

# Dossier de Presse

Mai 2019

# OLDMOJIS



APEF lance une  
grande campagne de  
sensibilisation pour  
lutter contre l'âgisme

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



**apef**

SERVICES À LA PERSONNE

# Edito

**L'âgisme doit être combattu au même titre que toutes les autres formes de discrimination.**

En 2050, la France comptera **1 personne sur 3 âgée de plus de 60 ans et elles seront 2 milliards** dans le monde contre 600 millions actuellement. Peu importe les mots qu'on utilise pour les désigner « les vieux », « les seniors », « la génération silver », « les aînés », une réalité persiste : **le regard que notre société porte sur ces personnes est au mieux bienveillant au pire négatif**, mais jamais ou très rarement positif.

Ce phénomène porte un nom : l'âgisme, un comportement largement répandu en occident. Cette notion considère que tous les membres d'un groupe donné, ici les personnes âgées, sont identiques. Elles auraient donc toutes les mêmes envies, modes de vie, habitudes et façons de penser. Ainsi, passé la cinquantaine, les salariés seraient moins performants, incapables de s'adapter au changement, démotivés. Lorsque nous atteignons 70 ans, nous serions forcément confus, lents, déprimés, passésistes ou encore gentils. Perclus de stéréotypes, notre vision de

la vieillesse est aux antipodes de ce que les individus de plus de 55 ans vivent au quotidien. Parce qu'elle nous rapproche chaque jour un peu plus de la mort, nous cherchons par tous les moyens à occulter cette partie de notre vie. Dans les publicités, on traque les rides, perçues comme anormales. L'injonction qui nous est donnée est de « bien vieillir » ou à défaut de contrôler ce processus par tous les moyens possibles.

## « Personne n'est trop vieux pour se fixer un nouvel objectif ou réaliser de nouveaux rêves »

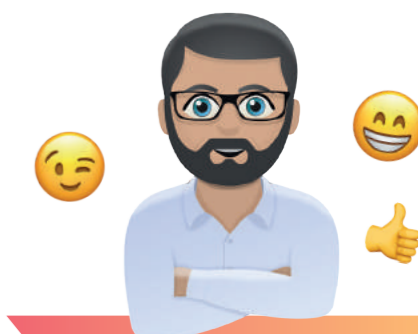
- Les Brown -

Représenter la vieillesse à l'aune de ces fausses croyances n'est pas sans conséquence et ouvre la voie à la discrimination de nos aînés. Elle participe également à entretenir la pénurie d'aidants et de soignants qui redoutent de se mettre à leur service. Par ailleurs, des études scientifiques ont prouvé que l'âgisme accélérât le développement des stéréotypes d'isolement social, d'affaiblissement physique ou encore de déclin cognitif. Il est donc grand temps de rappeler que **les plus de 55 ans sont avant tout des personnes responsables, ayant chacune leur individualité**

**propre et l'envie de vivre pleinement** les années qui leur restent. Lutter contre l'âgisme c'est contribuer à casser ces stéréotypes. C'est admettre qu'il existe une très grande diversité de personnes âgées et de situations de vie.

**Chez APEF, nous militons ainsi pour une vieillesse libre et assumée.** Ces personnes doivent être considérées avant tout comme des adultes actifs, ni fragiles, ni dépendants.

Comme le disait le conférencier américain Les Brown : **« Personne n'est trop vieux pour se fixer un nouvel objectif ou réaliser de nouveaux rêves ».**



**SÉBASTIEN COGEZ**  
DIRECTEUR DÉLÉGUÉ  
APEF

# LES « OLDMOJIS » : UNE INITIATIVE ORIGINALA POUR FAIRE ÉVOLUER LE REGARD DE NOTRE SOCIÉTÉ SUR LA VIEILLESSE



Entreprise de services, spécialisée dans l'accompagnement des plus de 50 ans, APEF se positionne comme un acteur phare dans la lutte contre l'âgisme et entend réenchanter cette période de la vie.

L'enjeu pour elle n'est donc plus de « vieillir », ni même de « bien vieillir », mais de « **vieillir bien dans son âge** ».

Consciente que faire évoluer le regard des jeunes sur les plus âgés nécessite de casser les stéréotypes et de leur parler en utilisant les codes qui leur sont familiers, elle a décidé de s'attaquer à l'un des symboles forts de notre époque, les émojis. Elle lance donc une campagne de sensibilisation originale et percutante autour de ses « oldmojis ».

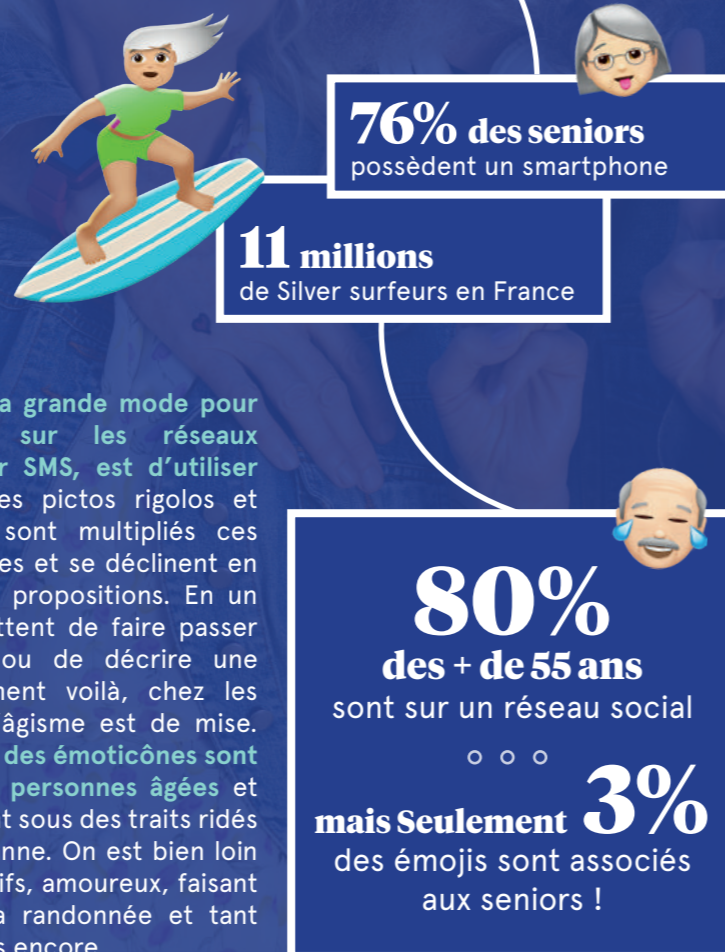


# PARLER À UNE GÉNÉRATION CONNECTÉE

L'Institut Français des Seniors révélait, dans un sondage paru l'an dernier, que la France compterait plus de **11 millions de « silver surfers » en France !** Les plus de 60 ans sont majoritairement propriétaire d'un smartphone et près de **1/3 privilégient ce moyen pour se connecter à Internet, même si 76 % d'entre eux possèdent un ordinateur.**

Près de **80 %** des personnes âgées de plus de 55 ans seraient même **connectées à au moins un réseau social.** Parmi elles, on trouve notamment la génération pivot, c'est-à-dire celle des 55/65 ans qui s'occupent encore de leurs enfants tout en prenant soin de leurs parents. Pour elle, Facebook, notamment, est un excellent moyen de rester connecté à ses amis et à sa famille. Quant à Skype et à Twitter, ces réseaux sont également très prisés de cette population, sans parler de YouTube, qui compte **33 %** de visiteurs parmi cette catégorie d'âge.

Et on le sait, **la grande mode pour communiquer sur les réseaux sociaux ou par SMS, est d'utiliser des émojis.** Ces pictos rigolos et modernes se sont multipliés ces dernières années et se déclinent en une infinité de propositions. En un clic, ils permettent de faire passer une émotion ou de décrire une action. Seulement voilà, chez les émojis aussi, l'âgisme est de mise. Ainsi, **seuls 3 % des émoticônes sont associés à des personnes âgées** et les représentent sous des traits ridés ou avec une canne. On est bien loin des seniors actifs, amoureux, faisant du yoga, de la randonnée et tant d'autres choses encore.



# Des « oldmojis » pour faire passer le message



Alors que **65 % des plus de 50 ans utilisent régulièrement des émojis**, aucun ne les représente dans leur diversité. Pourtant, les modes de vie ont évolué, les progrès de la médecine aussi, permettant de rester en forme plus longtemps et d'avoir de nouvelles aspirations. Il y a également un véritable changement de mentalités. La vieillesse est une nouvelle étape de la vie, avec ses plaisirs et ses envies. Et si elle est aussi l'âge de la conclusion, toutes les portes sont encore ouvertes.

APEF a donc vu dans ce manque un moyen original et pertinent de sensibiliser la société au problème de l'âgisme et créé les « oldmojis ». Ces émoticônes positifs représentent des personnes âgées amoureuses, dînant au restaurant, faisant la fête, du vélo

ou de la natation. En tout, plus de **40 pictos**, qui évoquent la vie de nos aînés sans les stigmatiser. Au-delà de faire passer le message aux plus jeunes, ces émoticônes renforcent également l'estime des personnes âgées en valorisant leurs modes de vie et en reconnaissant leur singularité.

En attendant de savoir si la société Emoji acceptera d'intégrer ces « oldmojis » à son catalogue, **APEF lance une pétition en ligne pour appuyer cette démarche.** Cette campagne de communication vient illustrer et renforcer le combat de cette entreprise de services à la personne. À travers elle, **APEF réaffirme avec conviction que les seniors sont des citoyens comme les autres, qui aspirent à une vie riche, heureuse et bien remplie.**

SIGNEZ LA PÉTITION SUR [CHANGE.ORG](https://change.org)

**65%** des + de **50 ans** utilisent régulièrement des émojis



# DES SENIORS CONNECTÉS 🔥

**74%**

utilisent des émojis lorsqu'ils communiquent par SMS

**71%**

sont inscrits sur facebook

**78%**

**des + de 55 ans**

possèdent un smartphone



Près de  
**1/3**  
des + de 55 ans

s'intéressent aux ordinateurs  
et à la technologie en général

Près de  
**1/2**

envoient des SMS tous les jours

Source : Enquête online Yougov pour APEF réalisée en avril 2019 sur un échantillon de 1019 personnes.

## DES SENIORS SPORTIFS

**41%**

des + de 55 ans

pratiquent des activités  
en plein air (escalade,  
randonnée...)

**1/3**

pratique une activité  
sportive au moins une fois  
par semaine, soit autant  
que les 25/34 ans.

## DES SENIORS AMOUREUX

**66%**

des + de 55 ans

sont encore  
sexuellement  
actifs.



Près de

**1/2**  
Senior

pourrait envisager  
de se lancer dans  
l'entrepreneuriat.  
40% par passion  
et 31% pour  
trouver une  
certaine liberté et  
autonomie.

## DES SENIORS ACTIFS

## Depuis plus de 25 ans, APEF accompagne les seniors dans tous leurs besoins et toutes leurs envies

Acteur majeur et historique, présent sur toutes les familles de services à la personne, **APEF** a érigé la relation comme un élément moteur de son activité. Depuis 2 ans, l'entreprise a rejoint le groupe OUI-CARE, l'un des leaders mondiaux du secteur. Fondée il y a **25 ans**, APEF s'adresse à toutes les catégories d'âge, mais a fondé sa légitimité et son expertise sur l'accompagnement des personnes de plus de 50 ans. S'appuyant sur un réseau de **86 agences**, dont **19 en propre**, réparties sur toute la France, elle emploie aujourd'hui **3 000 aidants** qui, au quotidien, réenchangent la vie des seniors.

# 84%

des clients sont satisfaits des services APEF



Proximité et relation au cœur d'un réseau multi-spécialiste



APEF est reconnue par le monde professionnel comme une **entreprise sérieuse, compétente et attentive à ses salariés autant qu'à ses clients**. Pionnière du secteur, elle a acquis un **savoir-faire unique** et travaille chaque jour à développer la dimension relationnelle au sein de son réseau, élément clé de son positionnement. **84 % de ses clients se déclarent ainsi satisfaits de ses services.**

Certifiée AFNOR pour la qualité de ses prestations, elle a fait de la proximité la clé de voûte de son offre. Ainsi, entre ses clients et ses intervenants, il s'agit d'abord d'une rencontre avant d'être une transaction commerciale. Chez APEF, pas de numéro vert : si un client souhaite contacter son agence, il peut la joindre directement sans passer par un call center. Cette proximité se traduit également par des intervenants qui se trouvent, pour la majorité d'entre eux, à moins d'un quart d'heure du domicile de leurs clients.

Réseau multi-spécialistes, **APEF intervient dans tous les domaines qui touchent au bien-être et au confort des personnes**. Elle développe à leur intention une large palette de services.

Porter une attention particulière à chaque personne



Société généraliste à l'origine, elle a acquis au fil des ans une très forte expertise sur les plus de 50 ans, qui constituent désormais la majorité de sa clientèle. Ces personnes aspirent principalement à avoir plus de temps libre, en déléguant des tâches chronophages ou pénibles, comme le ménage, le repassage, les courses, etc. Elle intervient également auprès de personnes dépendantes, avec des aidants formés à cet accompagnement spécifique.

Il y a 2 ans, APEF a pris un nouveau virage en refondant sa plate-forme de marque, afin de renforcer l'attractivité de son réseau et de solidifier ses fondamentaux. **Experte sur le soutien aux seniors, elle souhaitait ainsi mieux faire ressortir sa mission, à savoir, dédramatiser et réenchanter cette période de la vie.**

Parce qu'elle prône le droit de chacun de pouvoir revendiquer sa singularité et refuse la stigmatisation liée à l'âge, APEF attache une grande importance à la **personnalisation des prestations qu'elle délivre**. Ainsi, chaque client bénéficie d'une attention particulière. Ses préférences, ses envies, ses manies sont prises en compte et c'est toujours le service qui s'adapte à la personne et non l'inverse.

# APEF chiffres clés



12:30

80%



26 ans d'expérience  
Franchiseur depuis 2006

Certifié NF SERVICE  
depuis 2004



Plus de 80 agences en France

30 000 clients



3 000 salariés



63 franchisés

2,5 millions d'heures  
réalisées en 2018



84 % de clients satisfaits en 2018



28 000 missions confiées en 2018  
par ses partenaires

50 millions d'euros de chiffre  
d'affaires en 2018





**apef**  
SERVICES À LA PERSONNE



**Contact Presse :**

L'Agence Marie-Antoinette  
Fanny Collinet : 01 55 04 86 42  
fanny@marie-antoinette.fr

**Marie-Antoinette**  
RELATIONS PUBLIQUES

