



INSTITUT FRANÇAIS DES SENIORS
FORMATION / CONSEIL / ETUDES



A QUEL ÂGE EST-ON SENIOR ?

A 50 ans

Pour les professionnels du marketing, car c'est à partir de cet âge-là que surviennent des changements de vie qui modifient les comportements de consommation.

Les étapes de vie Les grands événements après 50 ans

53 ans

Le dernier enfant quitte le foyer

55 ans

La naissance du premier petit-enfant

58 ans

La fin de la vie professionnelle

59 ans

Le premier héritage

62 ans

La retraite

63 ans

La perte de ses deux parents

73 ans

Le premier accident de santé

82 ans

L'entrée en maison de retraite



A 60 ou 65 ans

Pour les pouvoirs publics, l'Etat et les collectivités locales, qui fixent à ces âges-là, l'accès à certaines prestations sociales.

A 70 ans

Pour les professionnels de santé parce que c'est à 73 ans en moyenne que survient le premier accident de santé sérieux.

3 NOTIONS DE L'ÂGE

L'âge réel :

c'est l'âge physiologique, celui de l'état civil.

L'âge social :

c'est l'âge que les autres nous donnent.

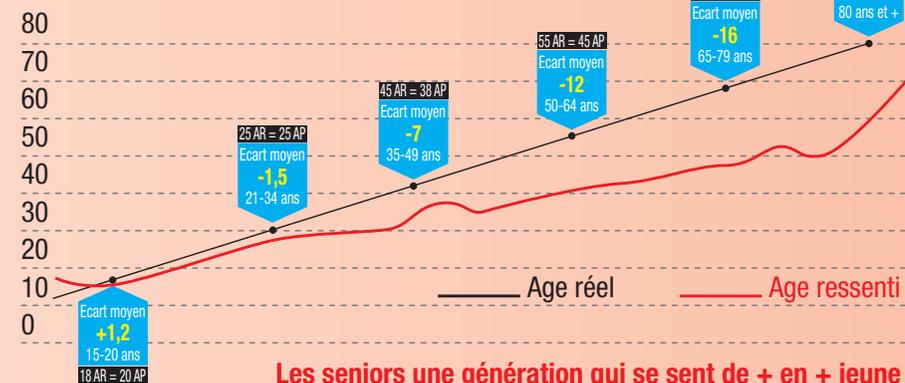
L'âge ressenti :

c'est l'âge psychologique, celui que nous avons l'impression d'avoir.

10 à 15 ans d'écart entre l'âge ressenti et l'âge réel.

C'est l'âge ressenti qui va déterminer les comportements de consommation, car il structure les envies, les besoins, les choix. L'écart entre l'âge réel et l'âge ressenti est mesuré chaque année par l'étude SIMM de KANTAR MEDIA. Il évolue avec l'âge pour atteindre 19 ans à 65 ans et plus.

Age ressenti vs âge réel



Les seniors une génération qui se sent de + en + jeune !

3 GÉNÉRATIONS DE SENIORS

Le marché des seniors se segmente sous le triple effet de l'âge, des étapes de vie, et des valeurs de chaque génération.

Les 50/64 ans :
12 millions de baby-boomers, une génération en or !

Ces enfants du "baby-boom" de l'après-guerre, ont construit la France des "Trente Glorieuses" dont ils ont profité à plein.

Ils ont eu des salaires élevés, puis des retraites confortables. Ils n'ont pas connu de chômage et ont bénéficié d'une éducation de qualité.

Ils ont eu 20 ans en 1960 : marqués par les idéaux de **progrès** et de **liberté**, c'est la génération du TGV, du marketing, et de la libération de la femme...

Depuis 2006, ils sont **700 000 à arriver à la retraite chaque année, mais la moitié est encore en activité.**

Première "**génération pivot**", ils dépensent pour eux-mêmes et participent aussi aux achats de leurs enfants et de leurs parents, qu'ils aident financièrement.

C'est l'âge de l'essentiel, où l'on veut vivre selon ses besoins profonds et satisfaire ses envies, ce qui conduit parfois à des changements importants.

Ce sont des consommateurs exigeants très attachés à l'image et à la qualité des **marques**, qu'ils surconsument.

Les 65/75 ans :
5 millions de retraités actifs. Vive la troisième mi-temps !

Ils étaient enfants pendant la seconde guerre mondiale. Ce sont des retraités heureux et en bonne forme qui profitent de leur nouvelle vie.

Leurs enfants sont partis, leurs emprunts sont payés, leurs retraites sont élevées, ils ont hérité de leurs parents.

Ils ont devant eux entre 22 ans (hommes) et 27 ans (femmes) après leur retraite et ils s'investissent à fond dans leurs activités : le tiers d'une vie !



Ils vivent plus intensément leurs passions de toujours, tout en découvrant de nouveaux centres d'intérêt. Dans l'univers des loisirs, **c'est le temps des voyages.**

Vivant le plus souvent en couple, animés d'un fort esprit citoyen et de l'envie de rester intégrés dans la société, ils veulent **continuer à exercer leurs compétences** : dans les conseils municipaux, les associations caritatives ou une nouvelle activité professionnelle : les retraités sont des gros utilisateurs du statut d'auto-entrepreneur.

Moins contraints par le temps, ils partagent souvent leur vie entre deux domiciles, **investissent dans leurs maisons** et structurent leur agenda autour de celui de leurs nombreux petits enfants, dont ils s'occupent en moyenne une fois par semaine, par plaisir et pour rendre service à leurs enfants.

Les + 75 ans :
5 Millions d'ainés
Le temps de la sagesse.

Ce sont les parents de nos visiteurs, qui sont souvent prescripteurs pour eux, comme sur les sujets financiers, de logement, et de services à la personne.

C'est la génération de l'entre deux guerres, qui a eu 20 ans dans les années 50. Vivant seuls pour la moitié d'entre eux, surtout les femmes, ils sont les clients fidèles des entreprises de services à la personne. Après 80 ans la question de leur logement se pose, et c'est avec leurs enfants qu'ils vont en décider.



Les chiffres clés :

3 mois de plus chaque année !

L'espérance de vie progresse de trois mois chaque année.

Il naît un senior toutes les **37 secondes** !

Plus que de bébés (42 secondes)

1/3 du total de la population française, **soit 22 M de personnes.**

Les 50+ : **près d'un consommateur sur deux** (45% des + de 15 ans)

Des revenus supérieurs de 38% à ceux des moins de 50 ans, plus stables, et plus disponibles, 36 000 euros annuels.

Ils sont **propriétaires de 60% du patrimoine** en France.

Ils réalisent **48% des dépenses de consommation** (TNS Sofres) en France.