

Mythes et réalités autour d'une tranche d'âge encore trop peu prise en compte dans les réflexions marketing des marques destinées aux femmes...



Evelyne Redier



Maria di Giovanni

La cinquantaine, une aubaine ?

On nous annonce un tiers de seniors d'ici 2050. En un demi-siècle, l'espérance de vie a davantage augmenté qu'au cours des cinq millénaires précédents, une nouvelle quinquana naîtrait environ toutes les minutes ! Et à 50 ans, il reste encore de belles années à vivre : au moins trente ans d'après l'espérance de vie qu'on nous prédit. Une cible en pleine explosion ? Un nouvel eldorado ? Mais où sont-elles ? Que veulent-elles ?

Des millions de beauté à conquérir...

Formidable relai des marques, la presse magazine féminine est un miroir de notre société. Toute notre société ? Une lecture rapide nous indique que la moyenne d'âge des femmes choisies pour incarner en couverture l'image des titres est d'à peine... 30 ans ! Parmi les dizaines de journaux féminins, deux seulement ciblent

*Fondatrice de l'agence Conseil en Stratégie Higher Together

**Directrice associée de la Sorgem

les cinquantenaires : *Pleine Vie* et *Notre Temps*. Ce sont cependant curieusement des jeunes trentenaires qui nous parlent de retraite et de transmission de patrimoine. Ces "seniors" actifs et dynamiques n'ont pas une ride, forcément... à 30 ans ! Ce n'est qu'en ouvrant ces magazines que l'on peut voir des visages... plutôt sans âge, et lire des articles assez peu glamour sur les "traitements" à envisager à l'arrivée de la ménopause.

Impasse sur la séduction ?

Les magazines à fort tirage comme *Elle*, *Marie-Claire*, ou *Cosmo*, proposent des articles où les conseils beauté foisonnent mais sont à l'évidence destinés aux 18-30 ans. La séduction mise en scène est clairement orientée "jeune, belle, mince et sexy". Les cinquantenaires sont quasi-invisibles, bon nombre d'articles leurs sont en revanche destinés sur le thème de l'anti-âge (seul thème qui les intéresse ?), mais ce sont de jeunes visages bien lisses et lissés voire figés qui incarnent l'idéal de beauté à atteindre. A se demander ce qui est le plus séduisant... Une beauté jeune mais sans vie ou une beauté vivante même moins jeune ?

Star, riche et célèbre... sinon rien

Feuilletez encore, les femmes de 50 ans existent "belles" et bien... à travers nos stars, nationales et internationales. La cinquantaine s'expose quand elle est talentueuse et resplendissante, toute auréolée de lumière. Différentes icônes nous montrent la voie, autant de styles qui peuvent nous inspirer...

- Glamour hollywoodien/sensuel et sexy (Sharon Stone)
- Élégance à la française/chic et distingué (Ines de la Fressange)
- Humour pétillant/léger et impertinent (Victoria Abril)
- Brillante personnalité/intelligence et compétence (Claire Chazal)

Toutes ces femmes magnifiques nous font rêver et sont autant de modèles de réussite rayonnante, mais... dès lors qu'elles sont



A partir de 50 ans, faire 10 ans de moins, ne pas paraître son âge, est une quasi-nécessité pour éviter la mort sociale.

choisies pour incarner en publicité une marque de cosmétique... elles perdent miraculeusement 15 ans ! Photoshop passera par là.

Le devoir de rester jeune à tout prix...

Il y a une véritable injonction à rester jeune dans les discours sociaux, particulièrement relayée dans la presse féminine. A partir de 50 ans, faire 10 ans de moins, ne pas paraître son âge, est une quasi-nécessité pour éviter la mort sociale. Inciter les femmes (et de plus en plus tôt) à combattre sans relâche le moindre signe de vieillissement, avec des gestes de plus en plus techniques et experts, les amènent à une véritable fuite en avant. Certaines en viennent à se renier tant elles n'assument pas/plus leur âge : trop de référents idéalisés de femmes beaucoup plus jeunes les conduisent à une perte progressive d'identité. Or cette approche anti-âge hyper active et normée efface paradoxalement ce qui fait le charme particulier de cette cible : c'est le style, l'allure, la personnalité.

... Et le péché de l'avoir fait !

Paradoxalement, et c'est le comble, lorsqu'elles succombent à la tentation du bistouri, elles sont suspectées d'avoir vendu leur âme au diable pour un désir (dépassé ?) de plaire. Elles sont épinglées comme frivoles et superficielles et les critiques ne se font pas attendre "on tourne le dos à la nature, flirte avec le ridicule et vire à la caricature... quel dommage !".



Avoir 50 ans, c'est formidable ?

À lire certains articles, la femme serait au sommet de sa vie professionnelle, en maîtrise supposée de sa vie familiale, libérée des doutes et incertitudes liés à la jeunesse et tournée vers un à-venir radieux et riche de promesses ! Cette deuxième injonction se trouve assez vite contredite par la vraie vie qui n'épargne pas certaines femmes délaissées pour des plus jeunes. Il existe des entreprises peu tendres avec leurs effectifs plus séniors. D'autres impératifs plus sournoisement cités comme de rester dans la normalité de son âge, notamment en termes de sexualité (les cougars ne sont pas si bien vues que cela). Pour certaines à 50 ans, c'est "soit belle... mais marche à l'ombre !".

Ce cap de la cinquantaine peut durer 10 ans

Souvent mal dans leur peau et parfois dans leur vie, les femmes entre 45 et 55 ans ont à vivre leur ménopause, un bouleversement majeur. Arrive à ce moment la prise de conscience d'un irréversible vieillissement qui s'accompagne le plus souvent d'une réaction de rejet face au temps qui passe. Certaines femmes traversent une crise identitaire voire existentielle déstabilisante. Quelques-unes sont dans le déni de la réalité (moi ? Tout va bien, comme à 30 ans !), d'autres culpabilisent (que n'ai-je pas fait pour en arriver là ?). Presque toutes essaient de taire leur angoisse (qu'est ce qui va m'arriver maintenant ?). Il s'agit d'un âge où les femmes doutent d'elles-mêmes à tout point de vue.

La vie d'avant, la vie devant

On se trouve au milieu du gué, entre deux rives : plus très jeune mais pas encore vieille. Ce passage d'un état à un autre est comme une mue, une crise d'adolescence à l'envers. Un voyage inconfortable vers l'inconnu nourri de peurs plus ou moins conscientes et rarement avouées : la peur de se voir

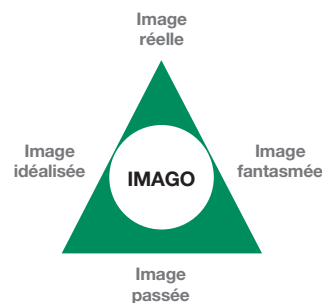
flétrir, souffrir, dépérir... mourir. À cet âge, la femme est souvent confrontée à la vieillesse de ses propres parents, de sa mère. Et dans certains cas, les rôles parents-enfants se renversent.

Suis-je encore désirable ?

Il y a un jour fatidique où rien ne va plus, on se regarde dans le miroir sans vouloir y croire, on ne se re-connait plus, on ne peut plus supporter son image... ni l'image de son âge. Arrive alors la grande tentation, alimentée par les discours sociaux qui en banalise la pratique, celle de la chirurgie ou de la médecine esthétique. On se dit qu'on pourrait s'offrir une nouvelle jeunesse, mais on sait qu'on ne rajeunira pas.

En réalité on cherche à se réconcilier avec soi-même, en réconciliant les différentes images de soi :

- l'image réelle, ce que je suis
- l'image passée, ce que j'étais
- l'image idéalisée, ce que je pourrais être
- l'image fantasmée, ce que je voudrais être



Ce concept d'imago développé dans le livre de H. Delmar et JF. Mattei *Philosophie de la chirurgie esthétique* est très juste. Ces deux chirurgiens plasticiens ont par ailleurs observé que si les femmes se crispent autant sur leur apparence, c'est qu'elles se sentent trahies : ce qu'elles voient dans le miroir ne correspond pas à ce qu'elles sont. Au delà de l'apparence physique, la ménopause soulève la question centrale de sa propre féminité. Suis-je encore une Femme si je ne peux plus donner la vie ? Si je ne peux plus jouer pleinement mon rôle face au Masculin ?

Femmes au bord au bord de la crise de nerfs

Loi d'être un long fleuve tranquille, la cinquantaine est un bouleversement physico-psycho-émotionnel majeur. Il faut savoir décoder beaucoup de non-dits pour comprendre toute la palette des émotions qu'une femme peut ressentir parfois dans la même journée : malaise, tristesse, nostalgie, appréhension, crainte, anxiété, angoisse, peur, découragement, déprime, abattement, honte, et au final une certaine colère face à son impuissance face à l'implacable sablier. "O rage, O désespoir, O vieillesse ennemie !".



Désespoir ou des espoirs ?

"*Le beau sexe*" est un essai très intéressant réalisé récemment par Sophie Combes sur la beauté vue par les femmes. A travers un voyage sur les cinq continents elle a interrogé des dizaines de femmes de tous horizons sociaux. Il en ressort que la beauté repose sur 7 critères universels : une véritable confiance en soi, un corps habité, de l'expressivité, une intelligence émotionnelle, une certaine harmonie de proportion, une finesse, et le "bon" poids (celui qui nous va !). Et s'il existe bien évidemment des différences culturelles dans la vision de la Beauté, il apparaît de façon très claire que la jeunesse n'est jamais un critère de beauté cité par les femmes... même par les plus jeunes ; la plupart avouant même que "*la jeunesse est loin d'être le plus bel âge de la vie*". La beauté ouvre des portes certes, mais n'est pas une fin en soi, ce qui compte en revanche c'est séduire, être regardée, remarquée, distinguée.

Comment séduire et (re) conquérir cette cible ?

En tant que professionnels du marketing, et au-delà de l'opportunité de conquérir une nouvelle clientèle importante via ce phénomène de l'allongement de la durée de vie, nous avons également un devoir de changer de posture, de discours et de relation avec ces milliers de femmes en attente, sur le fond, de davantage de considération. "*La ménagère de moins de 50 ans*" a vécu... Les instituts d'études et les marques doivent cesser

de considérer que le point de vue des femmes de 50 ans est négligeable ou peu pertinent. Certaines méthodes d'investigation de la cible gagneraient à être repensées en privilégiant l'émotionnel, le non verbal et l'expression des fantasmes et des pulsions : l'entretien à domicile en face à face, la transposition, le dessin, les reportages photos, l'écriture... leur potentiel créatif se révèle très important : elles peuvent exceller dans les techniques projectives, les jeux de rôles, les exercices d'improvisation théâtrales... Nos cinquantenaires seraient mieux comprises si elles n'étaient plus abordées de façon massive, juste comme une tranche d'âge, mais dans la diversité de leurs styles de vie, de leurs situations, de leurs aspirations...

A les écouter lors des tables rondes voici quelques pistes de réflexion :

- Sortir du *double bind* qui naît de la pression à "être une autre", toujours plus jeune, toujours plus belle, et de la culpabilité qui découle de l'avoir fait : superficielle, monstrueuse, ridicule...
 - Reconnaître et valoriser la diversité et la richesse de leur expérience comme un atout de séduction... Mais aussi pour que s'exprime la profondeur de leur univers émotionnel en montrant tout ce qui ne vieillit pas, plutôt que ce qui vieillit ;
 - Remettre au cœur des images possibles de la féminité ce qui fait le charme de cette tranche d'âge : l'élégance, l'allure, le style, l'expérience, le caractère ;
 - Recréer un lien bienveillant, en particulier dans l'univers de la beauté plutôt, que d'éviter leur présence comme si elles étaient un "défaut" avec lequel il faut bien composer ;
 - Réapprendre à les écouter, sans condescendance ni apitoiement, en valorisant ce que leur énergie et leur pulsion de vie révèle de jeunesse ;
 - Réinscrire leur présence, leurs désirs et leur façon d'habiter le temps dans la façon dont sont conçues les offres marketing qui leur sont destinées, et reconnaître leur légèreté, leur humour, leur capacité de distanciation ;
- Les femmes de plus de 50 ans peuvent aussi être des modèles et vivre leur relation aux femmes plus jeunes (et vice versa) à travers d'autres modalités que l'envie, la compétition. ■

La beauté repose sur 7 critères universels : une véritable confiance en soi, un corps habité, de l'expressivité, une intelligence émotionnelle, une certaine harmonie de proportion, une finesse, et le "bon" poids (celui qui nous va !).