



# FEMME Majuscule

BIEN DANS MON ÂGE

« GÉNÉRATION 50 ANS, l'avenir passe par nous », le dossier société du magazine Femme Majuscule, en kiosque le 7 mars

MARS 2014

## UNE FEMME SUR DEUX!

EN 2014, UNE FRANÇAISE MAJEURE SUR DEUX AURA PLUS DE 50 ANS, C'EST-À-DIRE 13 MILLIONS DE FEMMES! IL VA DONC falloir compter avec elles et revoir les codes d'une société qui prône le jeunisme et parle encore, dans ses statistiques, de la « ménagère de moins de 50 ans ». ENQUÊTE SUR CETTE RÉVOLUTION DÉMOGRAPHIQUE, AVEC UN SONDAGE DE L'INSTITUT CSA\*.

\* Sondage exclusif Institut CSA / Femme Majuscule réalisé par Internet du 6 au 13 février 2014 sur un échantillon représentatif de 1013 femmes âgées de 45 ans et plus, constitué d'après la méthode des quotas (âge, catégorie socioprofessionnelle, région et taille d'agglomération).



### UN ENJEU ÉCONOMIQUE DE TAILLE

CETTE TRANSITION DÉMOGRAPHIQUE DEVRAIT FAIRE ÉVOLUER LE CADRE SOCIO-ÉCONOMIQUE VERS UN NOUVEAU MODÈLE MARCHAND PRENANT EN COMPTE CETTE FORCE ÉCONOMIQUE EN PUISSANCE.

Dotées d'un fort pouvoir d'achat et exigeantes dans leurs choix, les 50-65 ans souhaitent consommer « juste et bien ». Encore faut-il qu'elles trouvent ce qui leur convient! Elles sont en effet **92%** à renoncer ou à différer leurs achats quand elles ne trouvent pas de produits adaptés à leurs besoins: **84%** seraient pourtant prêtes à consommer plus si on leur proposait des modèles conformes à leurs attentes et **91%** seraient



disposées à recommander des marques qui s'engageraient à concevoir des produits pour les femmes de leur génération. Enfin, **88%** sont agacées quand, sur les publicités pour les produits de beauté, on leur montre des femmes qui n'ont visiblement pas besoin de ces produits. Et que dire de ce tout petit 1% qui considèrent que les créateurs pensent à elles quand ils conçoivent leurs modèles?

**Pourquoi se priver d'un tel potentiel de développement? Certaines marques, pionnières, l'ont compris...** c'est le cas de Balsamik, qui propose des vêtements dédiés aux quinquas, ou de Vichy Neovadiol, qui tient un discours vérité en mettant en scène des femmes avec des rides certes, mais belles et bien dans leur peau...



### UN DÉFI POLITIQUE ET MÉDIATIQUE

Numériquement fortes, elles considèrent à **86%** que les décideurs politiques ne s'intéressent pas à elles. Reconnaître leur importance serait déjà un pas, intégrer leurs problématiques dans un programme adapté serait encore mieux. À la veille d'échéances électorales, ce réservoir de voix devrait faire réfléchir nos élus! Elles sont d'ailleurs **84%** à se dire prêtes à voter pour des candidats qui s'adressent à elles sans les considérer comme des « seniors ».

Autre limite à leur reconnaissance, une sous-représentation dans les médias, où leur image reste figée sur des modèles datés: les femmes de 50 ans d'aujourd'hui ne ressemblent plus à celles d'hier, or ce sont encore elles que l'on nous montre. Un modèle à revoir, pour une identification conforme à ce qu'elles sont: actives et épanouies.



### PLAFOND DE VERRE? PIRE ENCORE...

Ce n'est pas une surprise: **87%** estiment que les entreprises ne pensent pas à elles, **89%** que le monde du travail est plus ingrat envers les femmes mûres qu'envers les hommes du même âge et **53%** se sentent menacées dans leur poste par une forme de limite d'âge. Le « plafond de plomb » existe bel et bien et les femmes se trouvent confrontées à une triple peine: sexe, âge, apparence physique jouent en leur défaveur alors qu'elles bénéficient d'une expertise forte.

### DES RAISONS D'ESPÉRER...

Une fois ce constat posé, on peut passer aux points positifs: fortes de leur expertise et de leurs compétences, les quinquas ont un énorme potentiel de coaching, de transmission intelligente pour aider les plus jeunes à se construire. Elles sont prêtes à prendre leur destin en main et à faire bouger les lignes en pratiquant la politique de la « main tendue ». En ces temps de crise, ces femmes fortes et pleines d'énergie ont un rôle majeur à jouer, y compris dans la création d'une société plus accueillante.



Les experts interrogés dans le sujet société: Jean-Hervé Lorenzi, économiste, Jean-François Amadiou, sociologue, Danielle Rapoport, psychosociologue, Rémy Oudhghiri, Ipsos. Les témoignages: Ruth Elkrief, journaliste, Mercedes Erra, fondatrice BETC

**BIENVENUE À « LA FEMME ACTIVE DE PLUS DE 50 ANS »!**  
NOUS SOMMES À VOTRE DISPOSITION POUR COMMENTER ET ANALYSER L'ENSEMBLE DES RÉSULTATS DU SONDAGE

CONTACT 06 73 62 57 61 **Catherine Rouillé - Pasquali**

Femme Majuscule est le magazine de toute une génération de femmes de « style, sens et esprit », bien dans leur vie et dans leur peau. Ce féminin générationnel a pris le parti de s'adresser à elles et de les montrer dans ses pages: en vérité, dans la plénitude de leur âge. **Disponible en kiosque ou sur abonnement. Prix : 3,30 €. Éditeur : 50... etc.**