



Ipsos

# LE LOGEMENT, UN FACTEUR CLÉ POUR LE VIVRE ENSEMBLE, AUJOURD'HUI ET DEMAIN

IPSOS POUR NEXITY – AEGIDE/ DOMITYS

4 OCTOBRE 2017

FABIENNE SIMON



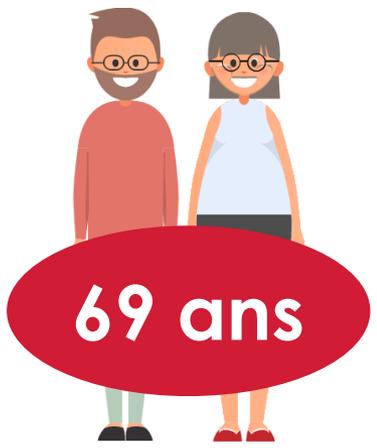


# 1

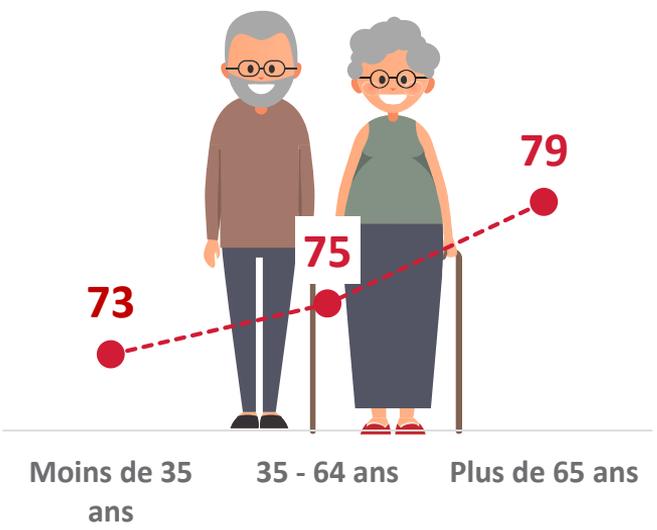
## LA POPULATION AGÉE EN FRANCE: DES PERCEPTIONS CONTRASTÉES

# TOUS LES FRANÇAIS S'ACCORDENT SUR CE QU'EST UN SENIOR MAIS LES SEUILS DES PERSONNES ÂGÉES OU TRÈS ÂGÉES RECULENT AVEC L'ÂGE

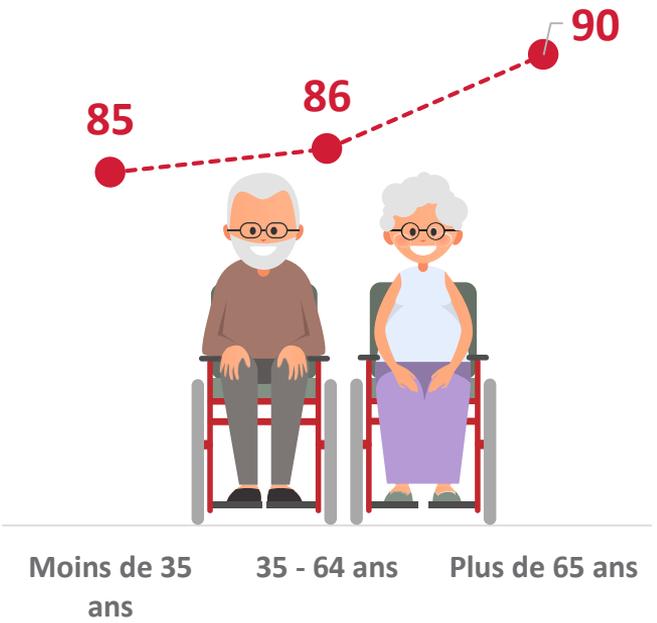
## ÂGE D'UN SENIOR



## ÂGE D'UNE PERSONNE ÂGÉE



## ÂGE D'UNE PERSONNE TRÈS ÂGÉE



# UNE VISION ASSEZ SOMBRE DE LA VIEILLESSE AUPRÈS DE L'ENSEMBLE DES FRANÇAIS...



**Grand Public**

**Expérience 30%**  
**Dépendance 25%**  
**Difficultés 22%**  
**Santé 21%**  
**Sagesse 17%**  
**Déclin 16%**  
**Maladie 12%**  
Transmission 10%  
Dynamisme 10%  
Tranquillité 9%

... NETTEMENT PLUS POSITIVE AUPRÈS DES PERSONNES CONCERNÉES !

Expérience 30%

+9pts

Expérience 39%

Dépendance 25%

-3pts

Dépendance 22%

Difficultés 22%

-5pts

Difficultés 17%

Sagesse 17%

+5pts

Sagesse 21%

Déclin 16%

-6pts

Déclin 10%

Dynamisme 10%

+3pts

Dynamisme 13%

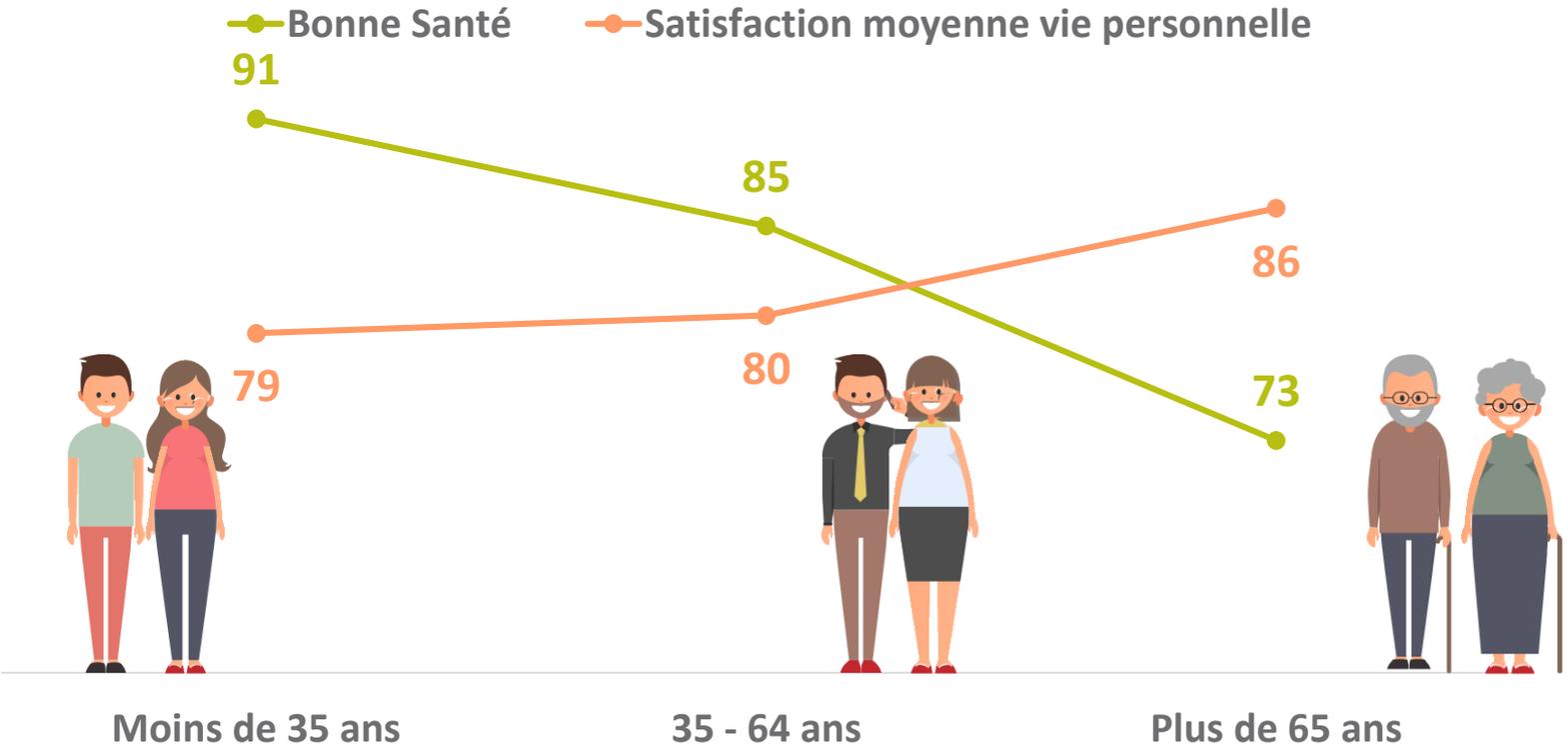


Grand Public



75 ans et +

# UN ÉTAT DE SANTÉ QUI SE DÉGRADE ET NÉANMOINS UNE SATISFACTION PLUS GRANDE QUANT À SA VIE PERSONNELLE



# DES CRAINTES QUANT À LA VIEILLESSE QUI ÉVOLUENT AVEC LE TEMPS



**Moins de 35 ans**



**Plus de 65 ans**

Perdre ses proches	<b>34%</b>	25%
La solitude, l'isolement	<b>40%</b>	25%
La pauvreté	<b>40%</b>	16%
La perte d'autonomie	68%	<b>89%</b>
Devoir quitter sa maison	19%	<b>32%</b>



# QU'EST-CE QUE BIEN VIEILLIR ?



## SANTÉ

Être en bonne santé,  
avoir toute sa tête

55%

55%

Être bien  
dans sa tête

36%

37%

## INDÉPENDANCE

Être autonome, avoir les moyens  
suffisants, vivre chez soi

34%

50%

Ne pas subir  
son vieillissement

25%

35%

## DYNAMISME & BIEN-ÊTRE

Rester actif, garder le moral, vieillir  
dignement et dans de bonnes conditions

37%

26%

Être bien  
dans son corps

25%

14%

## ACCOMPAGNEMENT

Être bien entouré, avoir une vie sociale

15%

19%

Être bien  
chez soi

12%

12%



## LE BIEN VIEILLIR, QUELLE VISION?

SUR LE PLAN SOCIÉTAL, C'EST LE **NOUVEL ENJEU MAJEUR DU VIEILLISSEMENT**.  
IL NE S'AGIT PLUS SEULEMENT D'AMÉLIORER LA PRISE EN CHARGE MÉDICALE  
ET LA FACILITATION PRATIQUE DE LA VIE,  
MAIS DE **PERMETTRE L'ÉMERGENCE D'UNE POPULATION ÂGÉE** NON SEULEMENT  
NOMBREUSE MAIS QUI EST **EN CAPACITÉ DE POSER SES CHOIX**.



# 2

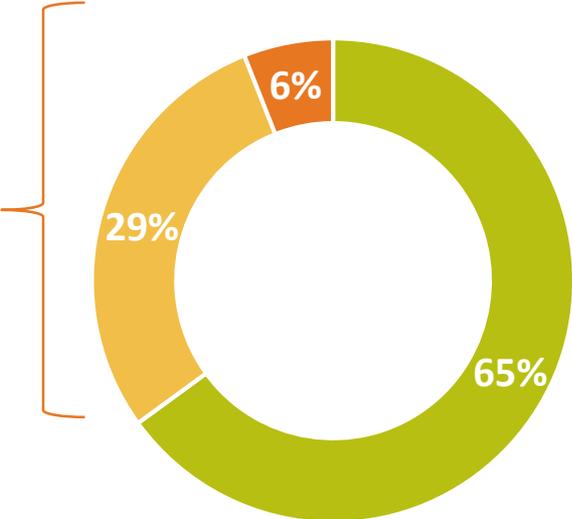
**QUEL LOGEMENT  
POUR BIEN VIEILLIR?  
ANCRÉ DANS LA VIE,  
ANCRÉ DANS LA VILLE**

# LE LOGEMENT POUR BIEN VIEILLIR: PAS NÉCESSAIREMENT LE LOGEMENT ACTUEL



- Correspond aux besoins actuels et à venir
- Ne convient pas aux besoins à venir
- Ne convient plus aux besoins actuels

Ne convient pas ou plus  
**35%**



Le fait que son logement sera adapté ou non à son âge à l'avenir...

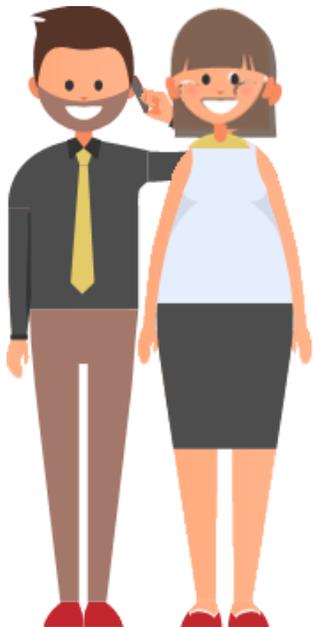


27%  
y pensent



80%  
y pensent

# LE LOGEMENT POUR BIEN VIEILLIR: RESTER MAÎTRE AVANT TOUT



**Les moins de 65 ans privilégieraient  
avant tout le fait de vivre chez soi  
lorsqu'ils seront très âgés**

... moyennant des services à la  
personne adaptés à leurs besoins

**53%**

... moyennant quelques  
aménagements / équipements

**44%**

# LES AIDANTS : UNE POPULATION SOUS CONTRAINTES ET SOUS TENSION

**8%**

des Français  
déclarent aider une  
personne âgée  
dans leur  
entourage

qui vit 80% du  
temps encore à son  
domicile



ET CELA A UN IMPACT  
IMPORTANT

Sur leur vie familiale

**53%**

Sur leur niveau de stress

**52%**

# LA SITUATION DES PERSONNES ÂGÉES EN FRANCE : DES PROGRÈS CERTAINS MAIS BEAUCOUP RESTE A FAIRE, NOTAMMENT SUR LE LOGEMENT

## SATISFACTION MAJORITAIRE

La prise en charge médicale **55%**

Les services à domicile **56%**

Les loisirs **58%**

La sociabilité **50%**

## S'EST AMÉLIORÉ

**48%**

**63%**

**53%**

**31%**



**Grand Public**

## SATISFACTION MINORITAIRE

Les conditions de logement **44%**

L'action des pouvoirs publics **27%**

Les moyens financiers **26%**

## S'EST DÉTÉRIORÉ

**41%**

**43%**

**69%**

# LES AIDANTS : UNE POPULATION SOUS CONTRAINTES ET SOUS TENSION



**Grand Public**

**Aidants**

La situation du **LOGEMENT** des personnes âgées est satisfaisante en France

44%

33%

La situation des **LOISIRS** des personnes âgées est satisfaisante en France

58%

38%

Se sent plus âgé que la génération de ses parents

20%

30%

Se sent en bonne santé

84%

69%

Satisfaction moyenne de sa situation personnelle

81%

72%

# LE LOGEMENT POUR BIEN VIEILLIR: CHANGER OU RESTER?

Parmi  
les 65 ans et +

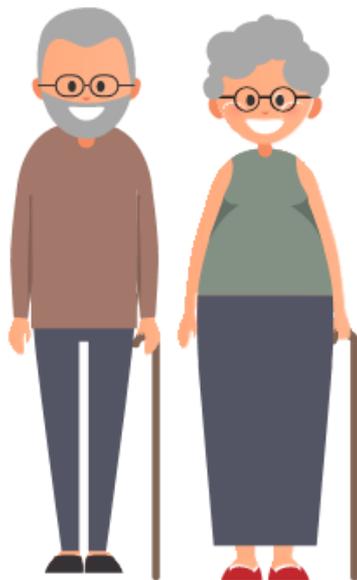
...

**1 sur 10**  
(9%)  
a déménagé  
ces dernières années



17%

*d'entre eux ne le souhaitaient pas  
mais ont été poussés par les  
circonstances ou par leurs  
proches*



**1 sur 5**  
(19%)  
a l'intention  
de déménager pour...

Se rapprocher des commerces / services

**28%**

adapter la surface de son logement

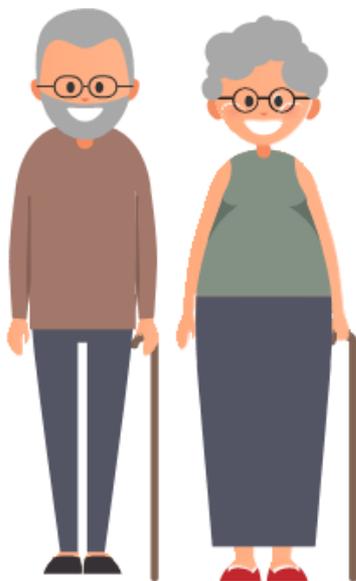
**27%**

adapter l'accessibilité de son logement

**27%**

# LE LOGEMENT POUR BIEN VIEILLIR: ENTRE PRAGMATISME ET DESIR D'ÊTRE AU CŒUR DE LA VIE ET DE LA VILLE

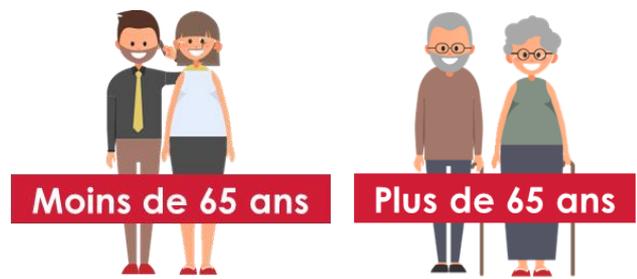
## LES 65 ANS ET + SERAIENT FAVORABLES À CHANGER DE LOGEMENT SI LEUR NOUVEAU LOGEMENT ÉTAIT



- Plus proche de leurs proches **52%**
- Plus proche des infrastructures de santé **51%**
- Plus proche des commodités **51%**
- Plus adapté à leur état physique actuel/ futur **50%**

# LE LOGEMENT POUR BIEN VIEILLIR: RESTER MAÎTRE AVANT TOUT (de ses choix, de l'espace et du temps)

## LES CRITÈRES D'UNE RÉSIDENCE SENIORS



Être indépendant et aller et venir librement hors du logement	80%	85%
Pouvoir se connecter avec ses proches	75%	82%
Pouvoir visiter son nouveau lieu de vie avant d'y emménager	76%	81%
Décider de son propre rythme de vie	77%	80%
Recevoir ses proches comme à la maison	70%	69%
<hr/>		
<i>Pouvoir participer à des activités physiques ou culturelles</i>	29%	42%
<i>Participer à des activités communes avec d'autres résidents</i>	25%	38%

# LE LOGEMENT POUR BIEN VIEILLIR: UN RÉALISME QUI FAIT PRIVILÉGIER LES SERVICES PARAMÉDICAUX



## Les services attendus en résidence de services



- Services paramédicaux 61%
- Activités de loisirs 58%
- Espace Bien être 44%



- Services paramédicaux 62%
- Activités de loisirs 46%
- Restaurant 41%
- Conciergerie 40%

# MÉTHODOLOGIE DE L'ÉTUDE



## ÉCHANTILLON

Echantillon national représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.



## CIBLE INTERROGÉE

1341 personnes :  
1000 personnes âgées de 18 ans et plus  
+

Suréchantillons pour disposer de 250 interviews auprès des :

- 50-64 ans
- 65-74 ans
- 75 ans et plus



## COLLECTE

Questionnaire auto-administré online (CAWI)



## TRAITEMENTS STATISTIQUES

Echantillon redressé selon le sexe, l'âge et la région selon la méthode des quotas

## A PROPOS D'IPSOS

---

Ipsos est le troisième Groupe mondial des études. Avec une présence effective dans 88 pays, il emploie plus de 16 000 salariés et a la capacité de conduire des programmes de recherche dans plus de 100 pays. Créé en 1975, Ipsos est contrôlé et dirigé par des professionnels des études. Ils ont construit un groupe solide autour d'un positionnement unique de multi-spécialistes – Etudes sur les Médias et l'Expression des marques, Recherche Marketing, Etudes pour le Management de la Relation Clients / Employés, Opinion et recherche sociale, Recueil de données sur mobile, internet, face à face et téléphone, traitement et mise à disposition des résultats.

Ipsos is listed on Eurolist - NYSE-Euronext. The company is part of the SBF 120 and the Mid-60 index and is eligible for the Deferred Settlement Service (SRD). ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP  
[www.ipsos.com](http://www.ipsos.com)

© 2017 IPSOS. ALL RIGHTS RESERVED.

*This document constitutes the sole and exclusive property of Ipsos. Ipsos retains all copyrights and other rights over, without limitation, Ipsos' trademarks, technologies, methodologies, analyses and know how included or arising out of this document. The addressee of this document undertakes to maintain it confidential and not to disclose all or part of its content to any third party without the prior written consent of Ipsos. The addressee undertakes to use this document solely for its own needs (and the needs of its affiliated companies as the case may be), only for the purpose of evaluating the document for services of Ipsos. No other use is permitted.*

## GAME CHANGERS

---

Chez Ipsos, nous sommes passionnément curieux des individus, des marchés, des marques et de la société.

Nous aidons nos clients à naviguer plus vite et plus aisément dans un monde en profonde mutation.

Nous leur apportons l'inspiration nécessaire à la prise de décisions stratégiques.

Nous leur délivrons sécurité, rapidité, simplicité et substance.  
Nous sommes des Game Changers

## RETROUVEZ-NOUS

---



[www.ipsos.fr](http://www.ipsos.fr)



[facebook.com/ipsos.fr](https://facebook.com/ipsos.fr)



[vimeo.com/ipsos](https://vimeo.com/ipsos)



[@IpsosFrance](https://twitter.com/IpsosFrance)

GAME CHANGERS

