

DOSSIER DE PRESSE

Le premier baromètre de référence sur le comportement des seniors : le **baromètre Vauban Humanis / Harris Interactive**
« Générations + de 50 ans : aujourd'hui et demain ? ».

Les faits marquants

Contact-Presses :
Cabinet ALQUIER
Dorothee VILLEZ
Tél : 03 20 206 274
Mail : dvillez@cabinet-alquier.fr

Paris, le 16 Septembre 2010

SOMMAIRE

Partie 1 – Le premier Baromètre Vauban Humanis / Harris Interactive : « Générations + de 50 ans : aujourd'hui et demain ? »

Page 3 à 4

Partie 2 - Comment se comportent aujourd'hui les + de 50 ans ?

Page 5 à 7

Partie 3 – Et demain, comment évolueront les 50-65 ans ?

Page 8 à 9

ANNEXES

**Les résultats du Baromètre
Mini carte de présentation Vauban Humanis**

CONTEXTE

LE PREMIER BAROMETRE VAUBAN HUMANIS / HARRIS INTERACTIVE : « GENERATIONS + DE 50 ANS : AUJOURD'HUI ET DEMAIN ? »

La moitié des personnes protégées par le Groupe Vauban Humanis, 8^{ème} groupe national de protection sociale –retraite, santé, prévoyance, épargne et action sociale-, est aujourd'hui un senior, soit près de 1,5 million de personnes âgées de plus de 50 ans. Une population de plus en plus nombreuse. Les + de 50 ans représentent à l'heure actuelle 1/3 des Français, soit 23 millions de personnes. D'ici à 2012, ils devraient dépasser les 40% de la population française, selon l'Insee. Ils font donc naturellement l'objet de toutes les attentions. Depuis près de deux ans, Vauban Humanis s'intéresse plus particulièrement aux 50-65 ans. Il se donne tous les moyens pour mieux les comprendre, identifier leurs attentes, leurs styles de vie et leurs comportements. Ce 16 septembre 2010, aux côtés de l'institut Harris Interactive et de deux chercheurs, experts en marketing senior, de l'Université Paris Dauphine, le Groupe publie son premier baromètre de référence sur le comportement des seniors : « Générations + de 50 ans : aujourd'hui et demain ? ». 1 000 personnes âgées de 50 à 65 ans ont été interrogées entre juin et juillet 2010, via une enquête Web et un blog collaboratif. Une première pour un groupe de protection sociale.

Le marché des seniors, des + de 50 ans, fait l'objet de toutes les convoitises, en particulier la cible des 50-65 ans : de jeunes seniors actifs, ouverts, qui s'entretiennent, sortent, voyagent et au pouvoir d'achat plus élevé que la moyenne, mais également plus exigeants. Pour la première fois, Vauban Humanis publie un baromètre : **le baromètre Vauban Humanis / Harris Interactive « Générations + de 50 ans : aujourd'hui et demain ? »**, afin de mieux comprendre le comportement et le raisonnement des seniors, et en particulier des 50-65 ans. Pour le réaliser, il s'est entouré de spécialistes, tel l'institut d'études de marché Harris Interactive, ainsi que deux experts en marketing senior, Denis GUIOT et Ziad MALAS, chercheurs et professeurs en gestion à l'Université Paris Dauphine. Une belle association qui a porté ses fruits et qui devrait conduire à **une parution régulière d'un nouveau Baromètre, avec des études intermédiaires sur des thèmes nécessitant d'être approfondis**. Les objectifs pour Vauban Humanis : « choyer » ses allocataires et assurés adhérents actifs ou retraités de + de 50 ans tout en concevant en parallèle des offres de services ouvertes à tous, aux clients comme aux non-clients, développer des stratégies marketing adaptées et créer de nouveaux produits santé, prévoyance ou épargne propres à cette cible. **Un baromètre s'intéressant pour la première fois à cette cible spécifique des 50-65 ans, qui sera consultable, à partir du 17 septembre 2010, sur simple demande à l'adresse : barometre@vaubanhumanis.com**

Interview de Stéphanie POISSON, chargée d'études satisfaction connaissance client : « pourquoi mieux connaître et comprendre les + de 50 ans aujourd'hui et demain ? »

« Nous savions que les + de 50 ans étaient complexes, nous l'avions déjà ressenti au travers de nos différentes études, pas de catégorisation possible pour cette cible. Mais pourquoi et comment mieux les comprendre, sentir l'évolution de leurs comportements et donc mieux les satisfaire en tant qu'expert senior et expert santé ? Nous nous sommes donc associés à Harris Interactive et aux chercheurs de l'Université Paris Dauphine. Aujourd'hui, il existe un Baromètre de référence sur

Le département Connaissance Clients de Vauban Humanis

Focalisant son activité sur la satisfaction des besoins, le département Connaissance Clients de Vauban Humanis, composé de huit personnes, opère dans un souci d'amélioration constante : veille de marché, panels d'utilisateurs pour comprendre les comportements ou tester de nouveaux services, enquêtes de satisfaction suivies de plans d'actions spécifiques à chaque problématique métier, ...

Dix études seniors, aussi bien quantitatives que qualitatives, ont déjà été menées depuis 2008 par le département, sur la base de panels Web seniors notamment.

En 2009, ce ne sont pas moins de 7 300 personnes interrogées pour des études Vauban Humanis.

leurs comportements. **Une belle matière qui confirme et affine des ressentis, chiffres et témoignages à l'appui, mais qui ouvre également sur de nouvelles pistes de recherche, comme sur les styles de vie des + de 50 ans**, à l'instar des prochaines recherches qui seront menées par Denis Guiot à partir des résultats du Baromètre Vauban Humanis / Harris Interactive. **À ce jour, nous savons précisément que les 50 ans et + se pensent plus jeunes qu'ils ne sont. En revanche, ce qui va évoluer progressivement et ce qu'il va falloir regarder de plus près, ce sont les valeurs des 50 ans et + qui auraient une tendance à être de plus en plus proches de celles des adolescents.** Ils semblent vouloir comme eux casser les codes de la société. « Nous sommes d'accord pour garder nos petits-enfants mais pas tout le temps et lorsque nous sommes disponibles » racontent-ils. Une population qui ne cesse de nous étonner !

Vauban Humanis, expert seniors

Acteur solidaire de la protection sociale en France, Vauban Humanis noue des liens de confiance avec les 3,18 millions de personnes qu'il couvre en retraite, santé, prévoyance, épargne et action sociale. Pour y parvenir, il se donne les moyens de connaître et d'accompagner ses clients. Dernièrement, c'est une vaste réflexion sur le marché des seniors qui a conduit à la mise en place d'un projet en 2008, **le Projet Expert Senior, dont le point d'orgue est la parution du Baromètre Vauban Humanis / Harris Interactive : « Générations + de 50 ans : aujourd'hui et demain ? »**. Viennent compléter ce Baromètre, en 2009, **www.generationplus.fr, site Web destiné aux 50-65 ans**, véritable outil d'informations et de conseils en phase avec leurs préoccupations et leurs interrogations (prise en charge des parents, enfants et petits-enfants, préparation de la retraite, problématiques de santé...) ou encore plus récemment, en juin 2010, l'offre de services **GÉNÉRATION +** (un service d'aide aux aidants comprenant une assistance téléphonique, un accompagnement psychologique, un diagnostic personnalisé du niveau d'autonomie de la personne aidée et de ses besoins, ...) **destinée aux adhérents retraite du Groupe qui doivent ou devront faire face au problème de dépendance de leurs parents.** Un ensemble d'actions qui illustre une volonté forte de comprendre et d'accompagner cette tranche d'âge spécifique.

Les acteurs du Baromètre Vauban Humanis / Harris Interactive :

Chez Vauban Humanis :

Direction Assurance de personnes : Véronique DESHAYES, chef de marché senior
Direction Client : Stéphanie POISSON, chargée d'études satisfaction client et Pascal DAVID, responsable du département Connaissance Client
Communication externe : Aurélie JONCOUR, chargée de communication

Chez Harris Interactive

Nathalie PERRIO-COMBEAUX, directrice
Laurence BERTEA GRANET, directrice conseil
Cristina POP, chef de groupe
Lucie COULON, chargée d'études
Marion CHEREL, chargée d'études

Et Denis GUIOT, expert en marketing senior, chercheur et professeur en gestion de l'Université Paris Dauphine, ainsi que **Ziad MALAS**, expert en marketing senior, chercheur et maître de conférence à l'Université de Toulouse III.

SOCIÉTÉ

COMMENT SE COMPORTENT AUJOURD'HUI LES + DE 50 ANS ?

« *Pas de définition du senior type à vrai dire, juste des clichés très commerciaux...* » déclare Sylvie (50-54 ans), « *J'ai peur que mes enfants ne connaissent pas l'amour qui dure toute une vie, leur génération est un peu « zapping », ils se lassent vite de tout, n'ont pas envie de se marier, d'avoir des enfants, sont un peu égoïstes...* » commente Claire (50-54 ans), toutes deux panélistes du Baromètre Vauban Humanis / Harris Interactive : « *Génération + de 50 ans : aujourd'hui et demain ?* ». Mener une réflexion de fond sur les problématiques propres aux 50-65 ans, comprendre leurs usages et attitudes pour mieux identifier leurs attentes, tels ont été les objectifs de ce premier Baromètre de référence sur les comportements des 50 ans et +. Grâce à la collaboration entre Vauban Humanis, groupe de protection sociale, expert senior, l'Institut Harris Interactive, Denis GUIOT et Ziad MALAS, chercheurs et professeurs en gestion à l'Université Paris Dauphine, experts en marketing senior, deux constats ressortent : un clivage important entre l'âge physique et l'âge subjectif des 50 ans et + et les 50 ans et + sont définitivement complexes, partagés entre sérénité et inquiétude. En tout, 1 000 seniors actifs et jeunes retraités ont été interrogés sur ces deux derniers mois, lors d'une première étape, par Harris Interactive qui a eu recours à une méthodologie d'enquête innovante. Détails.

Une méthodologie d'enquête inédite

Entre fin juin et fin juillet 2010, un échantillon de 1 000 individus représentatifs des Français âgés de 50 à 65 ans (35% de 50-54 ans, 35% de 55-59 ans et 30% de 60-65 ans) a été interrogé par Harris Interactive et ce, en deux temps, d'abord un volet quantitatif, via une enquête en ligne, puis un volet qualitatif, au travers d'un blog collaboratif, afin de compléter et d'enrichir les premiers résultats. 59% de ces panélistes étaient actifs (31% CSP+, 28% CSP-), 41% inactifs. Le blog collaboratif ou forum de discussion était accessible dès la fin du questionnaire quantitatif et chacun pouvait y revenir à tout moment. En tout 198 contributions ont été apportées, le plus souvent par des femmes, en couple et avec enfants. Le recours au web pour les deux volets quantitatif et qualitatif est assurément innovant, surtout auprès des 50-65 ans, et extrêmement enrichissant. Les 1 000 répondants ont ainsi été questionnés lors du volet quantitatif sur quatre grandes thématiques : activités, projets et styles de vie ; la perception de la vieillesse ; la gestion des buts et la transmission intergénérationnelle. Le volet qualitatif a enrichi cette réflexion via des questions plus larges sur leur perception du bonheur, leur rythme de vie, leurs sources d'inquiétudes...

Les principaux enseignements du premier Baromètre Vauban Humanis / Harris Interactive « Génération + de 50 ans : aujourd'hui et demain ? »

> Le passage du temps

Un clivage important entre l'âge psychique et l'âge physique

On se pense toujours plus jeune que l'on est. « *L'âge n'a rien à voir avec l'esprit. Dans la tête, j'ai toujours 20 ans (c'est d'ailleurs parfois gênant) mais il me semble qu'il est nécessaire de se sentir toujours jeune* » relève Yveline (60-65 ans). **Alors que la moyenne d'âge réelle des répondants du Baromètre avoisine les 57 ans, ils déclarent avoir les mêmes centres d'intérêt que des personnes de 42,3 ans (en moyenne) et se comportent comme des personnes de 45,5 ans.** L'apparence physique, quant à elle, est plus proche de la réalité, soit 51,6 ans. **Mais paradoxe, pour 90% d'entre eux, bien vieillir, c'est accepter sereinement son**

âge ! Ils précisent également que bien vivre son âge est synonyme de bonne santé à 39% et d'épanouissement dans les activités que l'on aime à 37%.

Pour 1/3 d'entre eux, le sentiment de n'appartenir à aucune génération, voire le refus d'être catégorisé

À la question « avez-vous le sentiment d'appartenir à une génération spécifique ? », les répondants se sentent certes liés à la génération « baby boom » à 42%, mais ce qui frappe c'est que 33% d'entre eux disent n'appartenir à aucune génération spécifique. Ils ne souhaitent pas être catégorisés, mis dans des cases et être comme tout le monde. Enfin, parmi les événements qui ont le plus marqué les + de 50 ans, viennent dans l'ordre : Mai 68 (38%), l'arrivée de la gauche au pouvoir avec l'élection de François Mitterrand à 18%, la chute du mur de Berlin (14%) ou encore les années hippies (12%). Sont citées dans une moindre mesure : les 30 glorieuses, la fin de la 2^{ème} guerre mondiale, la guerre froide, la guerre d'Algérie et la reconstruction après la 2^{ème} guerre mondiale. Ce sont typiquement des moments qui ont généré des changements importants dans la société française.

> + de 50 ans : entre sérénité et inquiétude

La retraite, un moment de liberté et de détente

Sur 10 phrases proposées aux panélistes, pour les répondants retraités, « la retraite » est majoritairement une période de la vie pour faire ce qu'ils veulent à 85%, un moment de liberté et d'accomplissement de projets tant attendu. La plupart déclare avoir bien vécu leur passage à la retraite. C'est le moment de penser à soi, à son couple, de vivre pour soi et à son rythme. Pour les futurs retraités, ce sera une période de la vie pour se détendre à 72%. **La retraite est appréhendée positivement. C'est l'occasion de se recentrer sur soi et sa famille, mais tout en restant actifs et ouverts aux autres et l'occasion surtout de réaliser ses projets.**

Un sentiment d'inquiétude lié à sa propre dépendance physique, à celle de ses parents et à la dépendance financière de ses enfants

Plus d'un répondant sur deux a été confronté de près à la maladie (20% directement, 38% indirectement). Cette proximité avec la maladie les inquiète, les fait réfléchir et renvoie aux problèmes de dépendance, symboles du passage à la vieillesse. En effet, **à la question, « à votre avis quel événement majeur marque le passage à la vieillesse ? », les réponses sont à 40% la dépendance physique, l'entrée en maison de retraite à 14% puis la maladie à 12%. Outre leur propre dépendance, 49% des répondants s'inquiètent pour l'avenir de leur descendance « Quel avenir pour nos enfants ? Boulot ? Chômage ? » commente Bernard (60-65 ans). Une angoisse qui est liée à la situation financière de leurs enfants jugée difficile par 78%. Mais, leurs valeurs (conception du travail, de la vie de famille, naissance tardive des enfants, ...) les inquiètent également, tout comme l'environnement écologique, politique, économique et social dans lequel ils évoluent.** Enfin, les interrogés sont également directement confrontés à la dépendance physique de leurs parents pour 27% d'entre eux.

SYNTHÈSE

Des 50-65 ans actifs qui se caractérisent par une **certaine urgence à vivre bien** : ils cherchent à jouir pleinement de la vie, à profiter **d'un temps de repos et d'un hédonisme bien mérités** après une vie de labeur et ce d'autant plus qu'ils appréhendent avec anxiété la dépendance physique qui marque le basculement dans la vieillesse.

Les 50-65 ans se révèlent peu enclins à adhérer à une catégorie définie de senior. **Il n'existe pas UN senior type** mais une multitude de seniors (au regard de leurs aspirations, de leurs situations familiales, professionnelles, financières, ...).

Les 50-65 ans apparaissent comme plein de contradictions : on observe un décalage important entre l'âge psychique et l'âge physique, une tranche d'âge qui a **une tendance au jeunisme**, bien qu'en parallèle, 90% des personnes interrogées disent que bien vieillir, c'est avant tout accepter son âge.

Les préoccupations majeures de cette tranche d'âge : ne pas pouvoir jouir pleinement de sa retraite : **peur de la déchéance physique**, mais également des aspects financiers pour eux, vis-à-vis de leurs ascendants et de leurs descendants.

Enfin, finalement la tendance semble de **se percevoir senior de plus en plus tard** : la retraite n'étant potentiellement plus un marqueur de passage.

TENDANCES

ET DEMAIN, COMMENT EVOLUERONT LES 50-65 ANS ?

De façon très certaine, nous savons à présent que les 50-65 ans sont complexes et inclassifiables. Les seniors, comme nous les appelons plus communément, ne se sentent pas senior « Les seniors, ce sont les autres, mais pas moi ». Avec une réelle volonté d'exprimer sa différence, le 50-65 ans n'en deviendrait-il pas « rebelle » ? On ne le trouve pas forcément où l'on souhaiterait qu'il soit. Le premier Baromètre Vauban Humanis / Harris Interactive : « Générations + de 50 ans : aujourd'hui et demain ? », publié ce 16 septembre, révèle au fond que ces générations sont en train de bousculer les codes habituels, en adoptant progressivement ceux des adolescents. Et finalement, cela va les rendre de plus en plus complexes, face à des conflits intérieurs qu'ils vont devoir gérer. Une mine pour les chercheurs et sociologues. Sur la base des éléments de réponse quantitatifs et qualitatifs recueillis par l'Institut Harris Interactive, Denis GUIOT, expert en marketing senior, Chercheur et Professeur en gestion à l'Université de Paris Dauphine, accompagné du chercheur Ziad MALAS, a apporté des compléments à l'enquête, tout en dégagant de nouvelles tendances.

Denis GUIOT, agrégé des universités en sciences de gestion, est Professeur de marketing et Directeur de recherche au centre DRM (Dauphine Recherches en Management). Ses travaux portent sur l'étude cross culturelle de l'influence du temps sur le comportement du consommateur.

Ce que l'on peut dire de nouveau des attitudes et comportements des 50-65 ans. Les nouvelles données et nouveaux acquis à intégrer.

La tendance au jeunisme

L'âge moyen des répondants, autrement dit l'âge réel, est de 56,8 ans. La combinaison des âges subjectifs ou Tendance d'Âge Subjectif des répondants est en moyenne de 45,8 ans. Denis GUIOT explique qu'**il n'y a pas de déconnection entre l'âge réel et l'âge subjectif (âge ressenti), mais une prise de distance marquée par nos valeurs, les événements de la vie (passage à la retraite, départ des enfants, veuvage, maladie, ...)**, ... Enfin, l'âge subjectif est détaché du physique. Plusieurs variables, dont certaines nouvelles et recensées dans le Baromètre (niveaux d'études, événements de la société), entrent donc en ligne de compte dans la construction mentale de l'âge subjectif -une notion qui demeure complexe et qu'il faut manipuler avec précaution-.

Les femmes de 50-65 ans ont d'ailleurs tendance à se rajeunir légèrement plus que les hommes. Denis GUIOT a distingué trois profils de population au sein des personnes interrogées : les « jeunistes », présentant un fort écart entre l'âge réel et l'âge subjectif et exprimant des valeurs de rébellion (25,1% de femmes, contre 24,2% d'hommes) ; les « modérés » avec un moindre écart, épris de liberté et visant la sérénité (12,7% de femmes et 12% d'hommes) et les « réalistes » avec un écart faible, pour qui avoir du temps libre et des responsabilités sont importants.

Comment explique-t-on cette tendance ?

- **Tant qu'il n'y a pas de confrontation directe avec la maladie grave, le sentiment de « rester jeune dans sa tête » est fort**
- La personne se positionne par rapport à ses parents et aux personnes de sa tranche d'âge
- Le blog collaboratif a mis en évidence le « soi sans âge », l'impression d'être restée la même personne malgré les changements physiques ou sociaux

Ces dernières années, on a beaucoup entendu parler de l'âge subjectif et du jeunisme. **Ce que nous apprend le Baromètre Vauban Humanis / Harris Interactive, c'est qu'il existe deux types d'âge subjectif (extérieur ou physique et intérieur ou intellectuel).**

De plus, grâce également au Baromètre, Denis GUIOT a pu intégrer de nouvelles variables permettant la création de nouveaux modèles prédictifs dans la typologie des profils d'âge perçu (cf Rapport d'Étude)

A contrario, comme on le remarquait déjà précédemment, malgré cette tendance au jeunisme, plus les 50-65 ans vieillissent, plus ils acceptent leur âge !

Une population complexe mais s'estimant chanceuse

Partagés entre sérénité et inquiétude (pour leurs proches surtout), **les 50-65 ans s'estiment globalement chanceux**, notamment par rapport à leurs enfants ou encore ils s'expriment ainsi « Oui c'est sombre, mais je ne veux pas être dans les regrets ». **Denis GUIOT a donc voulu expliquer la satisfaction à l'égard de la vie des 50-65 ans.** Il l'explique en grande partie dans les stratégies adoptées par les uns et les autres face aux difficultés et à la gestion des buts. À partir de 50 ans, on éprouve parfois un peu de mal à atteindre ses buts et face à des difficultés, l'individu réagit de manière différente : en sélectionnant (identifier et choisir des priorités), en optimisant (persévérer et patienter pour atteindre les buts fixés) ou en compensant (chercher de nouveaux moyens d'atteindre ses buts).

Ainsi, à cette période de la vie, ON SE SENT HEUREUX, plus non seulement on accepte son âge, mais également, plus on est résolu (stratégie de l'optimisation) à atteindre ses buts, plus on se perçoit à l'aise financièrement et plus les événements de la vie vous sourient (avoir encore ses parents éloigne la mort et les visions négatives, il en est de même pour la santé).

SYNTHÈSE

Ce qui se profile, à quoi faut-il s'attendre ?

Avec l'amplification de l'âge subjectif notamment, les 50-65 ans finissent par se comporter différemment et à adopter les codes de la jeunesse.

Avoir du temps libre, se recentrer sur soi, ... sont ce qu'attendent les + de 50 ans de cette période de leur vie. Vers un égocentrisme des seniors ? À l'image des adolescents, ils veulent de plus en plus se sentir libres, faire ce qu'ils veulent « garder leurs petits-enfants, oui, mais pas tout le temps, lorsqu'ils sont disponibles ».

Mais, en même temps, tout comme les jeunes, ils demeureront complexes, car leurs proches les inquiètent, surtout leurs enfants, en manque de repères et de valeurs traditionnelles, alors même qu'ils sont en train de casser leurs propres codes !

Les 50-65 ans, les nouveaux rebelles ?