

Etude sur les seniors à la Martinique en 2014

Happy Silvers

The logo for 'Happy Silvers' is displayed on a white rectangular background. The word 'Happy' is written in a bold, green, sans-serif font. The word 'Silvers' is written in a bold, red, sans-serif font, with a solid black circle positioned above the letter 'i'. Below the main text, the tagline 'le site des seniors de 50 ans et plus' is written in a smaller, black, sans-serif font.

Happy Silvers
le site des seniors de 50 ans et plus

Happy Silvers

Etude sur les seniors à la Martinique
en 2014

Dominique Felvia

Août 2015

® Reproduction interdite

Thèmes abordés dans l'étude :

- Leur image
- Leur mode de vie
- L'informatique
- Leurs modes de consommation
- Les voyages et les loisirs
- L'argent et la santé

Données de l'étude :

- 89 répondants interrogés sur Internet et sur le terrain
- 62 femmes et 27 hommes
- Etude réalisée entre novembre 2013 et mars 2014

[Pour en savoir plus, contactez notre cabinet conseil en silver économie.](#)



Sommaire

QUI SONT LES SENIORS À LA MARTINIQUE ? LEUR IMAGE	5
LEUR MODE DE VIE	7
A QUOI CORRESPOND LA RETRAITE POUR LES SENIORS ?	7
COMMENT SE VOIENT-ILS OCCUPER LES ANNÉES À VENIR ?	7
ET S’ILS DISPOSaient D’UN PEU D’ARGENT EN POCHE, COMMENT LE DÉPENSERAIENT-ILS ?	8
QUI SONT LES SENIORS À LA MARTINIQUE ? L’INFORMATIQUE	9
LE NIVEAU D’ÉQUIPEMENT DES SENIORS	9
LEURS COMPÉTENCES SUR INTERNET	10
FRÉQUENCE D’UTILISATION	11
QUI SONT LES SENIORS À LA MARTINIQUE ? LES LOISIRS	13
LES SENIORS ET LE SPORT	13
LES LOISIRS	14
LES SENIORS ET LA TÉLÉVISION	15
QUI SONT LES SENIORS À LA MARTINIQUE ? LES VOYAGES	16
FRÉQUENCE DE VOYAGE	16
CHOIX DE L’HÉBERGEMENT	17
OBJECTIFS DE VOYAGE	18
LEUR MODE DE CONSOMMATION	19
LES FACTEURS IMPORTANTS POUR CHOISIR UN PRODUIT	19
LES 3 FACTEURS DE CHOIX D’UN MAGASIN (HORS ALIMENTAIRE)	20
LES 3 TYPES D’ACHATS LES PLUS FRÉQUENTS (HORS ALIMENTAIRE) SONT :	21
QUI SONT LES SENIORS À LA MARTINIQUE ? L’ARGENT ET LA SANTÉ	1
L’ARGENT	1
LA SANTÉ	2

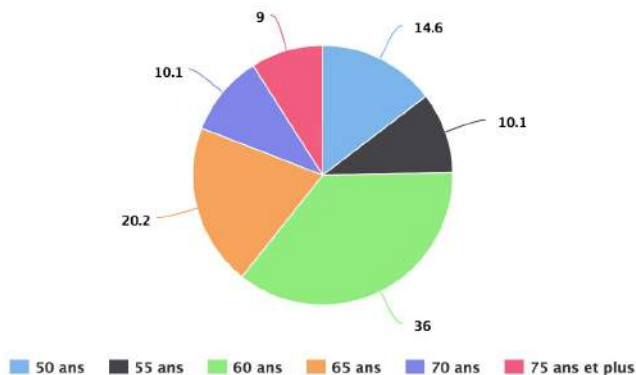
Qui sont les seniors à la Martinique ? Leur image

Et voici le premier de nos articles qui seront consacrées aux résultats de notre étude sur les seniors en Martinique réalisée à la fois sur Internet et sur le terrain en 2014. Tous les lundis, nous publierons les résultats de notre étude.

En préambule, retenons qu'au 1er janvier 2014 (1), 38,6 % des Martiniquais ont 50 ans et plus et 23,4 % ont 60 ans et plus. 4 Martiniquais sur 10 auront 60 ans et plus en 2040.

Selon nos répondants, c'est à partir de 60 ans (36 % à 60 ans et 20,2 % à 65 ans) que l'on devient senior.

Selon vous, à partir de quel âge est-on considéré comme un « senior » ?



42,7% des personnes interviewées ont entre 55 et 59 ans. Pourtant, 65,2% d'entre elles ne s'incluent pas dans la catégorie « senior ». Selon leur perception, on devient une personne âgée à partir de 70 ans (24,7 %).

3 idées leur viennent immédiatement à l'esprit lorsque l'on parle de seniors :

- Vieillir (19,5 %)
- Un changement de vie (16,1%)
- La maturité, l'expérience et la sagesse (15,7%)

Mais pour 10,9 % de notre panel, un senior reste actif et doit s'entretenir ; la retraite et la santé étant évoquées à respectivement 5,6 % et 3,4 %.

Selon nos répondants, les seniors sont attachés à 3 valeurs principales :

- La famille
- Le respect
- L'honnêteté

Tandis que celles qui comptent le moins sont les suivantes :

- L'ordre
- L'égalité
- L'argent

A la question « Vos actes d'achat sont-ils influencés par la publicité destinée aux seniors, notamment celle mettant en avant des seniors connus ? », une grande majorité de notre panel ne s'est pas prononcée. Mais, si des seniors célèbres devaient faire de la publicité, ils choisiraient :

- Pour les hommes, Maurice Alcindor (43,8%)
- Pour les femmes, Gertrude Seinin (46,1 %).

En parallèle, le panel considère que les publicités destinées aux seniors renvoient une image de dynamisme (67,4%) et dans une moindre mesure qu'ils sont à la mode (11,2%).

(1) Source : INSEE

Leur mode de vie

A quoi correspond la retraite pour les seniors ?

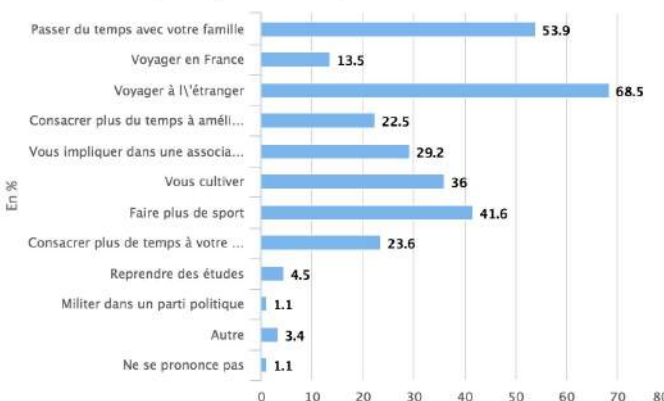
Pour 73 % des personnes interviewés, la retraite constitue le début de période.

Comment se voient-ils occuper les années à venir ?

Les seniors ont le goût du voyage puisque 68,5% d'entre eux souhaiteraient voyager à travers le monde. Entre deux avions, ils se voient passer du temps en famille (53,9%) et pratique une activité physique (41,5%).

La retraite est donc une nouvelle ère consacrée à se faire plaisir. Après plusieurs décennies de labeur, nos seniors ne se voient donc pas reprendre des études (4,49%) et encore moins faire partie d'un parti politique (1,12%).

Leurs principales envies pour les années à venir

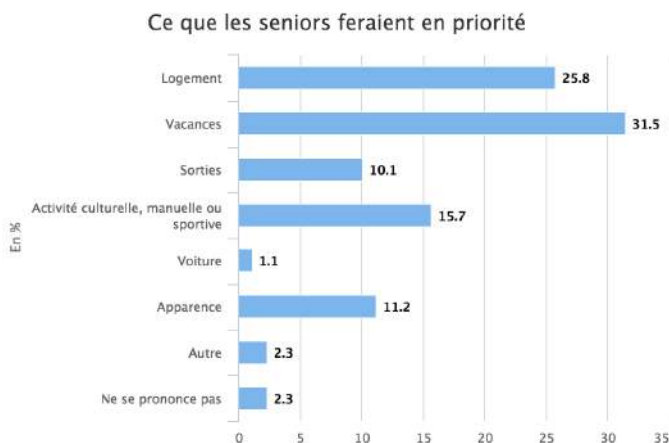


Et s'ils disposaient d'un peu d'argent en poche, comment le dépenseraient-ils ?

En cohérence avec leurs réponses à la question précédente, les seniors répondants affirment qu'ils dépenseraient leur argent dans :

- Les vacances (31,5 %)
- La décoration et/ou l'équipement de leur logement (25,8%)
- La pratique d'une activité culturelle, manuelle ou sportive (15,8 %).

En effet, 30,3% d'entre eux sont membres d'une association sportive et 19,1% d'un groupe de prière.



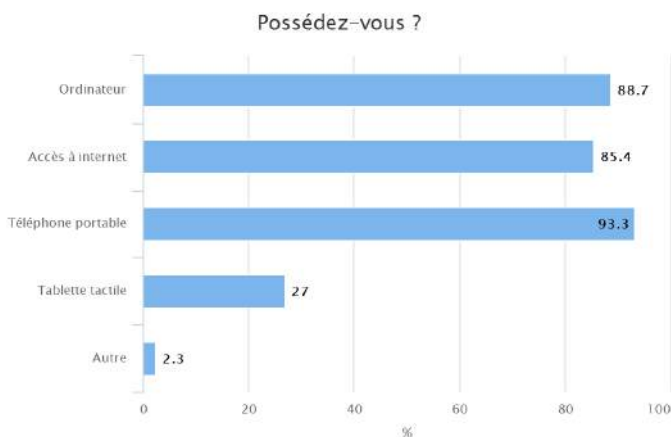
Nous devons donc retenir que les seniors martiniquais restent très souvent actifs une fois à la retraite. Il s'agit pour eux d'une nouvelle ère dans laquelle ils peuvent s'adonner à des activités nouvelles !

Qui sont les seniors à la Martinique ? L'informatique

Le niveau d'équipement des seniors

Posséder un téléphone portable fait partie de l'équipement de base des seniors d'aujourd'hui : ils sont 93,3 % à en disposer d'un. Avoir un ordinateur portable avec un accès Internet concerne une très majorité des personnes interviewées. Notons que les tablettes tactiles concernent plus d'un quart des seniors qui ont répondu à l'enquête.

Quant ils ne sont pas équipés d'un ordinateur (13,5 % des personnes interviewées), ils jugent que cela n'est pas nécessaire et qu'ils n'en voient pas l'utilité.

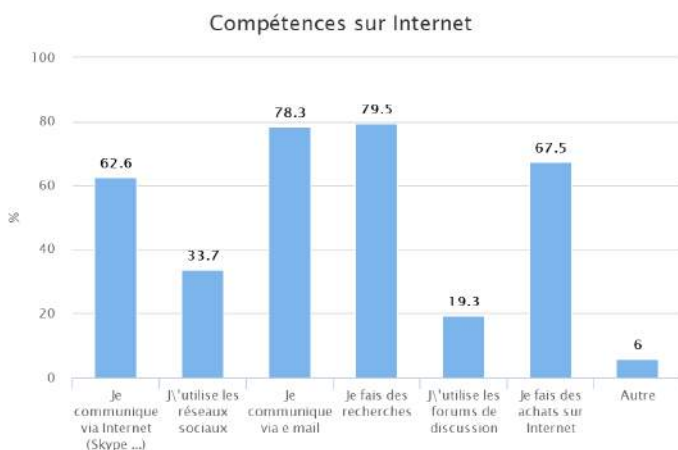


Pour les seniors possédant un ordinateur

Leurs compétences sur Internet

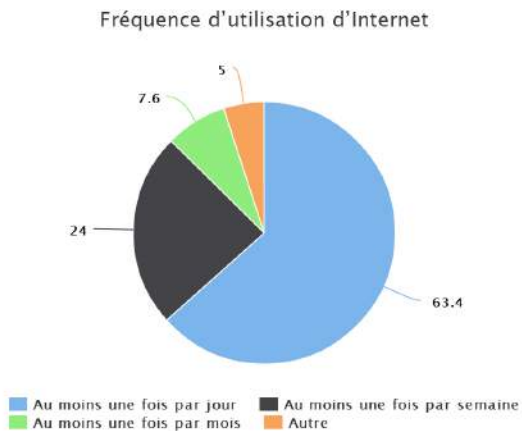
Quand ils possèdent un ordinateur, communiquer par e mail (78,3 %) ou faire des recherches (79,5%) constituent leur principal intérêt à utiliser Internet. C'est aussi pour utiliser Skype ou autres logiciels de communication (62,6%).

Les seniors interrogés n'hésitent pas non plus à faire des achats en ligne pour plus de 2/3 d'entre eux.



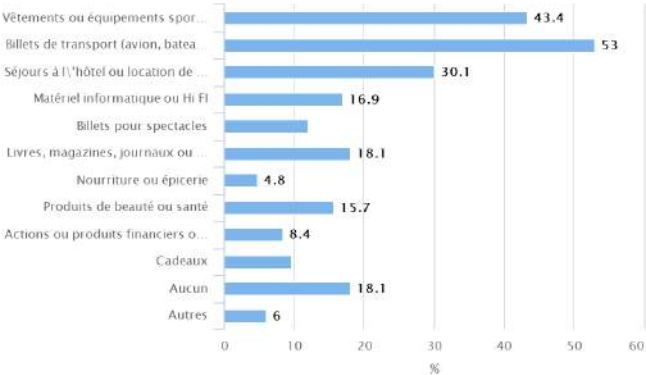
Fréquence d'utilisation

Les seniors sont résolument connectés puisque plus de 63 % le font au moins une fois par jour. Communiquer, recherche des informations sur des biens et services, se cultiver ou encore ses comptes bancaires ont été leurs principales raisons d'utiliser Internet au cours des 3 derniers mois.



Quand ils achètent sur Internet, ils le font principalement pour voyager (acheter des billets de transport ou encore des séjours à l'hôtel ou locations de vacances) ou pour acheter des vêtements ou des équipements sportifs.

Achats sur Internet au cours des 12 derniers mois



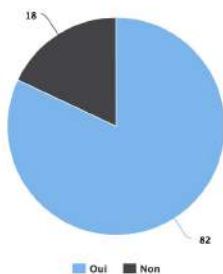
Qui sont les seniors à la Martinique ? Les loisirs

Les seniors et le sport

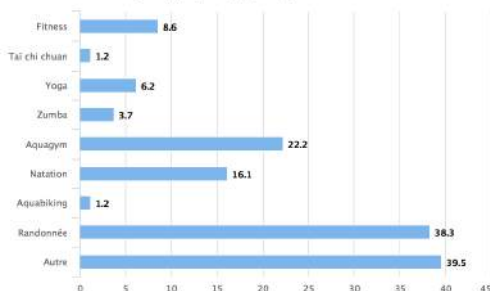
82 % des seniors interrogés pratiquent un sport essentiellement :

- Les randonnées
- L'aquagym

Pratiquez-vous une activité sportive

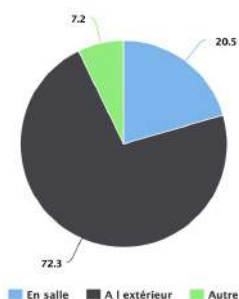


Quel(s) sport(s) pratiquez-vous ?



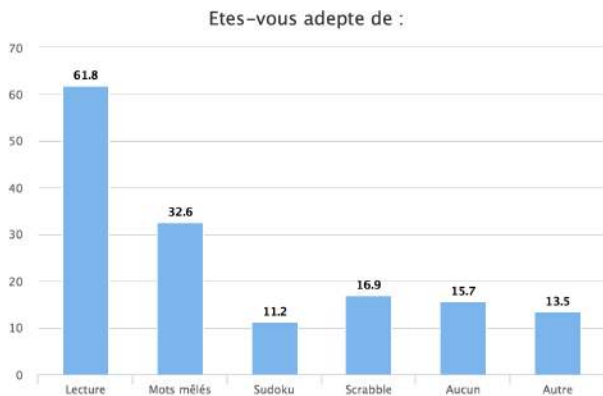
Ils pratiquent une activité sportive essentiellement à l'extérieur.

Où pratiquez-vous votre activité sportive ?

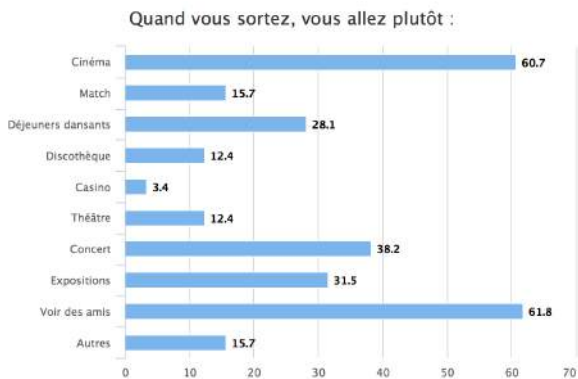


Les loisirs

Ils aiment surtout la lecture (61,8 %) et les mots mêlés (32,6 %).

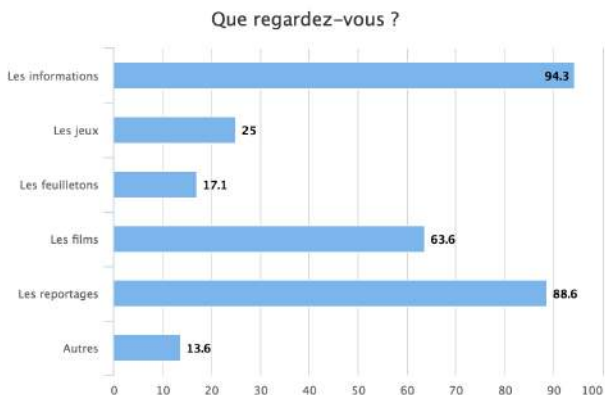


Quand ils sortent, ils vont plutôt voir des amis (61,8 %), au cinéma (60,7 %) ou encore au concert (38,2 %).



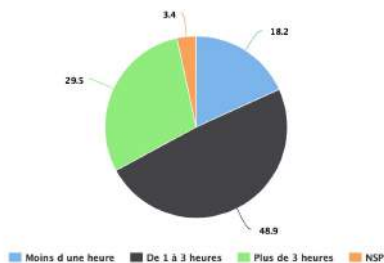
Les seniors et la télévision

Ils disposent principalement de canal satellite pour regarder surtout les informations (94,3 %), les reportages (88,6 %) et les films (63,6 %).

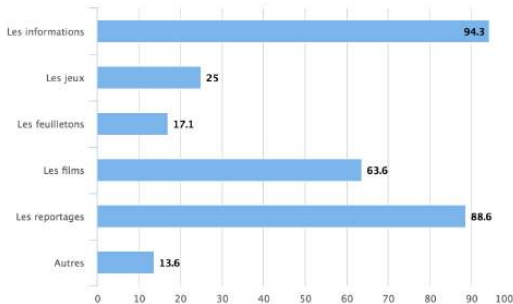


Près de 50 % des seniors interviewés regardent la télévision pendant 1 à 3 heures par jour, certains (29,6 %) pendant plus de 3 heures.

Combien de temps regardez-vous la télévision par jour ?

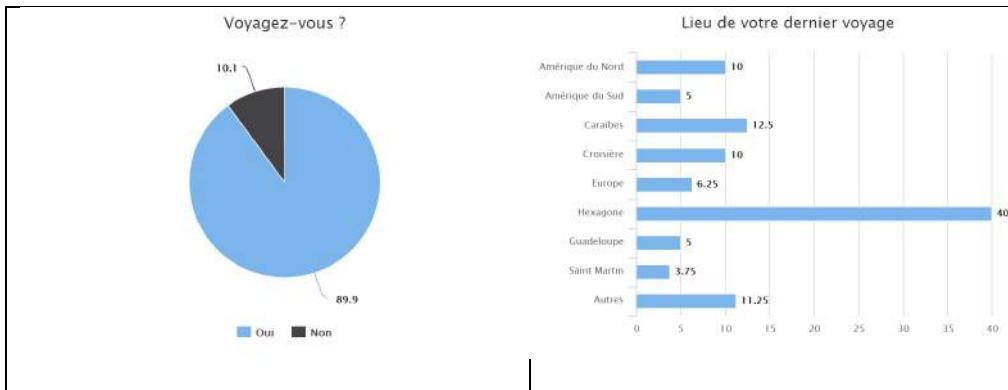


Que regardez-vous ?



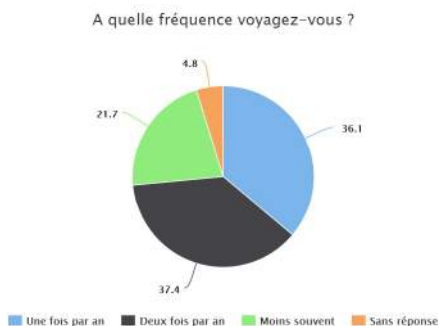
Qui sont les seniors à la Martinique ? Les voyages

90 % des seniors interrogés voyagent. Ils se rendent principalement en France hexagonale puis dans la Caraïbe ou en croisière.



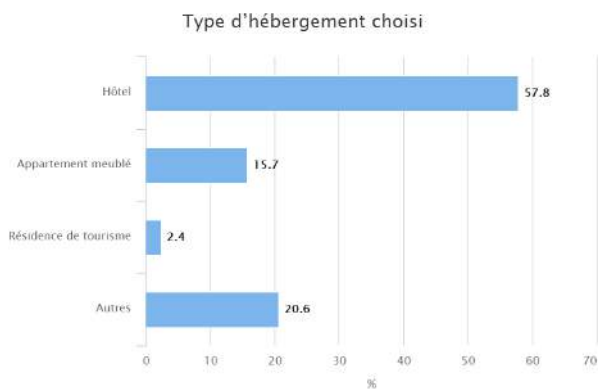
Fréquence de voyage

Ils voyagent au moins une fois par an (36.1 %) voire deux fois par an (37.4 %) pour un voyage d'au moins une semaine.



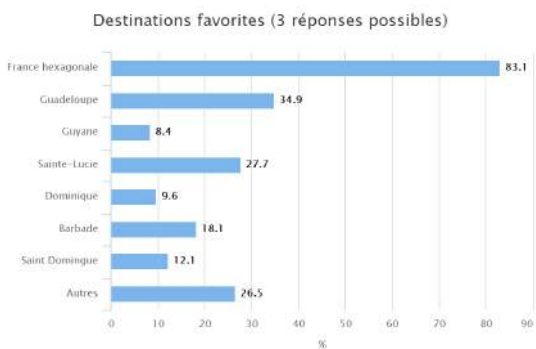
Choix de l'hébergement

Ils choisissent l'hôtel en priorité. Ils voyagent en couple ou en famille.



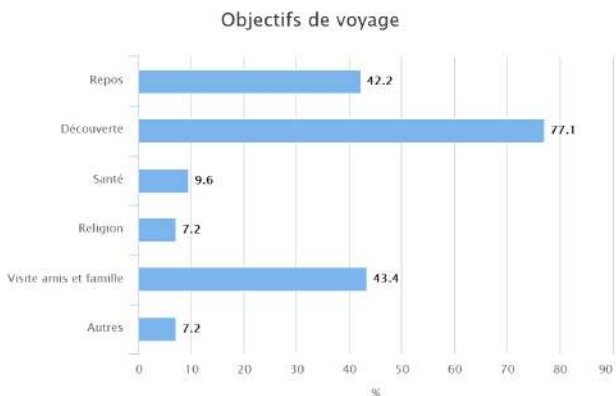
Leurs destinations favorites sont :

- France hexagonale (83.1 %)
- Guadeloupe (34.9 %)
- Sainte-Lucie (27.7 %)



Objectifs de voyage

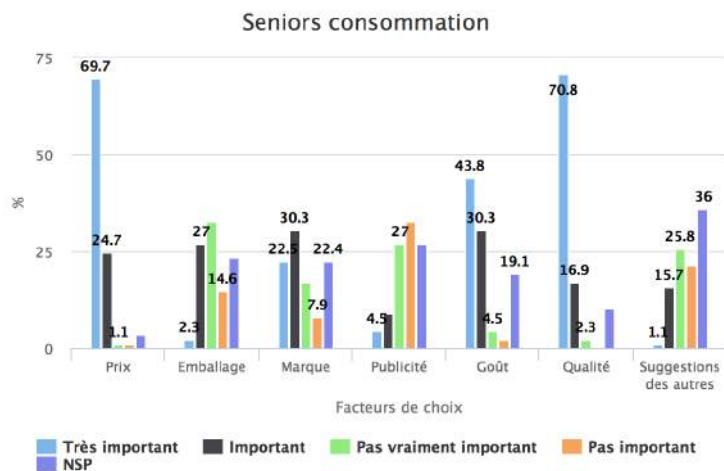
C'est pour la découverte (paysages, population ou encore culture) ou encore pour visiter la famille ou des amis qu'ils voyagent principalement. Ils préfèrent prendre l'avion pour 78,3 % d'entre eux à tout mode de transport.



Leur mode de consommation

Les facteurs importants pour choisir un produit

Sans surprise, c'est d'abord le prix qui compte le plus : plus de 94 % des seniors interrogés jugent ce que c'est le facteur le plus important (70 % très important). Puis, c'est la qualité des produits et leur goût pour respectivement 87,7 % et 74,1 % d'entre eux.

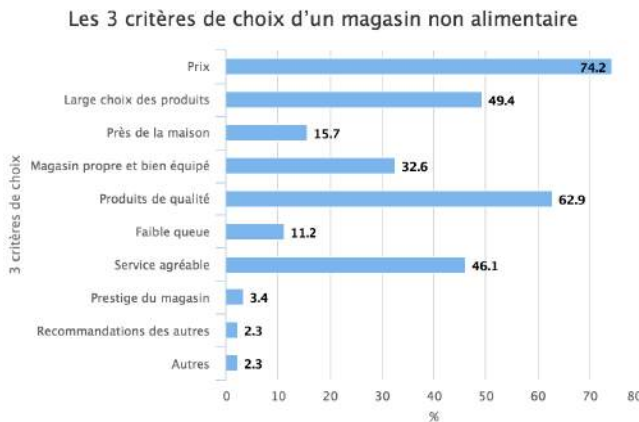


Les 3 facteurs de choix d'un magasin (hors alimentaire)

Les seniors plébiscitent :

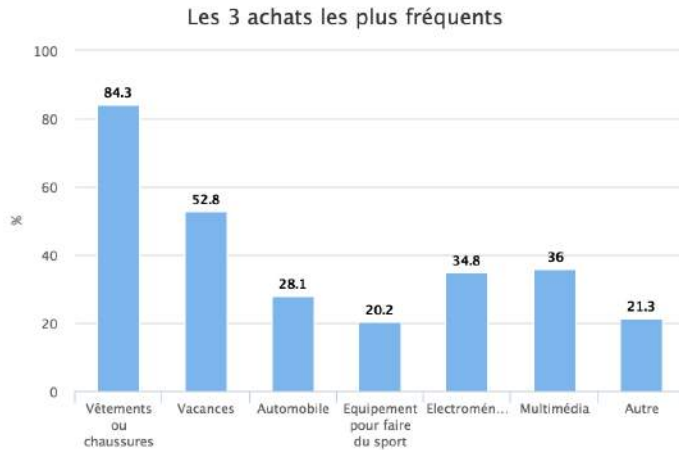
- Le prix (74.2 %)
- Les produits de qualité (62.9 %)
- La possibilité d'avoir un large choix de produits (49.4 %)
- Mais aussi un service agréable (46.1 %)

Les critères les moins importants sont le prestige du magasin et les recommandations des autres.



Les 3 types d'achats les plus fréquents (hors alimentaire) sont :

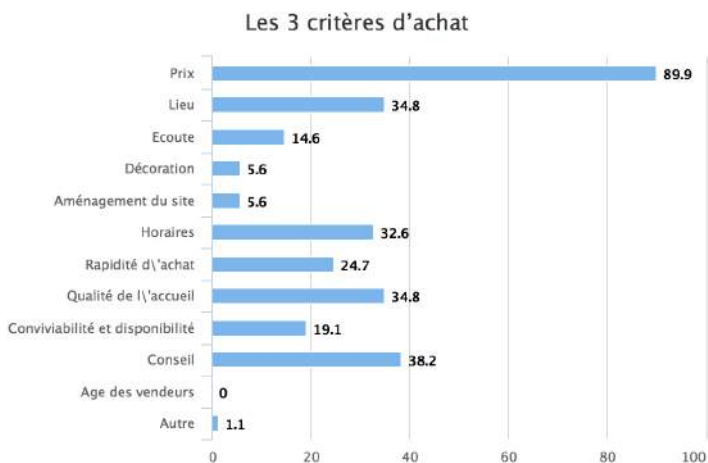
- Les vêtements ou chaussures (84,3 %)
- Les vacances (52,8 %)
- Le multimédia (36 %)



Les seniors préfèrent acheter en semaine pour 61,8 % d'entre eux, le matin plutôt que le week-end.

Les 3 critères d'achat sont

- Le prix (89,9 %)
- Le conseil (38,2 %)
- Le lieu et la qualité de l'accueil à parts égales (34,8 %)

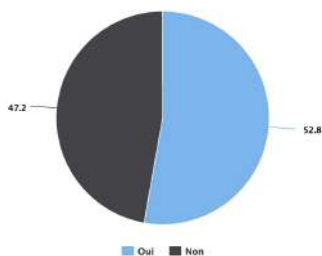


Qui sont les seniors à la Martinique ? L'argent et la santé

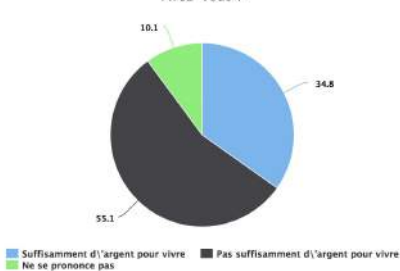
L'argent

Un peu plus de la moitié des seniors interrogés estiment qu'ils n'ont pas suffisamment d'argent pour vivre. Il est vrai que seuls 52,8 % avaient mis de l'argent de côté pour leur retraite.

Avez-vous mis de l'argent de côté pour votre retraite



Avez-vous ?



63 % continuent à apporter une aide financière à leurs enfants ou à un autre membre de leur famille.

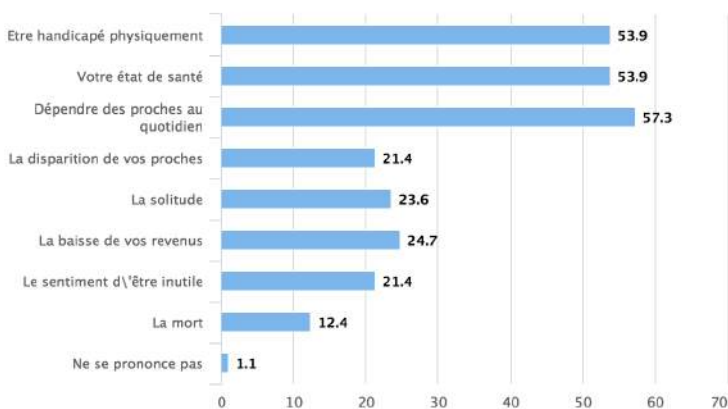
La santé

Ce qui leur fait davantage peur dans le vieillissement :

- Principalement le fait de dépendre de leurs proches au quotidien (57,3 %)
- D'être handicapé physiquement et leur état de santé à parts égales (près de 54 %)

La mort est le sujet qui est le moins préoccupant.

Qu'est-ce qui fait particulièrement peur dans le vieillissement



of the information system, the user's perception of the system's ease of use, and the user's intention to use the system.

The purpose of this study is to investigate the effect of the user's perception of the system's ease of use on the user's intention to use the system.

The study is organized as follows. Section 2 describes the research background. Section 3 describes the research methodology. Section 4 describes the results. Section 5 discusses the implications of the results. Section 6 concludes the study.

2. RESEARCH BACKGROUND

2.1. Information systems and user acceptance

Information systems (IS) are systems that provide information to users. The success of an IS depends on the user's acceptance of the system.

User acceptance is the user's intention to use the system. It is a key factor in the success of an IS.

There are many factors that influence user acceptance. One of the most important factors is the user's perception of the system's ease of use.

The user's perception of the system's ease of use is the user's belief that the system will be easy to use.

This perception is based on the user's experience with the system and the user's knowledge of the system.

The user's perception of the system's ease of use is a key factor in the user's intention to use the system.

2.2. The user's perception of the system's ease of use

The user's perception of the system's ease of use is a subjective measure of the user's belief that the system will be easy to use.

This perception is based on the user's experience with the system and the user's knowledge of the system.

The user's perception of the system's ease of use is a key factor in the user's intention to use the system.

2.3. The user's intention to use the system

The user's intention to use the system is the user's belief that the system will be useful and easy to use.

This intention is based on the user's perception of the system's ease of use and the user's perception of the system's usefulness.

The user's intention to use the system is a key factor in the success of an IS.

2.4. The relationship between the user's perception of the system's ease of use and the user's intention to use the system

The user's perception of the system's ease of use is a key factor in the user's intention to use the system.

The user's perception of the system's ease of use is a key factor in the user's intention to use the system.

The user's perception of the system's ease of use is a key factor in the user's intention to use the system.

The user's perception of the system's ease of use is a key factor in the user's intention to use the system.

The user's perception of the system's ease of use is a key factor in the user's intention to use the system.

The user's perception of the system's ease of use is a key factor in the user's intention to use the system.