

# LA CLÉ

Les cahiers thématiques

NUMÉRO 3  
DÉCEMBRE 2015

Loger au plus près des attentes et *faciliter le quotidien*

PRENDRE UN NOUVEAU TOURNANT p.2

MISER SUR LE DIGITAL p.4

CONCEVOIR DES OUTILS NOVATEURS p.6

RENFORCER LA QUALITÉ DE SERVICE p.8

TRAVAILLER EN PARTENARIAT p.10



👉 **17 % de femmes** sont accueillies par Adoma en 2014.

👇 **23 % des nouveaux entrants** ont moins de 30 ans.



# Le nouveau visage d'Adoma

**Depuis sa création en 1956**, Adoma a vu ses missions évoluer pour devenir l'acteur incontournable de l'insertion par le logement. Premier opérateur du logement accompagné, Adoma, société d'économie mixte, poursuit son évolution. Elle est intégrée depuis 2015 au groupe SNI (Société nationale immobilière), filiale de la Caisse des Dépôts. Dotée de moyens supplémentaires, Adoma peut désormais renforcer ses réponses concrètes aux besoins très sociaux de notre pays.

**A**doma loge plus de 71 000 personnes. Au cours de ces dernières années, la crise économique et la pénurie des logements sociaux ont entraîné une mutation de la clientèle. Adoma, acteur engagé de l'insertion par le logement, propose des solutions pour favoriser l'accès au logement tout en développant des services innovants et personnalisés.

## RÉPONDRE AUX ATTENTES D'UNE CLIENTÈLE EN MUTATION

Au cours de ces dernières années, la clientèle accueillie chez Adoma a progressivement évolué. Les résidents « historiques » ont aujourd'hui vieilli. En 2014, 24 900 personnes ont 60 ans et plus, ce qui représente 42 % de la clientèle Adoma. C'est un public isolé, à la santé fragile et exposé aux problèmes de dépendance. Adoma doit mettre en œuvre un accompagnement spécifique tenant compte de ce vieillissement. Un nouveau public plus jeune, souvent précaire, prend une place de plus en plus importante au sein du parc



## ADOMA EN CHIFFRES (AU 31/12/2014)



### Les clients

**71 000**  
clients

**42 %**  
des clients ont  
plus de 60 ans

**9,4 %**

des clients ont entre 18 et 30 ans,  
soit 5 577 personnes



### Le logement

**70 878**  
logements

Plus de **200**  
demandes  
en ligne par jour

**44,6 %**

des plus de 60 ans sont logés  
depuis plus de dix ans



**11 278**

c'est le nombre  
de nouveaux  
entrants en 2014

Adoma. Il s'agit de jeunes actifs qui recherchent une solution de logement accompagné au début de leur parcours professionnel, de jeunes mères célibataires, de personnes percevant les minima sociaux ou à la recherche d'un emploi. Sur les 11 278 nouveaux clients entrants en 2014, 23,5 % ont moins de 30 ans, 17,1 % sont des femmes. Les familles monoparentales sont de plus en plus nombreuses (2 044 enfants sont présents). L'ambition d'Adoma est d'apporter des réponses concrètes pour participer à l'insertion de tous les publics accueillis.

### S'ADAPTER AUX NOUVEAUX BESOINS : ADOMA SERVICES

L'évolution significative de la sociologie de la clientèle a conduit Adoma à s'adapter à des besoins nouveaux. La clientèle plus jeune est adepte de nouvelles technologies pour communiquer. Les « chibanis » aspirent à disposer d'un logement dont l'aménagement a été conçu pour atténuer leurs difficultés physiques et à recevoir un accompagnement approprié. En 2013, Adoma lançait une offre « Adoma Services » pour apporter des réponses concrètes aux différentes attentes de ses clients.

### FAIRE DE L'INNOVATION UN LEVIER D'INSERTION

La démarche « Adoma Services » est tournée vers l'écoute et la satisfaction client : services pratiques, accompagnement social, relation client... Elle a pour objectif d'amé-

liorer le cadre de vie et d'accompagner tous les résidents sur le chemin de l'insertion. L'innovation s'est portée sur la relation client, avec notamment la dématérialisation d'un certain nombre de démarches administratives : candidature à un logement, création d'un compte résident, demande d'allocations, informations en temps réel sur l'actualité de sa résidence... ●



### LES 3 CHANTIERS STRATÉGIQUES DU PROJET D'ENTREPRISE

- 1 Construire et développer** une relation durable et personnalisée avec chaque client.
- 2 Apporter des réponses concrètes** aux besoins de logement par le renforcement de partenariats.
- 3 Renforcer l'ensemble des dispositifs** pour favoriser l'accès au logement de droit commun.

# S'adapter aux nouveaux besoins et aux nouveaux usages

## Acteur incontournable de l'insertion par le logement,

Adoma place les besoins de ses clients au cœur de ses préoccupations et de ses réflexions. Les évolutions importantes de sa clientèle et de son profil au cours de ces dernières années l'ont tout naturellement amenée à faire le choix d'une stratégie digitale utile et innovante pour répondre aux attentes.



📍 12 % des personnes réalisant la demande de logement en ligne sont des étudiants.



**CHIFFRES** CONCERNANT  
LES CLIENTS CONNECTÉS  
(source : [www.adoma.fr](http://www.adoma.fr))



**40 %**

des internautes se connectent depuis un mobile ou une tablette



**37 %**

des clients connectés ont entre 25-34 ans



**63 %**

de femmes, contre 37 % d'hommes naviguent sur le site Adoma

**512 000**

utilisateurs ont visité [www.adoma.fr](http://www.adoma.fr) en 2015

A

vec le lancement en juin 2014 de sa demande de logement 100 % en ligne, à partir d'un formulaire accessible sur [www.adoma.fr](http://www.adoma.fr), Adoma s'est positionnée comme un acteur du logement accom-

pagné résolument tourné vers le numérique. Les candidats aux logements sont invités à saisir les informations nécessaires sur le principe du déclaratif. Les pièces justificatives seront présentées par la suite avant l'entrée dans le logement. Ce procédé répond aux attentes des candidats, en facilitant la saisie au maximum. La simplicité et la rapidité ont été les deux objectifs principaux de cette mise en place afin d'apporter une réelle plus-value aux utilisateurs. Ces mêmes principes sont utilisés tout au long du traitement de la demande. Ainsi le candidat reçoit par e-mail et/ou SMS les informations concernant le traitement de sa demande.

La mise en place de la demande en ligne a permis de construire le socle du parcours « client numérique ».



Cette demande de logement s'est révélée simple comme bonjour ! >

**JOCELIN D.**

premier résident ayant obtenu un logement via la nouvelle demande de logement en ligne Adoma.



L'exploitation du numéro de téléphone portable ou l'adresse e-mail permettent ensuite de gérer avec le client une nouvelle relation basée sur des services innovants.

**DÉVELOPPER DES SERVICES CONNECTÉS**

L'ambition d'Adoma est d'apporter à ses clients une gamme de services pour faciliter leur quotidien et pour les rendre acteurs de leur parcours d'insertion. Ainsi, depuis le début de l'année 2015, Adoma développe en partenariat avec la Cnaf l'Intégration dématérialisée à la demande d'aide au logement (IDEAL). Grâce à IDEAL, le résident ne remplit plus un dossier papier pour effectuer une demande d'APL. Celle-ci est réalisée directement par le Responsable de résidence Adoma dès l'entrée dans les lieux. Non seulement les démarches sont simplifiées pour le client, mais, en plus, les aides au logement sont perçues beaucoup plus rapidement.

Suite p. 6 ●●●●



**Questions à...**

**CHRISTIAN TI-I-TAMING,**  
Sous-Directeur Politiques familiale et sociale de la Cnaf



**Un bel exemple de modernisation de l'action publique**

En 2015, la Cnaf et Adoma ont signé une convention cadre IDEAL ou Intégration DEmatérialisée des Aides au Logement. Une innovation pratique à forte valeur ajoutée pour toutes les parties.



**Adoma déploie actuellement, avec les CAF, ce nouveau service d'accès aux droits. Pourquoi avoir développé ce dispositif ?**

➤ IDEAL s'inscrit dans l'objectif global de la Cnaf de simplifier les démarches des usagers en développant les relations avec les partenaires par des échanges dématérialisés. Ce dispositif est né d'une initiative de bailleurs sociaux déjà engagés dans un accompagnement social des publics. Le déploiement sur le territoire de la téléprocédure IDEAL est conduit par la Cnaf compte tenu des enjeux financiers et du nombre de bénéficiaires d'aides au logement. Ce renforcement du partenariat avec les bailleurs pour favoriser et simplifier l'accès aux droits est un bel exemple de modernisation de l'action publique. Sa mise en place est possible grâce à l'implication de partenaires dynamiques comme Adoma.



**Quelle est la valeur ajoutée pour les résidents Adoma ? Pour la Cnaf ?**

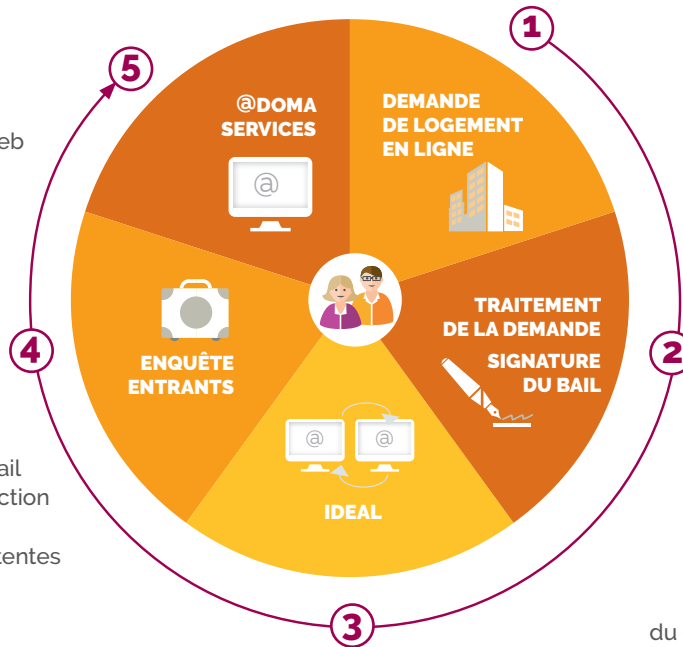
➤ IDEAL contribue à la dynamique d'amélioration de la qualité de service rendu aux locataires et allocataires. Tout le monde est gagnant. Les bénéfices sont importants : renforcement de l'accompagnement dans l'accès au droit, simplification de la demande d'aide au logement, suppression de saisie d'informations par la CAF, rapidité de l'étude du droit et du paiement par la CAF.



## PARCOURS CLIENT NUMÉRIQUE EN CINQ ÉTAPES

Le client disposera en 2016 d'un espace Web personnalisé

Adoma envoie par e-mail une enquête de satisfaction aux nouveaux arrivants pour connaître leurs attentes



L'internaute effectue sa demande de logement en ligne sur [www.adoma.fr](http://www.adoma.fr)

1 - Traitement de la demande par le logiciel Adoma

2 - Attribution du logement avec signature du bail

Adoma réalise la demande d'APL du client dès son arrivée

● ● ● Suite de la p. 5

### RESTER À L'ÉCOUTE ET ANTICIPER LES NOUVEAUX BESOINS

Adoma est un acteur de proximité qui puise sa force dans sa présence et ses services quotidiens. Toute l'équipe présente sur le terrain – le responsable de résidence, l'ouvrier de maintenance, le responsable d'insertion sociale – reste à l'écoute des besoins clientèle tout en s'adaptant aux évolutions en cours. Cette connaissance du public et les évolutions constatées sont enrichies par les études de satisfaction réalisées chaque année.

Au-delà de la mesure du niveau de satisfaction, l'étude annuelle permet de suivre l'évolution en équipement numérique de la clientèle ainsi que ses habitudes de connexion. La nouvelle enquête satisfaction dite « nouveaux entrants » réalisée par e-mail et lancée en 2015, a fait émerger de nouveaux besoins. Cette enquête donne la parole aux clients nouvellement entrés qui y expriment leur niveau de satisfaction mais aussi font part à Adoma d'une demande ou d'une observation et suggèrent des nouveaux services.

### @DOMA SERVICES : UNE AUTRE IDÉE DU SERVICE

Depuis le lancement de son bouquet de services, Adoma continue de développer son offre. Ainsi, en 2014, les premiers SMS info clients ont communiqué en quelques mots des informations pratiques au niveau local. Ce mode de communication est véritablement apprécié des clients (90,9 % de taux de satisfaction en 2015). Une

information personnalisée qui sera complétée dès 2016 par le lancement d'@doma services : un espace Web personnel mis à la disposition des clients d'Adoma, qui y trouveront des services tels que la possibilité de gérer leurs comptes clients, d'y réaliser un paiement en ligne ou encore d'y télécharger leurs quittances et avis d'échéance... Au travers des actions menées et des choix de développement de ser-

vices, Adoma a opté pour un développement de sa stratégie digitale dans sa mission d'accompagnement de ses clients sur le chemin de l'insertion. ●

**Adoma a opté  
pour un  
développement  
de sa stratégie  
digitale**



## Témoignage

**SOUHILA KELLACI,**

Directrice de la Gestion locative et sociale

# « Une connexion pour faciliter l'insertion »

Depuis presque 60 ans, Adoma innove pour assurer l'insertion des publics qu'elle accueille. Pour cela, elle développe son offre de logement en veillant à suivre les évolutions et les attentes de la clientèle. Les chambres avec confort partagé répondant aux besoins d'hier sont aujourd'hui remplacées par des logements meublés, équipés, totalement autonomes avec sanitaires et kitchenette. Ces logements répondent aussi au besoin de maintien à domicile de nos clients les plus âgés. Mais l'innovation d'Adoma ne se cantonne pas au bâti, elle se développe aussi dans la relation client de proximité et dans l'offre de services.

Le lien social reste une condition essentielle à l'insertion de nos publics. Pour rester connectés à la société, nos résidents manifestent aujourd'hui un souhait de plus en plus fort d'avoir un accès facilité à Internet. Nos partenaires réalisent le même constat et mettent en place, avec Adoma, des solutions connectées innovantes. C'est pourquoi, dans le but de faciliter le quotidien de nos clients et leurs différentes démarches administratives, Adoma développe des outils adaptés.

**« La société Adoma de demain ne peut se construire qu'avec ses clients »**

La relation client évolue et doit s'appréhender différemment. Les canaux de communication se multiplient, mais les informations doivent rester simples et

surtout apporter une réelle plus-value à tous les clients sans être trop intrusives.

Ces évolutions doivent tenir compte de tous les publics accueillis, les anciens travailleurs migrants tout comme les jeunes actifs doivent recevoir le même niveau d'informations.

Les équipes d'Adoma travaillent en ce sens. Avec les SMS, les informations pratiques sont diffusées à nos clients. À la



📌 Des solutions connectées pour simplifier les démarches administratives.

réception des SMS, certains clients s'interrogent et vont s'adresser alors vers leurs Responsables de résidence pour avoir les réponses à leurs questions et la relation s'en trouve ainsi renforcée !

L'utilisation par Adoma de nouvelles technologies dans sa relation clientèle traduit sa volonté d'accélérer et faciliter l'accès aux services et aux droits. La place et le rôle des équipes locales ainsi plus disponibles restent essentiels dans l'écoute et l'accompagnement au quotidien. ●



➔ **Faire évoluer la relation client** pour anticiper les attentes du public.

# Adoma Services :

## « Parce qu'Adoma, c'est plus qu'un logement »

En 2013, Adoma lance Adoma Services, une démarche conçue pour offrir aux publics accueillis une gamme de services diversifiée et personnalisée afin de mieux les accompagner dans leur parcours d'insertion.



📍 **Une présence des équipes** au quotidien pour créer des liens et favoriser les échanges.



### DES SERVICES APPRÉCIÉS ET RECOMMANDÉS !



• **88 %** des clients sont satisfaits de la qualité des relations avec Adoma

• **77,5 %** des résidents sont satisfaits du traitement de leur demande

• **69 %** des résidents utilisent Internet tous les jours et 61 % d'entre eux sont connectés *via* une tablette ou un ordinateur

• **80 %** des résidents sont satisfaits du service fourniture et du nettoyage des draps, 70 % de la laverie automatique

Le projet repose sur la mobilisation des équipes Adoma présentes sur le terrain, qui incarnent cet engagement et qui mettent l'humain et la satisfaction client au cœur du dispositif. Il s'agit avant tout, en apportant une réponse au plus près des attentes des publics, de renforcer le lien avec les clients pour une relation plus personnalisée.

### LES SERVICES DU QUOTIDIEN

La présence quotidienne de salariés d'Adoma dans la résidence, l'équipement en mobilier des logements, leur maintenance, la gestion des réparations, la fourniture et le nettoyage des draps... font partie des services offerts de longue date par Adoma. Ils sont compris dans la redevance payée par les clients qui comprend mobilier, équipement, électricité, chauffage. Local vélos, local poussettes sont très souvent prévus au sein des résidences. Des services additionnels sont



⬇ **La redevance** comprend le loyer, les charges, le mobilier et les prestations entretien et maintenance.



## **Avec le déploiement d'Adoma Services, c'est toute la stratégie relationnelle clients qui évolue et une nouvelle dynamique se met en place.**

venus s'y ajouter comme la mise à disposition d'une laverie, la fourniture à la demande de linge de toilette ou le nettoyage du logement...

### **UNE QUALITÉ DE SERVICE À LA CLÉ**

Le déploiement de l'offre Wi-Fi dans les logements se développe : les résidents peuvent s'abonner à Internet à des conditions financières très avantageuses. Ils ont

aussi la possibilité de résilier leur abonnement sans délai.

L'adoption par Adoma d'une stratégie digitale pour simplifier les démarches administratives et gagner du temps est très appréciée de ses clients, notamment par les jeunes actifs et les familles monoparentales.

### **UNE RELATION CLIENT GAGNANTE ET UN ACCOMPAGNEMENT POUR TOUS**

Avec le déploiement d'Adoma Services, c'est toute la stratégie relationnelle clients qui évolue et une nouvelle dynamique se met en place. L'accent est mis tout autant sur la gestion administrative que sur la proximité relationnelle, l'accompagnement social et le renforcement de l'écoute.

Les salariés sont mobilisés pour faciliter l'accès aux soins, aux droits, à l'emploi et au relogement des résidents et ainsi lutter contre l'isolement des résidents. ●



## **L'analyse**

**FRÉDÉRIC PIETRIGA,**  
Directeur d'études d'Aviso

**Aviso travaille avec Adoma depuis quatre ans sur l'étude annuelle de la satisfaction de ses clients. Quelles évolutions majeures ont été constatées ?**

➤ Premier constat, il est toujours très judicieux pour une entreprise de mesurer la satisfaction de ses clients chaque année. Cette fréquence met les équipes dans une dynamique constructive vis-à-vis de leurs clients. L'évolution des indicateurs mesurés décrit un effet ciseau des scores, avec une hausse des indicateurs liés au logement d'Adoma et un tassement de l'évaluation des parties communes. L'enjeu est de maintenir une offre la plus homogène possible pour avoir une évaluation globale plus équilibrée sur un parc aussi diversifié. La relation clients reste un point fort pour Adoma.

**Quels nouveaux besoins ont émergé ?**

➤ Si le logement est un droit, le service devient un devoir. La qualité des logements proposés constitue un acquis pour ces résidents de plus en plus sensibles aux services associés à la résidence et à la capacité d'Adoma à les accompagner sur des prestations facilitant leur quotidien. La relation clients est également en profonde mutation avec la montée en puissance du digital – espace client, SMS d'information... – en complément d'un attachement fort des habitants à l'accueil des équipes dans les résidences.

## La demande de logement en ligne (DDL)

➤ Depuis 2014, la demande d'un logement Adoma se fait dorénavant en ligne. Adoma est le premier organisme à se doter d'un observatoire de la demande de logement très social.

### L'observatoire a enregistré :

- Plus de 200 demandes en ligne par jour
- 34 % des demandeurs sont des femmes
- 41 % ont entre 18 et 30 ans soit 22 343 personnes
- 59 % sont des actifs (salariés, demandeurs d'emplois...)

### Les entrées *via* la Demande de logement en ligne :

- 79 % d'hommes, 21 % de femmes
- 55 % sont âgés de 31 à 54 ans
- 27 % sont salariés, 34 % ont les minima sociaux, 26 % sont demandeurs d'emploi



# Des outils conçus Les partenaires

Lors de la mise en place de la demande de logement en ligne, Adoma a souhaité créer des entrées particulières pour ses partenaires réservataires. Le but ? Faciliter les demandes et les rendre plus rapides, prioriser les candidats et garantir la transparence des attributions.

## QUELQUES CHIFFRES EN 2014



**43,5 %**  
des demandes  
émanent d'actifs



**31 %**  
des candidats  
perçoivent le RSA

Adoma a développé des outils dédiés au profit des réservataires institutionnels financiers. Deux interfaces différentes ont été développées : l'une en faveur d'Action Logement et l'autre pour les préfetures et les collectivités locales. Grâce à ces outils, les partenaires peuvent faire valoir leurs droits de réservation sur les logements et ainsi les attribuer à leurs postulants.

Les partenaires du groupe Action Logement ont une entrée particulière sur le site Internet [www.adoma.fr](http://www.adoma.fr). Avec un

identifiant et un mot de passe spécifique, ils accèdent directement à un espace sécurisé. Grâce à ce service, 1 459 demandeurs ont pu bénéficier d'un logement.

Lancé en janvier 2015, l'Extranet Réservataires pour les préfetures et les collectivités locales propose un lien dédié. Accessibles *via* un login et un mot de passe, les demandes saisies sont directement positionnées sur les lots réservés et identifiées dans l'outil de gestion Adoma. Ces nouveaux modes de fonctionnement fluidifient, sécurisent, facilitent et priorisent les demandes des réservataires auprès d'Adoma.



“ Simple d'utilisation et convivial, ce système d'information permet de saisir les candidatures proposées sur les logements du contingent réservataire du préfet. Les enregistrements sont réalisés directement par le SIAO. **Il s'agit à mon sens d'un outil fiable et performant qui permet un gain de temps non négligeable.**

**PHILIPPE ESTERMANN**

DDCS de la Haute-Garonne  
Conseiller technique de service social  
Service politiques sociales du logement



avec et pour



**DES MÉTIERS  
EN ÉVOLUTION**

**Plus de 50 % des collaborateurs d'Adoma travaillent quotidiennement au sein des résidences.** Avec l'accueil de publics de plus en plus diversifiés et connaissant une précarité accrue, c'est toute la dimension des métiers de proximité qui a évolué et notamment la dimension sociale. L'écoute, la prise en compte des besoins font aujourd'hui partie intégrante de leurs missions, en sus des tâches administratives classiques. Ainsi, le travail de proximité de l'équipe et des intervenants sociaux, la bonne coordination des différents métiers intervenant sur le site (gestion, technique, travail social) et la prise en compte rapide des demandes des clients font que ceux-ci se sentent « chez eux » et non dans un « logement par défaut ».

“ Nous commençons à utiliser l'outil afin de faire nous recevons à Adoma,

pour qu'elles soient orientées vers les logements se libérant sur le contingent de l'État. Dans l'avenir, nous pensons que le développement des fonctionnalités de gestion des places et des admissions permettra de faciliter nos échanges et de garantir un accès au logement encore plus rapide pour nos demandeurs.

**ALICE CLOISEAU**

Directrice du GAP 78 en charge de la direction de CAPLOGY

Pour les deux dispositifs, le formulaire est renseigné en quelques clics, le suivi de la demande fait l'objet d'un traitement informatisé. Gain de temps, simplicité, homogénéité des pratiques sont des atouts incontestables du système d'attribution de logement Adoma. ●

# Évolution de la clientèle depuis 2014 par Établissement régional

## 29 213 clients

Salariés : Femmes :  
62,5 % 16 %  
52,2 % 9,7 %

18-30 ans :  
20,3 %  
8,5 %

## 7 032 clients

Salariés :  
29,1 %  
19,3 %

18-30 ans :  
27,3 %  
11,5 %

Femmes :  
14 %  
8,7 %

## 4 943 clients

Salariés : Femmes :  
28,8 % 18 %  
22,9 % 11,4 %

18-30 ans :  
22 %  
12 %

## 7 903 clients

Salariés :  
33 %  
26,3 %

18-30 ans :  
32 %  
14 %

Femmes :  
23 %  
14,2 %

## 10 081 clients

Salariés : 18-30 ans Femmes :  
31,5 % 17 % 15 %  
20,2 % 5 % 6,3 %

● Chiffres nouveaux entrants

● Chiffres clients 2014

LA CLÉ / Les cahiers thématiques – Directeur de la publication : Jean-Paul Clément, directeur général – Rédaction : Communication Adoma, Direction de la Gestion locative et sociale – Contact : Tél. 01 40 61 44 49 – Conception : UNEDITE – Impression : imprimerie Baylon Villard – Crédits photos : Adoma, Benjamin Barda, Caroline Blumberg, Sylvie Dupic, Vincent Arbelet, Yohanne Lamoulère, Nathalie Roux, Willy Vainqueur, Tim Platt  
Tirage : 5 000 ex. – ISSN : 2431-3831 - 143X – Adoma : 42, rue Cambronne 75740 Paris Cedex 15.  
www.adoma.fr

**Adoma, la solidarité en actions**