

Etude exclusive France-Grande Bretagne Seniosphère - Future Thinking :
Qu'est-ce que le « Bien Vieillir » pour les Jeunes Seniors ?

Bien vieillir est **une envie partagée par tous**, de tout temps et par toutes les générations. A 50 ans, il reste 33 ans de vie à inventer **et l'allongement de la vie a multiplié les manières d'envisager le Bien Vieillir.**

L'idée que l'on se fait de Bien vieillir est très différente selon qu'on soit dans la cinquantaine, commençant à peine à ressentir les effets de la presbytie, qu'on ait 65 ans, en bonne forme et actif ou que l'on ait plus de 75 ans et le sentiment de se fragiliser.

Voyant à quel point cette question devenait centrale et complexe, Seniosphère a voulu explorer le sens que prenait l'expression « Bien vieillir », comment il a évolué dans le temps et selon les générations. La première vague en 2008 a mis en lumière ce que représentait le « Bien vieillir » et la « Bonne santé » dans tous les domaines pour les personnes de 50 ans à 90 ans. La deuxième vague en 2012 nous a permis de voir son évolution tandis que le Bien vieillir devenait un sujet de plus en plus médiatisé. En 2013 Seniosphère en collaboration avec Future Thinking, a approfondi cette thématique en se focalisant sur les Baby Boomers, génération de l'éternelle jeunesse, et comparer leur comportement avec ceux de nos voisins britanniques.

« L'allongement de la vie a multiplié les manières d'envisager le Bien vieillir »



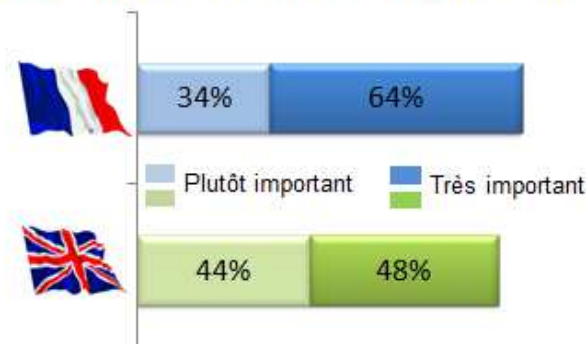
Les Baby Boomers ont profondément fait évoluer notre société et sont en train de modeler le Bien vieillir à leur manière. En quoi cela change-t-il ? Quels sont leurs repères par rapport aux autres générations ? L'étude 2013 Seniosphère-Future Thinking qui compare la France et la Grande Bretagne, nous apporte de précieuses informations pour mieux comprendre la richesse des besoins et attentes qui se cachent derrière cette thématique.

Les thèmes abordés dans l'étude sont l'intérêt pour le Bien Vieillir, sa représentation, les actions engagées, les priorités de dépenses et les sources d'informations. En voici quelques extraits :

1. Le Bien vieillir, une aspiration très forte en France et en Grande Bretagne

Si Bien vieillir est important dans les deux pays (plus de 90% des deux populations interrogées), on observe que cela revêt **une importance plus prononcée en France** où 64% des personnes ayant répondu considèrent que Bien vieillir est très important, contre seulement 48% en Grande Bretagne.

Question: Pour vous bien vieillir, c'est plutôt... Important



2. Le Bien Vieillir, d'abord très lié à la bonne santé

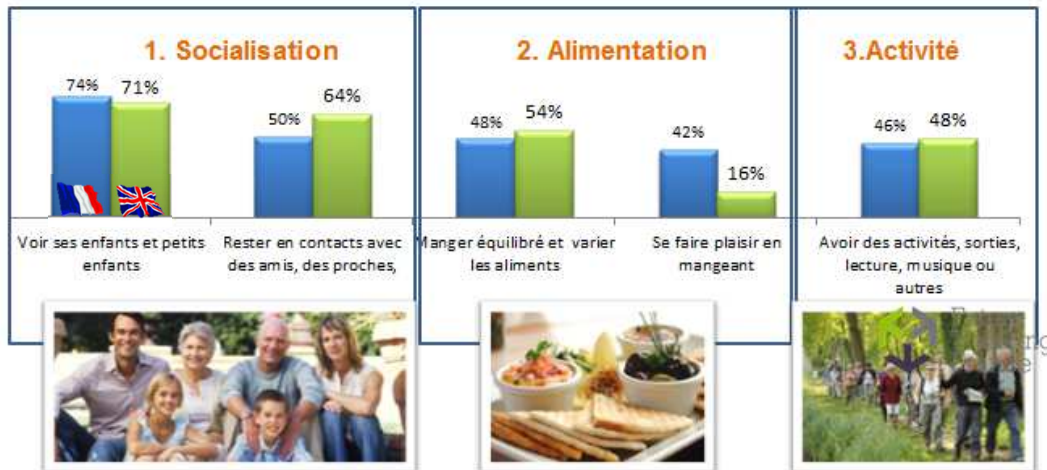
La santé et surtout « être en bonne santé » reste le premier sens de « bien vieillir » dans les deux pays (63% le nomment en premier en France et 54% en Grande Bretagne). On observe cependant une intéressante différence entre la France et l'Angleterre sur les thématiques associées en second. Les Français associent le « bien vieillir » avec le bien être psychologique « être bien dans sa tête », tandis que les Britanniques attachent beaucoup d'importance à leur autonomie « continuer à faire ce que j'aime ».

« 63% des Français pensent que bien vieillir, c'est avant tout rester en bonne santé »

3. Les mêmes axes privilégiés pour Bien vieillir en France et en Grande Bretagne

Dans les deux pays, nous observons une stratégie commune pour rester en bonne santé qui associe **socialisation** « voir sa famille et ses amis », **alimentation** « manger sain et équilibré » et **activités** « sorties, lectures ou autres ». Prise de médicaments et rendez-vous chez le médecin ne font pas partie du quartet de tête pour les Baby Boomers qui sont encore majoritairement en bonne santé.

Réponse à la question : **Pour bien vieillir et rester en bonne santé qu'est-ce qui est très important pour vous ?**



4. Un style de vie « bien vieillir » à la Française qui se distingue de celui de la Grande Bretagne

En France, le « bien vieillir » est très lié au bien-être, au plaisir de la vie, à prendre soin de soi et de son alimentation. Pour les Baby Boomers français Bien vieillir est une démarche hédoniste avant tout : se faire du bien en se faisant plaisir. Les Baby Boomers anglais ont une vision plus traditionnelle de cette notion où « contrôles médicaux » et « être au service des autres » prennent une place plus importante.

Etude réalisée en ligne auprès de 400 personnes en France et 400 en Grande Bretagne de 50 à 67 ans en juin 2013

A propos de Seniosphère

Spécialiste européen du conseil en stratégie et en marketing sur la cible des Baby Boomers et des seniors, Seniosphère a développé depuis 2006 une connaissance à 360° et une expertise stratégique sur les plus de 55 ans. Le cabinet accompagne les entreprises dans le développement de leur stratégie, dans l'interprétation des tendances du marché et dans l'adaptation comme la création de nouveaux produits ou services. Accélérateur d'innovations, Seniosphere les aide à trouver et à développer des opportunités sur un marché senior grandissant et très évolutif. Grâce à son équipe internationale et multiculturelle, le cabinet couvre la majorité des pays européens. Pour en savoir plus : <http://www.seniosphere.com/>

Contact : Sophie Schmitt s.schmitt@seniosphere.com T. 06 85 68 01 25

A propos de Future Thinking

Future Thinking France est un institut d'études de marché et sondages, filiale du Groupe Acticall et de SPA Future Thinking (UK). Au cœur de la connaissance client, FTF se positionne, avec des outils qualitatifs et quantitatifs innovants, en spécialiste de l'anticipation des comportements des consommateurs/clients, qu'ils en soient conscients ou non.

Contact : Stéphane Marder stephane.marder@futurethinking.fr T. 06 48 26 28 06