

# VIEILLIR SOUS PRESSION... MYTHE OU RÉALITÉ ?

Les Laboratoires Expanscience dévoilent les résultats de leur Observatoire « Âge & Société »

Une grande enquête BVA Xsight qui révèle le regard acerbe que la société porte sur l'âge et décrypte les injonctions entendues par 76 % des Français de plus de 45 ans

## CES INJONCTIONS QUI NOUS FATIGENT AVANT L'ÂGE

« Courir, c'est plus de ton âge »,  
« Les cheveux blancs, la bête noire des plus de 45 ans », « Changer de carrière à 50 ans, danger assuré »,  
« Quand les quadras ne supportent plus de faire la fête toute la nuit »...  
Quotidiennement et à tous les âges, les Français, et en particulier les femmes, font face à des injonctions sur ce qu'ils ou elles devraient (ou ne devraient pas) faire pour « bien vieillir ». Et si ces injonctions étaient le frein qui nous empêche de nous épanouir, de prendre soin de notre santé physique et mentale ?

Créé pour libérer la parole autour des premiers signes de l'âge, l'Observatoire « Âge & Société » des Laboratoires Expanscience dévoile et analyse ces injonctions pour lever les tabous autour du temps qui passe. Parce qu'il est temps de lutter contre

les stigmatisations pour en finir avec les diktats de la société, les Laboratoires Expanscience défendent le droit de chacun d'être acteur de son bien-être à tout âge.

**« Faire évoluer les regards sur l'âge et apporter une vision inclusive du bien-être avec l'âge, c'est la mission de l'Observatoire « Âge & Société » des Laboratoires Expanscience. »**

*Florence Pin, Directrice « Bien Vieillir » Laboratoires Expanscience, en charge de l'Observatoire « Âge & Société »*

## CONTACTS PRESSE

### Agence Angie

Pour en savoir plus sur l'Observatoire « Âge & Société » des Laboratoires Expanscience et recevoir le rapport BVA Xsight, contactez

**Julie Guédon :**

06 48 73 20 78

**Charlotte Rabilloud :**

06 62 03 28 34

**Mail :** [observatoire-expanscience@angie.fr](mailto:observatoire-expanscience@angie.fr)

# LA SOCIÉTÉ FRANÇAISE FABRIQUE DES COMPLEXES QUI ACCÉLÈRENT LE SENTIMENT DE VIEILLIR...

## 76 % 60 % 64 %

**des Français de plus de 45 ans ont déjà entendu des injonctions liées à l'âge**

Suite à ces injonctions, ils sont **52 %** à avoir déjà **renoncé à quelque chose** dans leur quotidien.

Des pressions à combattre pour que chacun ait le droit de vieillir comme il l'entend, sans se sentir opprimé ou scruté par la société, sans avoir l'impression de devoir répondre à des critères de beauté et de comportement souvent inatteignables et irréalistes.

**des Français ont peur de prendre de l'âge**

Cette peur s'exprime, pour 83 % des sondés, par la **crainte des changements physiques**, mais pas uniquement. Ces inquiétudes **fragilisent le bien-être et le quotidien**, dans leur ensemble : 42 % d'entre eux ont peur des **conséquences sur leurs conditions de vie**, telles que l'isolement, la perte de pouvoir d'achat, 42 % de l'impact sur leur place dans la société, tel que le fait d'être un poids pour ses proches, et 39 % redoutent de **subir une réduction de leurs capacités intellectuelles**, notamment la perte de mémoire.

**des 18/24 ans ont déjà peur de vieillir**

Ces angoisses, qui apparaissent d'ailleurs plus tôt chez les femmes, sont **renforcées tout au long de leur vie par une pression constante de la société**. Preuve en est, **66 % des femmes et 54 % des hommes ont peur de vieillir**. Si on peut considérer que ces craintes touchent tout le monde, elles se traduisent différemment, en fonction du genre. Les changements physiques sont une crainte **deux fois plus élevée chez les femmes de 35 à 55 ans** (41%) que chez les hommes du même âge (27%).

# MALGRÉ L'ENVIE DE S'EN LIBÉRER, LES INJONCTIONS SUBIES IMPACTENT TOUJOURS 52 % DES PLUS DE 45 ANS

## 66 %

**des Français de 45/55 ans ayant ressenti le poids des injonctions déclarent vouloir vivre comme ils l'entendent (particulièrement les femmes, à 74 %)**

Une aspiration forte, pourtant décorrélée de la réalité, puisque la moitié d'entre eux (52%) ont dû renoncer à quelque chose dans leur quotidien suite aux injonctions subies. En clair, ces pressions ne disparaissent jamais totalement et restent un poids pour la moitié des plus de 45 ans qui les reçoivent. Pour les Laboratoires Expanscience, cette **libération est pourtant primordiale**. Parce qu'il **n'existe pas une seule façon de « bien vieillir »**. Parce que **l'âge ne doit plus être un frein au bien-être**. Parce qu'il est important de s'affranchir des attentes d'une société parfois un peu trop **anxiogène**.

## MÉTHODOLOGIE

L'Observatoire « Âge & Société » des Laboratoires Expanscience/BVA Xsight combine des méthodes qualitatives et quantitatives. Les recherches ont donc commencé par une phase exploratoire d'ethnographie digitale avant de passer à l'étude quantitative.

Pour cette dernière, 2 000 Français, âgés de 18 ans et plus, ont été interrogés pour former un échantillon représentatif de la population, selon les critères suivants : sexe, âge, profession de l'individu et de la personne référente du ménage, région et catégorie d'agglomération.

Étude menée en ligne, sur panel, du 20 au 30 septembre 2024.

**À propos de l'Observatoire « Âge & Société »** : Nous avons décidé

de lancer l'Observatoire « Âge & Société » parce que nous sommes une entreprise à mission, engagée pour la sensibilisation au bien-être de tous et à tout âge. Cet Observatoire est destiné à décrypter les injonctions liées à l'âge pour que chacun en accueille les premiers signes comme il l'entend et à son rythme, libéré de toute pression sociale. La première édition 2025 est réalisée en France, les suivantes seront déployées à l'international dès 2026.

### À propos des Laboratoires

**Expanscience** : On ne se donne pas à fond sans une bonne raison...

Les Laboratoires Expanscience sont une société à mission dont la raison d'être est d'aider chacun à façonner son bien-être, de l'enfance à la séniorité. C'est ce qui nous fait avancer, chercher,

innover depuis plus de 70 ans. Indépendants dans l'âme, nous sommes une entreprise française, 100 % familiale, avec des produits présents dans plus de 100 pays et des marques comme Mustela, Babo Botanicals, Piasclédine 300 et Lana. Pour nous, c'est clair : le bien-être des femmes et des hommes est indissociable de la santé de la planète et se trouve entre nos mains, à tous.

Notre impact positif sur la société et l'environnement est reconnu par la certification B Corp, et à travers notre programme de RSE « impACT » nous nous engageons à devenir une entreprise à impact positif et à visée régénératrice.