



AUXIA

Senior Strategic ●●●



Hakisa.com



**BAROMETRE « Hakisa / Senior Strategic »**

# **Les liens intergénérationnels**

**13 juin 2013 - Paris**



[www.lemarchedesseniors.com/intergenerations.pdf](http://www.lemarchedesseniors.com/intergenerations.pdf)

# Présentation Hakisa

## Nos constats

- ❑ Le lien social est un des vecteurs le plus important de qualité de vie des seniors
- ❑ Le sentiment d'exclusion numérique par rapport aux jeunes générations est réel et constant dans le temps
- ❑ La gestion du vieillissement et de la perte d'autonomie est un des enjeux majeurs de nos sociétés modernes

## Nos objectifs

- ❑ Permettre aux seniors novices d'accéder simplement et gratuitement aux services Internet et créer une communication intergénérationnelle avec leurs proches
- ❑ Favoriser la communication entre les seniors, les aidants familiaux et les acteurs du monde médico-social pour prolonger une bonne qualité de vie au domicile

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

## Notre mission

**Simplifier l'usage d'Internet et créer un lien social entre les seniors, leurs proches et les acteurs du monde médico-social pour bien vivre longtemps chez soi**

## Nos actions

- ❑ Mise en ligne d'une plateforme internationale de services, gratuite, sécurisée, à l'ergonomie adaptée et accessible depuis n'importe quel matériel
- ❑ Création d'un écosystème avec des partenaires associatifs et professionnels du monde médico-social et des services à la personne
- ❑ Entraide intergénérationnelle et web solidaire avec l'accompagnement à distance de proches de confiance : les « Musers »

# Notre plateforme personnalisée : un bouton , une action



# Un réseau social familial privé et des forums d'échange

Démarrez la vidéo conférence



Partagez des photos

Communiquez facilement avec vos proches

Je partage mes passions avec les autres membres Hakisa



Des experts à mon écoute

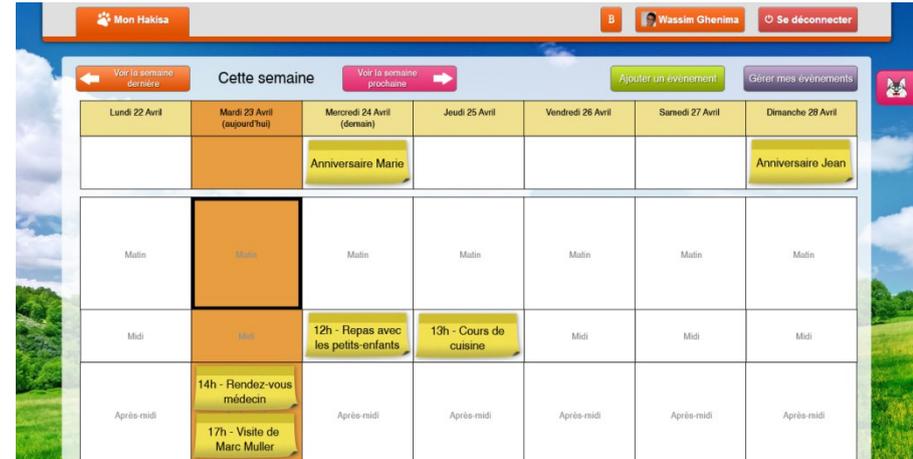
# L'Internet qui me ressemble et le web solidaire



Mon Internet  
Accédez à tous vos sites  
en un clic

Mes services  
pratiques

Ma vie locale



Mes achats en ligne



Mon Shopping  
Achetez en ligne  
facilement



Je suis accompagné par Hakisa



Mon Aide  
Aidez ou demandez de  
l'aide

- ✎ Editer son compte
- ✉ Editer sa page "Mes Proches"
- 📄 Editer sa page "Mon Internet"
- 🏠 Editer sa page "Mes Passions"
- 🔌 Désactiver temporairement la relation
- ✖ Supprimer définitivement la relation



Bonjour ! Je suis là pour vous aider



Que souhaitez-vous faire ?

▶ Trouver mes proches à partir de mes contacts email

▶ Ordonner mes contacts

▶ Envoyer un message

▶ Ecrire à un nouveau contact

Ecrivez-moi directement un message

Faire part de mes remarques à Hakisa



Je suis accompagné par mes proches

# Une marque blanche pour les partenaires

The screenshot displays the user interface for 'Mon Facilio'. At the top, the user is identified as 'Françoise Dupont' with a 'Se déconnecter' button. A notification bar indicates 'Vous avez 5 nouvelles notifications.' The main dashboard is organized into several sections:

- Left sidebar:** A vertical menu with five items: 'Mes Proches' (pink), 'Mon Internet' (purple), 'Mes Passions' (blue), 'Mon Shopping' (brown), and 'Mon Aide' (green).
- Top row of tiles:** Four square tiles with icons: 'Ma maison' (house), 'Mes services Abrapa' (Abrapa logo), 'Mes loisirs' (suitcase), and 'Ma vie locale' (signpost).
- Message and News sections:** Two columns of content boxes. The left column contains 'Voir les messages de Facilio' (with a Facilio message) and 'Voir mes messages' (with a message from Jean Abrapa). The right column contains 'Voir mes actualités' (with a news article about e-cigarettes) and 'Voir ma météo' (with weather for Monday).



# Senior Strategic

**Société d'études et de conseils en Stratégie** sur le marché des Seniors

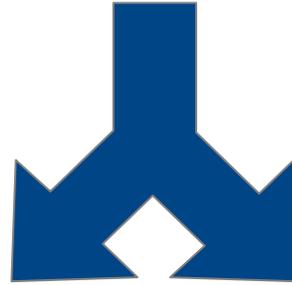
Un réseau **international d'experts**

**Sites d'informations BtoB** dont leMarchedesSeniors.com,  
theMatureMarket.com





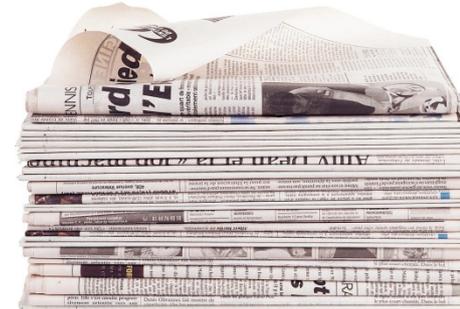
# Un positionnement clé



## Pôle Consulting - Analyse



## Pôle Média





# Les missions les plus demandées

**Etudes de marché**



**Brainstorming**



**Directions générales**



**Formations / séminaires**



**Développement**



**Prospective**

**VISION  
2020**



# Une démarche globale pour une cohérence

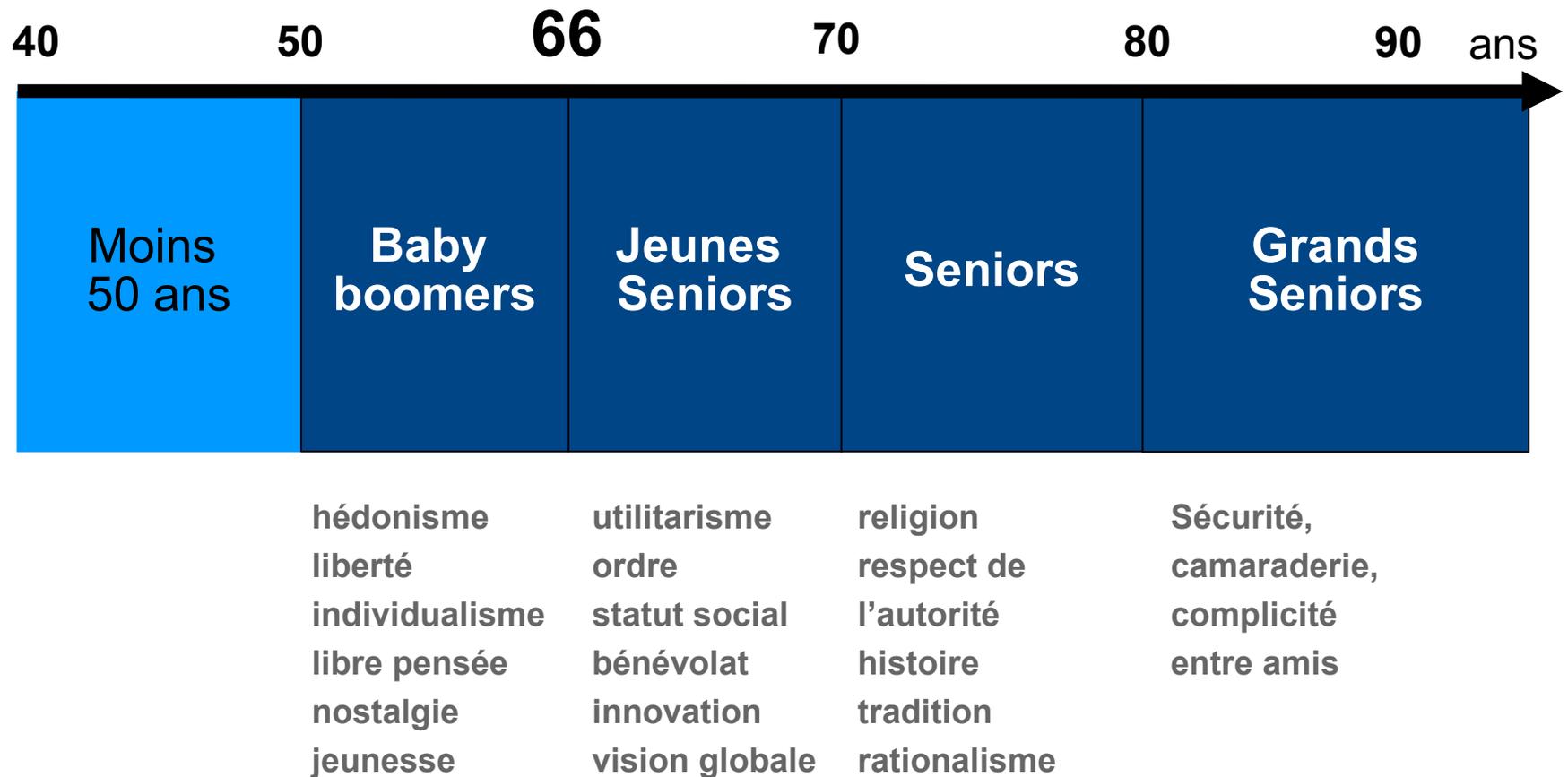




# Marché des Seniors

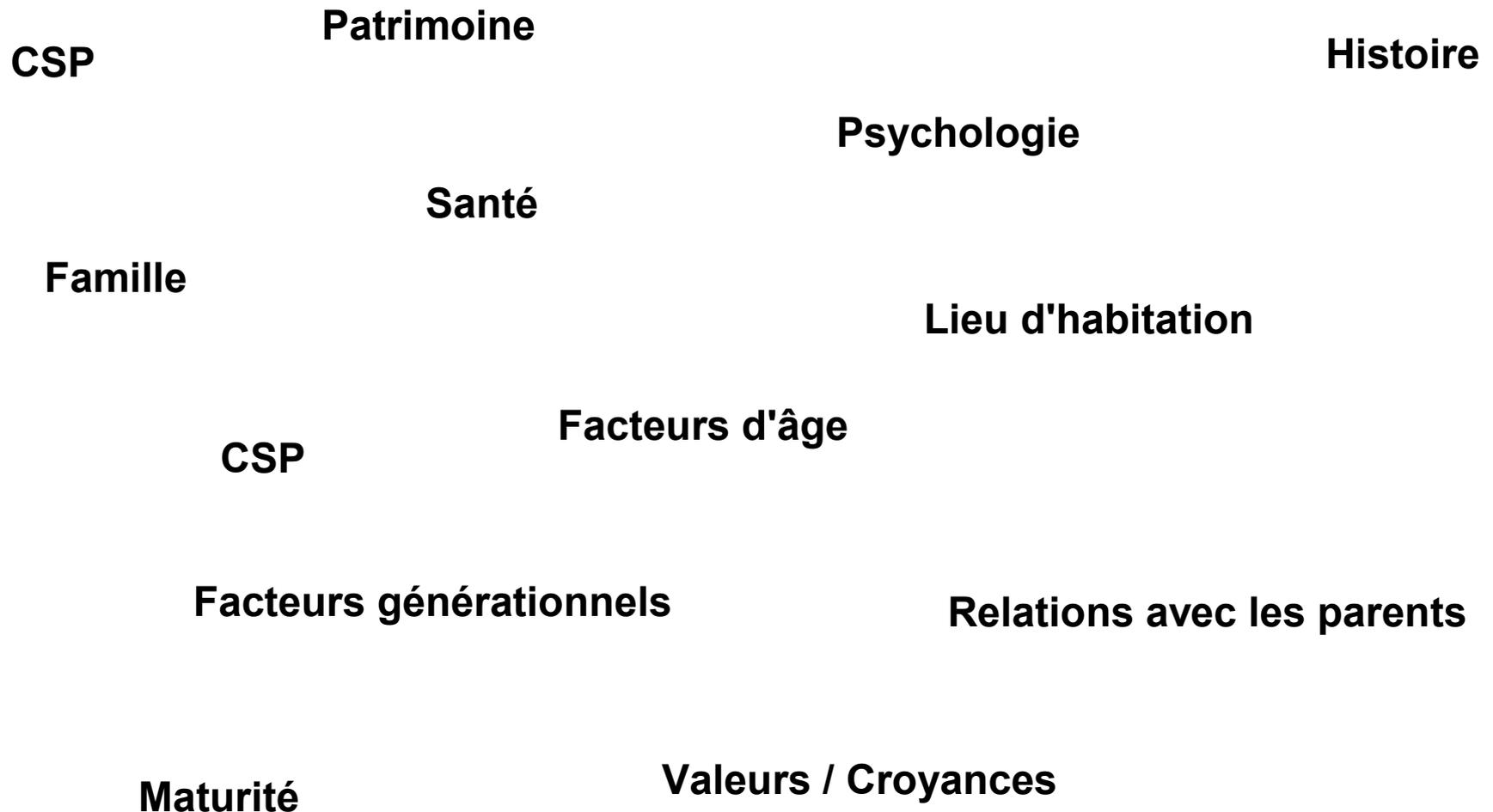


# Différentes valeurs de générations



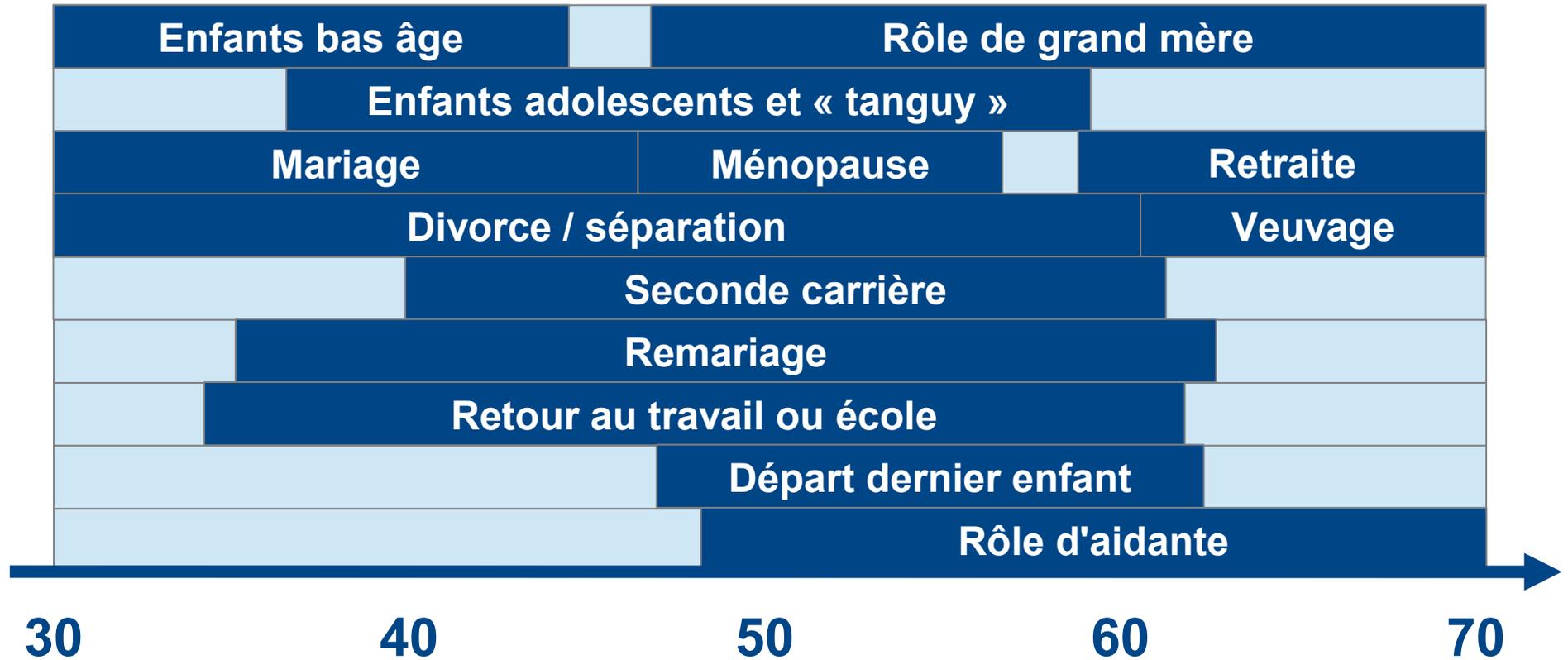


# Une hétérogénéité très forte





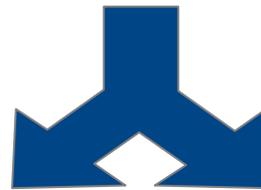
# Une multitude de “rôles”





# Vieillesse démographique = Marchés en hausse, marchés en baisse

Le vieillissement démographique a un impact structurel sur la consommation  
**Boomers** : la génération la plus nombreuse et aisée = fin d'un cycle + maturité



## Secteurs en baisse

Automobile  
Électroménager  
Habillement  
Jardinage (à horizon 7 ans)

...



## Secteurs en hausse

Équipement de la maison  
Santé  
Consommation électrique  
Maintien à domicile

...



## Marché des Seniors = Plusieurs marchés

Large tranches d'âge

Différentes générations

Différents effets d'âge

Différents critères : csp, actif/retraité, santé, famille, lieu d'habitation, patrimoine, valeurs de générations, valeurs d'achat, besoins...

> **Plusieurs marchés**

> **Importance de déterminer avec précision son coeur de cible et quantifier sérieusement le marché.**





# Marché des Seniors

## Pourquoi y aller maintenant ?

2013 = intérêt des entreprises européennes

Relais de croissance

Possibilité de forte valeur ajoutée

Fenêtre pour créer des success stories

Concurrence entre faible

Arrivée des chinois (dans moins de 5 ans)





# Marché des Seniors

## Plusieurs stratégies





# Baromètre Liens intergénérationnels

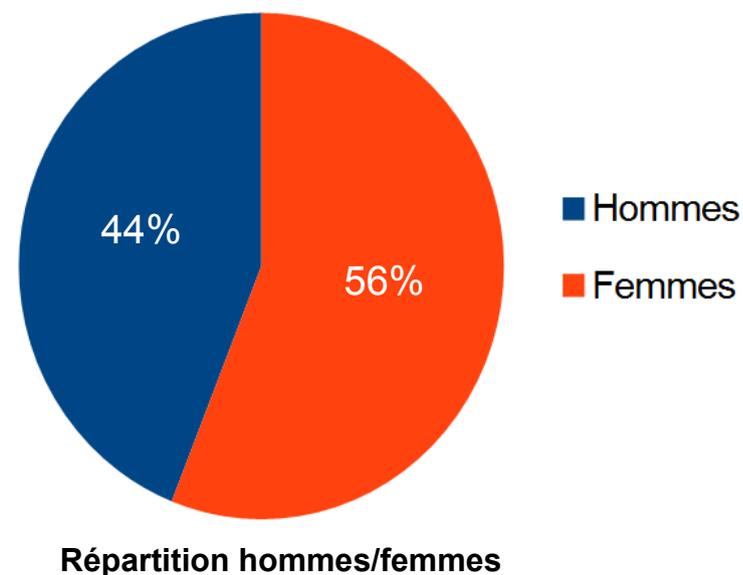
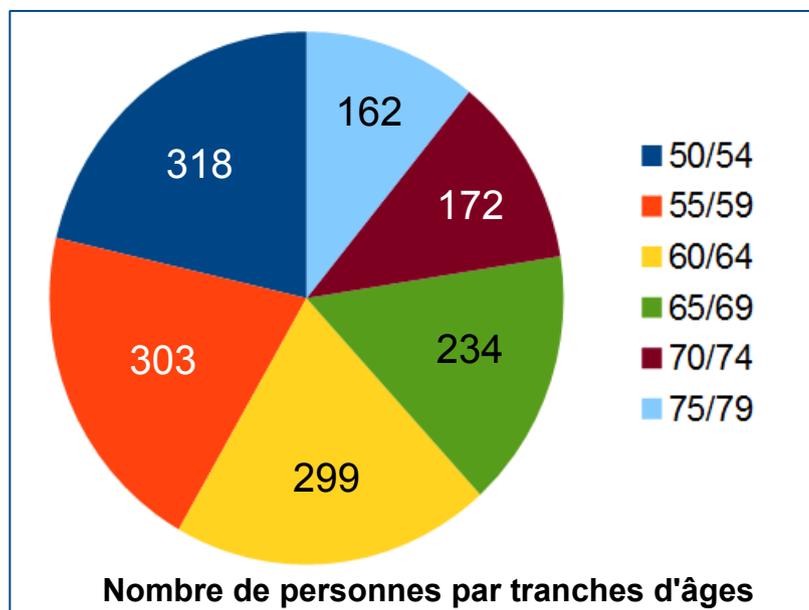
> **Méthodologie**



## Méthodologie

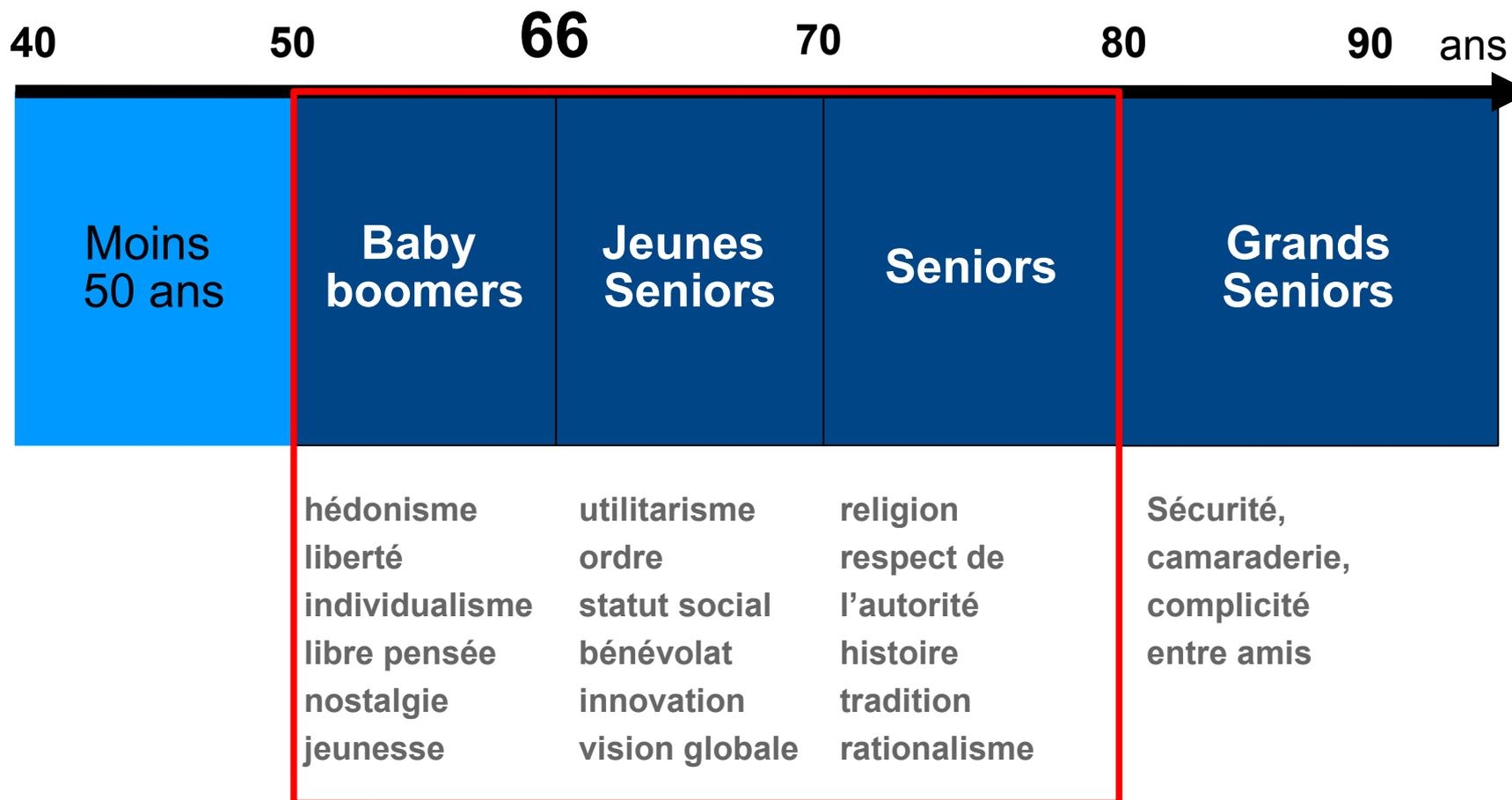
### 2 phases :

- qualitative avec **20 interviews** face à face (52/77 ans)
- quantitative auprès de **1487 personnes**  
(échantillon représentatif des 55/80 ans avec la méthode de quota (sexe, csp, lieu habitation...))





## Méthodologie





# Baromètre Liens intergénérationnels

> Résultats



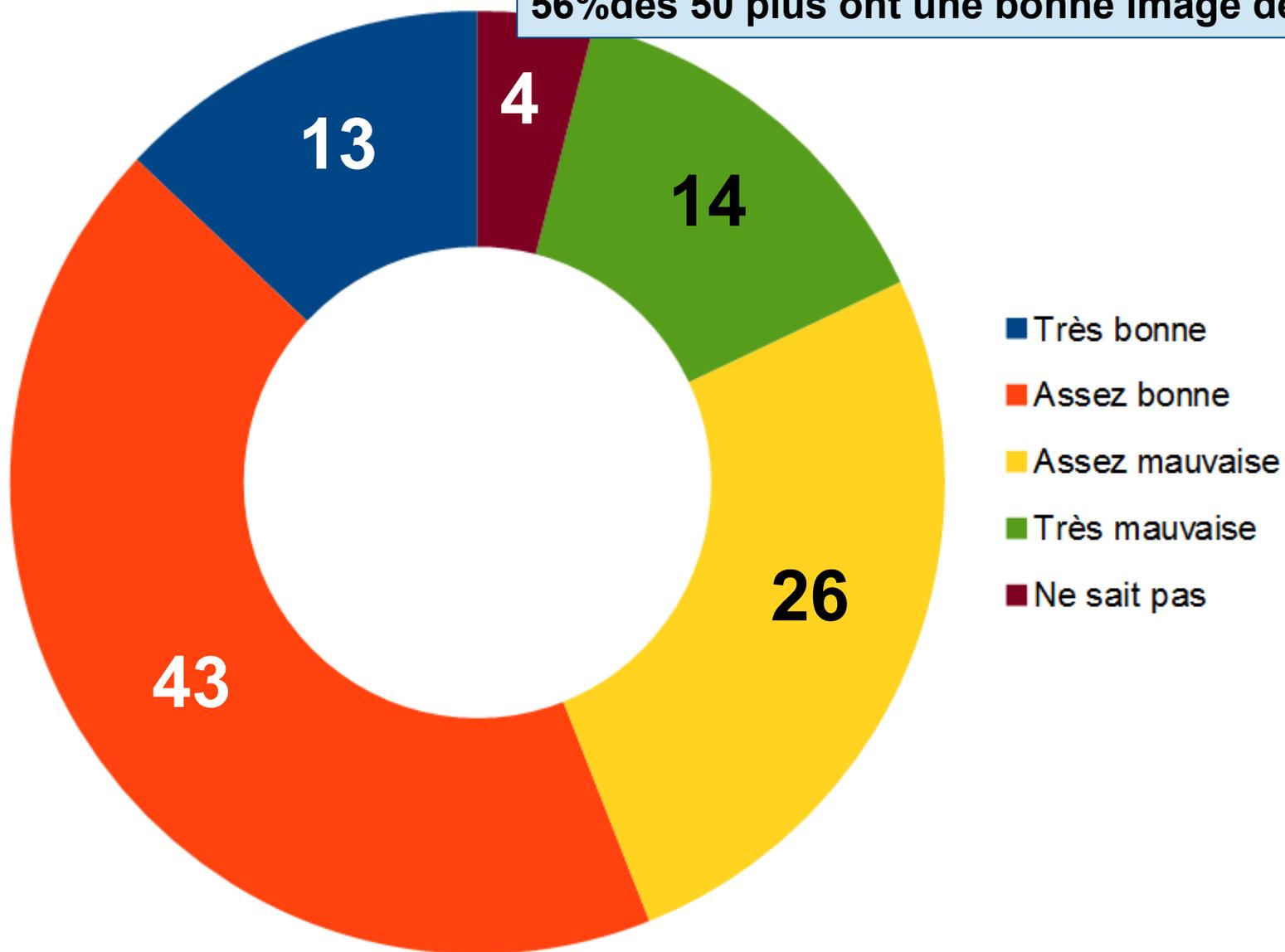
**Que pensent les  
50plus des jeunes ?**



## Les jeunes appréciés des 50plus

En général, avez-vous une bonne ou mauvaise opinion des jeunes d'aujourd'hui?

**56% des 50 plus ont une bonne image des jeunes**



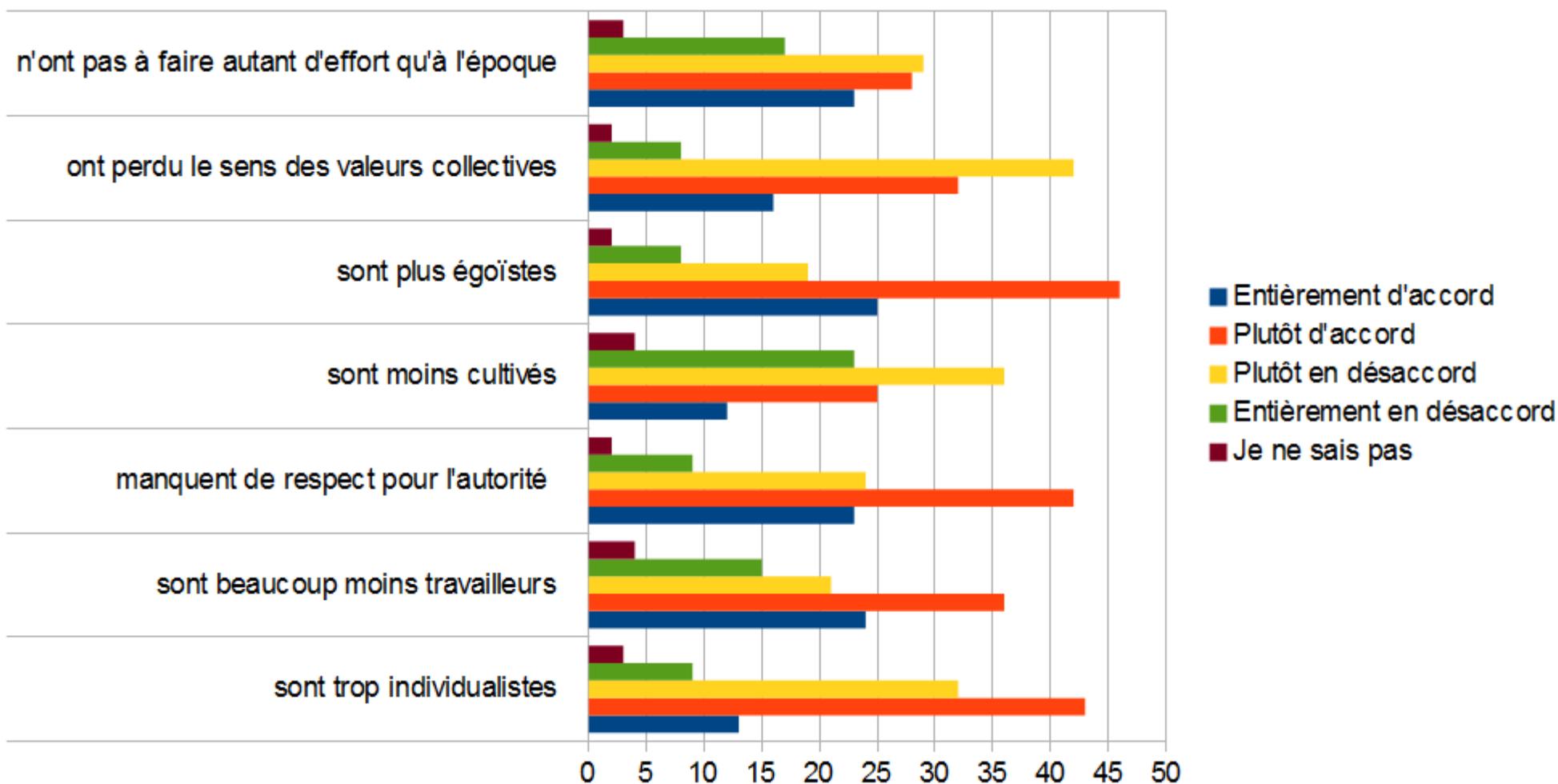


## Des Boomers très critiques vis à vis des jeunes

Comparés à votre génération lorsque vous aviez le même âge, les jeunes d'aujourd'hui...

Base Boomers : 983 – 50/67 ans

**75% des Boomers jugent les jeunes égoïstes**  
**61% des Boomers jugent les jeunes moins travailleurs**  
**« CONFLIT » DE GENERATIONS ?**

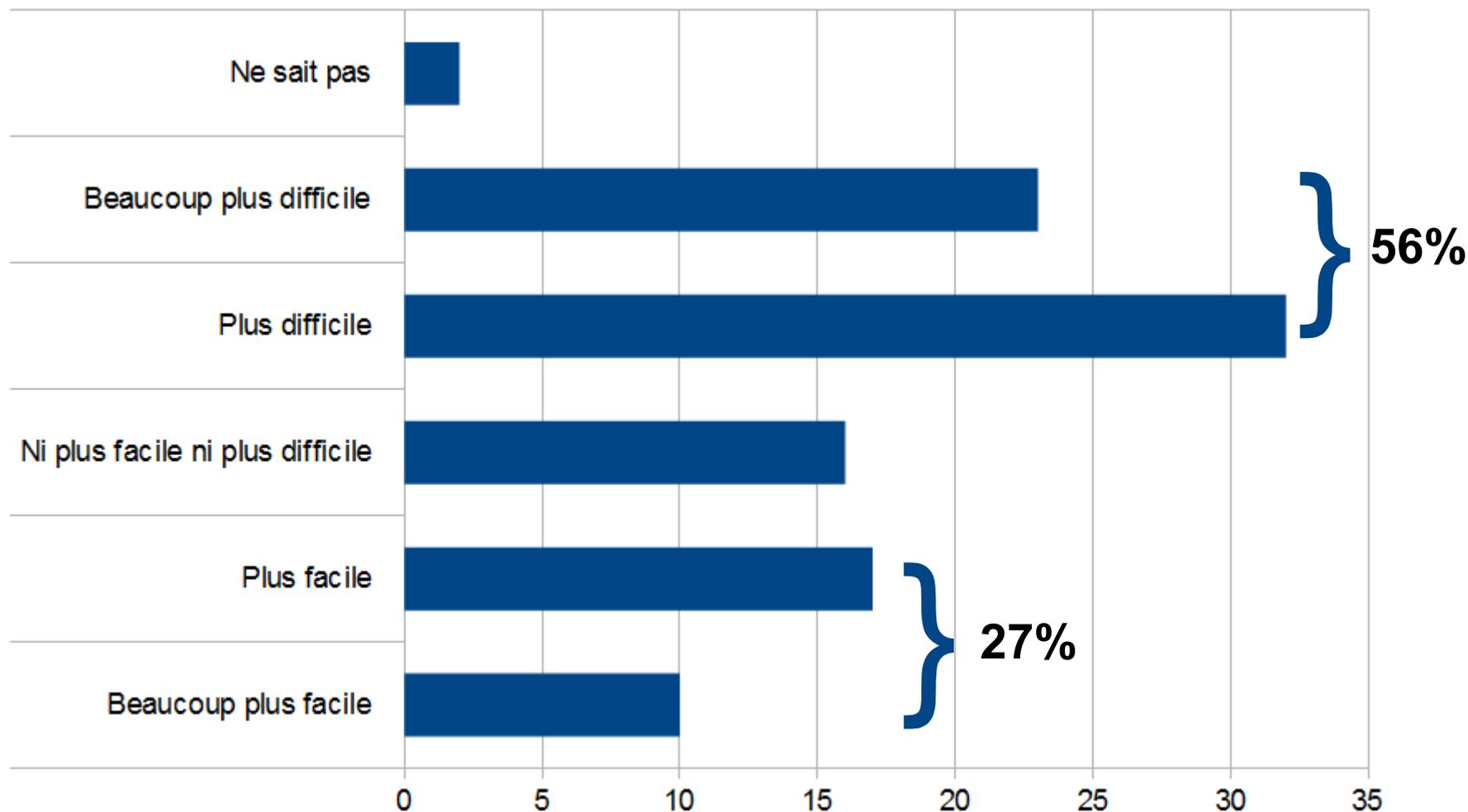




## Des 50plus conscients des difficultés des jeunes

Comparativement à votre génération à leur âge, est-ce que la vie est plus facile ou plus difficile pour les jeunes d'aujourd'hui?

*« Même si leur vie est plus difficile, les jeunes ont plus de choix et plus de possibilités »*

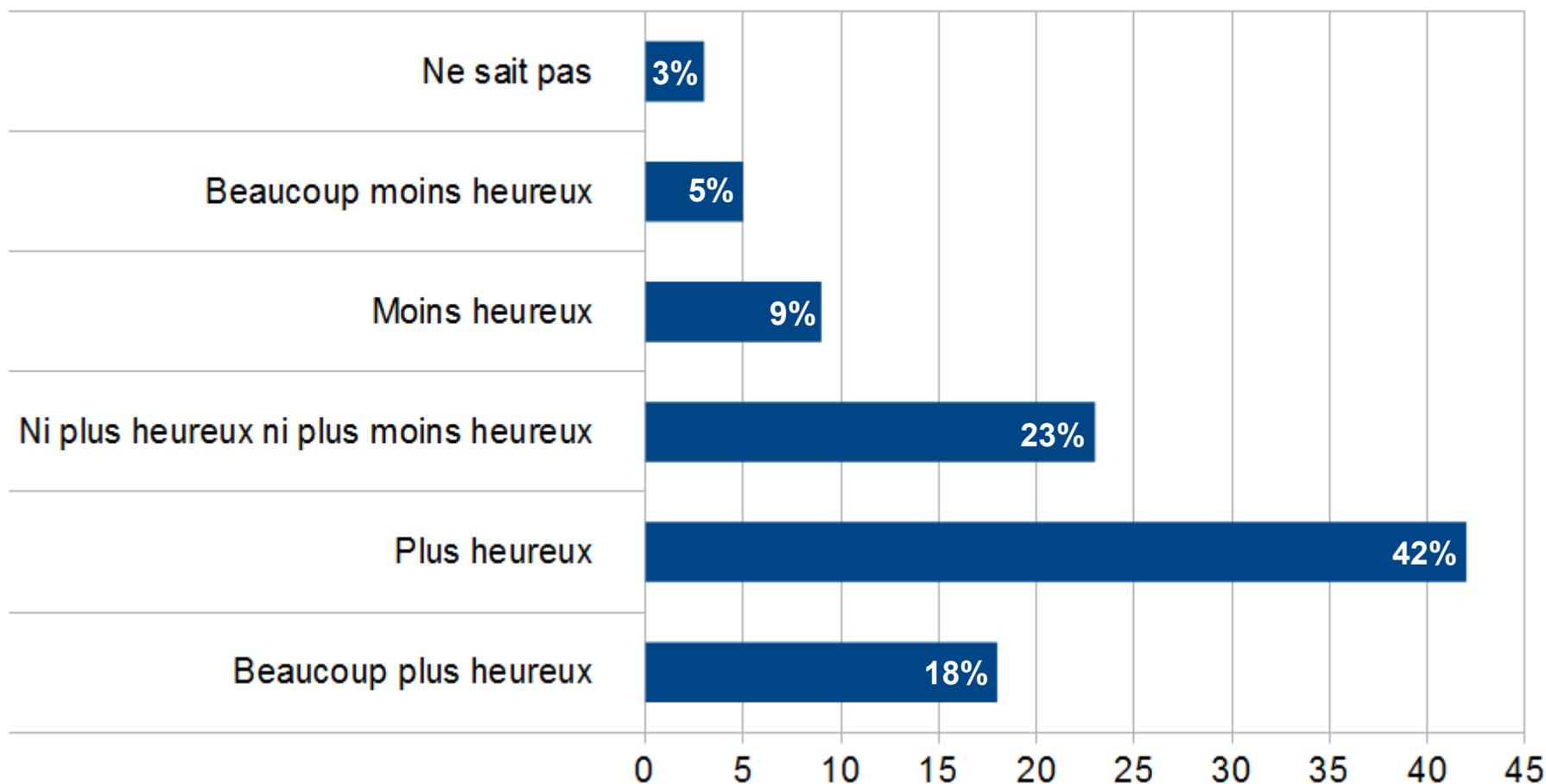




## « Les jeunes seront plus heureux »

Comparativement à votre génération, les jeunes d'aujourd'hui, vivront...

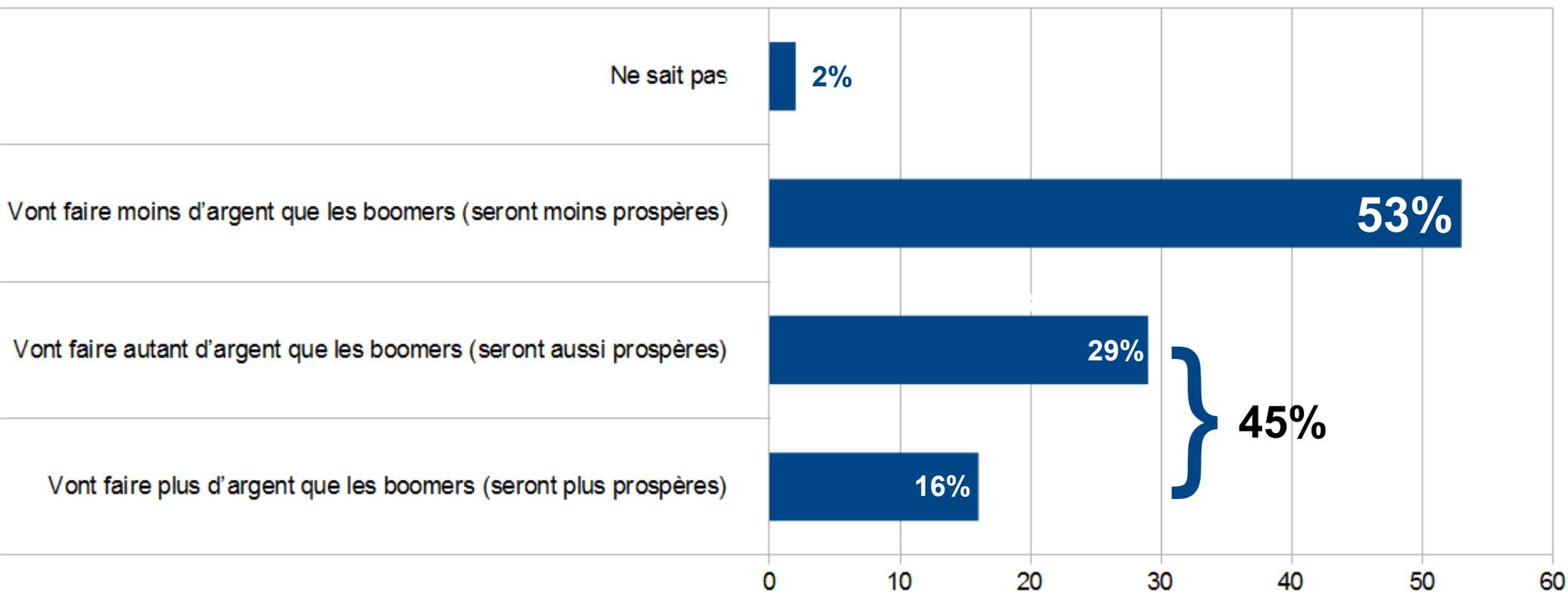
60% des 50plus pensent que les jeunes vivront plus heureux  
Les Boomers : 43% le pensent (crise, environnement)





# Les Boomers pensent que les jeunes seront moins aisés

Au niveau financier, croyez-vous que les jeunes d'aujourd'hui ...

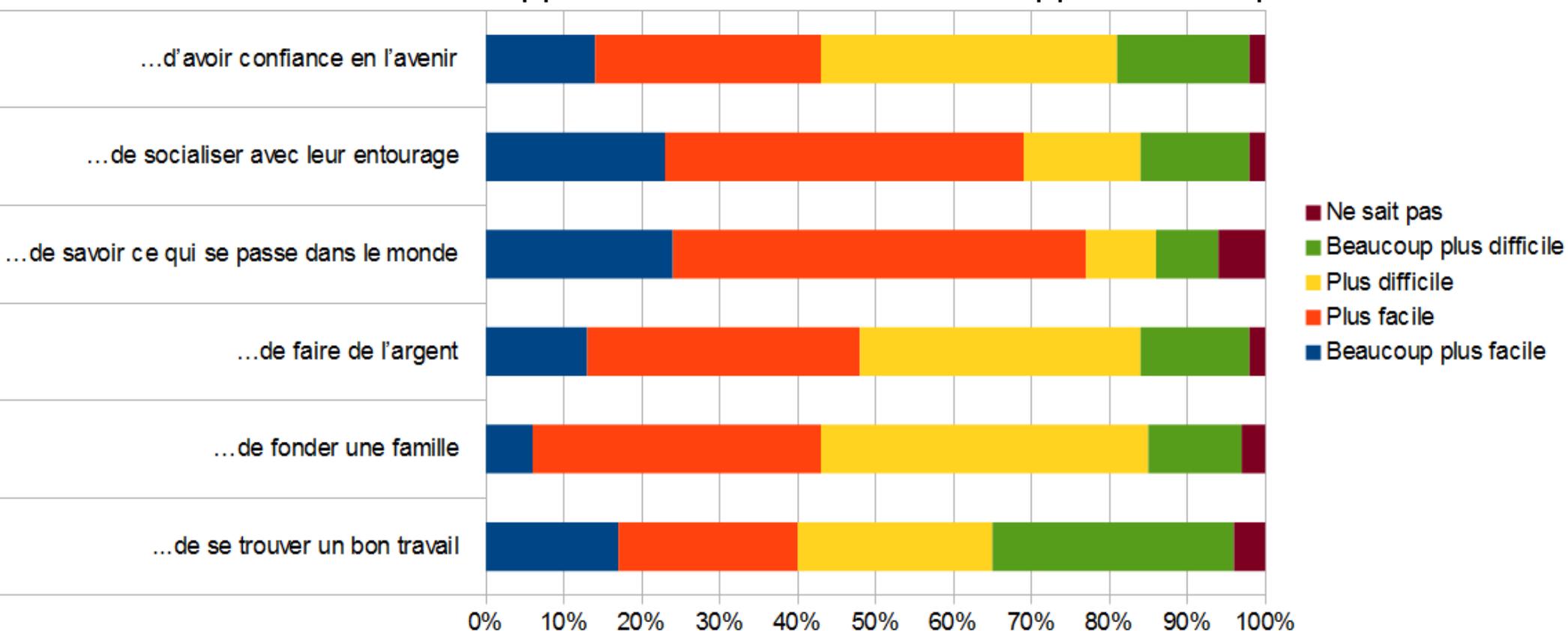




# Les 50plus réalistes sur les difficultés et les facilités des jeunes

Comparativement à votre génération lorsque vous aviez le même âge, il est plus facile ou plus difficile pour les jeunes d'aujourd'hui...

Bcp plus facile – Plus facile – Plus difficile – Bcp plus difficile – Nsp





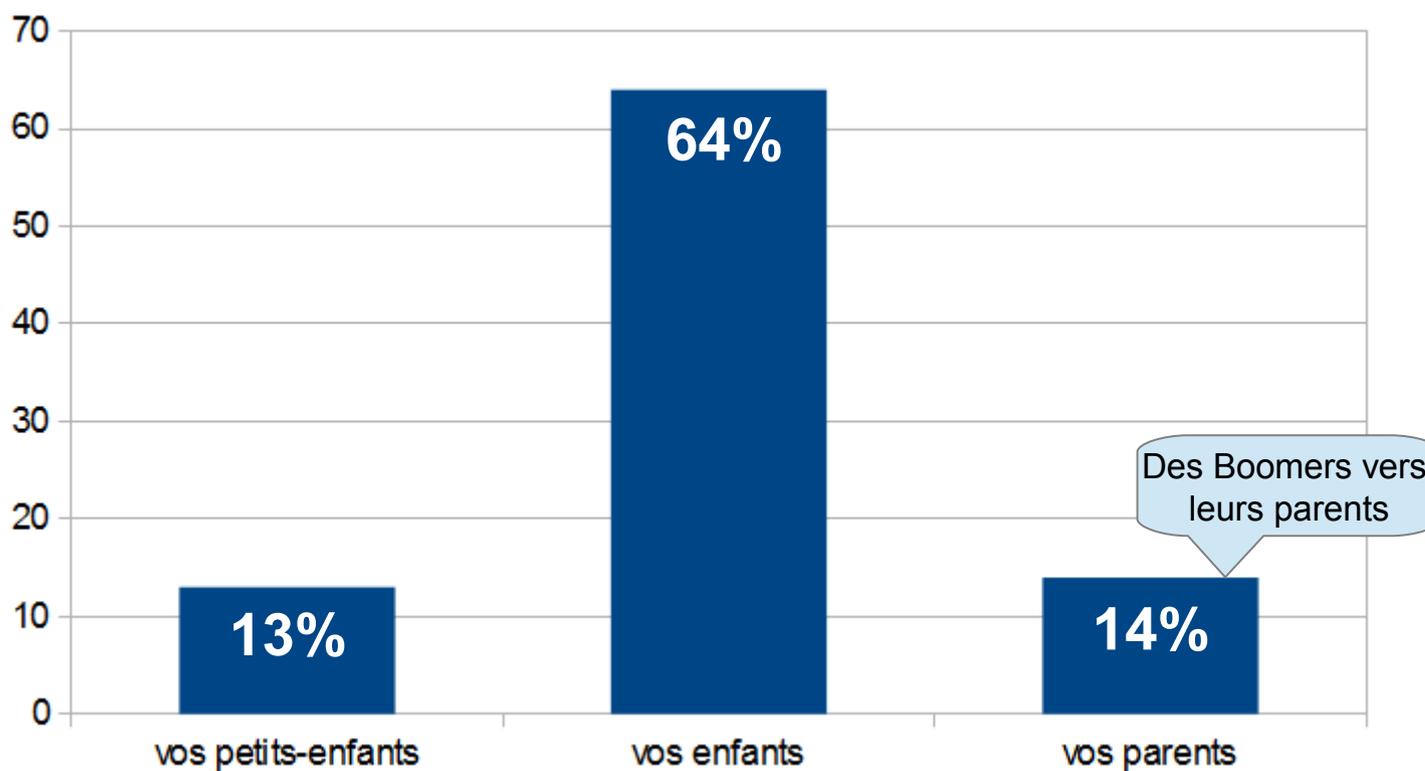
# **Les transferts financiers intergénérationnelles**



## 64% des Seniors ont aidé leurs enfants

Au cours des derniers 12 mois, avez-vous aidé financièrement...

Grande disparité : revenus, statut marital, santé...





**XXXXXXX**

En 2012, quel est le montant financier de votre aide à vos enfants ? (hors donation)

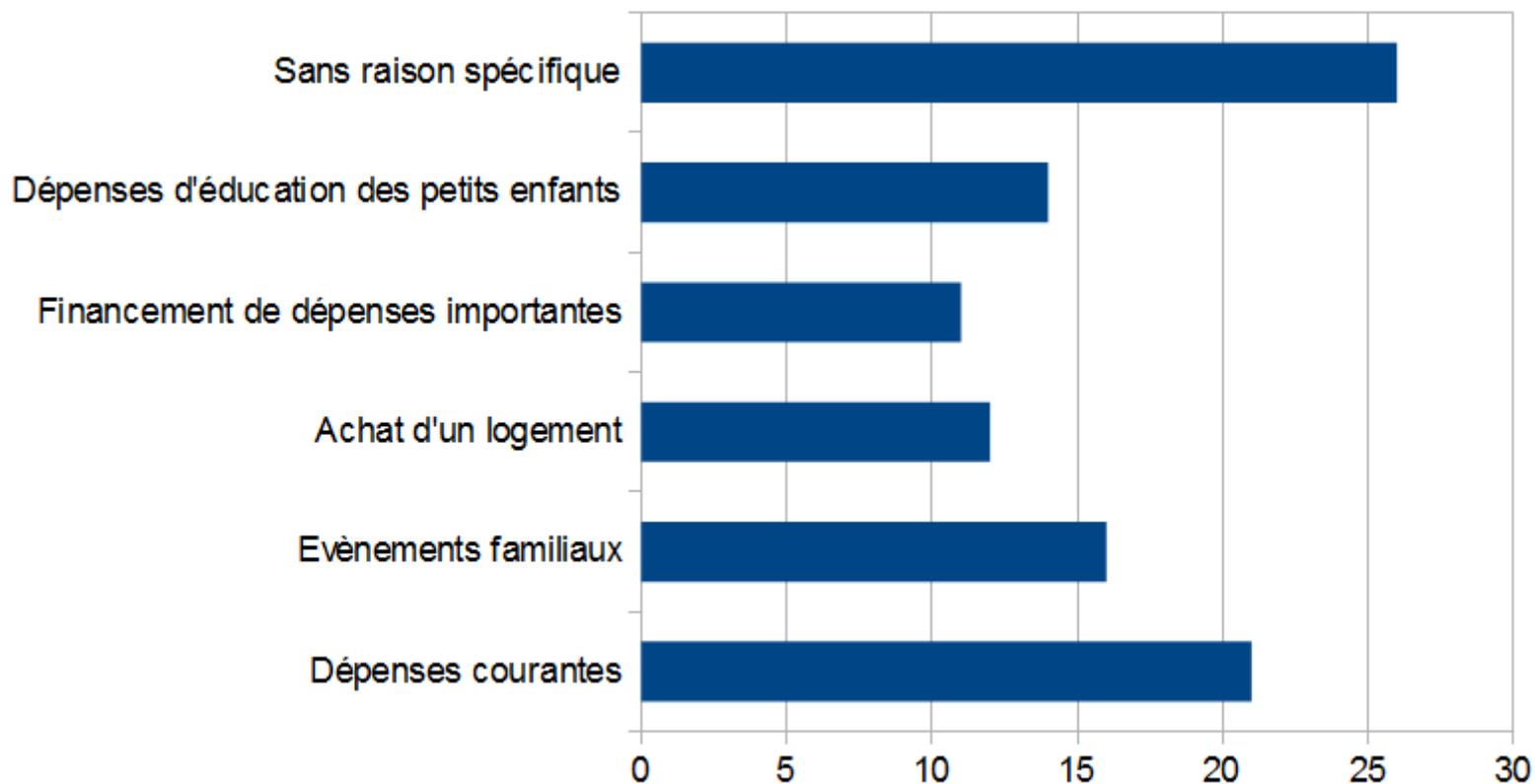
**EN COURS DE CALCUL**



# Les principales raisons des aides financières

Pour quel objectif principal avez-vous aider financièrement vos enfants ?

Grande disparité : revenus, statut marital, santé...



# Les déterminants des probabilités de transferts versés en argent aux enfants

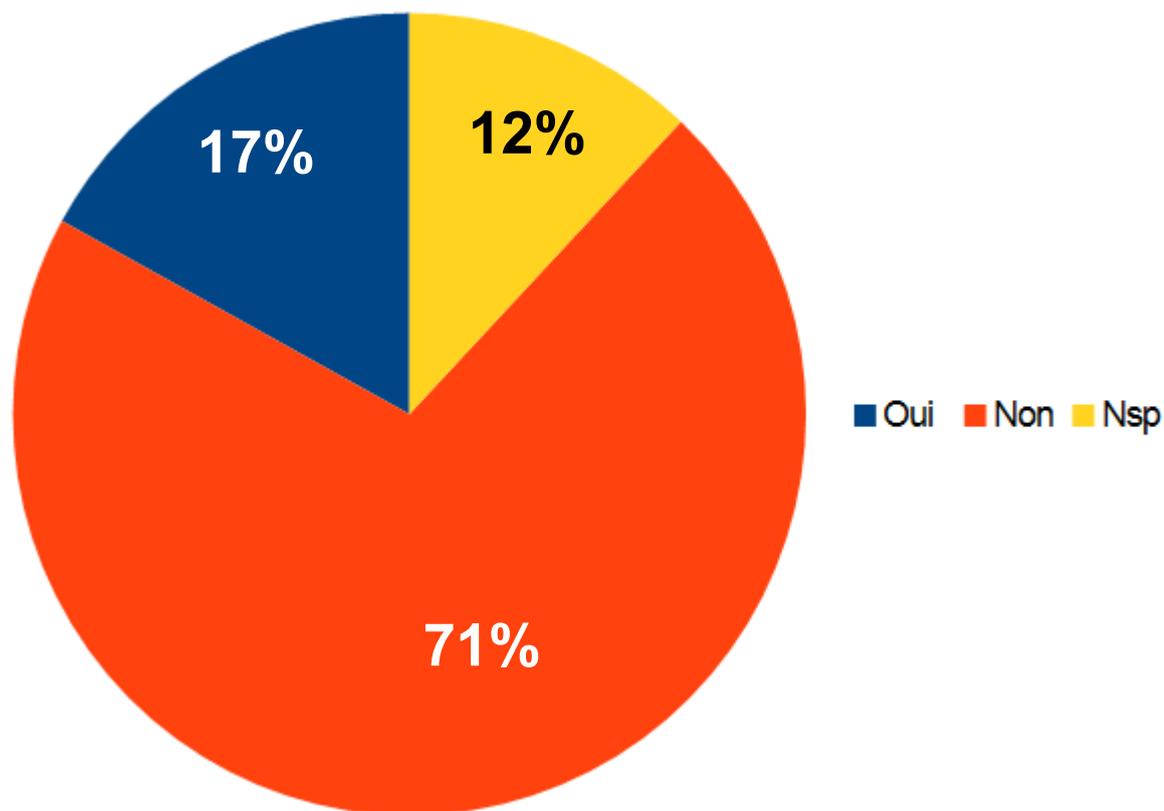


Les Boosters	Les Freins
Couple	Faible revenu
Boomers	Célibataire
Bonne santé	Patrimoine faible (ou volonté de garder)
En emploi	Age élevé
Revenus	Mauvaise état de santé
	Solitude du donneur



## 17% ont déjà fait une donation à leurs enfants

Avez-vous déjà fait une donation à vos enfants ?

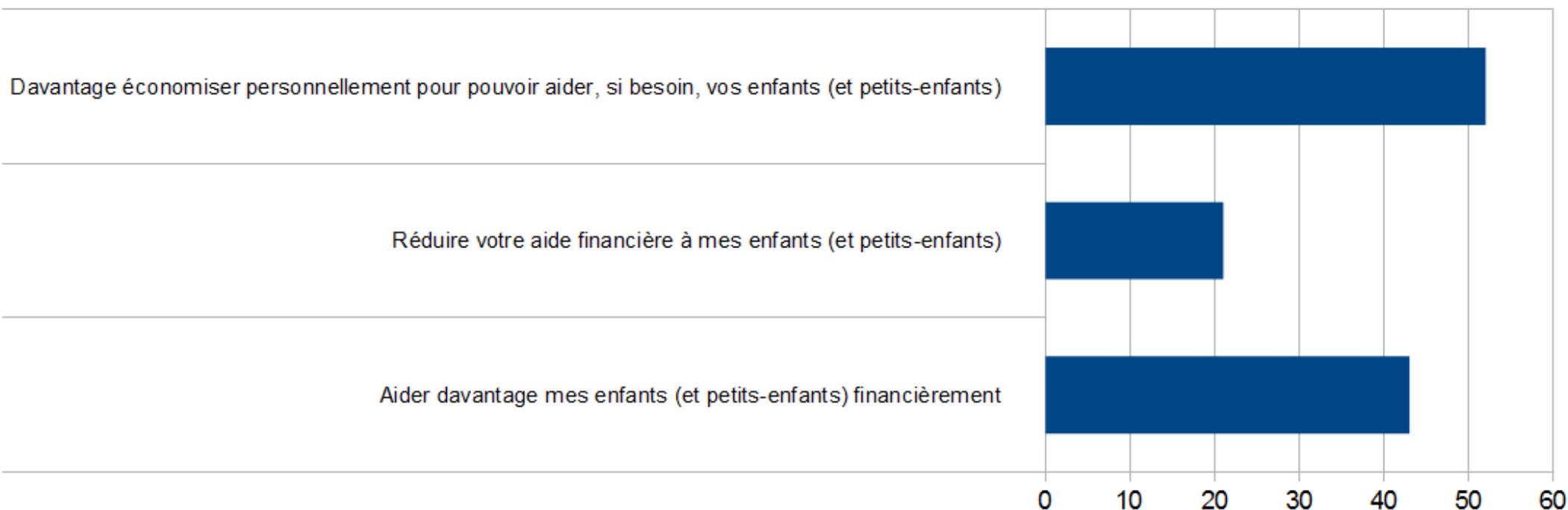


Les mesures fiscales des années 2000 ont fait progresser le nombre de donations  
Très forte disparité : âge, étendue de la famille, revenus et CSP



## Avec la crise, plus d'aides financières prévues

Avez la crise économique allez-vous avoir un des ces comportements ?



**... MAIS, attention aux effets des hausses d'impôts chez les retraités**



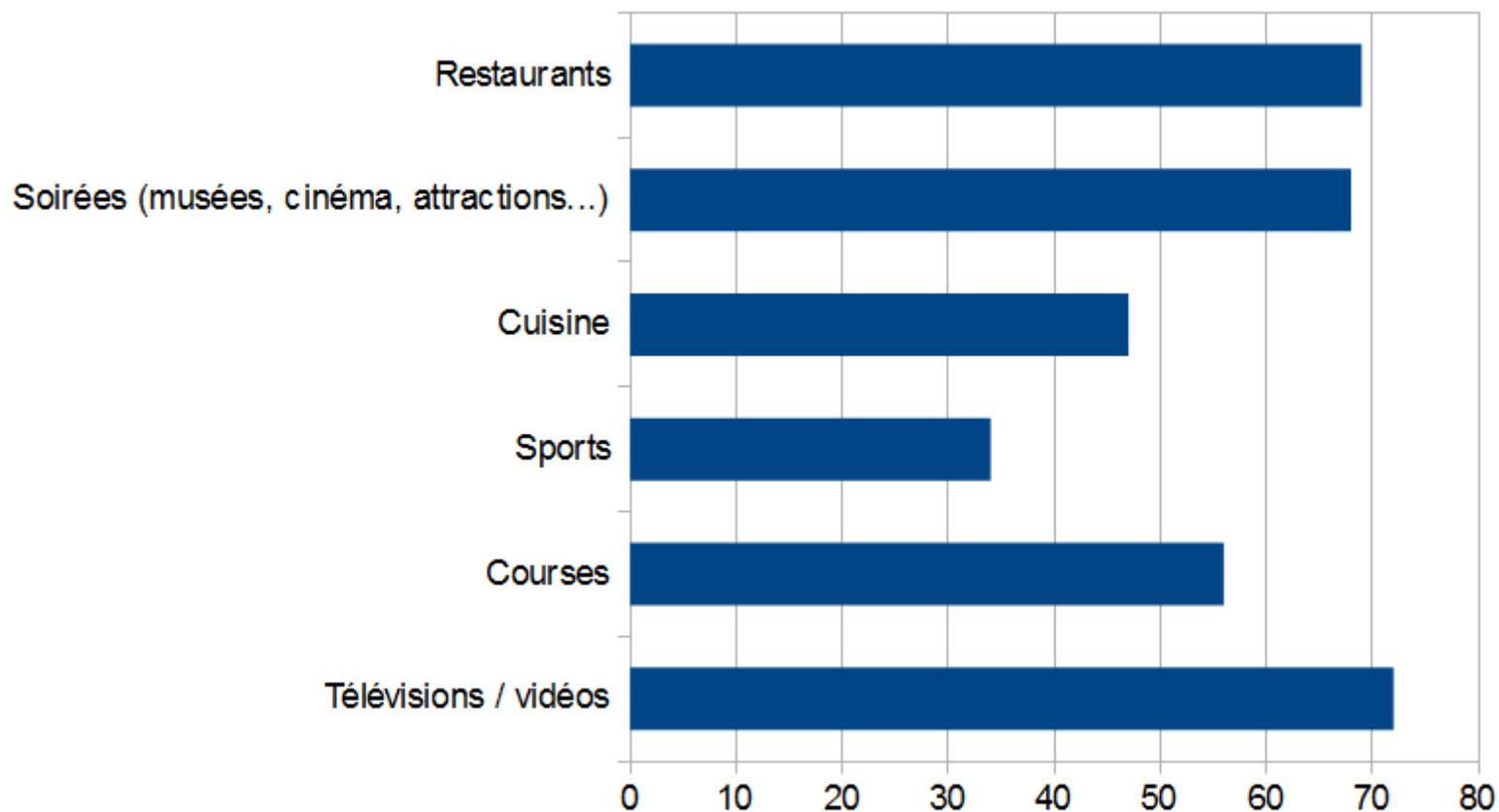
## **Les activités inter- générationnelles**



## Télévisions, restaurants et soirées en tête des activités avec les enfants

Quels types d'activités faites-vous avec vos enfants ?

Très forte disparité en fonction de l'éloignement des familles et des CSP des parents et enfants

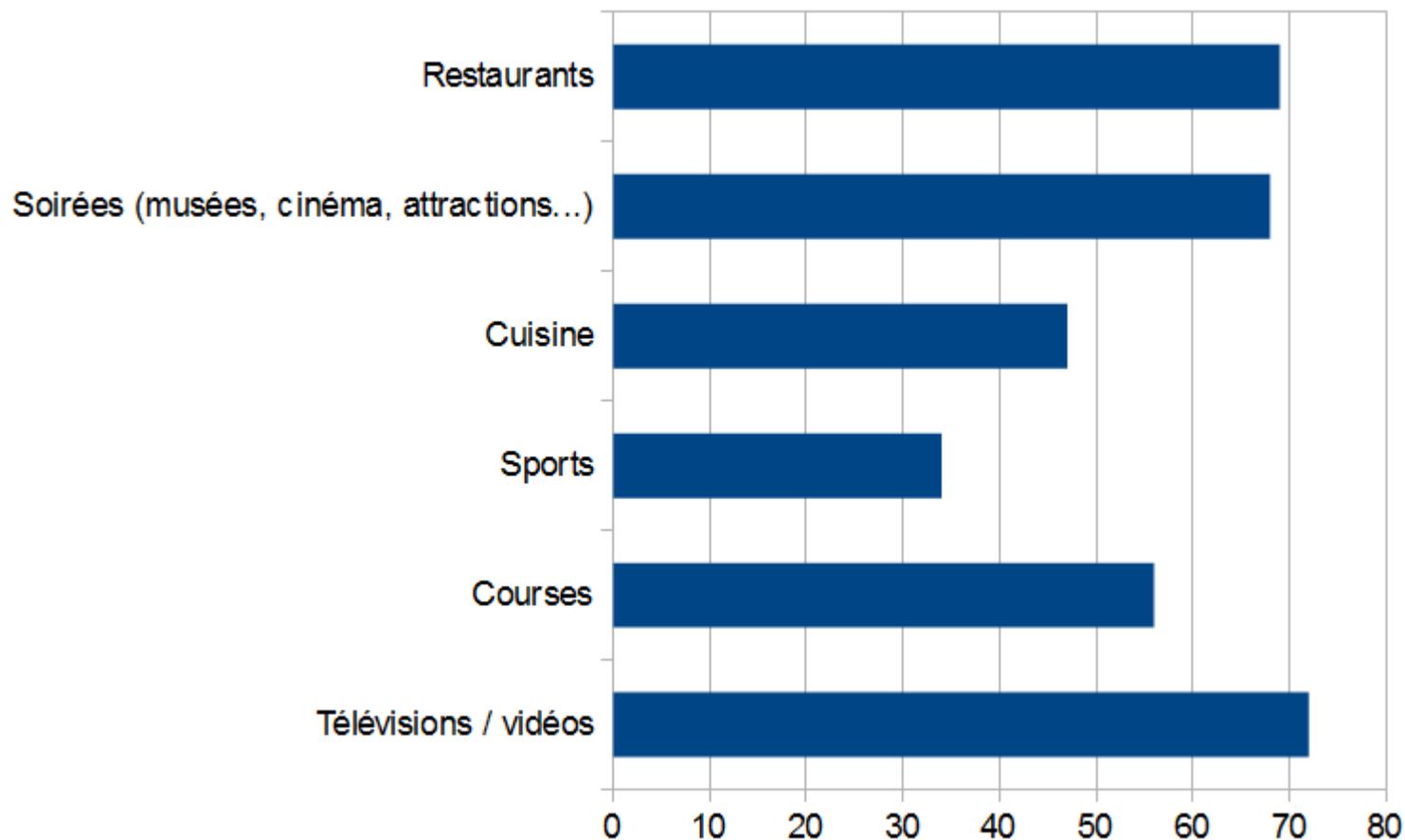




# Télévisions, restaurants et soirées en tête des activités avec les petits-enfants

Quels types d'activités faites-vous avec vos petits-enfants ?

Les motivations diffèrent entre les activités enfants et petits-enfants

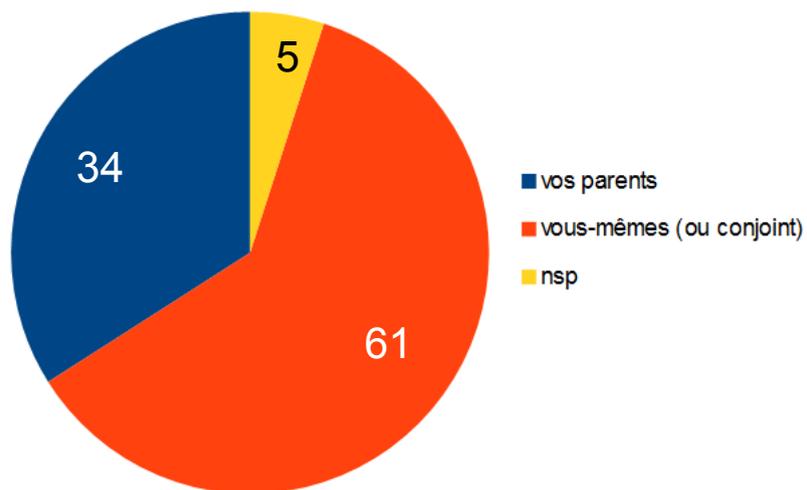




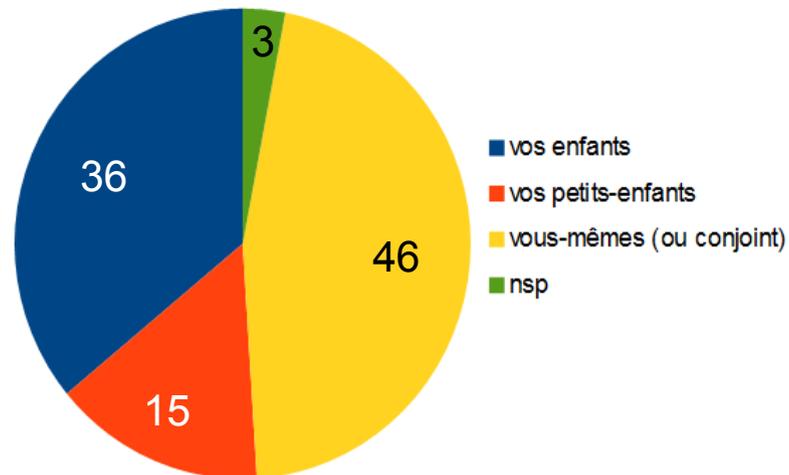
# Qui initie les activités familiales

Qui est le moteur des relations...

Avec vos parents

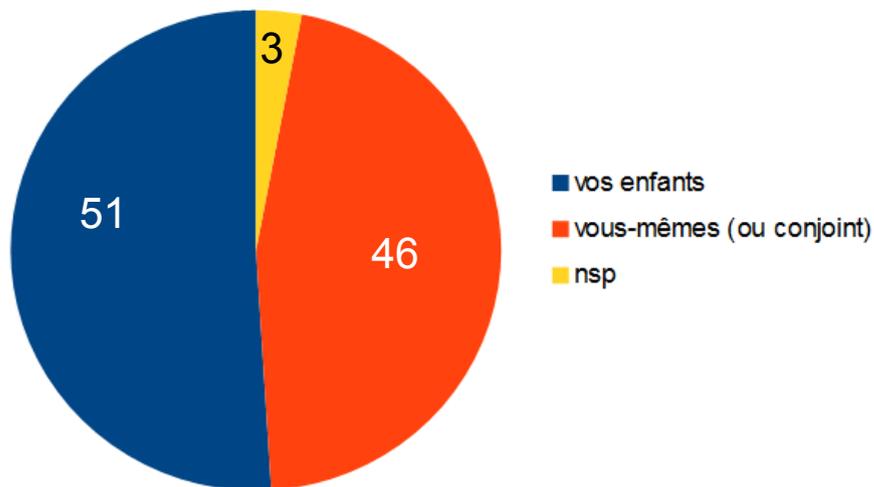


Avec vos petits-enfants



Les Boomers dirigent plus les relations avec les petits-enfants que les plus âgés

Avec vos enfants





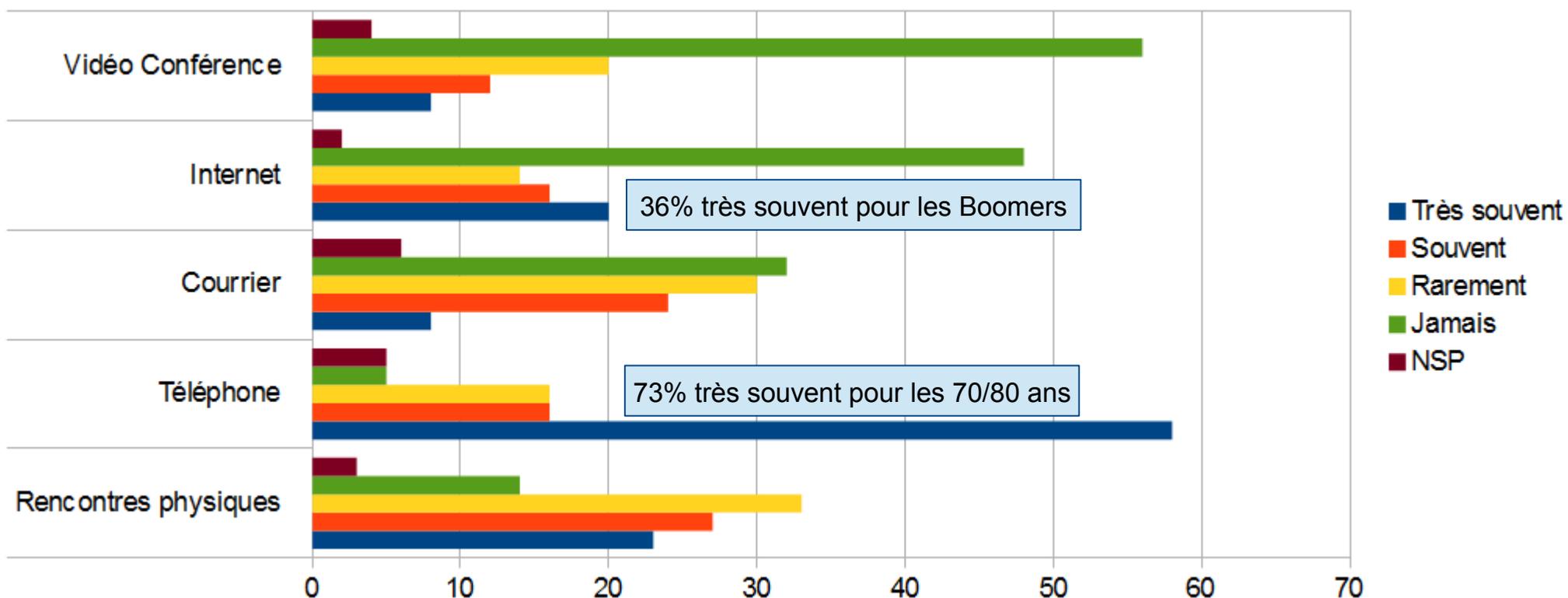
**Moyens et outils  
pour rester  
en contact**



## Pour rester en contact : téléphone, rencontres phy., Internet

Pour rester en contact avec vos enfants, quels moyens utilisez-vous ?

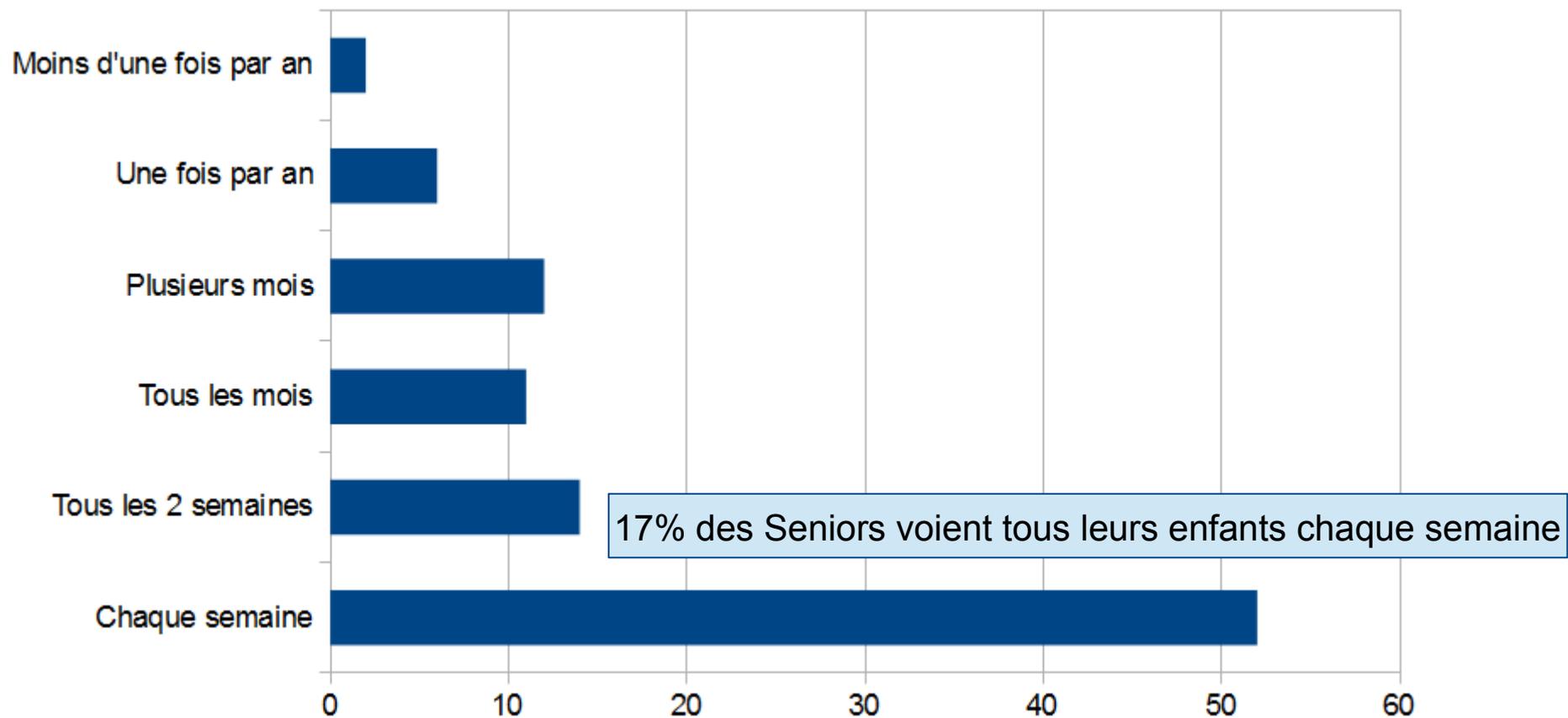
Forte hausse d'Internet dans les prochaines années avec :  
- des générations plus utilisatrice  
- un taux d'équipement en hausse chez les plus âgés





## Fréquence des contacts avec les enfants

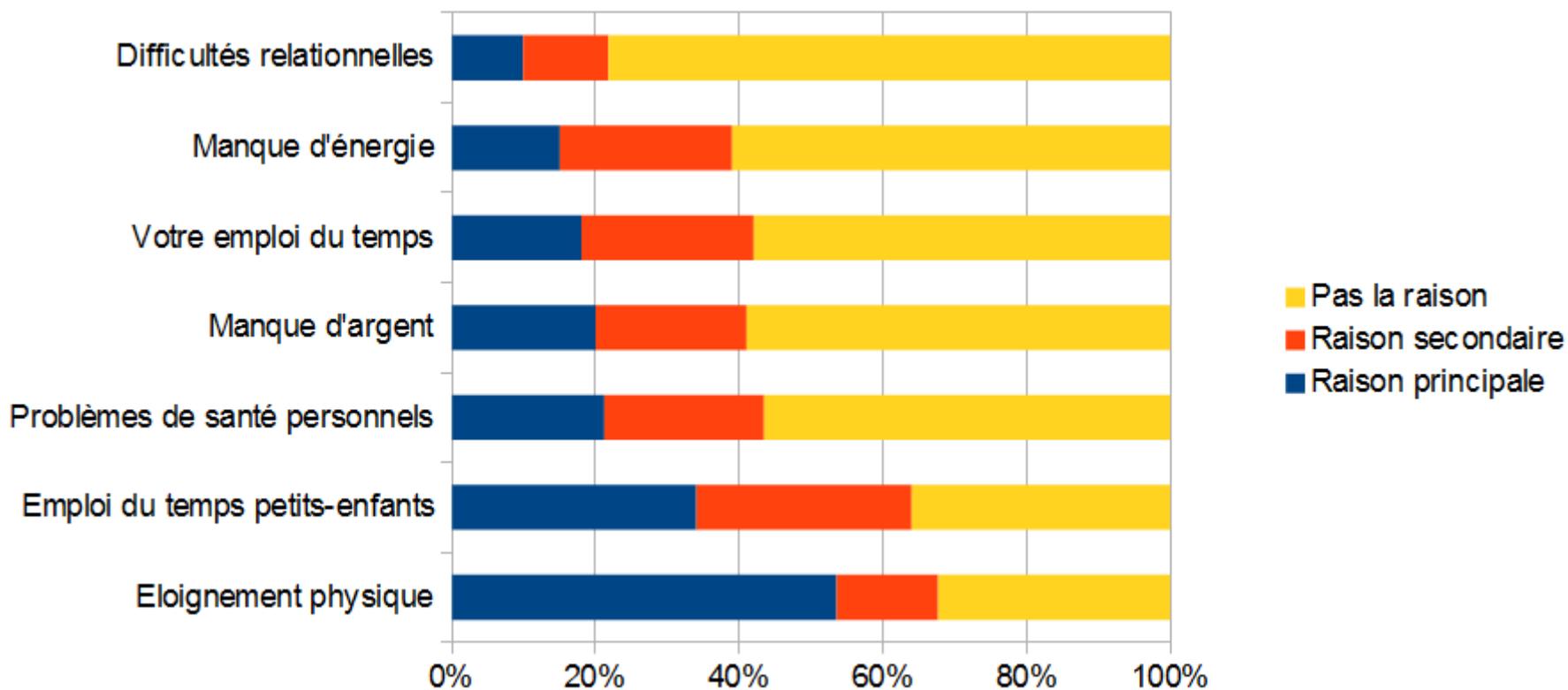
A quelle fréquence voyez-vous votre enfant le plus proche ?





## L'éloignement et emploi du temps = frein aux rencontres

Quelles sont les raisons de ne pas voir vos enfants et petits enfants ?

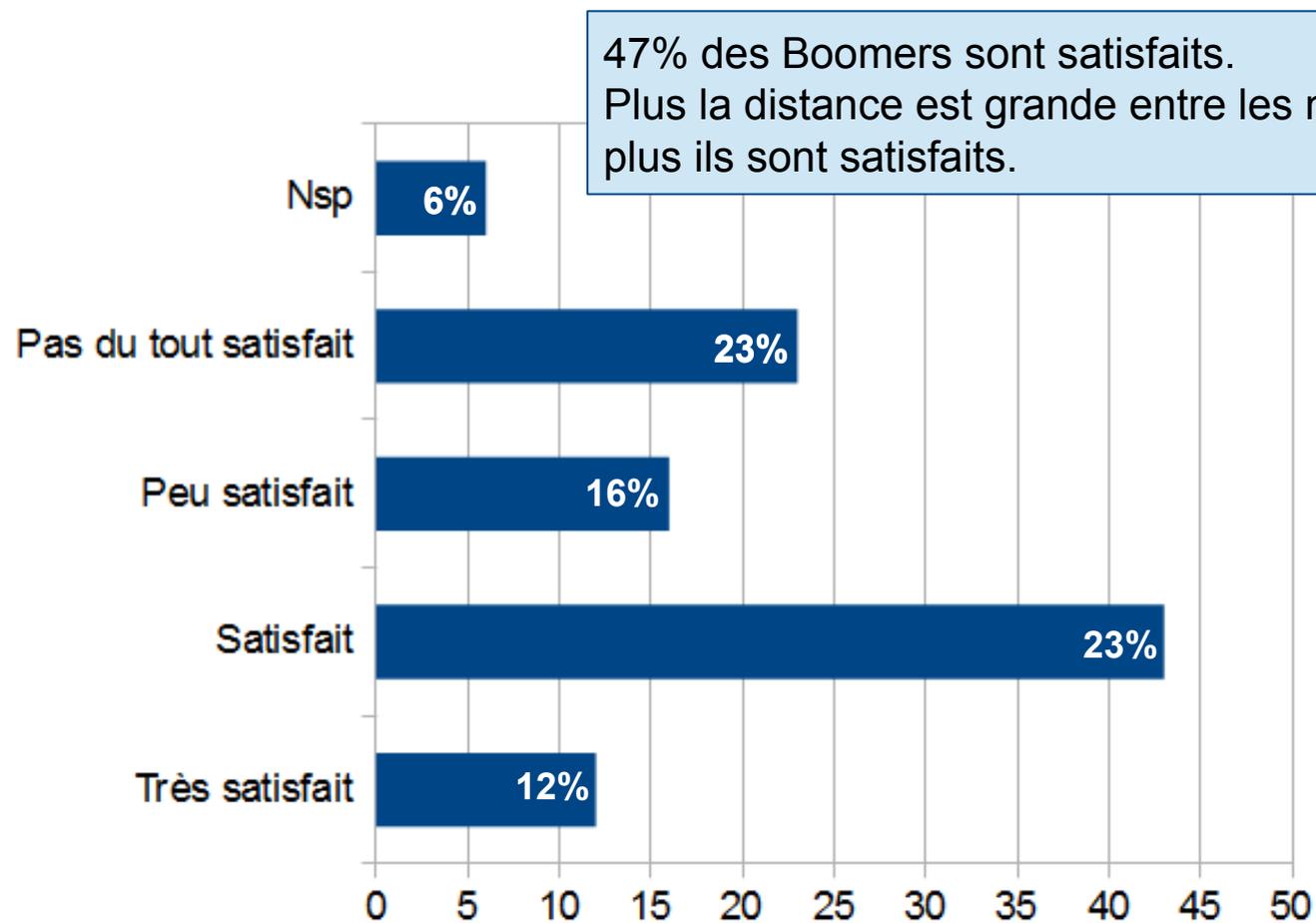




## 35% satisfaire d'Internet pour les relations

Concernant le moyen Internet pour rester en contact avec vos enfants et petits-enfants, êtes-vous :

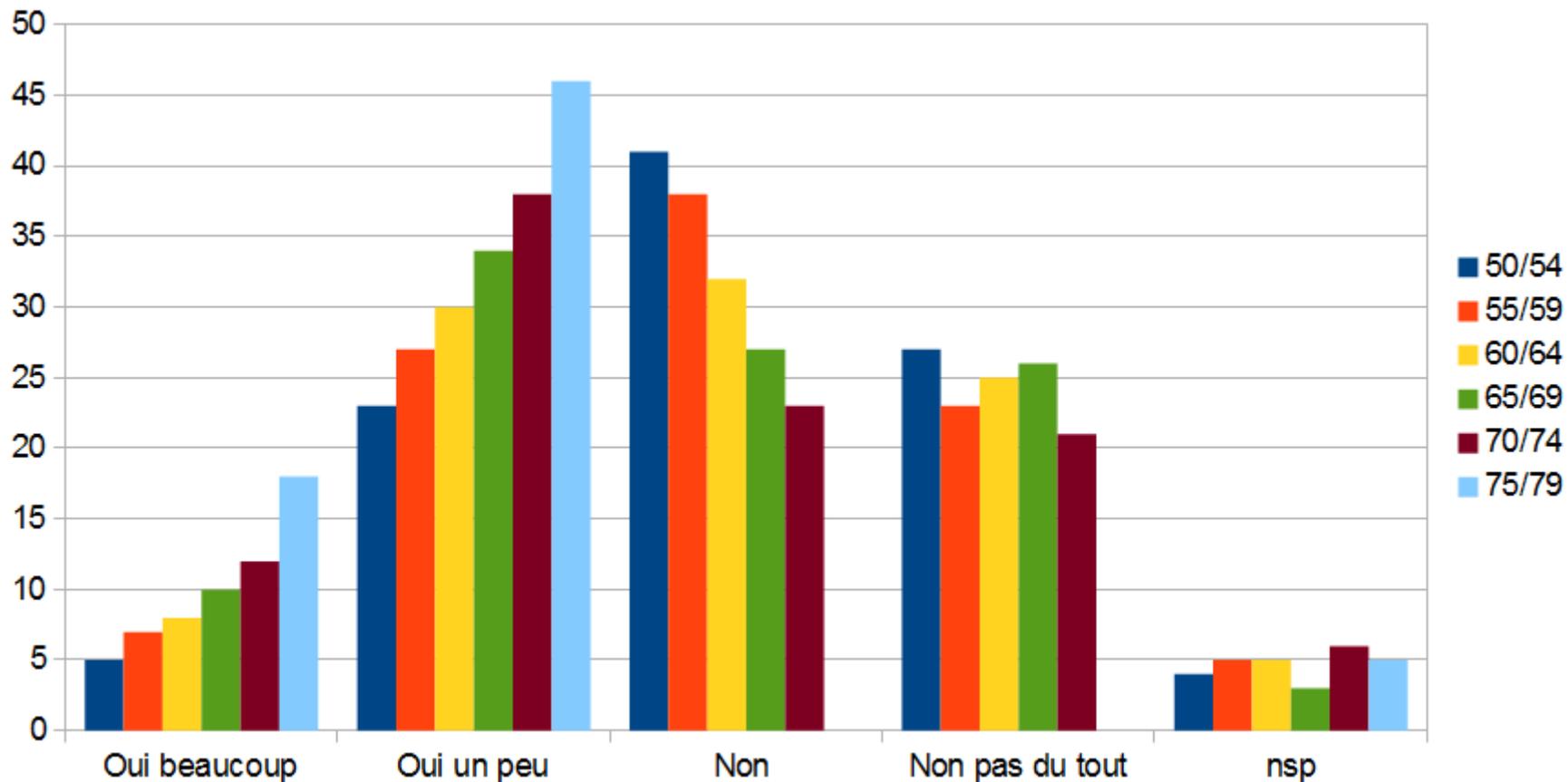
Base : 843 connectés à Internet





## Plus de difficultés chez les plus âgés non-connectés

Si vous n'utilisez pas Internet, rencontrez-vous des difficultés pour rester en contact avec vos enfants et petits-enfants ? Base : 644 non-connectés à Internet

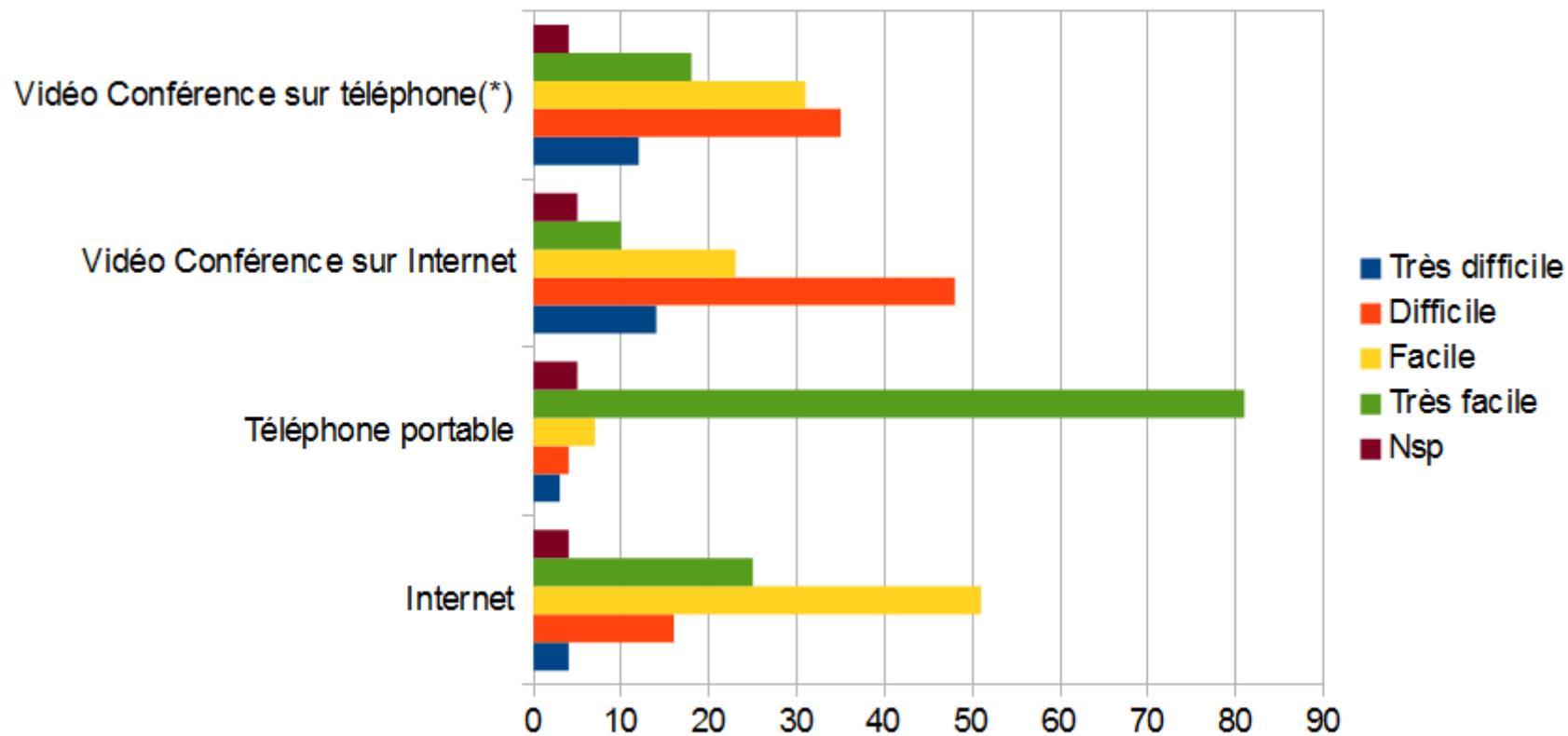




## Le téléphone portable : outil le plus facile avec Internet

Dans vos relations avec vos enfants, comment trouvez-vous l'usage des outils suivant ?

Base : ceux qui utilisent ces outils



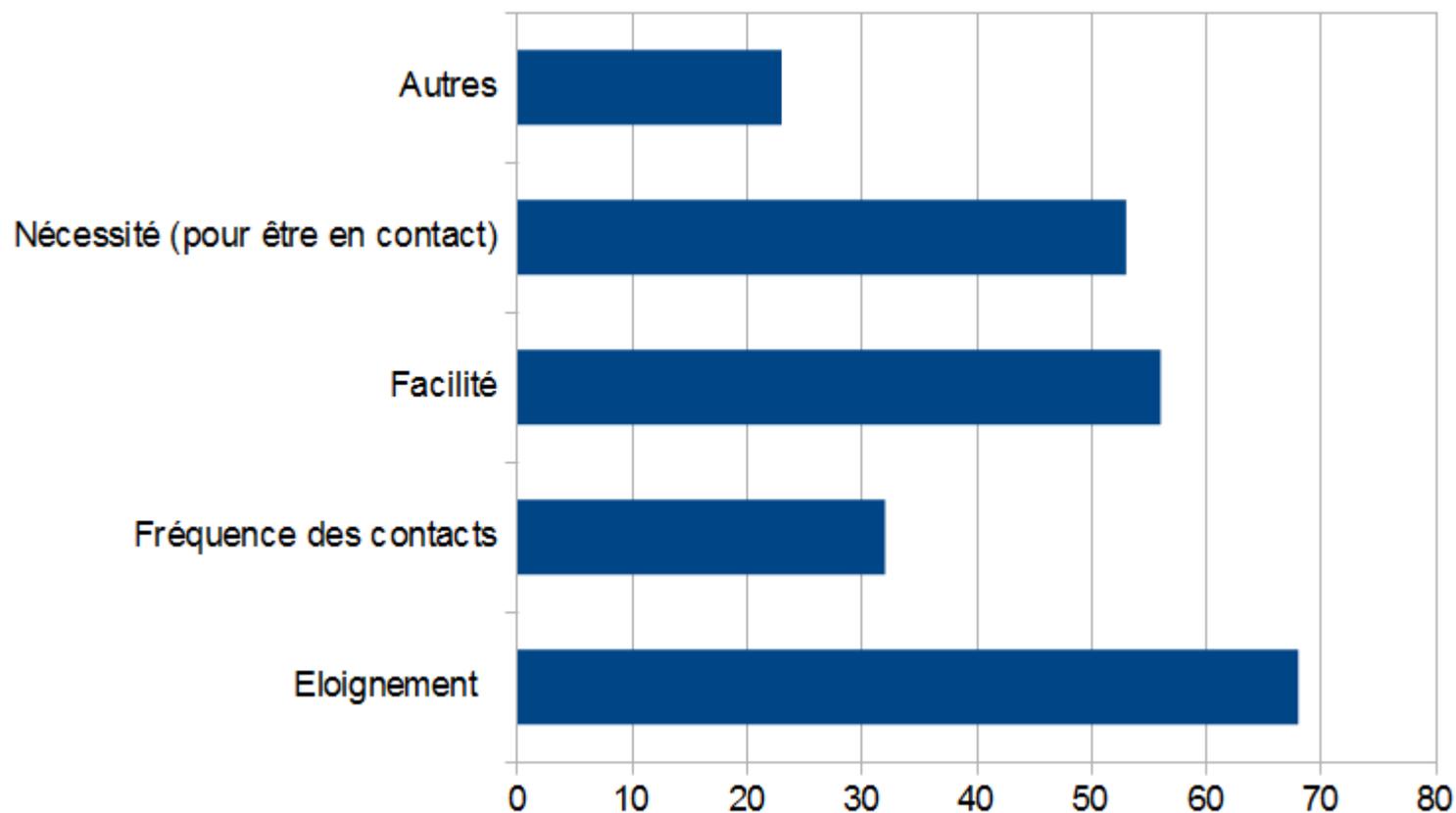
\* = Echantillon faible



## L'éloignement = facteur d'usage d'Internet dans les relations

Pour quelles raisons utilisez-vous les outils Internet pour être en contact avec vos enfants et petits-enfants ?

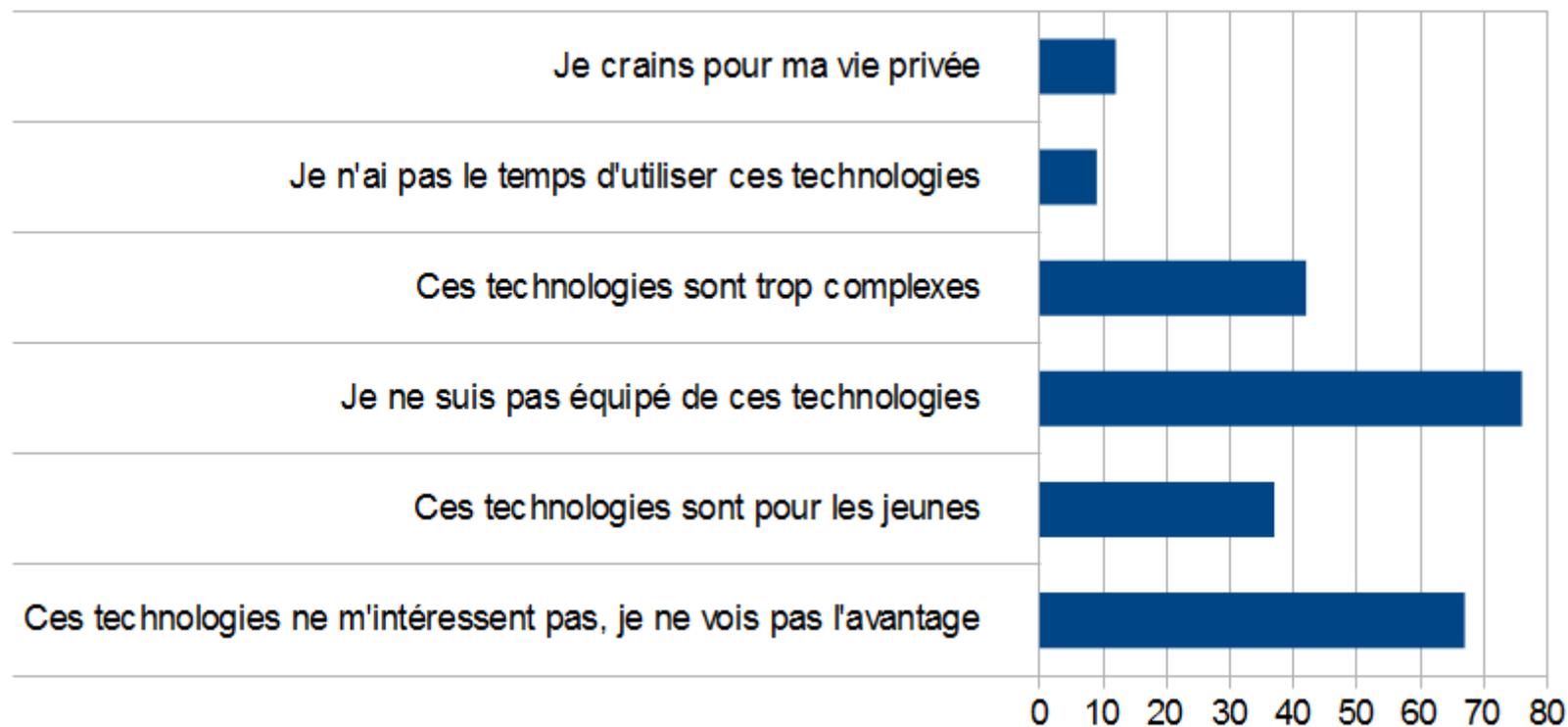
Base : 843



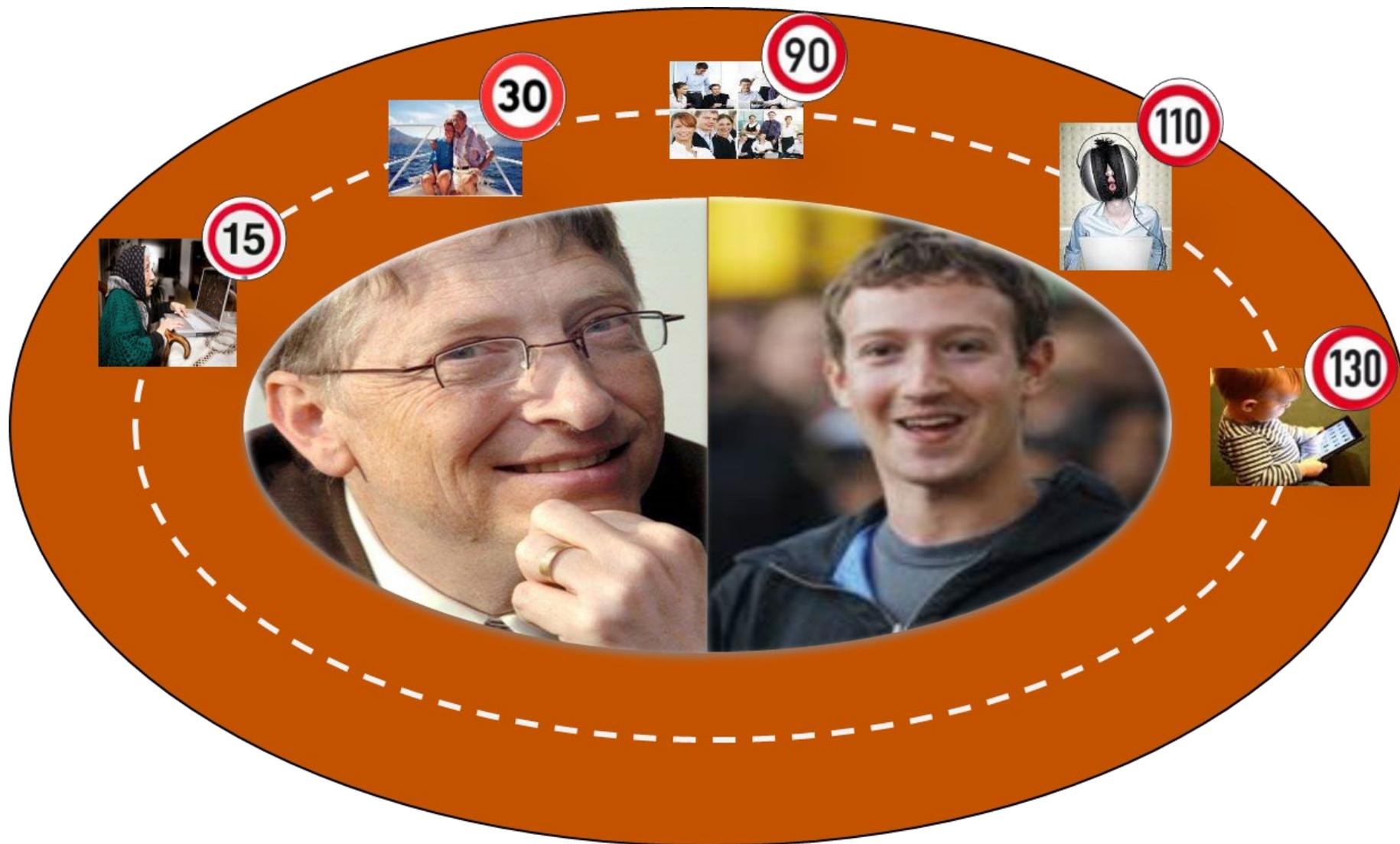


## Le non-équipement et le manque de connaissances limitent l'usage de ces technologies dans le lien intergénérationnel

D'après vous, quels sont les freins qui vous empêchent d'utiliser davantage les nouvelles technologies dans les relations familiales



# La vitesse d'appréhension des technologies est différente



- On sera un jour « vieux » pour la technologie qui n'existe pas encore
- Il faut faire tomber les préjugés de complexité et se focaliser sur l'usage, pas sur la technologie

# Conflit de génération ?



**Fracture numérique** liée à l'utilisabilité

Impact sociétal et économique du au **vieillessement de la population**



Exclusion numérique



Perte d'autonomie et Bien-vieillir

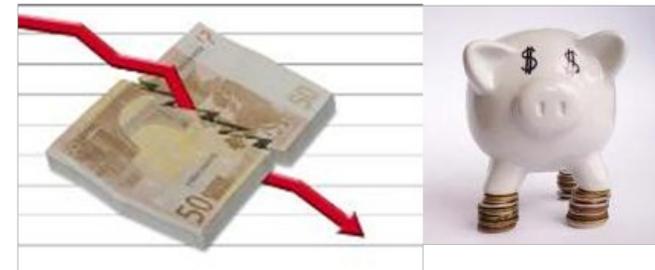
Accès au marché des Seniors

**Community Management**  
Seniors & Famille

**Lien social**

Seniors/Proches/Professionnels

**Vente de Produits & Services adaptés**  
**Réduction des Coûts**



# Le lien social est clé, les outils doivent être adaptés



**Lien social** avec la famille et les amis

**Lien social** avec les aidants & professionnels



Lien Social Famille & Amis

Lien Social Aidants & Pros



Un accès aux services simple et sûr

Support de **tous les matériels** (PC, tablettes, smartphones)

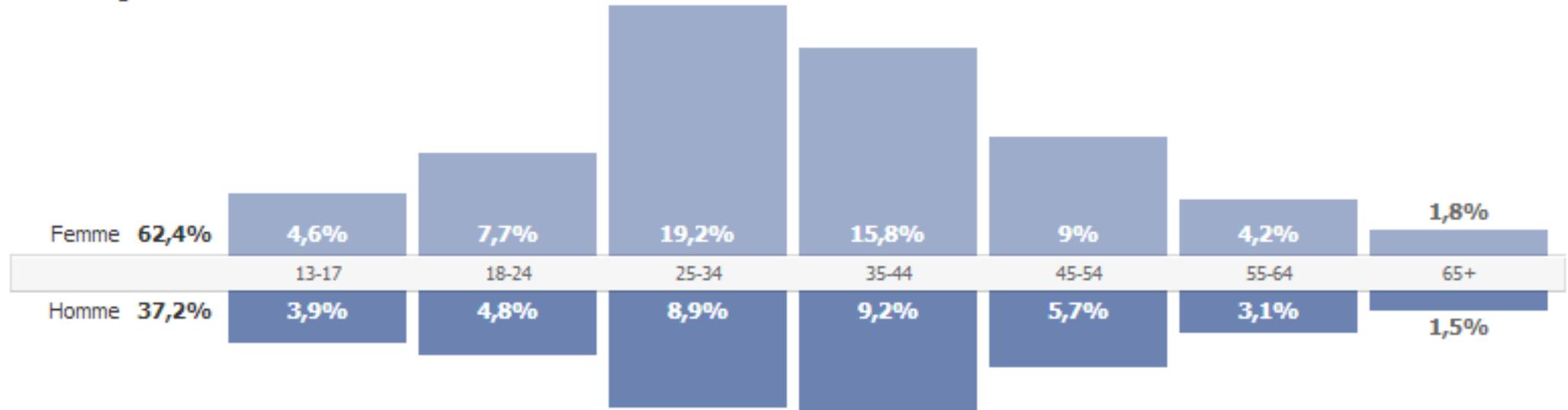
**Ergonomie** simple et efficace

**Entraide** intergénérationnelle



# Qui anime les relations ?

Sexe et âge ?



- ❑ Les femmes entre 25 et 44 ans sont les principales animatrices sur Hakisa
- ❑ Elles sont impliquées dans le maintien des liens entre les générations
- ❑ Elles sont majoritairement les aidants de demain (57% en 2012)

# Multiplier les points de contacts et animer la communauté





[www.lemarchedesseniors.com/intergenerations.pdf](http://www.lemarchedesseniors.com/intergenerations.pdf)

# En Synthèse...

**1 - ccccccccccccccccc**

# Questions ?

**Prochaines conférences :**

**Mecredi 3 juillet 2013**

**Matin :**

**Tourisme@50plus**

**Après-midi :**

**Assurance dépendance**



**Senior** Strategic ●●●



# Questions ?

**Prochaines conférences :**

**Mardi 13 juin 2013**

**Matin :**

**Liens inter-générationnels**

**Après-midi :**

**Silver Economy**



**Senior** Strategic ●●●



## Coordonnées

### Senior Strategic

Frédéric Serrière

22, rue Docteur Greffier - 38000 Grenoble

06 87 50 87 94

[fserriere@fredericserriere.com](mailto:fserriere@fredericserriere.com)

[www.seniorstrategic.fr](http://www.seniorstrategic.fr)

F



[www.lemarchedesseniors.com/intergenerations.pdf](http://www.lemarchedesseniors.com/intergenerations.pdf)