

1 FRANÇAIS SUR 2 ESTIME QUE LE LIEN ENTRE GÉNÉRATIONS CONTINUERA DE S'AFFAIBLIR AU COURS DES 20 PROCHAINES ANNÉES

d'après une étude menée avec l'institut Harris Interactive pour Orangina Suntory France du 5 au 7 juin 2018.

VERS LA FIN DES RELATIONS ENTRE LES JEUNES ET LEURS AÎNÉS ?

À l'arrivée de l'été et à l'approche des vacances en famille, Orangina Suntory France s'est intéressée aux relations qui existent entre les Français de différentes générations : millennials, générations X, séniors.

Parmi les questions soulevées, quelle importance accordent-ils au lien entre les générations ? Quelle est l'évolution de ce lien intergénérationnel au cours des dernières années ? Quelle place les cafés, bars et restaurants occupent-ils dans la création et l'entretien de ce lien clé de la cohésion sociale ?

A ce titre, ils sont plus de 6 Français sur 10 à considérer l'organisation plus fréquente de rencontres dans des bars et cafés comme une bonne solution pour renforcer les liens entre les générations.

Et parce qu'Orangina Suntory France souhaite plus que jamais participer au renforcement de ce lien, l'entreprise dévoile aujourd'hui l'opération digitale #ZestonsEnsemble et invite les Français à partager un moment de convivialité avec leurs proches à la terrasse d'un bar/café ou d'un restaurant.

La transmission, le maître mot pour préserver le lien intergénérationnel

Si les Français prennent plaisir à se retrouver pour partager un moment de convivialité, **la majorité d'entre eux (59%) pensent que les relations qui les lient aux autres générations se sont distendues durant ces 20 dernières années.**

Ainsi, ces Français ont la sensation de partager **moins de goûts et de convictions** avec leurs aînés ou leurs cadets qu'avant (54%), et estiment qu'ils ont **moins de moments d'échanges et de discussions** avec les autres générations que quelques années auparavant (53%).

Malgré cela, il existe un élément clé permettant de renforcer les liens entre les générations : la transmission de savoirs. En effet, **les Français sont unanimes et estiment à 91% que leurs aînés ont des choses à leur apprendre. Ils sont également convaincus à 87% qu'il est de leur devoir de transmettre leurs connaissances à leurs cadets.**

Les Français semblent également s'accorder sur **la sympathie qu'inspirent ces différentes générations** : 88% d'entre eux trouvent que ce qualificatif correspond bien aux générations de personnes plus âgées, et 79% trouvent qu'il correspond bien aux générations suivantes.

Cependant, les liens entre générations semblent s'effriter au fil des années. Malgré l'optimisme des 18-24 ans qui sont plus d'un quart (27%) à penser que les liens intergénérationnels vont se renforcer au cours des 20 prochaines années, **1 Français sur 2 pense que ces liens continueront de s'affaiblir sur cette même période.**

Bars, cafés, restaurants : leviers de cohésion entre les générations

Les Français s'accordent sur l'utilité de former davantage les plus âgés aux outils du numérique avec l'aide des plus jeunes (89%), ce qui leur permettrait de rester en contact et d'échanger plus régulièrement, ou encore d'organiser davantage de weekends en famille (87%). Mais **pour près de deux tiers des Français (63%), la bonne option pour renforcer les liens serait de se retrouver plus souvent dans les cafés et les bars. Ce qui est d'autant plus marqué chez les moins de 35 ans qui sont 69% à partager cet avis.**

Si pour 90% des Français le restaurant est le lieu idéal pour passer un bon moment avec des membres de leur entourage issus d'autres générations, et que pour 75% des moins de 35 ans les cafés et bars apparaissent également comme des lieux de retrouvailles privilégiés, ils ne sont que 44% à déclarer s'y rendre régulièrement avec des proches d'âges différents.

Pourtant, parmi ceux qui se retrouvent régulièrement autour d'une table avec d'autres générations, ils sont plus de 8 Français sur 10 à dire qu'ils passent de bons moments conviviaux. Que ce soit pour un anniversaire (68%), une fête (63%) ou même en vacances (61%), ces Français saisissent toutes les occasions pour entretenir les liens entre générations dans ces lieux de vie souvent animés, chaleureux et à l'ambiance détendue. Près de 6 Français de moins de 35 ans sur 10 (57%) en ont même fait une habitude hebdomadaire ou mensuelle de retrouvailles avec leurs aînés ou les plus jeunes.

Avec l'opération #ZestonsEnsemble, Orangina Suntory France s'engage pour renforcer les liens entre générations

À l'arrivée de l'été, **Orangina Suntory France**, le leader des boissons aux fruits en France qui fait pétiller la vie et les sens, **s'engage pour renforcer le lien intergénérationnel qui semble s'effriter depuis ces 20 dernières années.**

A l'instar des 42% des 18-24 ans qui souhaiteraient se retrouver plus fréquemment dans un café, un bar ou un restaurant pour partager de bons moments avec leurs proches d'autres générations, Orangina Suntory France donne aux Français une très bonne occasion d'entretenir les liens.

Avec Orangina, la marque de soft-drinks préférée des Français¹ et la plus transgénérationnelle du marché², l'entreprise organise du 21 juin au 1 juillet 2018 sur son compte Instagram @OranginaSuntoryFr le jeu #ZestonsEnsemble.

Parce que cette marque, synonyme de convivialité, est née dans les cafés, **Orangina Suntory France invite ainsi les Français à se rendre en terrasse de leurs bars, cafés et restaurants préférés pour profiter avec leur entourage d'un agréable moment intergénérationnel autour de la petite bouteille boule.**

Il ne restera plus qu'à immortaliser ces instants partagés et à publier ses plus beaux clichés accompagnés du hashtag #ZestonsEnsemble pour **tenter de remporter un week-end pour 8 personnes à Séville, la ville des mille et un orangers !** De quoi renforcer, entre amis ou en famille, les liens entre générations.

Méthode de l'étude

Cette enquête a été réalisée par Harris Interactive, en ligne du 5 au 7 juin 2018 sur un échantillon de 1 000 personnes représentatif des Français âgés de 18 ans et plus. La méthode des quotas et des redressements ont été appliquées aux variables suivantes : sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle et région de l'interviewé(e).

À propos d'Orangina Suntory France

Orangina Suntory France, appartenant au groupe familial Suntory, est leader des boissons aux fruits sur le marché français et a réalisé un chiffre d'affaires de 870 millions d'euros en 2017. L'entreprise s'appuie sur plus de 1200 collaborateurs passionnés par leur métier, qui font vivre des marques aussi incontournables que Orangina, Oasis, Schweppes, Pulco, Champomy ou encore MayTea. À base de fruits ou de plantes, pétillantes ou plates, au goût sucré ou amer, les boissons proposées par Orangina Suntory France sont élaborées en France sur l'un de ses 4 sites de production en s'appuyant sur une dynamique d'innovation continue portée par une R&D française.

Orangina Suntory France est attachée à promouvoir une activité et des modes de vie positifs et durables, dans le respect de l'environnement et des hommes.

Plus d'informations sur www.oranginasuntoryfrance.com

Contacts Presse : Matriochka Influences

Alix Bonnet – alix.bonnet@mtrchk.com – 06 99 45 86 45

Claire Chaput – claire.chaput@mtrchk.com – 06 78 01 63 65

¹ Etude CSA Baromètre Image Mars 2018

² Consommée par près d'un foyer sur quatre – Source Kantar 2016