

# Comment communiquer avec les hommes de 40 à 65 ans



Ce que nous préférons avant tout, ce sont les messages directs.

Par des professionnels de la santé



Les textos et les appels téléphoniques



Les activités et services offerts dans mon arrondissement



(aréna, centre de sports)

Les meilleures façons de communiquer avec nous

Les communications sur mon lieu de travail



Les informations reçues de mes proches ou de mes collègues



Les visuels dans les endroits captifs et privés



Pour attirer notre attention



Il est préférable de nous communiquer un message avec une solution.

- ✓ Utiliser un vocabulaire simple
- ✓ S'adresser à nous personnellement
- ✓ Aller droit au but et éviter les informations superflues
- ✓ Utiliser des histoires vécues

## Faits saillants du rapport

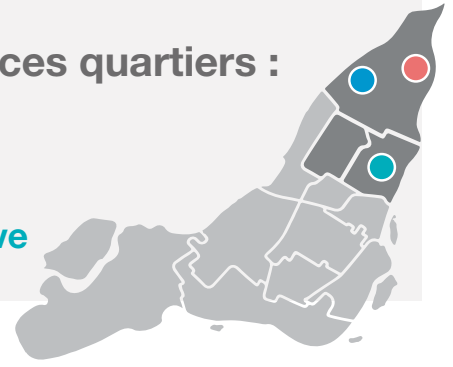
« Portrait de la clientèle homme de 40 à 65 ans » rédigé par l'équipe de la Direction des communications en 2025.



**Nous sommes plus de 108 900 hommes de 40-65 ans sur le territoire**

**Nous demeurons principalement dans ces quartiers :**

- **Pointe-aux-Trembles**
- **Rivière-des-Prairies**
- **Hochelaga-Maisonneuve**



**Notre connaissance des services de santé**

Concernant nos habitudes de consultation en santé :

- **Nous consultons quand nous ne pouvons plus fonctionner normalement.**
- **Nous écoutons les recommandations du médecin.**
- **Notre partenaire de vie joue un rôle important.**
- **Appeler le 811 ou consulter le pharmacien n'est pas un réflexe.**

**Nous connaissons peu les alternatives aux urgences. Nous choisissons souvent de nous y rendre parce nous avons la certitude d'y être pris en charge. Quand on se retrouve aux urgences, c'est généralement pour l'une de ces trois raisons :**

1. Nous avons des inquiétudes sérieuses pour notre vie;
2. Notre problème de santé ne nous permet pas de fonctionner comme d'habitude;
3. Nous avons reçu le conseil d'un proche ou d'un professionnel de la santé de nous y rendre.



**Nos préférences médias**

Nous aimons les médias traditionnels.

Nous utilisons les médias numériques.



**Télévision**  
(TVA, LCN et les sports)



**Radio**  
(98.5, Rouge FM)



Centre intégré universitaire de santé et de services sociaux de l'Est-de-l'île-de-Montréal

**Québec**

