d'année scolaire 2026 (mai-juin), période stratégique pour recruter de nouveaux jeunes pour la rentrée universitaire.
Bilan du partenariat	<ul style="list-style-type: none"> • Rédiger un communiqué bilan pour présenter le nombre de binômes créés, valoriser les résultats 	<ul style="list-style-type: none"> • Intégrer chiffres clés (par association), mini témoignage, avantages du dispositif pour seniors et jeunes. • Mettre en avant les résultats concrets pour crédibiliser. • Diffuser largement (presse écrite, site web, newsletter Partenaire). 	<ul style="list-style-type: none"> • Juin – juillet 2027, pour marquer la fin du cycle 2025-2027 et préparer la rentrée.
Chronique TVR	<ul style="list-style-type: none"> • Réaliser une chronique « C Pratique » sur TVR pour donner la parole à un binôme et expliquer le fonctionnement. 	<ul style="list-style-type: none"> • Court format TV (6 min) : reportage + interview. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mai – juin 2026, avant l'été.

05. Calendrier prévisionnel



Fait



En cours

Août 25

Septembre

Octobre

Novembre

Décembre



Emailing seniors 56 : 1 Toit 2 générations



Conception brochure régionale



05/09 Actu site Carsat retraité (inclure coordonnées locales) + partenaires (inclure kit de com)



05/09 Actu site PBVB



1 Post Facebook PBVB

18/09 Webinaire jeunes retraités : inclure diapo



Parlons retraite CNAV (envoi 26/09 : Brève à envoyer avant à Elisa Mbokoso ou Alice Fantoni)



Présence d'un adhérent ?

Emailing partenaires avec kit de com



Article Portail interne pour informer du partenariat



06/10 : Publication LinkedIn Carsat pour com institutionnelle



06/10 Forum deuil Epiniac (35) MLB : documentation stand + messages clés pour les personnes qui expriment solitude

06/10 journée mondiale de l'habitat

Envoi postal affiches + flyers aux CLIC – EAS – France services



Info aux opérateurs : inclure diapo avec coordonnées locales dans les ateliers BAR + BVSR + Habitat : voir faisabilité avec Cécilia et CPS



Newsletter partenaires Avec vous pour eux : brève



6 ou 7/11 Réunion régionale des évaluateurs : présenter dispositif et leur fournir flyers



20/11 Webinaire jeunes retraités : inclure diapo



26/11 Destination retraite à Saint-Malo : documentation stand + inclure diapo CIS dans la conférence



rencontre bailleurs sociaux ? Prévues ? Interroger Stéphanie / Cécilia



08/12 : Brève dans Parlons retraite CNAV (envoyer avant à Elisa Mbokoso)



18/12

1 Post Facebook PBVB avant vacances noel



Actu Carsat retraité à la Une page d'accueil avant Noël

Interroger Direction retraite (Mélodie) si un webinaire sur la retraite de réversion ou sur le thème « améliorer vos ressources / ASPA » est prévu fin 2025 et 1^{er} semestre 2026.

Janvier 26

Février

Mars

Avril

Mai



1 Post Facebook PBVB

Brève dans Parlons retraite CNAV (envoyer avant à Elisa Mbokoso)

29 avril journée européenne solidarité intergénérationnelle

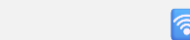


Chronique C pratique sur TVR : intervention plateau de Cohabilis ? + binôme rennais en plateau ou un reportage



13 – 14/03 Forum des seniors Bretagne – Cesson Sevigné
Participation de PBVB à étudier

27 avril au 01/05 : semaine CIS en France



1 Post Facebook PBVB

Webinaire sur L'intergénérationnel?
Habitat – bénévolat etc.

Actu Carsat retraité à la Une page d'accueil



rencontre bailleurs sociaux ? Prévues ?
Interroger Stéphanie / Cécilia

rencontre SAAD de chaque département : quand ? Pour présenter Cohabilis et leur fournir kit d'info

Communiqué presse avec témoignages, chiffres clés, et « appel du pied » aux journalistes s'ils souhaitent rencontrer 1 binôme

Interroger Direction retraite (Mélodie) : un webinaire sur la retraite de réversion ou sur le thème « améliorer vos ressources / ASPA » sont-ils prévus fin 2025 et 1^{er} semestre 2026 ?

06. Bilan des actions réalisées

Insérer ici au fur et à mesure les actions réalisées et les résultats



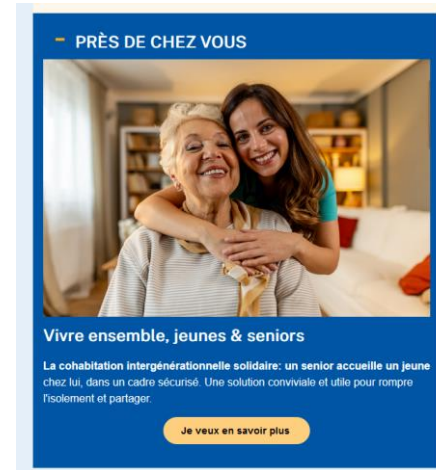
[Post Facebook](#)



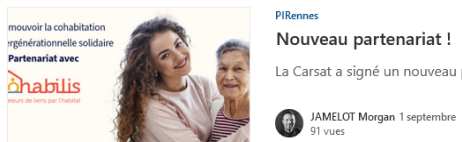
[Actualité rubrique retraitée : site Carsat](#)



[Actualité site PBVB](#)



[Brève NEWSLETTER « Parlons retraite »](#)



[Brève portail interne](#)

Cible : Nouveaux retraités | Webinaire

Objectif : présenter le dispositif et les coordonnées des structures référentes cohabilis aux nouveaux retraités de la Carsat

Date : jeudi 18 septembre 2025 de 12 à 13h

Cible : nouveaux retraités bretons depuis février à avril 2025

Nombre de participants en direct : 101
Nombre de vues en replay : (à compléter via Livestorm)

The screenshot displays a webinar interface with four slides. The top-left slide features a photograph of an elderly woman and a younger woman, with the text: "Retrait(e), vous disposez d'une chambre inoccupée ? Partagez convivialité entraide moments de vie avec un jeune de moins de 30 ans (étudiant, salarié) en l'accueillant chez vous!". The top-right slide is titled "Témoignages" and shows two video thumbnails: "Philomène et Odile de Lanester À regarder ici" and "René et Florence À regarder ici". The bottom-left slide is titled "La cohabitation intergénérationnelle solidaire" and includes a diagram of the "STRUCTURE DU RÉSEAU COHABILIS" showing a cycle between "JEUNE (20 ANS)" and "SENIOR (60 ANS ET +)". The bottom-right slide is titled "Envie d'en savoir plus ?" and lists contact information for four regions: "Côtes-d'Armor", "Finistère", "Ile-et-Vilaine", and "Morbihan".



Contacts

Volet Communication Carsat

Candice PLOTEAU : candice.ploteau@carsat-bretagne.fr

Anne TREGARO anne.tregaro@carsat-bretagne.fr

Côté Cohabilis

Christie SOKONY-PINTO, Coordinatrice régionale Grand Ouest

c.sokony-pinto@cohabilis.org