



LH2

Les seniors et les réseaux sociaux

Rapport d'étude

Anne-Laure GALLAY
Directrice de clientèle
Département Opinion Institutionnel
01 55 33 20 90
anne-laure.gallay@lh2.fr

Domitille HERMITE
Chef de groupe
Département Opinion Institutionnel
01 55 33 21 38
domitille.hermite@lh2.fr





Sommaire

■ CADRE DE L'INTERVENTION

■ RESULTATS DETAILLES

1. Introduction : loisirs pratiqués et vie sociale
2. Quelle place pour les réseaux sociaux ? > Les réseaux sociaux : pratiques et perceptions
3. Internet et les réseaux sociaux : un moyen d'entretenir sa vie sociale et de lutter contre la solitude ?



CADRE DE L'INTERVENTION



Le dispositif méthodologique

■ ADMINISTRATION :

- ▣ Enquête réalisée par téléphone.

■ TERRAIN :

- ▣ 23 et 24 septembre 2011

■ ECHANTILLON

- ▣ Echantillon de 436 personnes âgées de 50 ans et plus, issu d'un échantillon national représentatif de la population française âgée de 18 et plus.
- ▣ L'échantillon est construit selon la méthode des quotas : sexe, âge, profession du chef de famille, après stratification par région et taille d'agglomération.

Nous vous recommandons d'accompagner toutes diffusions éventuelles des résultats d'éléments techniques tels que : les méthodes d'enquête, les dates de réalisation de l'étude, le nom de l'institut d'étude, la taille d'échantillon.



RÉSULTATS DÉTAILLÉS



1

Introduction : Loisirs pratiqués et vie sociale

6



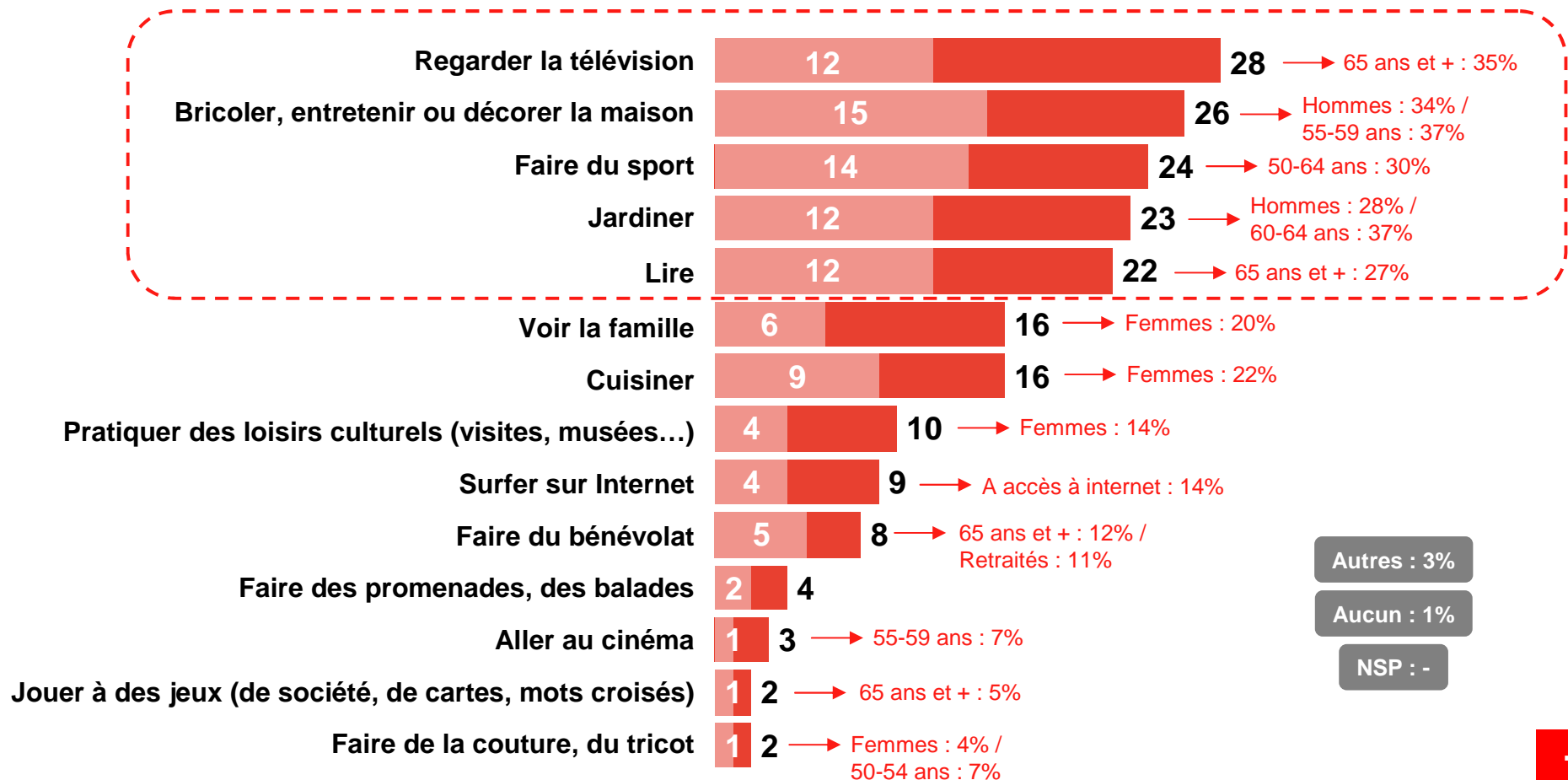
Regarder la télévision constitue l'activité la plus souvent pratiquée par les seniors pour occuper leur temps libre

Parmi les activités suivantes, quelle est celle que vous pratiquez le plus souvent pour occuper votre temps libre ? En premier ? Et ensuite ?

Base : à tous (n=436)

■ En premier ■ Au total

Deux réponses possibles





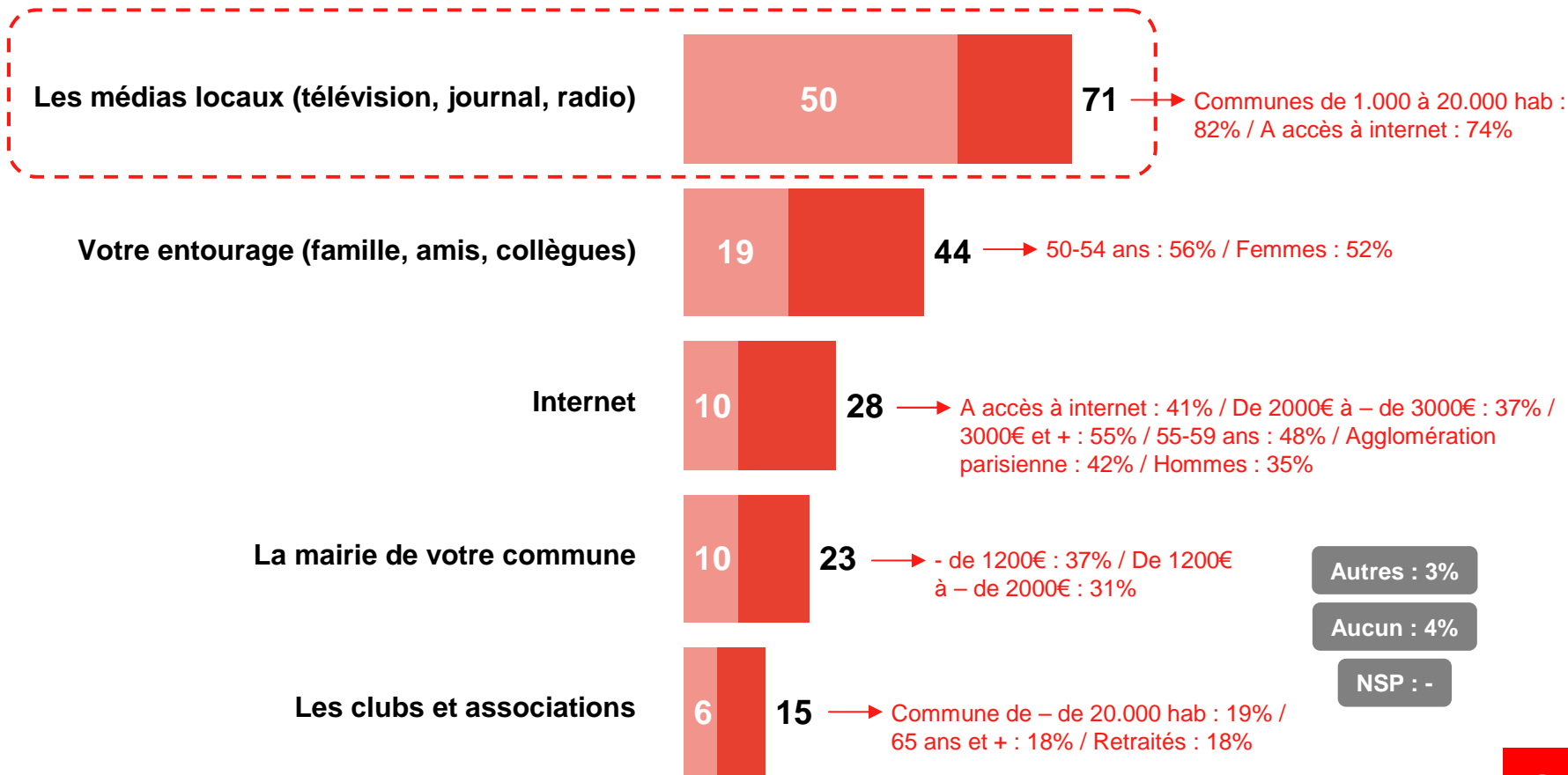
Pour s'informer sur les loisirs et les sorties dans leur région, les seniors se réfèrent principalement aux médias locaux, à leur entourage et à Internet

Quelles sont vos principales sources d'information sur les loisirs et les sorties dans votre région, je dis bien dans votre région ? En premier ? En deuxième ?

Base : à tous (n=436)

■ En premier ■ Au total

Deux réponses possibles



- Autres : 3%
- Aucun : 4%
- NSP : -

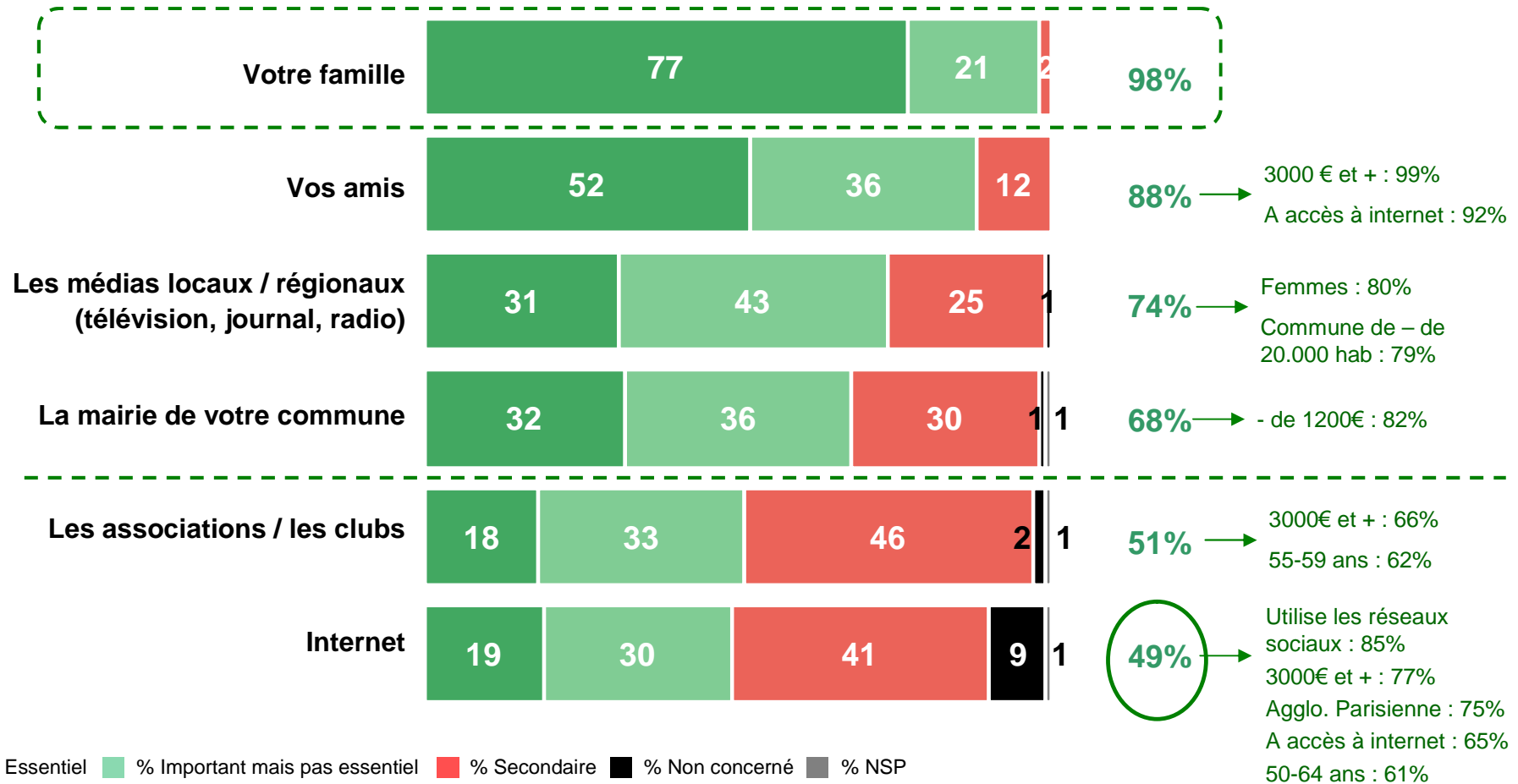


Si la famille est l'élément moteur de la vie sociale des seniors, la moitié des répondants considèrent Internet comme un élément important voire essentiel de leur vie sociale

Pour chacun des éléments que je vais vous citer, diriez-vous qu'il s'agit d'un élément essentiel, important mais pas essentiel, ou secondaire de votre vie sociale ?

Base : à tous (n=436)

Sous-total Important voire essentiel



■ % Essentiel ■ % Important mais pas essentiel ■ % Secondaire ■ % Non concerné ■ % NSP



2

Quelle place pour les réseaux sociaux ?

> Les réseaux sociaux : pratiques et perceptions

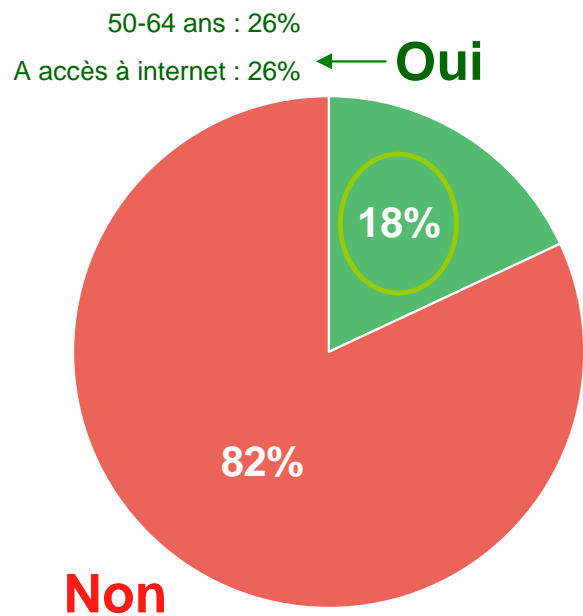
10



Près d'un senior sur cinq est inscrit sur un réseau social, une inscription qui remonte à deux ans ou plus pour la moitié des inscrits

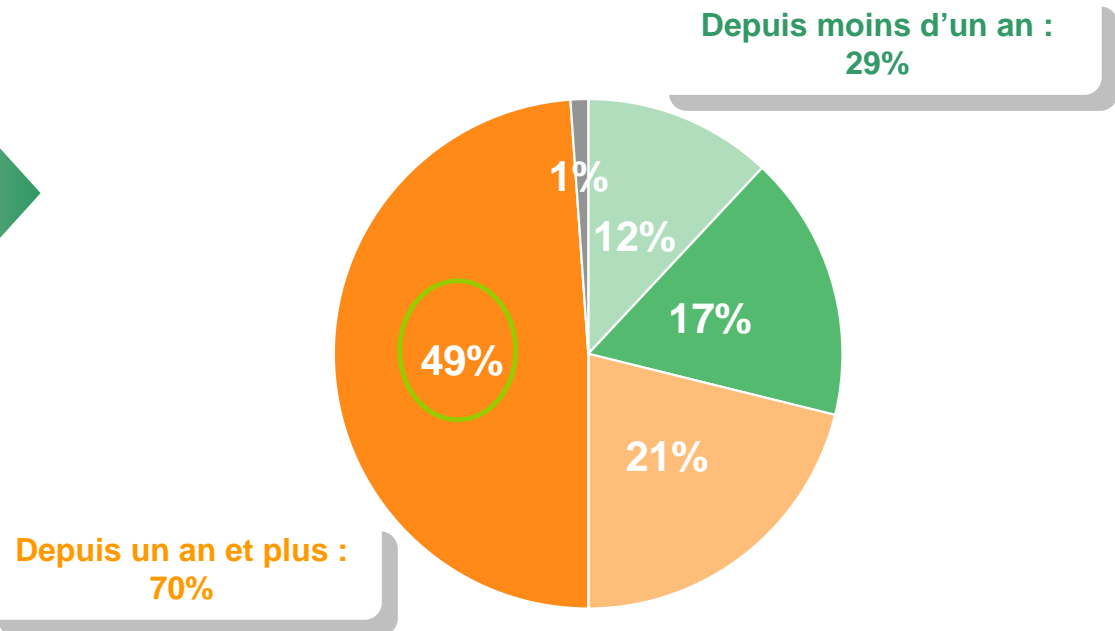
Êtes-vous inscrit(e) sur un ou plusieurs réseaux sociaux sur Internet (type Facebook, Twitter...)?

Base : à tous (n=436)



Depuis combien de temps êtes-vous inscrit sur un réseau social sur Internet ?

Base : A ceux qui sont inscrits sur un ou plusieurs réseaux sociaux (n=77)



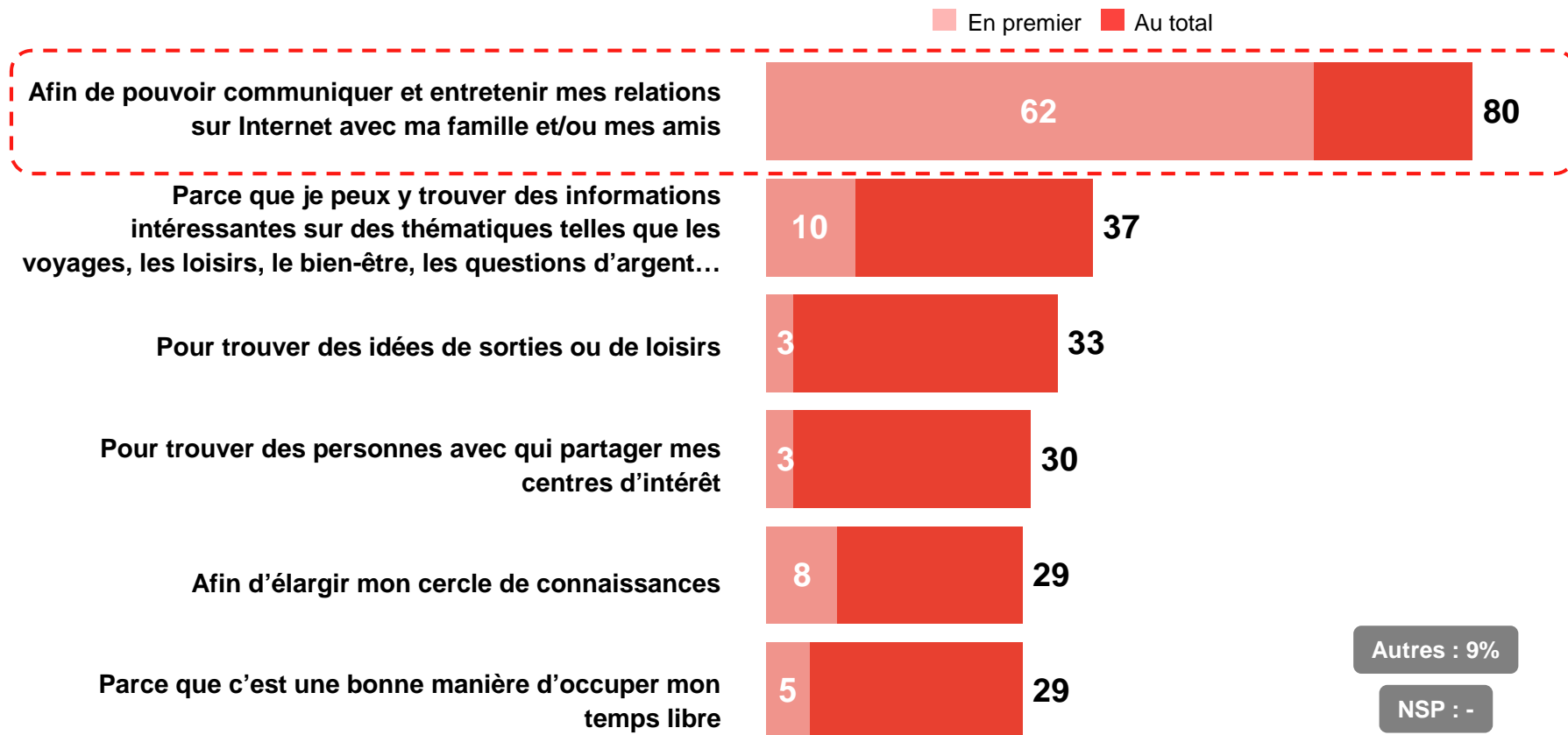


La possibilité de communiquer et d'entretenir ses relations sur Internet est de loin la principale motivation à l'inscription sur un réseau social

Pour quelle raison vous êtes-vous inscrit sur un réseau social ? En premier ? En deuxième ? En troisième ?

Base : A ceux qui sont inscrits sur un ou plusieurs réseaux sociaux (n=77)

Trois réponses possibles





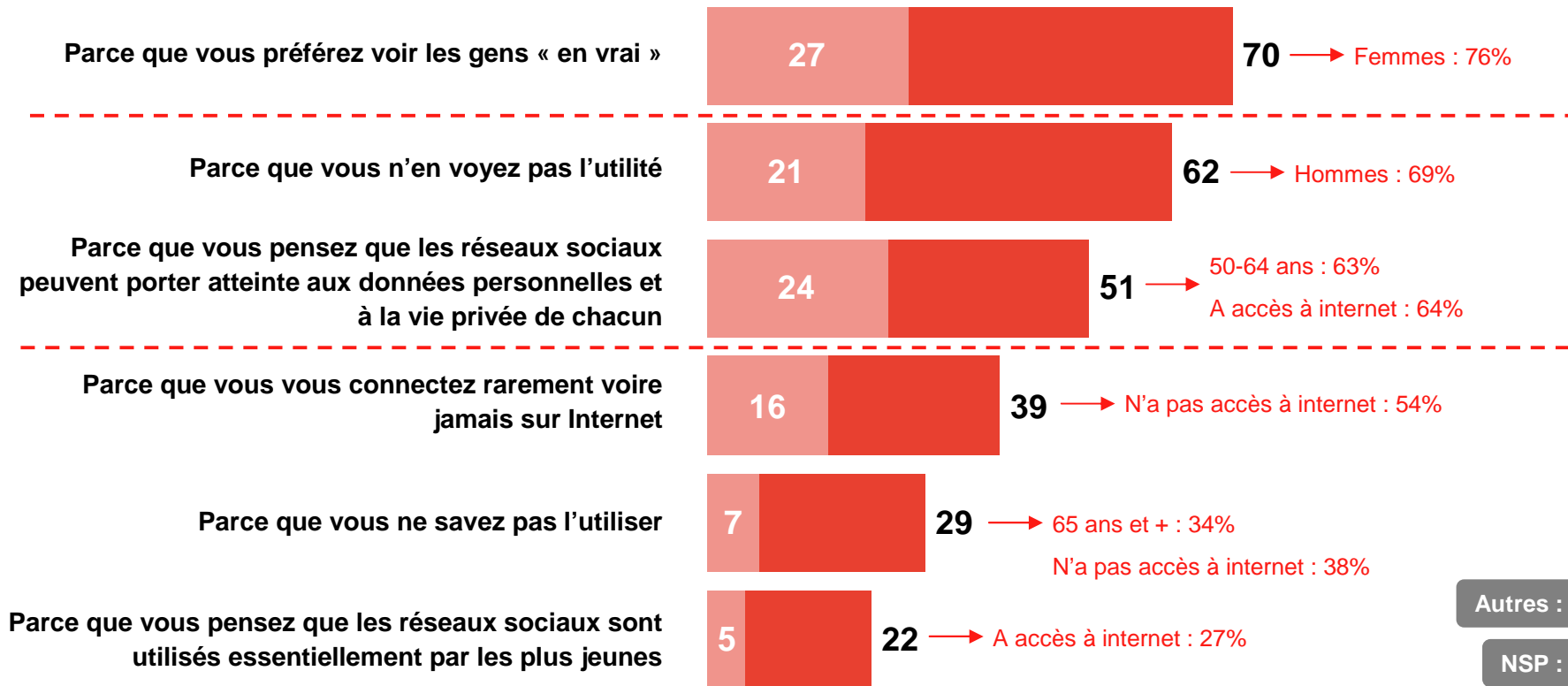
Ceux qui ne sont pas inscrits sur un réseau social justifient majoritairement leur non inscription par leur préférence pour une communication en face-à-face

Pour quelle raison n'êtes vous pas inscrit sur un réseau social ? En premier ? En deuxième ? En troisième ?

Base : A ceux qui ne sont pas inscrits sur un ou plusieurs réseaux sociaux (n=359)

Trois réponses possibles

■ En premier ■ Au total





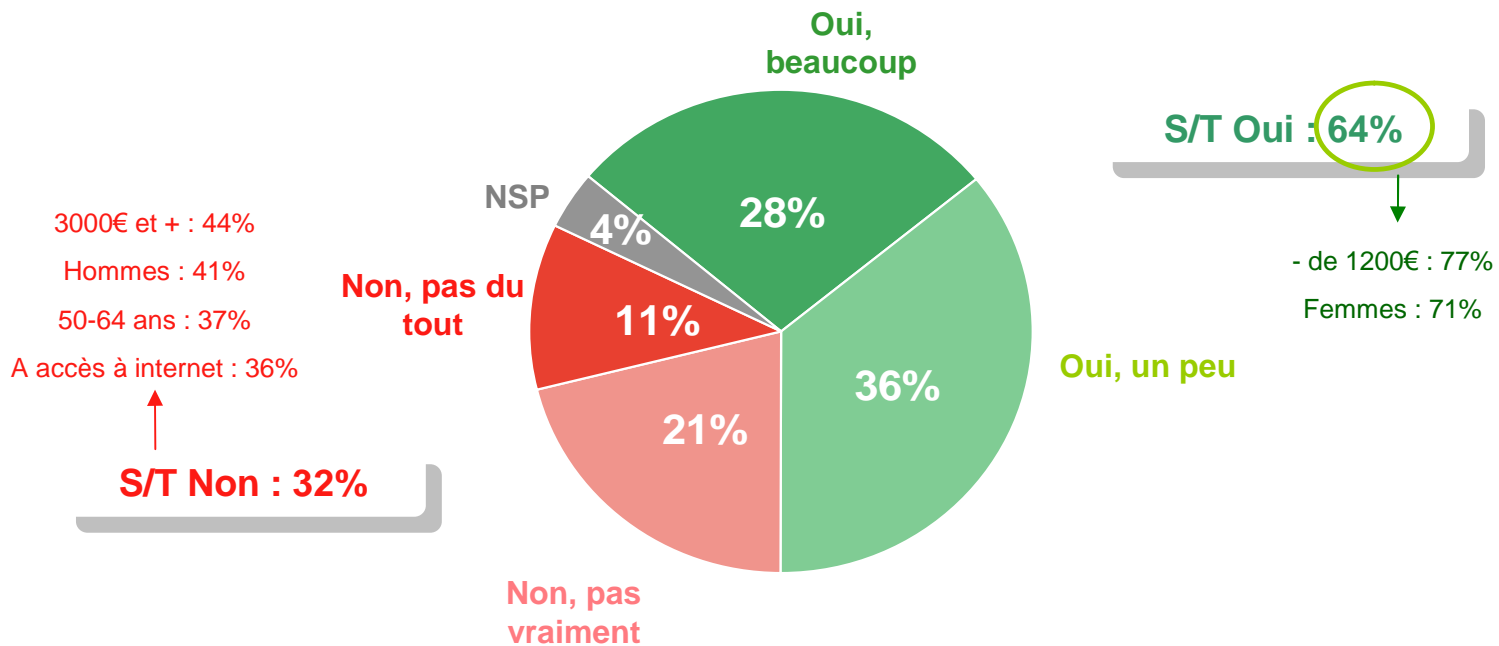
3 Internet et les réseaux sociaux : un moyen d'entretenir sa vie sociale et de lutter contre la solitude ?



Près des deux tiers des répondants estiment que les personnes âgées de plus de 50 ans souffrent de solitude

D'après vous et l'idée que vous vous en faites, les personnes âgées de 50 ans et plus souffrent-elles de solitude ?

Base : à tous (n=436)

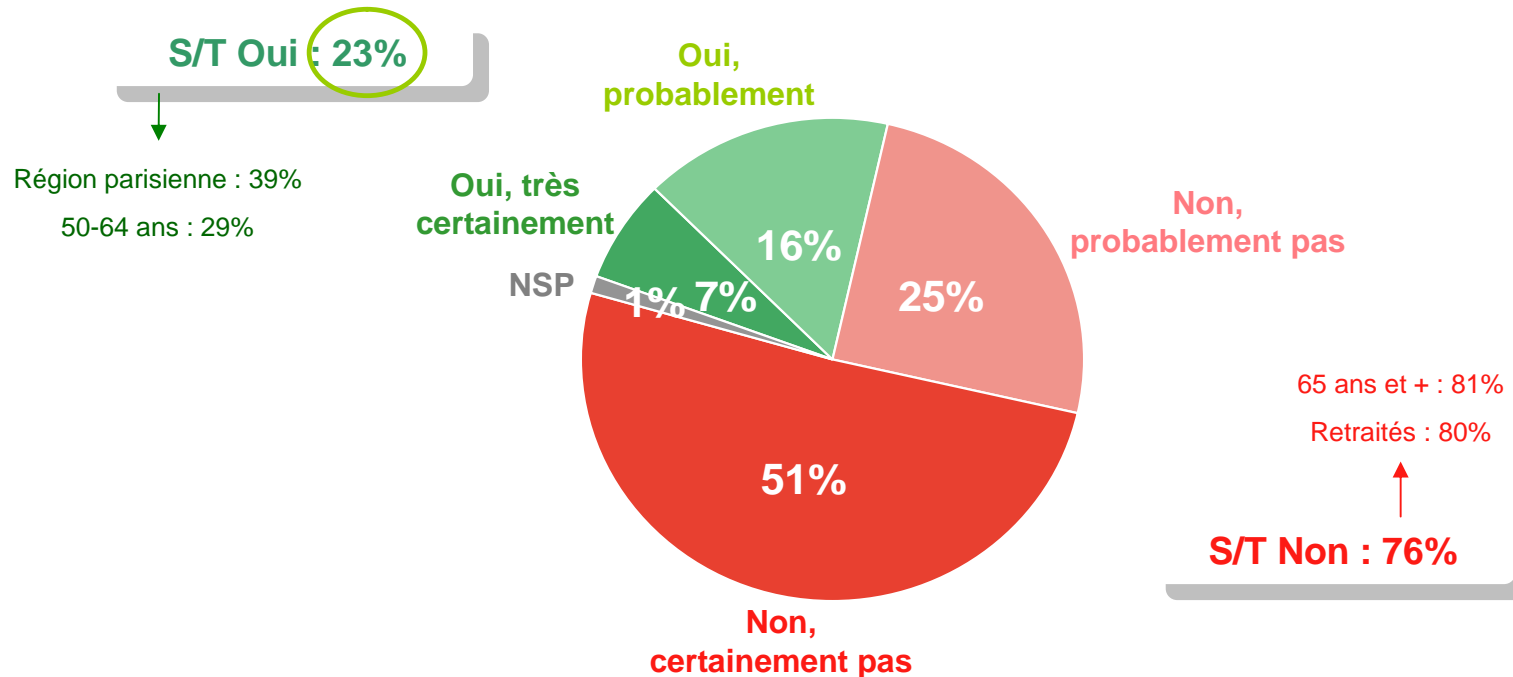




Près d'un quart des personnes qui ne sont pas inscrites sur un réseau social à l'heure actuelle pourraient envisager de le faire pour entretenir leur vie sociale ou lutter contre la solitude

Dans l'hypothèse où vous voudriez entretenir votre vie sociale ou cherchiez à lutter contre la solitude, est-ce que vous pourriez envisager de vous inscrire sur un réseau social ?

Base : A ceux qui ne sont pas inscrits sur un ou plusieurs réseaux sociaux (n=359)

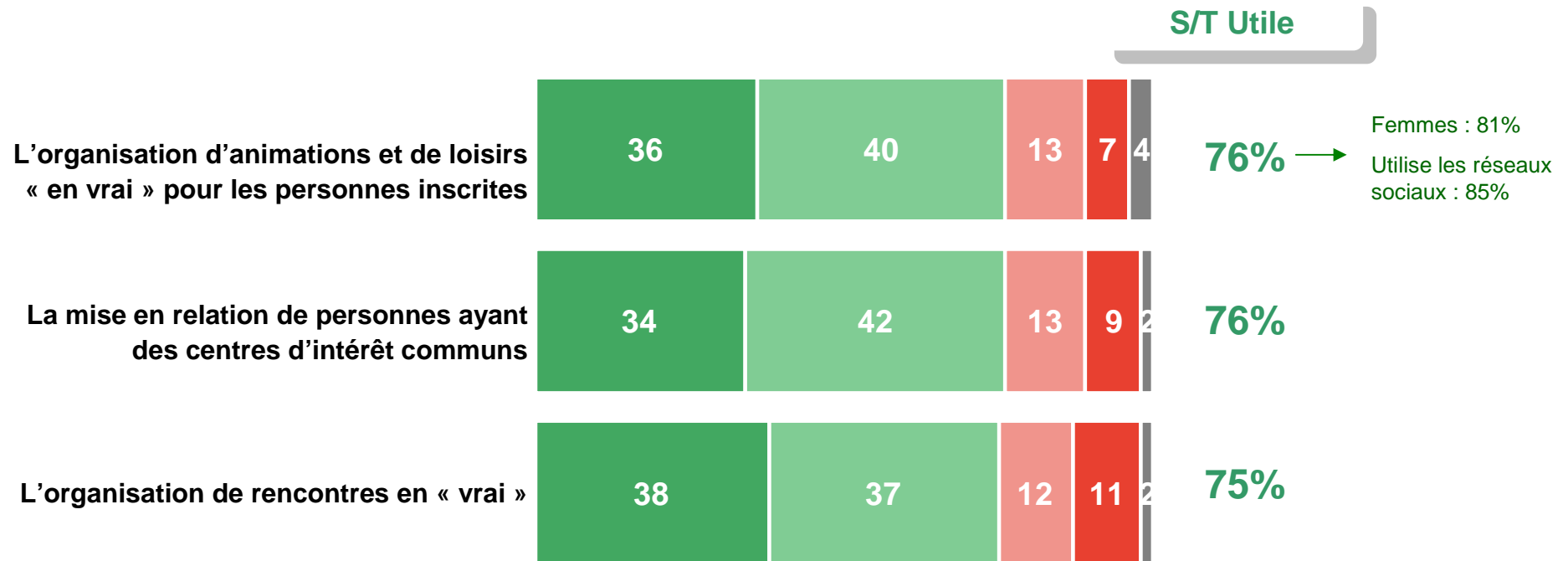




De ce fait, les applications que les réseaux sociaux mettent ou pourraient mettre à disposition des personnes âgées de plus de 50 ans sont jugées utiles par près des trois quarts des répondants

Je vais vous citer un certain nombre d'applications que les réseaux sociaux mettent ou pourraient mettre à disposition des personnes âgées de plus de 50 ans. Pour chacune d'entre elles, pouvez-vous me dire si vous la jugez très, assez, peu ou pas du tout utile pour entretenir une vie sociale et lutter contre la solitude ?

Base : à tous (n=436)



■ % Très utile ■ % Assez utile ■ % Peu utile ■ % Pas utile du tout ■ % NSP



PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS



Principaux enseignements (1/3)

❖ Internet occupe une place non négligeable dans la vie sociale et l'organisation des loisirs des seniors

- **Internet pour s'occuper...** : Regarder la télévision, le bricolage, l'entretien ou la décoration de la maison, le sport, le jardinage et la lecture constituent les activités les plus souvent pratiquées par les seniors pour occuper leur temps libre. A noter que **près d'un répondant sur 10 (9%) déclare privilégier Internet pour occuper son temps libre**. Cette proportion s'élève à **14% chez les seniors qui ont accès à Internet** à domicile ou au travail.
- **Internet pour s'informer...** : Pour s'informer sur les loisirs et les sorties dans leur région, 71% des seniors se réfèrent principalement aux **médias locaux** (télévision, journaux, radio). La moitié citent même en premier cette source d'information. 44% s'appuient sur leur entourage et **plus d'un quart (28%) vont sur Internet**. L'accès à Internet à domicile ou au bureau favorise assez logiquement le recours à Internet pour s'informer. En effet, 41% des répondants ayant accès à Internet utilisent ce moyen de communication pour s'informer sur les loisirs et les sorties dans leur région. A noter que les foyers qui disposent d'un revenu mensuel supérieur à 3 000 € (55%), les personnes âgées de 55 à 59 ans (48%), les habitants de l'agglomération parisienne (42%) et les hommes (35%) utilisent davantage Internet que la moyenne pour s'informer sur leurs loisirs et sorties.
- **Internet comme élément moteur de la vie sociale ?** Pour plus des trois quarts des seniors (77%), **la famille est l'élément central de leur vie sociale**. Au total, la quasi-totalité des répondants (98%) considèrent la famille comme un élément important (voire essentiel) de leur vie sociale. **Les amis** se situent en deuxième position (88% les considèrent comme importants dont plus de la moitié, 52%, qui les considèrent comme essentiels). Si **Internet** se positionne en bas de tableau, cet élément se situe toutefois au même niveau que les associations et les clubs, avec près de **la moitié des répondants (49%) qui considèrent cet élément comme important, voire même « essentiel » (19%) pour leur vie sociale**. A noter qu'une fois encore, Internet occupe une place plus importante aux yeux des hauts revenus (supérieurs à 3 000 € par mois) et des plus jeunes (50-64 ans).



Principaux enseignements (2/3)

- ❖ **Les réseaux sociaux : une pratique qui concerne près d'un senior sur cinq, et qui est appelée à se développer davantage, notamment parce qu'elle permet d'entretenir sa vie sociale et de lutter contre la solitude**
- Aujourd'hui, **18% des plus de 50 ans se disent inscrits sur un réseau social sur Internet** type Facebook, Twitter..., vs 42% des Français dans leur ensemble*. A noter que pour environ la moitié des inscrits (49%), leur inscription remonte à deux ans ou plus, ce qui démontre une pratique plutôt bien ancrée dans les modes de vie d'une population de cet âge. En parallèle, 29% sont inscrits depuis moins d'un an. En résumé de ces résultats, ceux qui se sont inscrits ne se désinscrivent pas, et les réseaux sociaux continuent à attirer de nouveaux inscrits, même si nous n'avons pas d'information sur le degré réel d'activité sur les réseaux sociaux et l'utilisation concrète des fonctionnalités de ces derniers.
- Le principal levier d'attraction des réseaux sociaux semble résider dans leur **capacité à offrir un mode de communication qui permette d'entretenir ses relations avec sa famille et ses amis, soit un cercle déjà existant** : ce bénéfice a en effet **motivé l'inscription de 8 inscrits sur 10**. 62% citent même en premier cette motivation pour justifier leur inscription.
- **Près des deux tiers des répondants (64%) estimant que les personnes âgées de 50 ans et plus souffrent de solitude, dont plus d'un quart (28%) qui estiment même qu'elles en souffrent beaucoup**, l'on comprend d'autant mieux les motivations des inscrits. En effet, à un âge où les enfants quittent ou ont quitté généralement le domicile familial et quand la retraite approche ou est déjà une réalité, la solitude peut se faire davantage ressentir. L'entretien des relations devient alors primordial, et Internet permet d'une certaine manière de maintenir voire de développer les liens familiaux et amicaux. D'ailleurs, **près d'un quart des personnes âgées de 50 ans et plus (23%) pourraient envisager de s'inscrire sur un réseau social pour entretenir leur vie sociale ou lutter contre la solitude**.
- Parmi les autres avantages des réseaux sociaux ayant conduit à l'inscription, est citée dans une moindre mesure (37%) la **possibilité de trouver des informations intéressantes** sur des thématiques telles que les voyages, les loisirs, le bien-être, les questions d'argent...

*Source : sondage LH2/Ebookers réalisé par téléphone en juin 2011 auprès d'un échantillon de 1006 personnes, représentatif de la population française âgée de 15 ans et plus



Principaux enseignements (3/3)

- Les non inscrits quant à eux n'émettent **pas de critique majeure à l'égard des réseaux sociaux** mais mettent plutôt en avant le fait que ce mode de communication ne correspond pas à leur goûts personnels : 70% des non inscrits disent ne pas s'être inscrits parce qu'ils préfèrent « voir les gens en vrai » et 62% ne voient pas l'utilité des réseaux sociaux. D'ailleurs, **les trois quarts des répondants jugent utiles les applications allant dans le sens de plus de rencontres « en vrai » que les réseaux sociaux mettent ou pourraient mettre en place.**
- Toutefois, si les principaux freins à l'inscription à un réseau social relèvent de facteurs externes et plutôt subjectifs, **environ la moitié (51%) ont fait le choix de ne pas s'inscrire craignant une violation des données personnelles et de leur vie privée.** Cette critique est plus répandue chez les personnes ayant accès à Internet à leur domicile ou au travail (64%), cette population étant sans doute de fait davantage sensibilisée aux risques et dérives possibles d'Internet. Cette opinion négative pourrait nuire au potentiel d'attractivité des réseaux sociaux, mais c'est sans compter la prise de conscience du « droit à l'oubli » par les acteurs du Net et même le gouvernement, qui se penchent sur la question de la vie privée sur Internet et œuvrent actuellement pour sa protection.
- Enfin, **seulement 22% ont renoncé à une inscription pensant que les réseaux sociaux sont destinés essentiellement aux plus jeunes.** L'apparition pourtant récente des réseaux sociaux (la création de Facebook par Mark Zuckerberg remonte à 2004, soit à moins de 10 ans) ne semble donc pas avoir freiné l'intégration rapide de cette pratique dans les mentalités, auprès de toutes de toutes les générations, mêmes les plus anciennes familiarisées depuis peu avec la technologie et habituées jusqu'alors à d'autres modes de communication.



Etudes de marché et d'opinion

Cette marque prouve la conformité à la norme ISO 20252.
Elle garantit que le respect de la déontologie et les bonnes pratiques professionnelles
(méthodologie, recueil, contrôle et analyse de l'information, restitution des résultats)
sont contrôlés par AFAQ AFNOR Certification
11 rue Francis de Pressensé
93571 La Plaine Saint-Denis Cedex - France