

## DOSSIER DE PRESSE

### **SENIORS** **« Marché et habitat inclusif, quelles offres de services ? »**

CONFERENCE DE PRESSE  
7 Février 2019  
ASSEMBLEE NATIONALE



Paris, le 7 février 2019

## Dossier de presse

### SENIORS

#### « **Marché et habitat inclusif, quelles offres de services ?** »

*A la demande de la FESP et de ses partenaires, Saint-Gobain, Malakoff-Médéric/Humanis, IRSAP, Sociovision et l'ifop ont réalisé une étude sur les seniors et les offres de services à la personne, sous l'angle de l'habitat inclusif. L'étude a été présentée jeudi 7 février 2019, dans les salons de l'Assemblée Nationale, sous l'égide de Dominique Da Silva, député du Val d'Oise.*

Sous l'impact du vieillissement de la population, la proportion des seniors au sein de la population française a fortement progressé depuis les années 1950. En 1968, les Français âgés de plus de 60 ans représentaient 18% de la population française. En 2018, ils représentent un quart de la population française<sup>1</sup>. Malgré un taux de fécondité supérieur à la moyenne européenne, cette tendance devrait se confirmer au sein des prochaines années. Cette dynamique démographique – lisible dans l'ensemble des pays développés – suscite des opportunités de développement économique autour des besoins et les aspirations des seniors.

Le vieillissement de la population impacte une multitude de secteurs économiques et suscite des opportunités de croissance importantes : la silver économie pourrait ainsi générer une création de 300 000 emplois à l'horizon 2020<sup>2</sup>. **Dès lors, le secteur des services à la personne pourrait s'imposer comme un des principaux pourvoyeurs d'emplois au cours des prochaines décennies.**

**Face à ce constat démographique et économique, les pouvoirs publics ont consacré en 2013 la silver économie comme étant un axe de développement stratégique.** Dans cette lignée, le ministère des solidarités et de la santé a lancé en octobre 2018 une vaste consultation citoyenne sur le thème de l'autonomie et du grand âge. Cette consultation doit permettre à tous les Français de formuler des propositions concrètes sur le sujet de la prise en charge et de la perte d'autonomie. Elle rassemble toutes les parties prenantes aux niveaux national et régional. A ce titre, la Fédération du service aux particuliers participe activement à ses travaux.

Dans ce contexte, la Fédération du Service aux Particuliers (FESP) a souhaité mener une enquête auprès des Français âgés de plus de 50 ans afin d'appréhender leur état d'esprit et leurs attentes par rapport aux services à la personne. Cette enquête est également l'occasion pour la FESP de dresser un bilan des attentes des seniors en matière d'habitat inclusif, un sujet central lorsque l'on appréhende la question du vieillissement des populations.

---

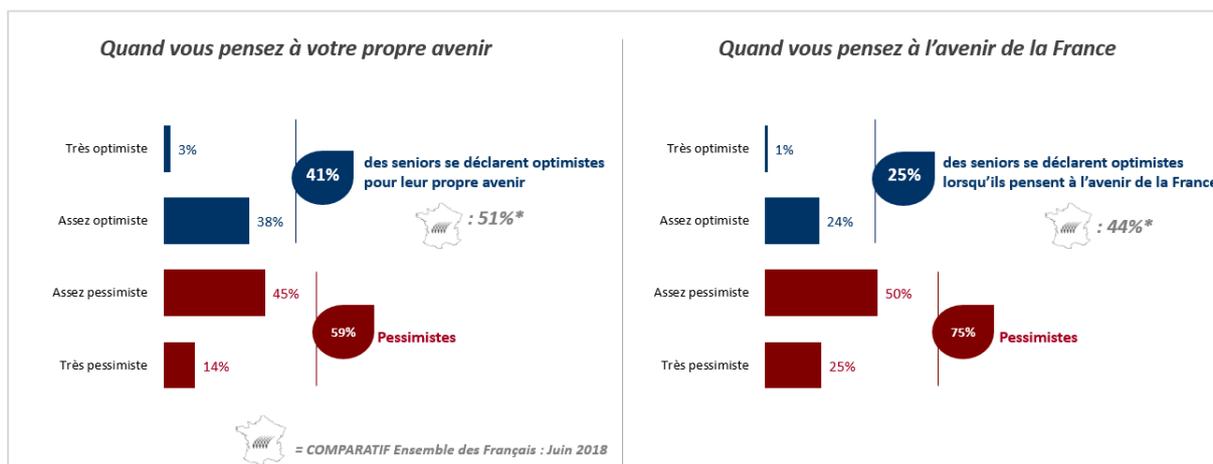
<sup>1</sup> Sources : recensement INSEE

<sup>2</sup> FESP « *Pour une filière des services à la personne en environnement numérique* ». Etude DARES 2014

## I - L'ÉTAT D'ESPRIT DES SENIORS EN 2018 : UN MORAL EN BAISSÉ

**Quel état d'esprit face à l'avenir ? Des seniors plus pessimistes que la moyenne des Français, plus inquiets pour l'avenir de la France que pour le leur !**

Dans un climat économique et social tendu, marqué par le mouvement des gilets jaunes (dans lequel les retraités occupent une place significative), **les seniors d'aujourd'hui apparaissent majoritairement pessimistes lorsqu'ils envisagent leur propre avenir**. Seuls 41 % d'entre eux témoignent d'un état d'esprit positif, une proportion toutefois nettement inférieure à ce que l'Ifop mesurait en juin dernier auprès de l'ensemble des Français : un sur deux partageait alors le même ressenti (51 %). Cet état d'esprit apparaît fortement corrélé à trois critères que sont le sexe, l'ancienneté de la retraite et le niveau de vie du foyer. Ainsi, les femmes apparaissent nettement plus sur la réserve que leurs homologues masculins (35 % vs 47 %), de même que les plus jeunes retraités (38 % chez ceux qui sont à la retraite depuis moins de 5 ans contre 50 % chez ceux qui le sont depuis plus de 15 ans). Assez logiquement, l'optimisme croît avec le niveau de vie des seniors interrogés (26 % au sein des catégories pauvres contre 71% chez les hauts revenus), une tendance qui croît de manière linéaire.



**Alors que la morosité est déjà très forte quand il s'agit de se projeter dans son propre avenir, lorsqu'il s'agit de se prononcer sur l'avenir du Pays, les seniors apparaissent encore plus sceptiques.** Seul un quart d'entre eux (25 %) se déclare aujourd'hui optimiste quand ils pensent à l'avenir de la France. Les Français partageaient en juin 2018 le même constat à hauteur de 44 %. On notera que les « très optimistes » sont très marginaux (seulement 1% des seniors). À l'instar du précédent résultat, les hommes (29%) et les retraités les plus anciens (35% chez ceux de plus de 15 ans) témoignent d'un optimisme supérieur à la moyenne des seniors. Ce niveau d'optimisme, bien qu'il reste minoritaire chez tous les seniors interrogés progresse de façon linéaire à mesure que l'on atteint les revenus les plus aisés (17% des seniors appartenant aux catégories pauvres se déclarent ainsi optimistes pour l'avenir de la France, ils sont 41% au sein des hauts revenus).

**Moins d'un senior sur deux déclare s'en sortir facilement avec les revenus de son foyer, un résultat global qui masque des réalités (générationnelles, géographiques, et financières) très disparates.**

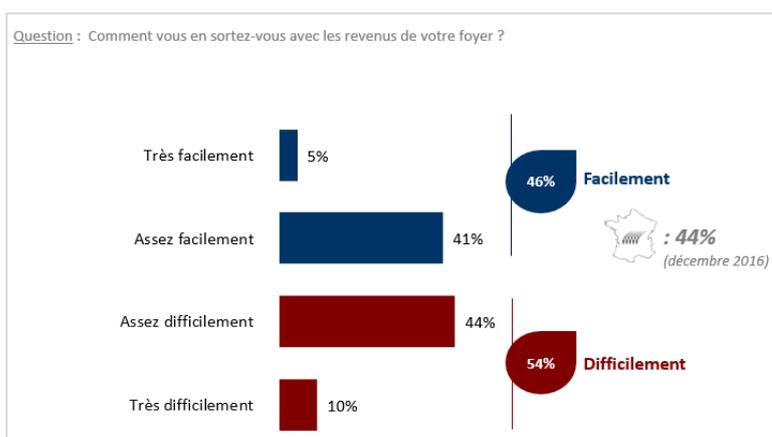
Moins d'un senior sur deux déclare s'en sortir facilement avec les revenus de son foyer (46%, dont 5% « très facilement »), une proportion comparable à celle observée en décembre 2016, au sein de l'ensemble de la population française (44%).

**Ce résultat global qui divise à part quasi-égale cette population des seniors, masque des disparités importantes.**

Les hommes (50%), les seniors les plus âgés (53% pour les 65 à 74 ans et 65% pour les plus de 75 ans), et les habitants de l'agglomération parisienne (53%) sont parmi les plus nombreux à déclarer bien s'en sortir financièrement. *A contrario*, les seniors les plus jeunes, encore actifs pour un grand nombre d'entre eux, apparaissent comme l'un des segments les plus fragiles sur cette question des revenus du foyer (36%).

Assez logiquement, plus les seniors interrogés appartiennent aux classes sociales élevées, plus le sentiment de « s'en sortir avec les revenus de son foyer » progresse. Dès lors, les personnes concernées par l'Impôt sur le Revenu le sont également bien davantage que ceux n'en payant pas (58% contre 23%).

Ces chiffres corroborent les données économiques existantes sur le revenu des seniors. Ils mettent en exergue la forte hétérogénéité – en matière de revenus et de patrimoine – existant au sein de cette population. Au sein de la tranche d'âge des 60-69 ans, les inégalités patrimoniales sont très marquées. En 2015, l'INSEE indiquait que les 10% les plus fortunés possédaient un patrimoine 114 fois supérieur à celui des 10% les moins fortunés<sup>3</sup>. Pour autant, malgré un revenu moyen et un patrimoine médian supérieur à celui de l'ensemble de la population, les plus de 50 ans sont exposés au risque de pauvreté. Les actifs sont plus vulnérables sur le marché du travail et une partie des retraités disposent de petites pensions de retraite. C'est notamment cette frange de la population qui apparaît aujourd'hui particulièrement soumise aux aléas économiques (comme la hausse du prix du carburant par exemple) et inquiète pour son pouvoir d'achat.

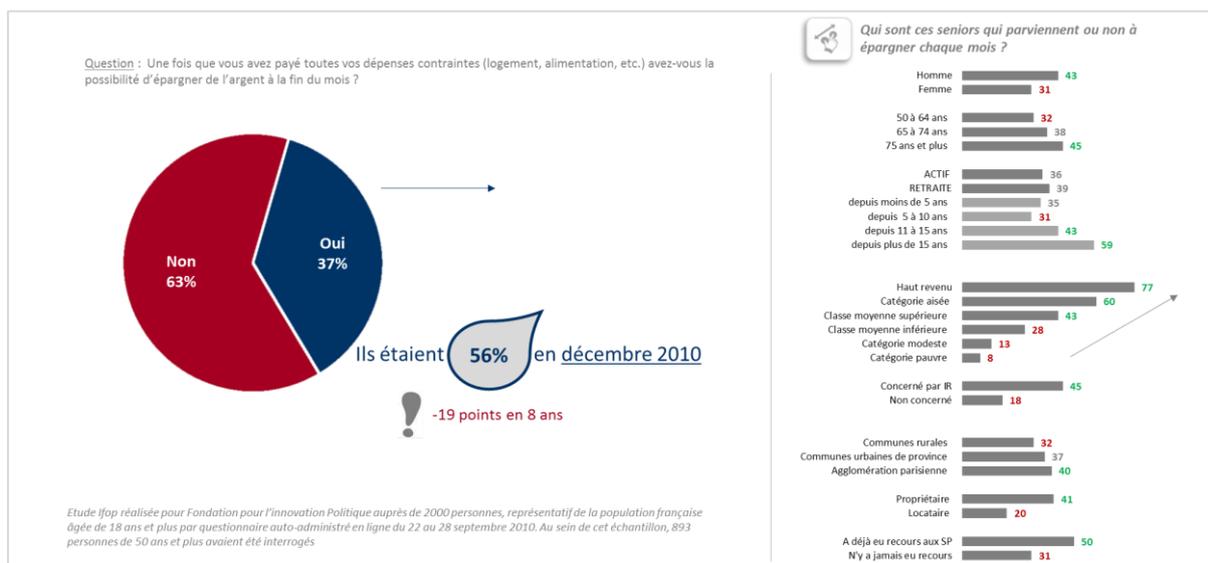


<sup>3</sup> Sources : INSEE, enquête patrimoine 2015

**La capacité d'épargne des seniors a fortement chuté au cours des dernières années. Elle apparaît très inégale au sein de cette catégorie de la population.**

Aujourd'hui, moins de quatre seniors sur dix indiquent avoir la possibilité d'épargner de l'argent à la fin du mois (37%). Il y a 9 ans, en décembre 2010, ils étaient près de six sur dix (56%), soit un recul de 19 points, qui explique probablement en partie l'état d'esprit morose dépeint par les seniors interrogés, à la fois pour eux-mêmes et pour la France.

Assez logiquement, la capacité d'épargne apparaît directement corrélée à la classe sociale d'appartenance. Elle s'établit à 8% pour les seniors qui appartiennent à la catégorie pauvre, 13% pour ceux qui appartiennent aux catégories modestes, 28% pour la classe moyenne inférieure, 43% pour la classe moyenne supérieure, 60% pour les catégories aisées et 77% pour les hauts revenus. Notons également que les hommes (43%), les seniors qui sont à la retraite depuis plus de 15 ans (59%), les habitants de l'agglomération parisienne (40%), les propriétaires (41%) et les seniors qui ont déjà eu recours aux services à la personne (50%) font état d'une capacité d'épargne supérieure à la moyenne.

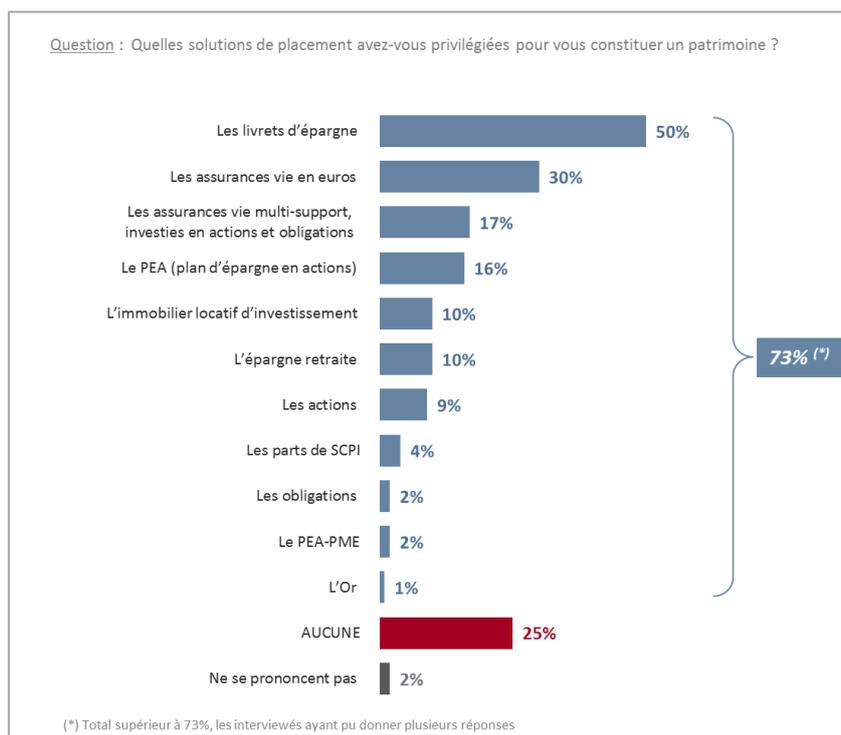


**Près des ¾ des seniors ont opté pour une solution de placement : le livret d'épargne et les assurances vie sont plébiscités.**

Dans l'optique de se constituer un patrimoine, près des trois quarts des seniors interrogés déclarent avoir opté pour au moins une solution de placement contre un quart qui n'en n'a aucune. Dans le détail des solutions existantes, le livret d'épargne apparaît comme la solution de placement privilégiée des seniors, un sur deux déclarant y avoir recours (50%).

Les assurances vie figurent également parmi les solutions de placements les plus plébiscitées par les seniors, que ce soit en euros (30%) ou multi-support, investies en actions et obligations (17%). Le PEA apparaît également comme une solution de placement intéressante, retenue par 16% des seniors interrogés (seulement 2% recourent en revanche au PEA-PME).

Les autres types de placements sont évoqués de manière plus secondaire, à l'instar de l'investissement locatif (10%), de l'épargne retraite (10%) et des actions (9%). Encore plus marginale, rares sont les seniors à avoir investis dans des parts de SCI (4%), des obligations (2%) ou l'or (1%). L'enquête réalisée par l'INSEE en 2018 sur le patrimoine des ménages met en lumière une hiérarchie comparable pour les solutions retenues par les Français en matière de placement. Le livret A et les assurances vie sont également les deux solutions privilégiées par les ménages français<sup>4</sup>.



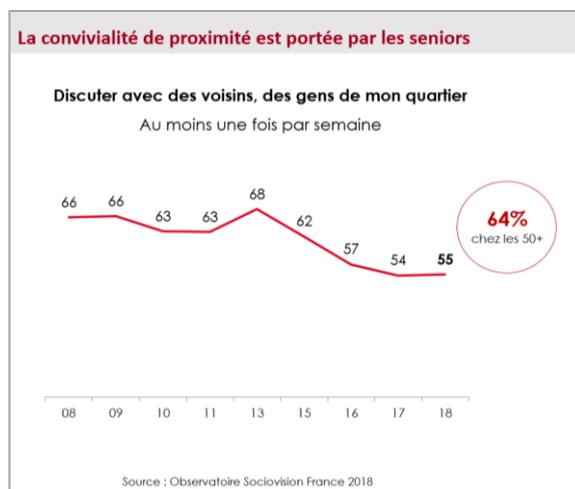
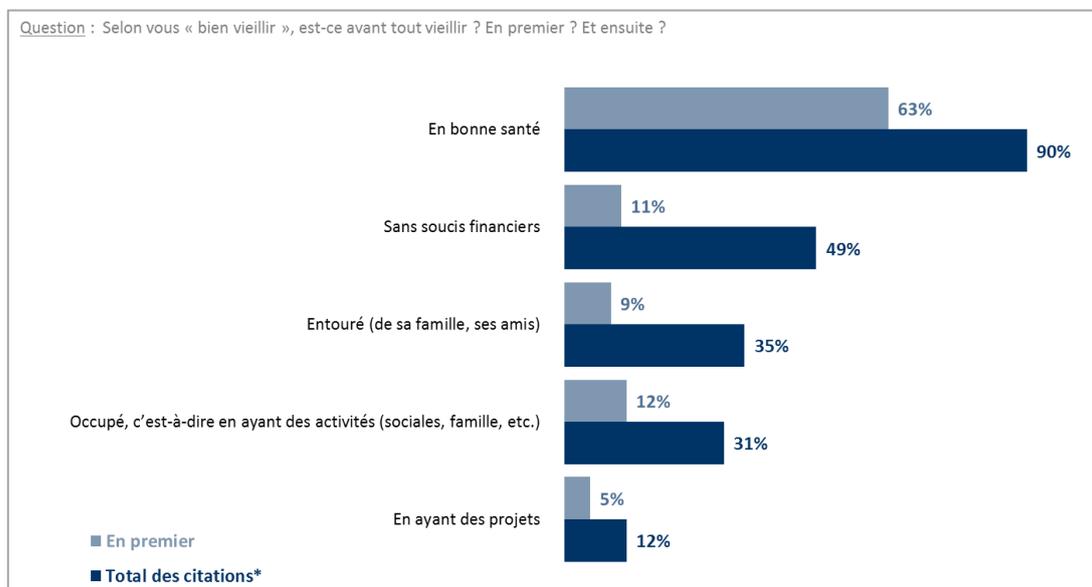
<sup>4</sup> Insee, le patrimoine des ménages en 2018, <https://www.insee.fr/fr/statistiques/3658937>

**Pour « bien vieillir », les seniors identifient principalement deux priorités que sont la santé et l'argent, une perception partagée de manière assez homogène.**

Invités à définir ce qu'ils considèrent comme « bien vieillir », près des deux tiers des seniors y associent très nettement l'idée d'être « en bonne santé » (63%). Ils sont mêmes au global 90 % à partager cette opinion.

Au-delà de cette première composante « physique » du vieillissement, la dimension économique figure également en bonne position des éléments incontournables pour bien vieillir, près d'un senior sur deux (au global des citations) évoquant la sécurité financière (11 % en premier et 49 % au global). Cette dimension est particulièrement soulignée par ceux qui appartiennent aux classes sociales les moins favorisées.

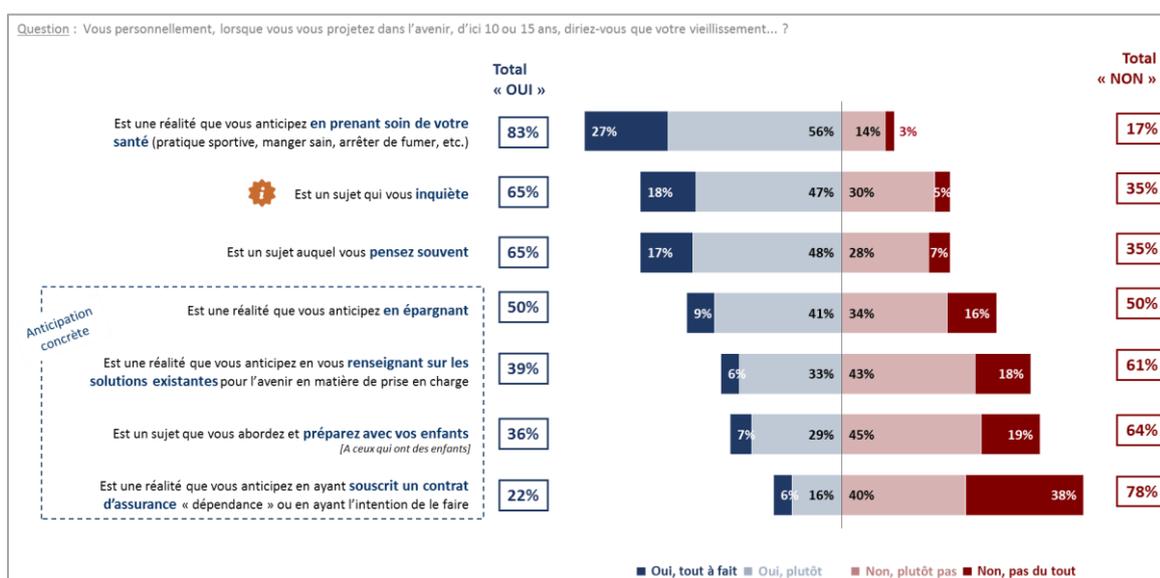
Plus secondaire dans cette hiérarchie, les seniors évoquent également le fait d'être entourés pour vieillir dans de bonnes conditions (9 % en premier et 35 % au global) et d'être occupé (12 % en premier et 31 % au global).



## Même s'ils en parlent fréquemment, les seniors sont peu nombreux à anticiper leur vieillissement par des actions concrètes

Plus de huit seniors sur dix indiquent anticiper leur vieillissement en prenant soin de leur santé (83 %). C'est notamment le cas des femmes (84 %), des retraités (87 %) et des seniors qui appartiennent aux classes sociales les plus favorisées.

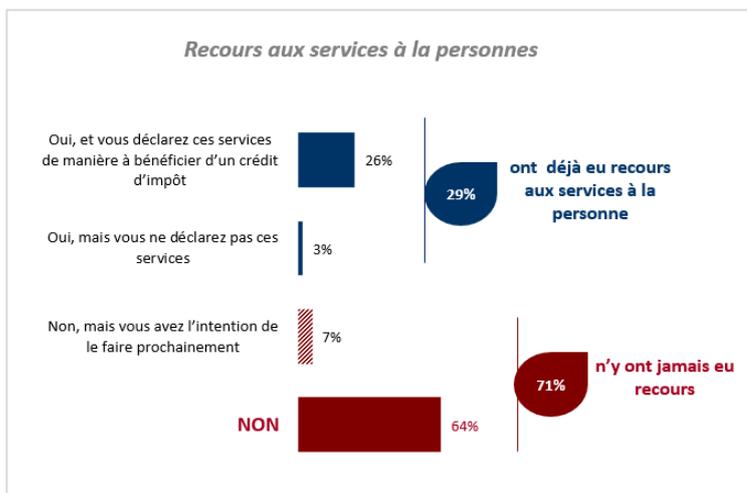
Par ailleurs, deux tiers des seniors affirment penser régulièrement à leur propre vieillissement (65 %) et s'en inquiéter (65 %). Pourtant, dans les faits, ils sont assez peu nombreux à le préparer avec des actions concrètes. Seulement un senior sur deux indique anticiper cette réalité en épargnant (50 %). Ils sont aussi peu nombreux à déclarer se renseigner sur les solutions existantes (39 %) et à aborder ce sujet avec leurs enfants (36 %). Enfin, la souscription (ou l'intention de souscrire) à un contrat d'assurance « dépendance » est une pratique qui demeure minoritaire (22 %) même au sein des classes sociales les plus favorisées.



## II - SERVICES A LA PERSONNE : UN INTÉRÊT RÉEL CHEZ LES SENIORS

**Services à la personne : près de trois seniors sur dix ont fait appel à ce type de prestations, une proportion qui pourrait croître au regard des difficultés rencontrées par certains pour trouver une offre de services proche de chez eux.**

Près de trois seniors sur dix (29%) indiquent avoir déjà eu recours aux services à la personne, la plupart du temps en déclarant ces services afin de bénéficier d'un crédit d'impôt (26 %) et beaucoup plus rarement en ne les déclarant pas (3 %). Par ailleurs, 7 % indiquent avoir l'intention de recourir à ces services prochainement. Près des deux tiers des seniors n'ont jamais eu recours aux services à la personne et ne l'envisagent pas (64 %).



Le recours au service à la personne est

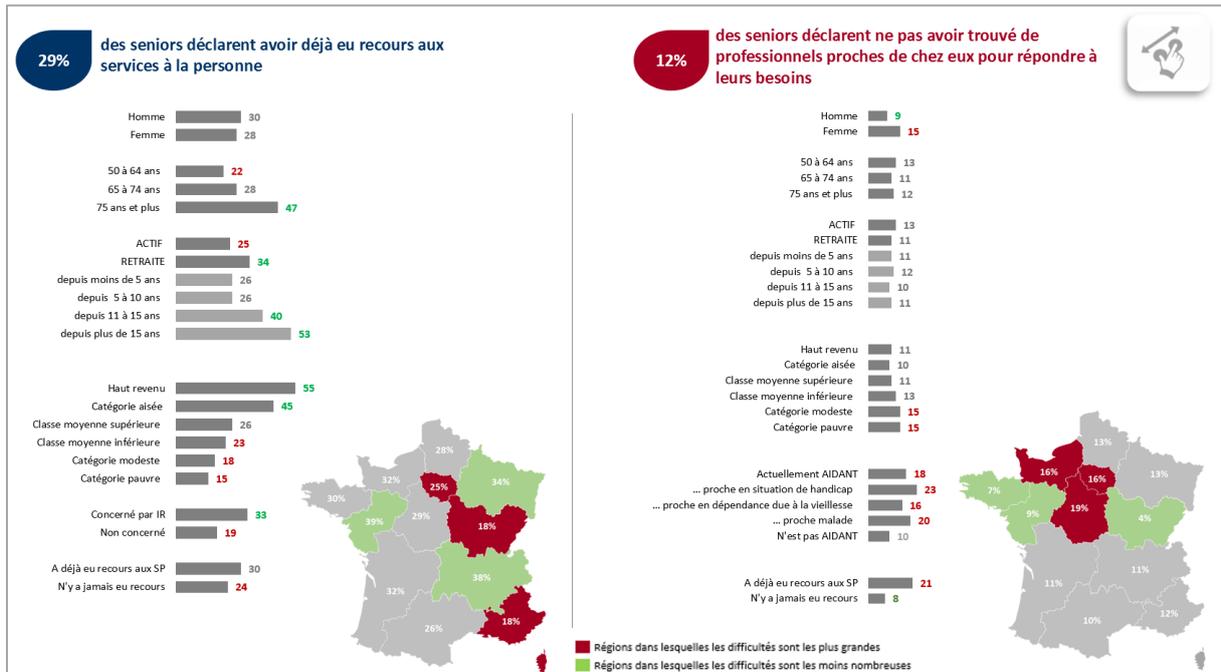
une pratique clivante. Elle apparaît comme étant directement corrélée à la classe sociale d'appartenance : 15 % pour les catégories pauvres, 18 % pour les catégories modestes, 23 % pour les seniors qui appartiennent à la classe moyenne inférieure, 26 % pour les classes moyennes supérieures, 45 % pour les catégories aisées et 55 % pour les hauts revenus, soit un écart de 40 points entre les seniors les plus modestes et les seniors les plus aisés. Par ailleurs, les retraités (34 %) et les aidants (35 %) – perçus comme étant les publics cibles de ces services - sont plus d'un tiers à déclarer avoir déjà eu recours à un service à la personne.

Enfin, d'importantes disparités géographiques se font jour : les habitants de la région Pays de La Loire (39%), d'Auvergne-Rhône-Alpes (38%) ou encore de la région Grand Est (34%) sont nombreux à déclarer y avoir recours. A l'inverse, cette pratique est moins répandue en Ile de France (25%), en Bourgogne-Franche-Comté (18%) ou en Provence-Alpes-Côte d'Azur (18%).

Dans cette dernière région, le recours aux services à la personne est effectivement un peu plus faible que dans les autres régions françaises. Le taux de recours à ces services a néanmoins cru entre 2006 et 2011 et devrait poursuivre sa progression de 17% d'ici à 2025<sup>5</sup>.

<sup>5</sup> Les services à la personne en Provence-Alpes-Côtes d'Azur, étude réalisée par l'observatoire régional de l'emploi et de la formation de la région Provence-Alpes-Côtes d'Azur ; <https://www.orm-paca.org/Les-services-a-la-personne-en-PACA>

Au regard de ces résultats, il apparaît donc que la proportion de seniors ayant déjà eu recours à un service à la personne est minoritaire, des services qui apparaissent surtout utilisés par les personnes les plus âgées de ce segment que constitue les seniors, les actifs y ayant encore assez peu recours. **La population des seniors demeure donc un territoire de conquête pour les différents acteurs des services à la personne.**



**Si 85% des seniors trouvent un professionnel près de chez eux, signe d'une vaste couverture, ils sont toutefois plus d'un sur dix à rencontrer des difficultés.**

Même si tous n'ont pas encore eu à l'esprit de recourir à ce type de services, certains seniors se sont vus contraints d'y renoncer compte tenu d'une offre insuffisante à proximité de leur domicile. Ce sont ainsi 12 % des seniors interrogés qui indiquent avoir été confrontés à ce type de difficultés. Les femmes (15 %) et les aidants (18 %) sont plus nombreux à faire état de cette difficulté.

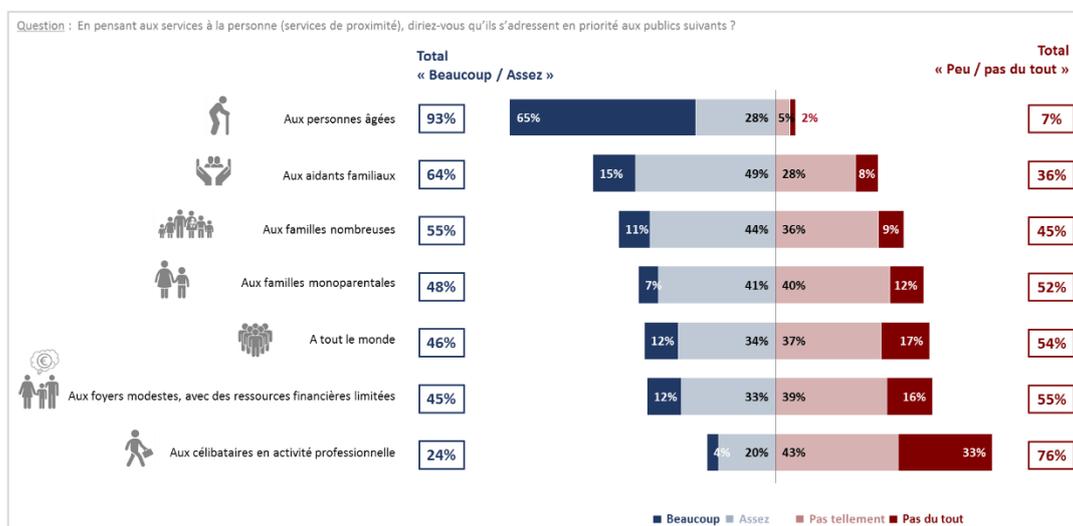
On observe également de réelles disparités régionales concernant l'accès à ces professionnels. Les habitants de la région Ile de France (16 %), de la région Centre-Val-de-Loire (19 %) et de Normandie (16 %) sont parmi les plus nombreux à déclarer être en difficulté pour trouver un prestataire.

**Les personnes âgées sont de loin perçues comme le public cible des services à la personne, bien devant les aidants et les familles. Les actifs célibataires ne sont en revanche que très peu associés à ce type de prestations.**

**L'image la plus communément associée aux services à la personne reste traditionnelle.** En effet, invités à associer différents segments de populations à ce type de prestations, les seniors interrogés dressent un tableau presque stéréotypé des services à la personne.

Ainsi, 93 % des seniors interrogés estiment avant tout que les services à la personne s'adressent aux personnes âgées (dont 65 % leurs associent même « beaucoup ») et, dans une moindre mesure, aux aidants familiaux qui ont la charge de personnes en situation de dépendance (64 % dont 15 % « beaucoup »).

Parmi les autres traits d'image les plus communément associés aux services à la personne, (avec en s'agissant des services en lien avec la garde des plus jeunes et le soutien scolaire) 55% les rattachent aux familles nombreuses (dont 11 % beaucoup). L'association aux familles monoparentales y est en revanche sensiblement moindre (48 %).



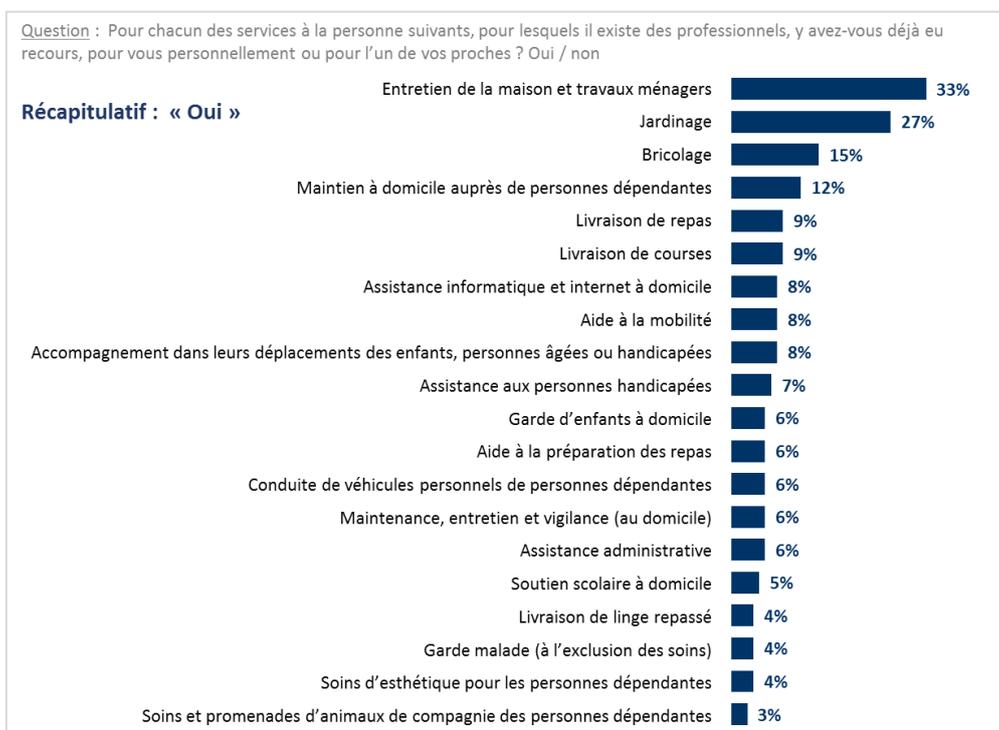
L'idée selon laquelle les services à la personne s'adressent à tout le monde (46%) ou aux foyers modestes avec des ressources financières limitées (45%) est plus secondaire. Enfin, les célibataires en activité professionnelle sont perçus comme étant un public cible des services à la personne par moins d'un quart des plus de 50 ans (24% dont 4% « beaucoup »), un résultat qui laisse présager que dans les perceptions actuelles, ce type de public n'est pas directement concerné par les services à la personne, du moins ceux auxquels les personnes interrogées pensent spontanément lorsqu'elles font référence à cet univers.

**Autrement dit, les services à la personne s'inscrivent, du moins les perceptions immédiates, dans un univers d'image encore très resserré au sein de l'opinion qui les rattache encore beaucoup spontanément à la notion de dépendance (vieillesse, maladie, handicap). Faire évoluer l'image de ce secteur apparaît donc nécessaire afin de faire émerger dans les perceptions le fait qu'il s'adresse à une multitude de publics cibles, d'autant que le développement actuel des « nouveaux » services à la personne vise un public nettement plus élargi.**

**Plus d'un senior sur deux déclare avoir déjà eu recours à au moins un service d'aide à la personne notamment pour des services liés à son domicile ou à l'assistance aux personnes dépendantes.**

Invités à se positionner sur vingt-deux des services à la personne relevant du périmètre de la FESP, ce sont *in fine* près de six seniors sur dix qui déclarent avoir déjà eu recours au moins une fois à un service à la personne (58%). Dans le détail, parmi les services les plus répandus on notera qu'il s'agit surtout avant tout de services relatifs au domicile : entretien de la maison et travaux ménagers (33%), jardinage (27%) et dans une moindre mesure bricolage (15%).

S'en suivent parmi les services les plus fréquents, ceux relatifs au maintien à domicile auprès de personnes dépendantes (12%), les autres services étant cités de manière plus minoritaire.



**Déjà parmi les plus répandus, les services liés à l'entretien de la maison et aux travaux ménagers sont de loin ceux qui pourraient intéresser le plus de personnes, devant la livraison de courses, un service encore peu répandu. Les services liés aux enfants (garde ou soutien scolaire) constituent en revanche les services au plus faible potentiel auprès de cette cible.**

Parmi ceux qui n'ont jamais eu recours au service à la personne, l'intérêt pour la liste de ces vingt-deux types de services est assez inégal.

Les services liés au domicile et à son entretien sont ceux qui suscitent le plus d'intérêt. Ainsi, dans le détail, 58% des seniors qui n'ont jamais eu recours à un service d'entretien de la maison et de travaux ménagers indiquent qu'ils pourraient y avoir recours à l'avenir. La livraison de courses (50%), le maintien à domicile auprès de personnes dépendantes (47% et 60% pour les aidants) et le bricolage (45%) suscitent également un intérêt certain.

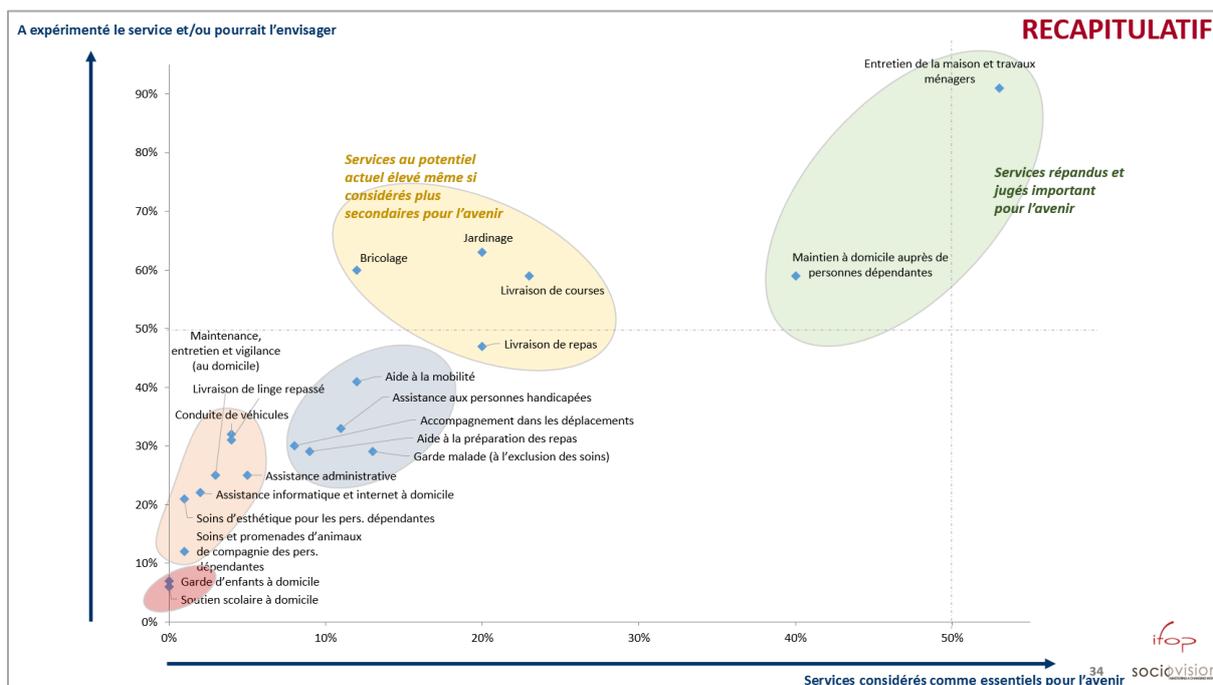
On notera que les services les plus envisagés sont également ceux qui à date sont parmi les plus répandus.

Assez logiquement, les seniors manifestent peu d'intérêt pour les services relatifs aux enfants, comme si leur statut de grands parents (du moins pour une partie d'entre eux) n'implique pas le recours à ce type de services.

Au final, deux principaux groupes de services à la personne peuvent être identifiés :

- D'une part les plus répandus et jugés importants pour l'avenir : l'entretien de la maison et les travaux ménagers et le maintien à domicile auprès de personnes dépendantes.
- D'autre part, les services au potentiel actuel élevé bien que considérés comme plus secondaires pour l'avenir : le bricolage, le jardinage, la livraison de courses ou encore la livraison de repas.

Les autres services suscitent moins d'intérêt et ne sont pas considérés comme étant essentiels pour l'avenir.



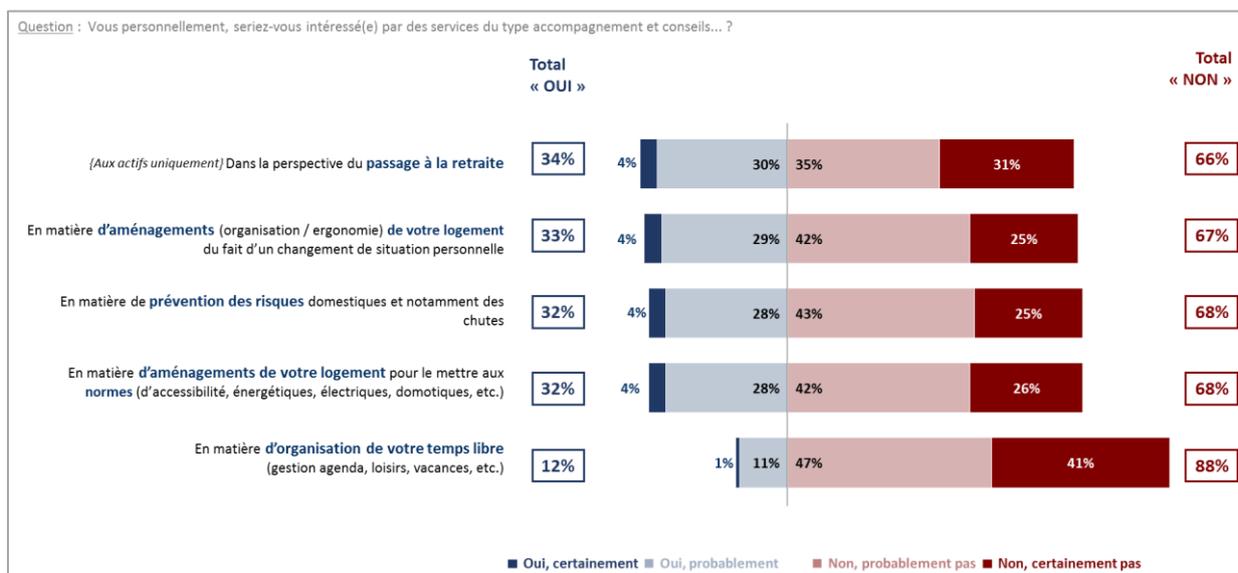
**Le budget moyen envisagé pour recourir aux services à la personne est fortement corrélé au niveau de revenus, à l'âge et à l'expérience de ce type de services.**

En moyenne, les seniors seraient prêts à consacrer, avant défiscalisation, un budget moyen mensuel de 184,2 euros, soit un budget annuel approximatif de 2200€. Plus de deux seniors sur dix pourraient allouer un budget mensuel de plus de 200 euros (21%) et 15% déclarent au contraire ne rien vouloir dépenser pour ce type de service.

Sans surprise, le budget moyen alloué aux services à la personne est étroitement lié à la classe sociale d'appartenance. Les hauts revenus seraient ainsi prêts à consacrer 382,8 euros par mois contre seulement 115,8 euros pour les catégories modestes. Par ailleurs, les retraités – notamment les plus âgés – seraient prêts à consacrer un budget plus important que les actifs. Le budget envisagé par les seniors ayant déjà eu recours à des services à la personne est aussi plus important.

**Alors que l'intérêt porté à différents services à la personne s'est révélé être plutôt significatif, les prestations d'accompagnement et de conseils peinent à convaincre les seniors et ne constituent pas aujourd'hui une réelle attente.**

Seulement un tiers des seniors se déclare intéressé par une prestation de conseils relative au passage à la retraite (34%) ou en matière d'aménagements de leur logement que ce soit du fait d'un changement de situation personnelle (33%) ou d'une mise aux normes (32%). Ces services, plus innovants, sortant du périmètre de perceptions les plus communément répandues sur les services à la personne ne semblent, pour l'instant, trouver qu'un écho modéré au sein des seniors.



### III - Habitat inclusif : quels travaux et quelles aides pour vieillir à son domicile ?

Pour les seniors, il est indéniable que la perspective de pouvoir vieillir au sein de leur domicile est une réalité très marquée. Pour ces derniers, bien plus que pour la moyenne des Français, leur lieu d'habitation idéal est celui dans lequel « on se sent bien » avec sa famille et en sécurité, mais il est également un lieu d'activités (« où je peux bricoler, jardiner, faire des aménagements »), un jugement partagé par 40 % des seniors contre 31 % des Français. Ce résultat illustre cet attachement réel de cette frange de la population à leur domicile.

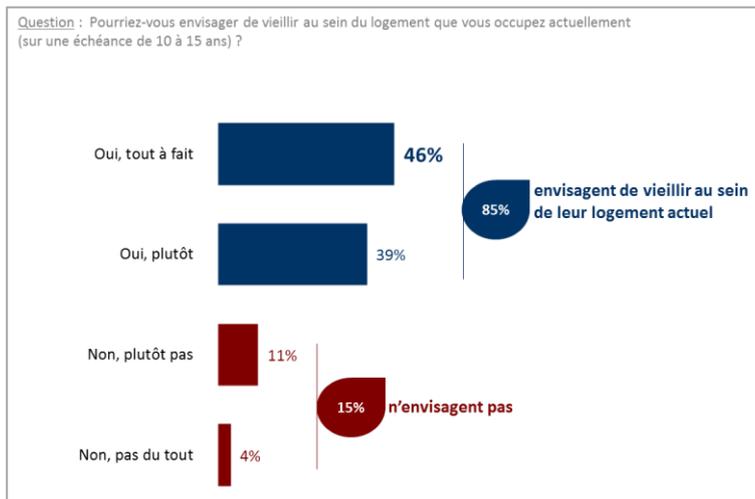
**Mon lieu d'habitation idéal, c'est...**  
(max. 3 réponses)  
Top 5% sur 13 propositions

	Ensemble des Français	Seniors
Un cocon chaleureux pour ma famille	67	65
Un endroit protégé, dans lequel on se sent en totale sécurité	52	53
<b>UN LIEU OÙ JE PEUX BRICOLER, JARDINER, FAIRE DES AMÉNAGEMENTS</b>	31	<b>40</b>
Un lieu de partage et d'ouverture aux autres	25	26
Un espace en contact direct et en harmonie avec la nature	20	22

Source : Observatoire Sociovision France 2018

**Dans une projection à 10 ans, plus de huit seniors sur dix envisagent de vieillir au sein de leur logement actuel.**

Dès lors, appuyant ce constat, il apparaît que **85 % des seniors interrogés envisagent, dans une projection à 10-15 ans, de vieillir au sein de leur logement actuel, dont 46 % l'envisagent même « tout à fait »**. Cette perspective est notamment le fait des seniors qui vivent aujourd'hui dans des maisons de plain-pied. En effet, la présence d'escaliers ou encore le fait d'être locataire de son logement constituent les deux principaux freins pour ceux qui ne se projettent pas pour l'avenir dans leur logement actuel.



Les seniors les plus âgés sont sensiblement (et assez logiquement) en retrait quant à cette certitude de pouvoir vieillir dans leur domicile dans une perspective de 10 à 15 ans (38% contre 46% en moyenne).

***La présence d’escaliers apparaît comme le principal frein au vieillissement dans le logement actuel.***

Les seniors qui n’envisagent pas de vieillir dans leur logement actuel, certes très minoritaires (15 %), évoquent prioritairement la présence d’escaliers au sein de leur logement, les empêchant d’y vieillir (28 %). La mention de ce frein est évoquée de manière linéaire en fonction de l’âge des seniors. Plus ces derniers sont à la retraite depuis longtemps, plus la présence d’un escalier au sein du domicile constitue un frein réel pour rester y vieillir (20 % chez ceux à la retraite depuis moins de 5 ans vs 54 % pour ceux qui y sont depuis plus de 15 ans).

Le fait de ne pas être propriétaire de son logement constitue par ailleurs la deuxième raison évoquée, le risque de devoir un jour quitter ce domicile expliquant probablement en partie ce résultat (23 %).

Enfin, deux autres critères sont mentionnés par un senior sur cinq ne se projetant actuellement pas dans le même logement d’ici 10 à 15 ans. 19% évoquent ainsi un logement devenu trop grand pour eux et 21% des Français de plus de 50 ans expliquent également vouloir vieillir dans une autre région ou dans une autre ville (19%), une raison davantage mise en avant par les franciliens (28%) et les actifs (29%) et 19 %.

***Parmi les modifications envisagées à court terme pour rester vivre dans son logement et y vieillir sereinement, les petits travaux d’aménagements de certaines pièces sont les plus fréquents.***

Les seniors envisagent principalement d’adapter leur logement par le biais de petits aménagements : travaux d’adaptation dans certaines pièces (44%), modification des éclairages (21%) et de la cuisine (18%). Assez logiquement, l’installation d’équipements spécifiques (siège de douche mural, fauteuil monte-escaliers) est davantage envisagée par les retraités (30%) que par les actifs (24%).

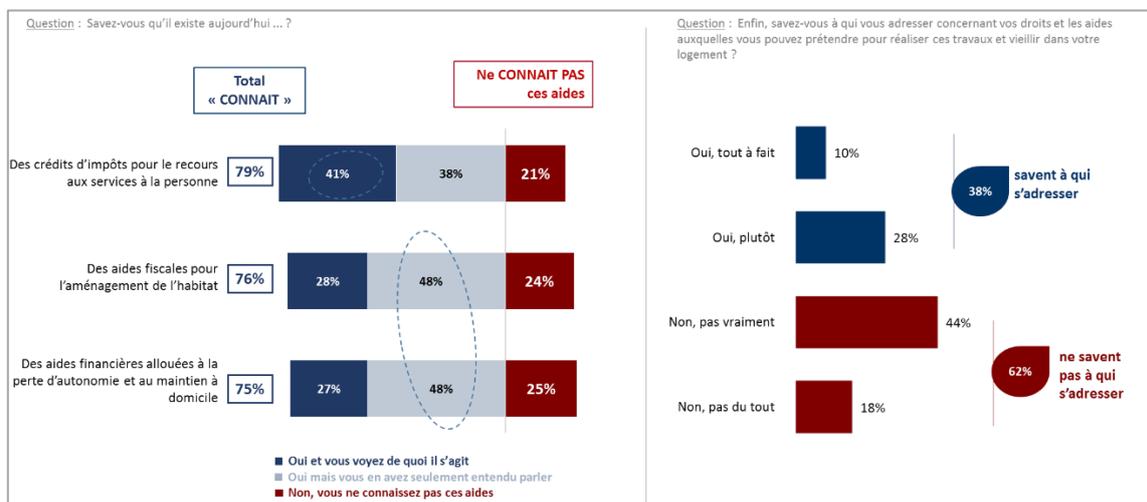
Enfin, les seniors sont en revanche moins nombreux à souhaiter changer le revêtement du sol (12%), faire établir un diagnostic par un professionnel (12%) ou encore avoir recours à un assistant numérique de vie quotidienne (7%). Le recours à des objets connectés n’apparaît aujourd’hui que très peu présent à l’esprit des seniors.

## IV- Des dispositifs d'aides connus « au moins de nom » ... mais dont les seniors ne savent pas à qui s'adresser pour les activer

**Les dispositifs d'aides dont peuvent bénéficier les seniors pour réaliser ces travaux au sein de leur domicile pour y vieillir sereinement semblent assez bien identifiés. Pour autant, rares sont ceux qui savent in fine à qui s'adresser.**

Près de huit seniors sur dix indiquent connaître ou avoir entendu parler des crédits d'impôts pour le recours aux services à la personne (79 %). En revanche, seulement 41 % d'entre eux affirment voir précisément de quoi il s'agit. Il s'agit là, parmi les trois testées, de la mesure la mieux identifiée des seniors interrogés.

Par ailleurs, trois quarts d'entre eux déclarent connaître l'existence des aides financières allouées à la perte d'autonomie et au maintien à domicile (75 % mais seulement 27 % qui voient précisément de quoi il s'agit), de même pour les aides fiscales pour l'aménagement de l'habitat (76 % dont 28 % précisément). La forte proportion de personnes indiquant avoir seulement entendu parler de ces mesures révèle l'approximation ou du moins la méconnaissance de ces mesures. Le clivage qui émerge sur la notoriété de ces aides (les 50-64 ans apparaissant systématiquement en retrait par rapport aux seniors de plus de 65 ans) constitue le signe d'une projection encore faible de ces seniors les plus jeunes sur ces sujets très concrets qui les projettent implicitement dans leur propre vieillissement. Ce résultat fait ainsi écho aux résultats précédents selon lesquels certes ce sujet les préoccupe, mais pas encore au point de s'impliquer concrètement dans des démarches concrètes de recherche d'informations.



**La connaissance de ces aides présente une marge de progression forte auprès des seniors, dont moins de quatre seniors sur dix déclarent ne pas savoir à qui s'adresser pour en bénéficier (38 % dont seulement 10 % le savent précisément). Là encore cette connaissance est très corrélée à l'âge du répondant (35% chez les seniors de 50-64 ans, 40% chez les 60-74 ans, 43% chez les plus de 75 ans) et également à l'ancienneté de la retraite. Les personnes ayant déjà eu recours aux services à la personne apparaissent également plus au fait de ces démarches (43%), de même que celles ayant le statut d'aidant auprès de personnes en situation de vieillesse (42%).**

## Pour conclure ...

---

- 1) Un contexte de crise qui nourrit le pessimisme des seniors à la fois pour leur propre avenir, mais également pour la France.  
Pour autant, **cette population globalement inquiète se révèle très hétérogène**. De fortes disparités apparaissent à la fois dans les perceptions, les attitudes et les attentes par rapport à l'avenir.
- 2) Cette population des seniors habituée à rendre service aux autres, pour qui les notions de solidarité, de convivialité et de proximité sont importantes semble **méconnaître l'amplitude et le volume des services auxquels elle peut prétendre**, voire pour les plus jeunes semblent encore avoir des difficultés à se projeter dans son propre vieillissement.
- 3) Les seniors associent aujourd'hui aux services à la personne **une image figée, traditionnelle**. Les services consacrés au soutien des personnes en situation de dépendance ou relevant de petits travaux d'appoint au domicile restent les plus fréquents et les plus attendus, alors que des services plus novateurs et s'adressant au plus grand nombre semblent encore confidentiels. **L'image d'un secteur qui évolue reste encore à construire, mais le potentiel semble réel**.
- 4) **Les seniors expriment un souhait clair et massif, celui de vieillir chez eux**, quitte à y réaliser quelques aménagements pour y parvenir et à recourir aux services à la personne.
- 5) Les aides fiscales dont ils peuvent bénéficier pour concrétiser cet idéal demeurent encore assez méconnues des seniors et notamment des plus jeunes d'entre eux. Le débat actuel sur le développement de ces aides et la fiscalité associée participera probablement à en accroître visibilité.
- 6) Se pose enfin pour l'avenir, **la question de l'évolution de ces services tant sur le contenu des offres que sur les canaux de diffusion de ces offres**. Dans une société poussée par le tout numérique, les acteurs des services à la personne doivent s'adapter à cette nouvelle réalité, une réalité qui chez les seniors progresse petit à petit mais qui se révèle très inégale s'agissant du recours au numérique (notamment d'un point de vue générationnel), notamment pour les démarches du quotidien.

## Méthodologies

### La méthodologie de l'enquête



L'enquête a été menée auprès d'un échantillon de **1507** personnes, représentatif de la **population française âgée de 50 ans et plus.** = Seniors

La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, statut, profession et ancienne profession de l'interviewé) après stratification par région et catégorie d'agglomération.

Les interviews ont été réalisées par questionnaire auto-administré en ligne.

Terrain du 19 au 22 novembre 2018.

! Episode 1 des Gilets Jaunes : 17 Novembre 2018

*Remarque 1 :* La variable « niveau de vie » correspond au revenu disponible du ménage divisé par le nombre d'unités de consommation (ou « UC », qui dépend du nombre d'adultes et d'enfants composant le foyer). Il est ici calculé selon la méthode utilisée par l'Insee et l'OCDE.

*Note de lecture :* Dans les graphiques « ZOOM » les résultats se distinguant significativement de la moyenne sont indiqués en vert lorsqu'ils sont significativement supérieurs, en rouge quand ils sont significativement inférieurs (seuil de confiance à 95%). Sinon, ils se situent dans la moyenne



3 sociovision

### En complément L'Observatoire Sociovision France



## UNE ENQUÊTE QUANTITATIVE ANNUELLE DEPUIS 1975

Échantillon de **2000 personnes** représentatif de la population française de 15-74 ans (âge, sexe, CSP, habitat, région)

Terrain chaque année en **juin-juillet**

**Face à face et auto-administré**

Toutes les dimensions de la vie explorées à **360°**

Renouvellement d'un tiers des **4000 questions** chaque année



4 sociovision

## Intervenants

---



**Rémy OUDGHIRI**  
**SOCIOVISION**  
**Directeur Général**

HEC, Sciences Po, 3<sup>ème</sup> cycle en sociologie

Expert de l'évolution des valeurs et des modes de vie, prospectiviste

A travaillé chez Roper à Londres, et chez RISC International  
 A fondé et dirigé le département Tendances et Prospective d'Ipsos de 2004 à 2014.

Auteur de plusieurs livres sur les tendances. Chroniqueur au *Huffington Post*.



**Adeline MERCERON**  
**IFOP - Département Opinion et Stratégies**  
**d'Entreprise**  
**Directrice des études, en charge des enquêtes sociétales**

IEP Grenoble (Master PROGIS) Université de Nantes (maîtrise de sociologie)

14 ans dans les études (ABC+, Ministère de l'économie et des Finances) dont 12 dans les études d'Opinion (Ifop)

Membre fondateur du site Délits d'Opinion (le site des experts de l'Opinion Publique)

## Contacts

---

Pour plus de précisions sur cette enquête :

**Contact Presse FESP :**

Caroline BRABANT | (+33)1 53 85 40 82 |

[caroline.brabant@fesp.fr](mailto:caroline.brabant@fesp.fr)

**Contact Presse IFOP :**

[Communication.site@ifop.com](mailto:Communication.site@ifop.com) | (+33) 1 45 84 14 44 |

\*\*\*

**Contact Sociovision :**

**Rémy OUDGHIRI**, Directeur Général de Sociovision,

[Remy.oudghiri@sociovision.fr](mailto:Remy.oudghiri@sociovision.fr)

**Contacts Ifop : Département Opinion et Stratégies d'Entreprise**

**Adeline MERCERON**, Directrice de clientèle,

[Adeline.merceron@ifop.com](mailto:Adeline.merceron@ifop.com)

**Frédéric DABI**, Directeur Général Adjoint de l'Ifop,

[Frédéric.dabi@ifop.com](mailto:Frédéric.dabi@ifop.com)