



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

IPSOS POUR NEXITY – AEGIDE/ DOMITYS

4 OCTOBRE 2017





1

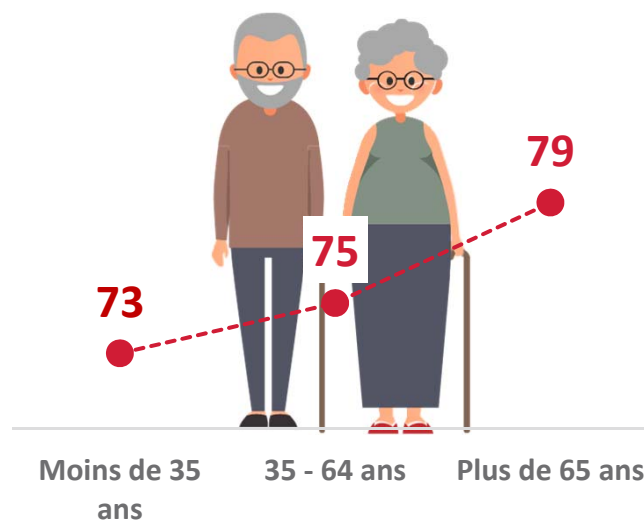
LA POPULATION AGÉE EN FRANCE : DES PERCEPTIONS CONTRASTÉES

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

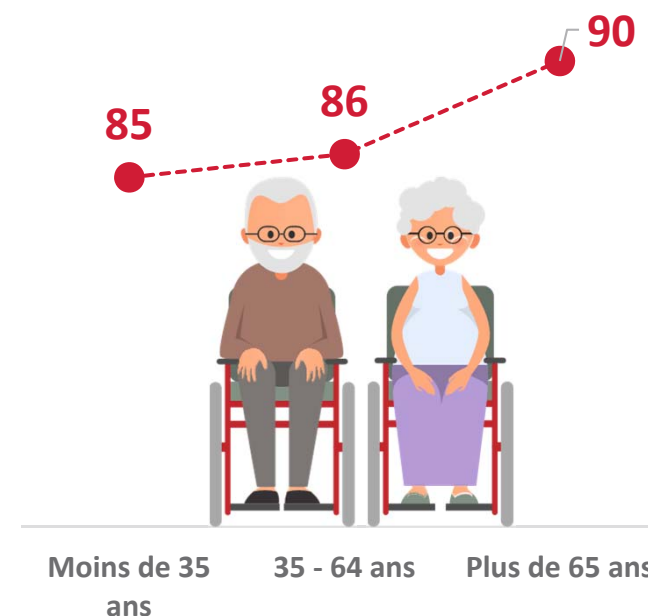
ÂGE D'UN SENIOR



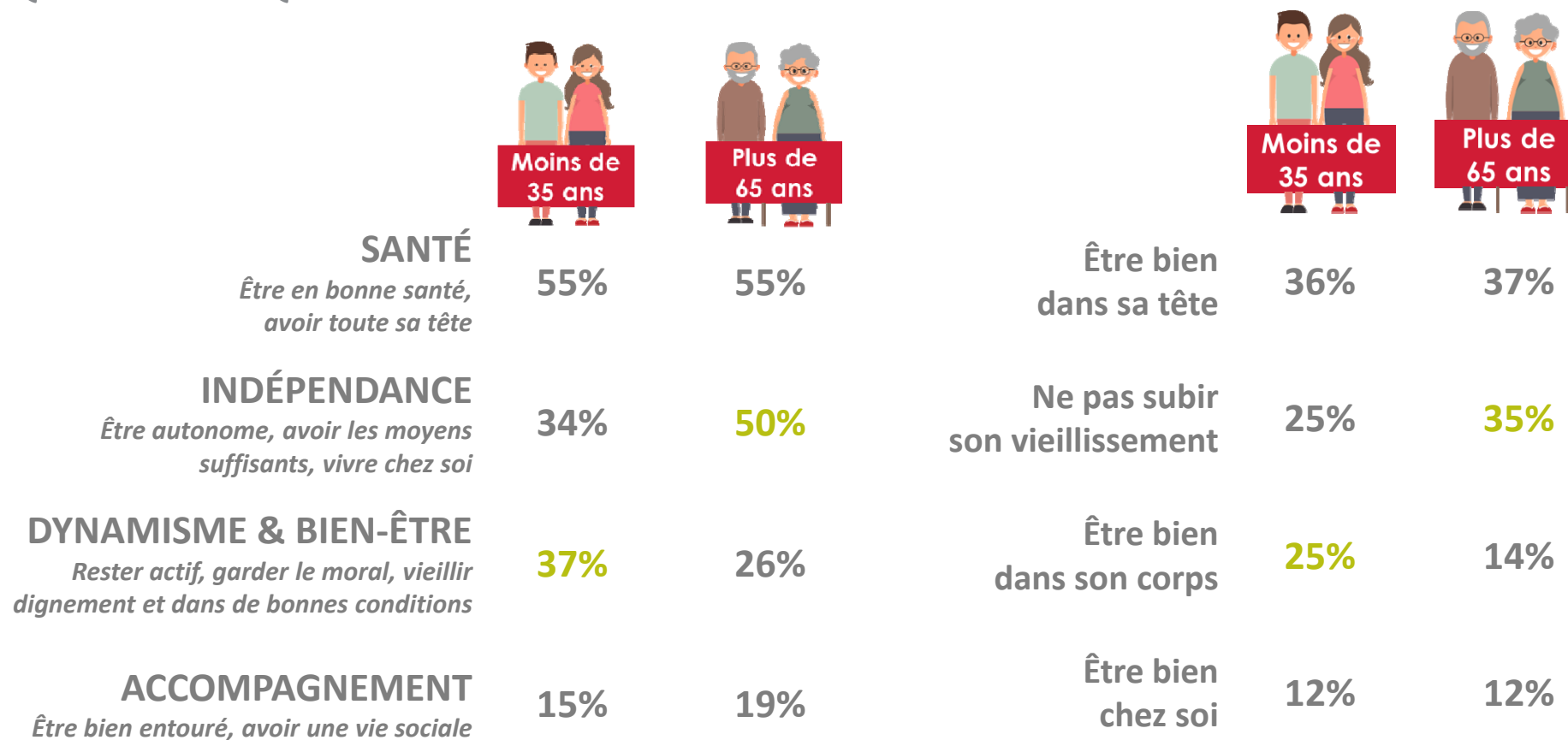
ÂGE D'UNE PERSONNE ÂGÉE



ÂGE D'UNE PERSONNE TRÈS ÂGÉE



QU'EST-CE QUE BIEN VIEILLIR ?





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**

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

S'EST DÉTÉRIORÉ

Les conditions de logement **44%**

41%

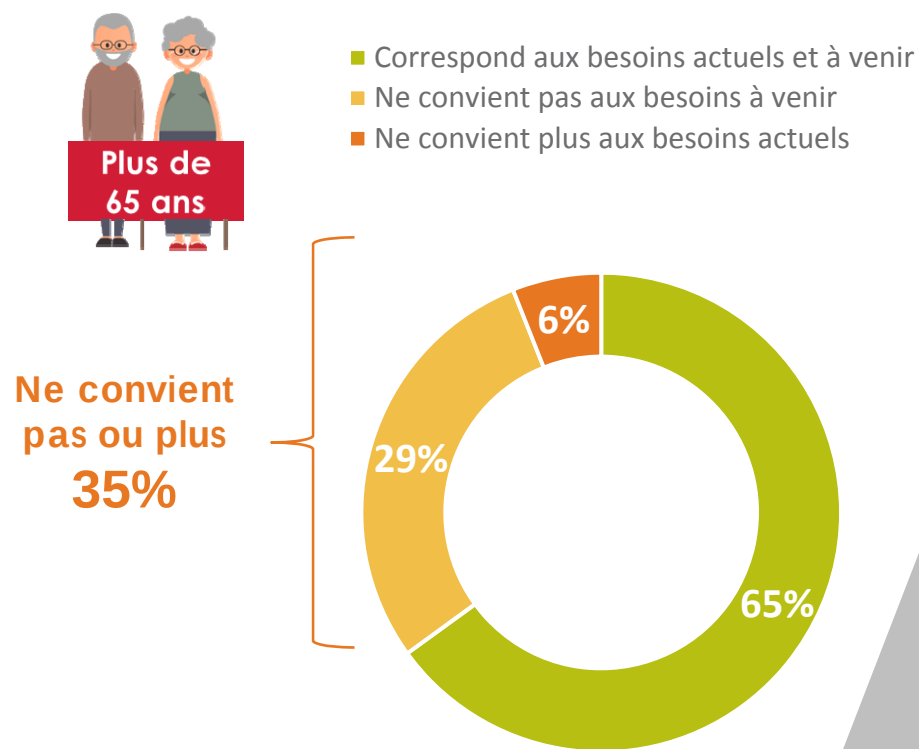
L'action des pouvoirs publics **27%**

43%

Les moyens financiers **26%**

69%

LE LOGEMENT POUR BIEN VIEILLIR : PAS NÉCESSAIREMENT LE LOGEMENT ACTUEL



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

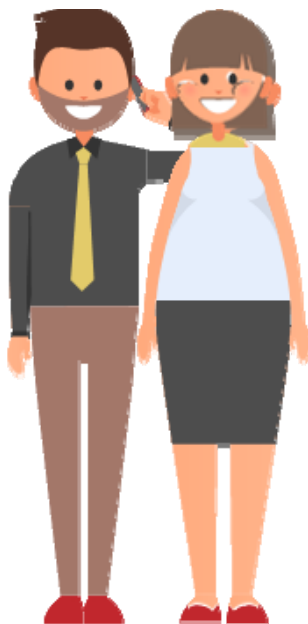


27%
y pensent



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%

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 DÉSIR D'ÊTRE AU CŒUR DE LA VIE ET DE LA VILLE

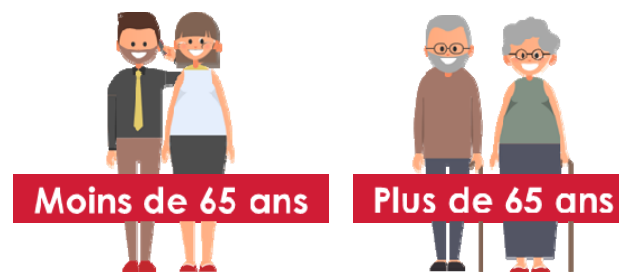
**LES 65 ANS ET + SERAIENT FAVORABLES À CHANGER DE LOGEMENT
SI LEUR NOUVEAU LOGEMENT ÉTAIT**



- 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%
<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 : DES SERVICES QUI SIMPLIFIENT LA VIE QUOTIDIENNE SUR UN SOCLE PARAMÉDICAL



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%

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%

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%

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

© 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



facebook.com/ipsos.fr



vimeo.com/ipsos



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



19, rue de Vienne
75 008 Paris

Tél. : +33 (0)1 85 55 15 52

nexity.fr
