

Communiqué de presse

SENIORS

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

1

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.

Le vieillissement de la population est une réalité démographique, il 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 2020¹. Dès lors, le secteur des services à la personne pourrait s'imposer comme l'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.

C'est dans ce contexte que 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 dans l'objectif 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.

1. L'ÉTAT D'ESPRIT DES SENIORS EN 2018 : UN MORAL EN BAISSSE

Les seniors **apparaissent majoritairement pessimistes lorsqu'ils envisagent leur propre avenir et celui de la France**. Ainsi, seuls 41 % d'entre eux témoignent d'un état d'esprit plus positif quand ils pensent à leur propre avenir. Ils ne sont plus que 25 % à se déclarer optimistes lorsqu'ils pensent à l'avenir de la France.

Ce pessimisme ambiant trouve probablement en partie son origine dans une difficulté exprimée par une majorité, à savoir celle d'une difficulté de plus en plus grande à épargner chaque mois un peu d'argent. **Aujourd'hui, moins de quatre seniors sur dix indiquent avoir la possibilité d'épargner à la fin du mois (37 %)**. Il y a neuf ans, en décembre 2010, ils étaient près de six sur dix (56 %) à pouvoir le faire, soit un recul de 19 points.

.../...

¹ Etude DARES

Cette réalité masque de fortes disparités au sein de ce segment de population que sont les seniors qui constituent une catégorie très hétérogène. L'âge, le statut professionnel (actif ou inactif), l'ancienneté de la retraite, le niveau économique-social sont autant de critères qui segmentent cette population au sein de laquelle sont identifiés quatre groupes dont les besoins et les attentes en matière de services à la personne se distinguent, à savoir les seniors :

- qui décrochent ;
- tentés par le repli ;
- qui inventent des modes de vie et de consommation alternative ;
- aisés et heureux.

2. SERVICES A LA PERSONNE : UN INTÉRÊT RÉEL CHEZ LES SENIORS

Près de trois seniors sur dix ont déjà fait appel à ce type de prestations, mais l'essentiel du marché reste encore à adresser.

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 %). En revanche, les 2/3 des seniors indiquent n'avoir encore jamais eu recours aux services à la personne ; 7 % de ces derniers précisant avoir l'intention d'y recourir prochainement. Il conviendrait, dans une étude ultérieure, de connaître les raisons des non-recours, afin d'évaluer la marge de progression du marché auprès de cette catégorie de Français. En outre, 12 % des seniors interrogés indiquent rencontrer des difficultés pour trouver un professionnel disponible ou proposant les services souhaités près de chez eux.

L'ensemble de ces résultats indique, dans une logique d'extrapolation, l'ampleur de la place restant à prendre sur le marché des seniors pour un grand nombre d'acteurs du secteur.

Au-delà de l'offre, c'est également l'image des services à la personne qui évolue et doit gagner en visibilité dans la perception qu'en a la population concernée. En effet, les personnes âgées sont de loin perçues comme le public cible par excellence des services à la personne (93 %), devant les aidants familiaux (64 %) et les familles. Cette image, traditionnelle et communément répandue des services à la personne, prédomine. Or, ils ne sont que 47 % à estimer que le « maintien à domicile auprès de personnes dépendantes » serait un service utile pour eux à l'avenir. En outre, ils sont seulement 25 % à estimer qu'ils pourraient un jour avoir recours au service de garde malade (présence pour assurer le confort physique et moral hors soins).

Par ailleurs, Les actifs célibataires ne sont en revanche que très peu associés dans l'esprit des seniors aux services à domicile (seulement 24 %). Dans cette perspective, les services à la personne non spécifiques aux personnes âgées, peinent encore à trouver un écho auprès des seniors, même si l'intérêt des plus jeunes d'entre eux se révèle plus prononcé.

3. L'HABITAT SENIOR : L'IDÉAL DU VIEILLIR CHEZ SOI

Pour les seniors, la perspective de pouvoir vieillir au sein de leur domicile est une réalité très marquée. Pour ceux-ci, 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. 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 l'attachement réel de cette frange de la population à leur domicile.

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 plus particulièrement partagée par les 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 aujourd'hui ne se projettent pas pour l'avenir dans leur logement actuel.

Pour les autres qui souhaitent rester dans leur logement, les solutions d'aménagements évoquées sont de plusieurs ordres. Le plus souvent, il s'agira de réaliser des travaux d'adaptation dans certaines pièces (44 %) et d'y installer des petits équipements spécifiques (28 %) ou automatisés (27 %).

4. DES AIDES FISCALES CONNUES MAIS PEU SOLLICITEES

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 déclarent voir précisément de quoi il s'agit. Par ailleurs, trois-quart des seniors 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). Il reste donc une marge de progression importante pour que les seniors puissent bénéficier de toutes les aides auxquelles ils peuvent prétendre, puisqu'aujourd'hui moins de quatre seniors sur dix déclarent ne pas savoir à qui s'adresser pour en bénéficier (38 % dont seulement 10 % le savent précisément).

Contact Presse FESP : Caroline Brabant | (+33)1 53 85 40 82 | caroline.brabant@fesp.fr

Contact Presse IFOP | (+33) 01 45 84 14 44 | Communication.site@ifop.com
