

# L'observatoire du grand âge et de la dépendance®

Les Français face à la **dépendance**,  
leurs **comportements actuels et futurs**



**Etude en souscription**

Janvier 2011

# Contexte (1/2)

- ▶ L'arrivée à des âges élevés de la génération du baby-boom ainsi que l'allongement de l'espérance de vie vont conduire à une **hausse sensible du nombre de personnes âgées**.
- ▶ En effet et selon les hypothèses retenues dans les projections de population de l'INSEE, la population des 75 ans et plus sera ainsi multipliée par 2,5 entre 2000 et 2040 pour atteindre plus de 10 millions de personnes.
- ▶ Ainsi en supposant une stabilité de la durée de vie moyenne en dépendance, **1 600 000 personnes seront dépendantes en 2040** contre 1,13 million actuellement.
- ▶ Les projections démographiques laissent supposer une croissance de l'ordre de **1% par an du nombre de personnes dépendantes**.
- ▶ Ce vieillissement rapide de la population amène à s'interroger **sur l'évolution des politiques publiques et privées en direction des personnes âgées** : retraites, dépenses de santé, mais aussi prise en charge des personnes dépendantes dont le nombre augmentera dans les années à venir.

# Contexte (2/2)

- ▶ Aujourd'hui **l'Aide Personnalisée d'autonomie (APA)** est la principale forme de prise en charge de la dépendance.
- ▶ Mais elle ne suffit pas puisque ce sont en moyenne 1500 euros qui restent à la charge des personnes âgées et de leur famille.



- ▶ **Le président de la République** a annoncé début juillet qu'il lancera à l'automne prochain le chantier de la prise en charge de la dépendance avec **la création d'un « cinquième risque »**
- ▶ L'idée développée par différents groupes de travail serait d'imposer la souscription d'une **police auprès d'un assureur privé** afin de compléter l'APA.
- ▶ Qu'en pensent les Français ? Se sentent-ils concernés par la dépendance ? Qu'envisagent-ils de faire pour leurs parents et pour eux-mêmes ? Connaissent-ils les solutions qu'ils ont à leur disposition ? Quel impact pour votre marché ? Quels produits créer dans ce cadre ? Comment communiquer sur ce thème ?

# Vos bénéfices

- ▶ Dans ce contexte, nous vous proposons :
  - **d'évaluer le degré de connaissance** et l'opinion du grand public par rapport à la dépendance
  - **d'appréhender le comportement actuel et futur** des français lorsqu'ils sont confrontés à ce problème
  - mais également d'identifier les **leviers pour communiquer** auprès d'eux sur ce sujet.
- ▶ Pour ce faire, OpinionWay propose une approche globale afin de mesurer la perception des Français vis-à-vis de la dépendance et anticiper leurs comportements futurs.
- ▶ Cette étude vous permettra de :
  - Identifier les tendances de fond sur le sujet
  - Mesurer les actions déjà entreprises et anticiper les comportements futurs face à la dépendance
  - Evaluer le potentiel des produits financiers « dépendance »
  - Appréhender l'attrait de votre marque sur le marché des produits financiers « dépendance »
  - Identifier des axes de communication porteurs sur ce sujet

# Méthodologie

## Phase quantitative B2B

Echantillon de 150/200  
professionnels  
(partenariat SilverLife)



## Phase qualitative Grand Public

Blog participatif sur des  
individus âgés de 40 ans et  
plus



## Phase quantitative Grand Public

Echantillon représentatif  
de 2000 Français âgés de  
18 ans et plus



## Objectifs

**Recueillir l'opinion et le  
comportement** de  
professionnels déjà impliqués

**Comprendre la perception du  
grand public** par rapport à la  
dépendance mais aussi identifier  
les **leviers à la communication**  
sur ce sujet

**Explorer les comportements  
et pratiques futurs** du grand  
public en matière de dépendance,  
le **niveau de satisfaction** vis-à-  
vis des solutions déjà mises en  
œuvre, le potentiel de nouveaux  
produits financiers et le  
**positionnement d'entreprises**  
des produits dépendance

# Descriptif des phases (1/2)

## Phase quantitative B2B

### Enquête auprès d'un échantillon de 150 à 200 professionnels de l'Institut Silverlife

- Etude réalisée par Internet auprès d'un échantillon de professionnels (secteur publique, assurances, mutuelles, banques, personnel de santé, etc)
- Réalisation du terrain par l'institut SilverLife sur la base d'un fichier qualifié de 4 800 professionnels
- Lors de l'envoi de la Newsletter SilverLife, les professionnels seront invités à se rendre sur un lien et à répondre au questionnaire d'une durée de 5 mn environ
- Les résultats permettront de préparer les phases grand public et analyser les tendances de fond sur une cible de professionnels

## L'Institut SILVERLIFE

Association loi 1901

- ▶ Lieu de réflexion sur les questions posées à la société et à l'individu par le vieillissement en France et en Europe.
- ▶ L'objectif de l'institut SilverLife est de dégager des propositions concrètes à des problèmes récurrents liés au vieillissement.
- ▶ Les publications portent ces propositions. Une fois éditées, elles sont diffusées de manière ciblée et les propositions servent de base pour des actions de lobbying d'idées auprès des médias, des décideurs et plus généralement de l'opinion publique.
- ▶ L'institut compte environ 300 adhérents et sa Newsletter est envoyée à 4 800 individus impliqués par rapport à la dépendance.
- ▶ L'Institut interviendra, en collaboration avec OpinionWay, aux étapes clés de l'étude :
  - Élaboration du questionnaire
  - Plan d'analyse
  - Synthèse des résultats et recommandations

# Descriptif des phases (2/2)

## Phase qualitative Gand Public

### **Blog participatif auprès d'hommes et femmes âgés de 40 ans et plus**

- L'avantage du blog est de permettre une investigation en profondeur et interactive des motivations et représentations des participants
- Tous les participants (20 au total) seront invités à se réunir quotidiennement
- Les animateurs aborderont un thème pré-établi tous les 2 jours (5 à 6 thèmes sur une durée de 10 jours)
- Les participants répondent au fur et à mesure permettant une grande autonomie de réponse (animation non directive)
- Cette phase exploratoire permettra de préparer la phase quantitative

## Phase quantitative Grand Public

### **Enquête auprès d'un échantillon national de 2 000 Français**

- Etude réalisée auprès d'un échantillon représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus
- Pour la réalisation de cette enquête, nous aurons recours à notre propre panel, newpanel®, composé de 60 000 individus français
- Les panélistes recevront un e-mail les invitant à répondre au questionnaire d'une durée de 10 mn environ
- La représentativité de l'échantillon sera assurée selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de région de résidence et de catégorie de commune

# Indicateurs suivis pour la phase grand public (1/2)

## Évocations et expérience personnelle

- ▶ Qu'évoque pour vous la dépendance des personnes âgées ? (question ouverte)
- ▶ Pour vous la dépendance c'est plutôt (liste d'items issus de la phase qualitative du type : le grand âge, la vieillesse, la perte d'autonomie, la maladie, une ...)
- ▶ A titre personnel, avez-vous déjà été confronté à des problèmes de dépendance concernant vos parents, grands-parents, arrière grands-parents ou proches ?
- ▶ Vous-même avez-vous personnellement réfléchi et pris des renseignements concernant la dépendance et les solutions que l'on peut y apporter ?
- ▶ Après de qui, de quels organismes avez-vous pris ces renseignements ? (Structures publiques type CNAM ou CAF, Assurances privées, Mutuelles, Banques, Hôpitaux, cliniques, Maisons de retraite, de repos, Professionnels)
- ▶ A votre avis la prise en charge de la dépendance est-elle du ressort :
  - Des organismes publics
  - Des organismes privés
  - Des personnes dépendantes
  - De leur famille ou leurs proches
  - De l'entreprise (cotisation obligatoire)
  - D'un système mixte, privé et public

## Actions entreprises concernant la dépendance

- ▶ Vous-même avez-vous déjà entrepris des actions concernant la dépendance, pour vous-même ou vos proches ?
- ▶ Quel type d'actions avez-vous entrepris ?
  - Souscription à un produit financier
  - Augmentation de l'épargne
  - Investissement immobilier
  - Investissement en temps dans une organisation
  - Contact avec une association
- ▶ Quelle autre solution/type d'action peut-on selon vous imaginer pour prendre en charge la dépendance ?
- ▶ Avez-vous été amené à entreprendre une des actions suivantes pour un de vos proches ? (placement en maison de retraite, appel à une aide médicale à domicile, appel à une aide ménagère à domicile, livraison de repas, .)
- ▶ Si oui, quel est votre niveau de satisfaction par rapport à ces différents dispositifs ? (maison de retraite, aide médicale à domicile, aide ménagère à domicile, livraison de repas...)
- ▶ Quelle est votre perception de la qualité de vie en maisons de retraite (sur liste d'items du type: lieu confortable, lieu qui préserve l'indépendance de la personne, qualité de la restauration, personnel disponible, personnel qualifié, qualité des soins, ...)

# Indicateurs suivis pour la phase grand public (2/2)

## Implication financière en matière de dépendance

- ▶ Seriez-vous prêt à participer financièrement pour préparer votre propre dépendance ou celle de vos proches ?
- ▶ Quelles seraient vos motivations à une telle participation (sur liste issue de la phase qualitative)
- ▶ Quels seraient vos freins à une telle participation (sur liste issue de la phase qualitative) ?
- ▶ Après de qui souhaiteriez-vous souscrire plus particulièrement à un produit financier dépendance ?
  - Banque
  - Assurance privée
  - Mutuelle
  - Organismes publics ou para publics
  - Autres
- ▶ Quel montant seriez-vous prêt à investir tous les ans dans un produit financier vous permettant d'anticiper une future dépendance ?

## Positionnement des acteurs financiers (en option)

- ▶ Parmi les entreprises suivantes, quelles sont celles dont vous êtes ou vous avez été client(e) ?
  - Liste page suivante
- ▶ Parmi les entreprises suivantes, quelles sont celles qui correspondent le mieux à ces différentes affirmations :
  - Cette entreprise propose des produits financiers spécial dépendance ?
  - Cette entreprise est crédible pour proposer/vendre des produits financiers spécial dépendance ?
  - J'ai confiance dans cette entreprise pour souscrire un produit financier spécial dépendance ?
  - Si cette entreprise lançait demain un produit financier spécial dépendance, j'y souscrirai pour moi ou mes proches ?

**Mesure de l'évolution  
des résultats tous les ans**

# Entreprises et secteurs étudiés (option)

## Mutuelles/Assurances

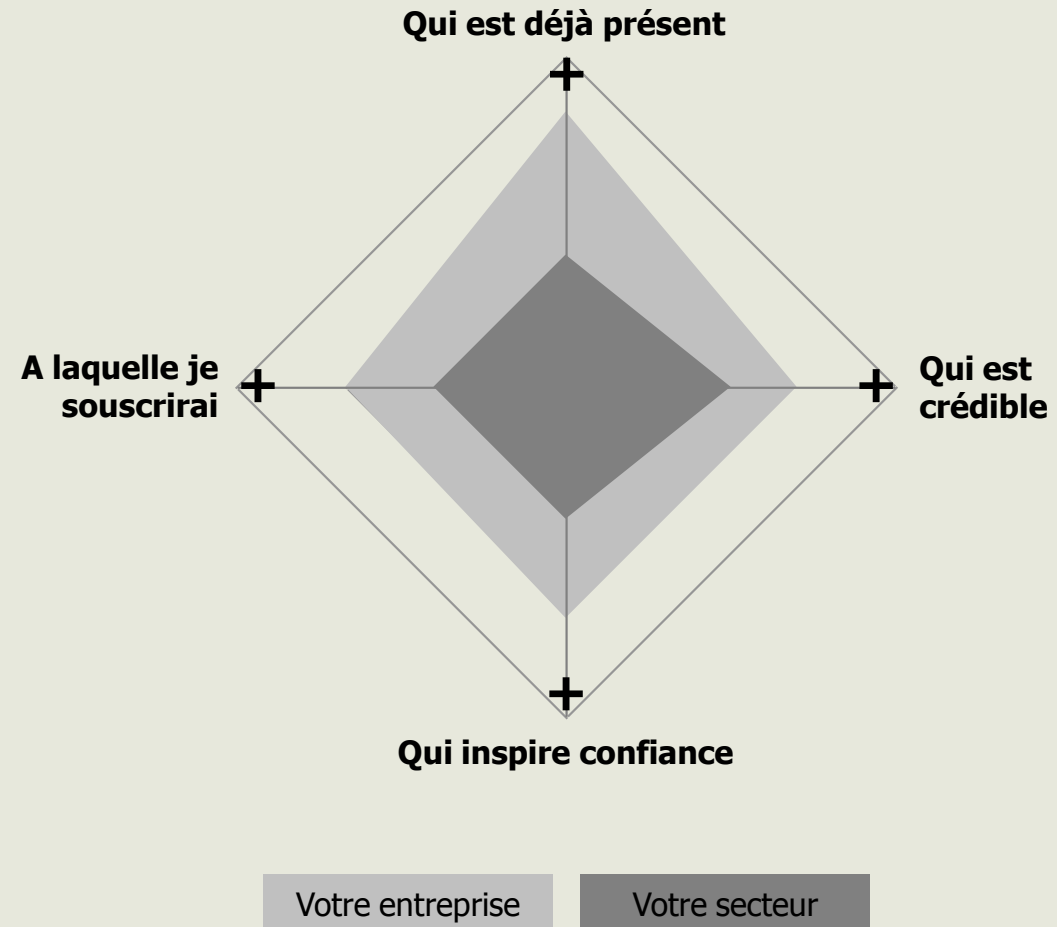
- ▶ AFER
- ▶ AGF
- ▶ ALLIANZ
- ▶ AXA
- ▶ CNP
- ▶ FNMF
- ▶ GENERALI
- ▶ GROUPAMA
- ▶ MAAF
- ▶ MACIF
- ▶ MAIF
- ▶ MATMUT
- ▶ MEDERIC MALAKOFF
- ▶ MFP
- ▶ MGEN
- ▶ MMA

## Banques

- ▶ BANQUES POPULAIRES
- ▶ BARCLAYS
- ▶ BNP PARIBAS
- ▶ BOURSORAMA
- ▶ CIC
- ▶ CREDIT AGRICOLE
- ▶ CREDIT COOPERATIF
- ▶ CREDIT MUTUEL
- ▶ FORTIS
- ▶ FORTUNEO
- ▶ HSBC
- ▶ ING
- ▶ LCL
- ▶ LA BANQUE POSTALE
- ▶ SOCIETE GENERALE
- ▶ UBS

**Possibilité de rajouter des entreprises : nous contacter**

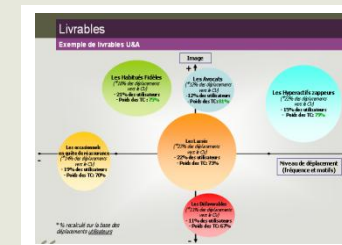
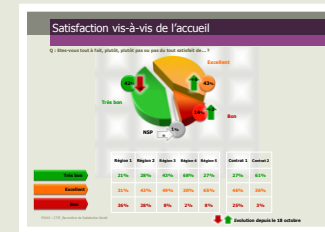
A partir des questions spécifiques, nous proposerons d'explorer le **territoire des acteurs financiers** en termes de positionnement vis-à-vis des produits dépendance.



# Livrables

- ▶ Chaque souscripteur disposera d'un rapport directement opérationnel, complet et détaillé, comprenant l'intégralité des résultats (sous format PowerPoint).

- **Des illustrations graphiques, tableaux de bord, classement avec les résultats d'ensemble mais aussi des tris par profil.**
- Une **analyse additionnelle sur les clients de la marque** commandant l'étude (sous réserve de pénétration suffisante au sein de l'échantillon)
- Une **présentation orale** des résultats par l'équipe d'OpinionWay.



# Budget et calendrier

## Souscription à l'observatoire

- option secteur Mutuelles/Assurances
- option secteur Banques
- option 2 secteurs

**6 000 € HT**

1 000 € HT

1 000 € HT

1 500 € HT

## Lancement de l'observatoire

**1<sup>er</sup> Trimestre 2011**

## Phase quantitative professionnels

- 150/200 interviews en ligne (Institut SylverLife)

inclus

## Phase qualitative grand public

- 1 blog online de 20 participants

inclus

## Phase quantitative grand public

- 2000 interviews en ligne
- 2 questions confidentielles
- Question fermée complémentaire

inclus

offertes

500 € HT

## Remise du rapport et présentation

**Fin 1<sup>er</sup> trimestre 2011**

*Un minimum de souscripteurs est nécessaire pour lancer l'observatoire. Seules les questions confidentielles sont la propriété du souscripteur. Toute diffusion sur les questions standards ne pourra se faire qu'avec le consentement préalable d'OpinionWay.*

# Bon de commande

## L'observatoire du grand âge et de la dépendance® - OpinionWay

**Veillez nous retourner la présente datée et signée avec le tampon de la société et la mention "BON POUR ACCORD"** par courrier postal/fax au 01 78 94 90 19.

En nous la retournant signée, vous confirmez avoir pris connaissance des conditions générales de vente d'OpinionWay ci-après et y adhérer entièrement. Par ailleurs, vous confirmez avoir pris connaissance et adhérer entièrement aux obligations mutuelles concernant les codes éthiques, dispositions légales et règles de confidentialité.

### **Budget :**

Le budget à prévoir pour le dispositif d'étude tel que décrit ci-avant est de :

**6 000 €HT\***

..... secteur(s) spécifique(s)

\* Euros Hors Taxes (TVA = 19,6%)

**Modalités de règlement :** Paiement à réception de facture.

### **Modalités de facturation :**

Raison sociale à facturer : .....

Adresse de facturation : .....

Nom du responsable : .....

Pour Client .....

Pour OpinionWay .....

# Conditions Générales de Vente

## **ARTICLE 1**

Les présentes conditions générales sont systématiquement adressées ou remises par la Société à chaque client pour lui permettre de passer commande.

En conséquence, le fait de passer commande implique l'adhésion entière et sans réserve du client à ces conditions générales à l'exclusion de tout autre document tels que prospectus, catalogues émis par la Société et qui n'ont qu'une valeur indicative.

Aucune condition particulière ne peut, sauf acceptation formelle et écrite de la Société, prévaloir contre les conditions générales. Toute condition contraire posée par le client sera donc, à défaut d'acceptation expresse, inopposable à la Société, quel que soit le moment où elle aura pu être portée à sa connaissance.

Le fait que la Société ne se prévale pas à un moment donné de l'une quelconque des présentes conditions générales, ne peut être interprété comme valant renonciation à se prévaloir ultérieurement de l'une quelconque desdites conditions.

## **ARTICLE 2 - COMMANDE**

Les commandes ne sont définitives que lorsqu'elles ont été confirmées par un écrit.

La Société n'est liée par les commandes prises par ses représentants ou ses employés que sous réserve d'une confirmation écrite et signée. Toute modification ou annulation de commande demandée par le client ne peut être prise en considération qu'après accord écrit de la Société.

Si la Société n'accepte pas la modification ou l'annulation, les acomptes versés ne pourront pas être restitués.

## **ARTICLE 3 - PRESTATION**

La Société s'engage à apporter tous les soins nécessaires pour réaliser les études et enquêtes qui lui sont confiées. La Société n'est tenue que d'une obligation de moyen.

Toute commande adressée à la Société implique l'adhésion par le client aux méthodologies et techniques qui sont mises en œuvre par la Société pour réaliser les travaux et études objets de ladite commande, le client pouvant demander le cas échéant, toute explication utile concernant lesdites méthodologies et techniques.

## **ARTICLE 4 - LIVRAISON**

**4.1 Délais :** Les délais contractuels sont indiqués aussi exactement que possible.

Les dépassements de délai de livraison ne peuvent donner lieu à dommages intérêts, à retenue ni à annulation des commandes en cours. Toutefois, si trois mois après la date indicative de livraison la prestation n'a pas été fournie pour toute autre cause qu'un cas de force majeure, la prestation pourra être résolue à la demande de l'une ou l'autre partie : le client pourra obtenir restitution de son acompte à l'exclusion de tout autre indemnité ou dommage intérêt.

**4.2 Force majeure :** Chacune des parties ne pourra être tenue responsable d'un manquement quelconque à ses obligations, si ce manquement est dû à la survenance d'un cas de force majeure.

Par force majeure, on entend toute modification intervenant dans la législation ou la réglementation régissant l'activité de l'une ou l'autre partie et/ou tout fait d'une quelconque autorité publique extérieure aux deux parties qui empêcherait pratiquement l'exécution du présent contrat.

La partie affectée par un tel cas de force majeure devra immédiatement prévenir l'autre partie en lui notifiant dans les cinq (5) jours la survenance d'un tel évènement. A défaut d'accord entre les parties permettant de reprendre l'exécution du contrat dans les quinze (15) jours, le présent contrat sera résilié de plein droit.

**4.3 Obligations des parties :** En toute hypothèse, la livraison n'interviendra dans les délais que si le client est à jour de ses obligations envers la Société quelle qu'en soit la cause.

## **ARTICLE 5 - MODALITES DE PAIEMENT ET DE REGLEMENT**

**5.1 Règlement des prestations :** Le règlement des prestations se fait sur facturation par OpinionWay, par le versement de 100% à la commande . Les factures sont payables par le client à réception.

**5.2 Pénalités de retard :** En cas de retard de paiement, la Société pourra suspendre toutes les commandes en cours, sans préjudice de toute autre voie d'action.

Toute somme non payée à l'échéance prévue par la facture et par les présentes conditions générales de vente donnera lieu de plein droit et sans mise en demeure préalable au paiement des intérêts de retard selon le taux d'intérêt en vigueur à la date de la communication des présentes conditions générales de vente, augmenté de 1,5%. Ces intérêts courront du jour de l'échéance des factures jusqu'au complet paiement.

**5.3 Défaut de paiement, résolution et restitution :** En cas de défaut de paiement 48 heures après une mise en demeure restée infructueuse, la prestation de service sera résiliée de plein droit si bon semble à la Société qui pourra demander la restitution des travaux livrés sans préjudice de tous autres dommages-intérêts. Le client sera en outre tenu de verser à la Société 20% du montant TTC des factures dues.

La résolution pourra frapper non seulement la commande en cause mais aussi toutes les commandes impayées antérieures, qu'elles soient livrées ou en cours de livraison et que leurs paiements soient échus ou non.

Dans le cas de défaut de paiement, les sommes qui seraient dues pour d'autres livraisons ou pour toute autre cause, deviendront immédiatement exigibles si la Société n'opte pas pour la résolution des commandes correspondantes.

Toute détérioration du crédit du client pourra justifier l'exigence de garantie ou d'un règlement comptant par chèque ou virement avant l'exécution des commandes reçues. Ce sera notamment le cas si une modification intervient dans la capacité du client, dans son activité professionnelle, dans la personne de ses dirigeants ou dans sa forme juridique.

Le client s'interdit d'utiliser ou d'exploiter les travaux livrés par la Société avant leur complet paiement, la Société se réservant le droit d'en exiger leur restitution en cas de non-paiement du prix à l'échéance convenue.

## **ARTICLE 6 - DROIT D'EXPLOITATION DES ETUDES ET TRAVAUX DE LA SOCIETE**

La société conserve la propriété des techniques, des méthodes, du savoir-faire, des outils, des matériels et des logiciels, qu'elle aurait développé et qui lui sont propres ou dont elle aurait fait l'acquisition, et qu'elle mettrait en œuvre, à titre onéreux ou gratuit, à l'occasion de la réalisation de l'étude, objet du contrat.

Tous les résultats en souscription de cette étude restent la propriété d'OpinionWay. Les résultats en souscription sont strictement confidentiels et réservés à un usage uniquement interne. Toute publication ou divulgation, de tout ou partie des informations contenues dans cette étude à un tiers, devra faire l'objet d'un accord préalable et écrit d'OpinionWay.

En cas de divulgation, reproduction ou publication, même autorisée, altérant ou dénaturant la signification ou l'interprétation et études de la société, cette dernière pourra faire par les voies les plus appropriées, toute réserve, communiqué ou mise au point nécessaire pour protéger ses droits, et sans préjudice de toutes autres actions ou mesures. Ce, sans limite de temps ou de territorialité.

## **ARTICLE 7 – JURIDICTION COMPETENTE**

Seront seuls compétents en cas de litiges de toute nature ou de contestation relative à la formation ou à l'exécution de la commande, les tribunaux de Paris.

## **Codes éthiques, dispositions légales et règles de confidentialité :**

OpinionWay travaille en conformité avec les règles et les principes formulés par le Syntec études marketing et opinion, et le Code International CCI/ESOMAR de Pratique Loyales en matière d'Etudes de Marché et d'Opinion, ainsi qu'avec les législations en vigueur, nationales et internationales, notamment la législation sur la protection des données personnelles.

A ce titre, OpinionWay travaille en conformité avec les règles prévues dans le cadre de la Loi n° 78-17 du 6 Janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés.

# Contacts

## **Nadia AUZANNEAU**

Directeur Département Santé

Responsable de l'observatoire

[nauzanneau@opinion-way.com](mailto:nauzanneau@opinion-way.com)

01 78 94 90 16

## **Charles Henri d'AUVIGNY**

Directeur général adjoint

[chdauvigny@opinion-way.com](mailto:chdauvigny@opinion-way.com)

01 78 94 89 93

## **Aurélien GRAGNIC**

Directeur conseil

[agragnic@opinion-way.com](mailto:agragnic@opinion-way.com)

01 78 94 89 91

**“*opinionway*”**

15 place de la République, 75003 Paris

tel : 01 78 94 90 00

fax : 01 78 94 90 19

[www.opinionway.com](http://www.opinionway.com)