

Grand angle

Enquête Atlanta

La santé fait le bonheur des Marocains

● La santé, le culte et la famille sont les principaux indicateurs du bonheur pour les Marocains. La première étude effectuée pour le compte de la compagnie d'assurance, Atlanta, sur le bonheur a montré également que les sources du bonheur diffèrent d'une génération à l'autre.

LE MANQUE DE BONHEUR DIFFÈRE FORTEMENT D'UNE GÉNÉRATION À L'AUTRE

BABY BOOMERS	GÉNÉRATION X	GÉNÉRATION Y
<ul style="list-style-type: none"> • Pèlerinage : 69% • La santé : 38% • L'argent : 36% 	<ul style="list-style-type: none"> • Pèlerinage : 66% • L'argent : 37% • La santé : 24% 	<ul style="list-style-type: none"> • L'argent : 45% • Le mariage : 39% • Pèlerinage : 38%
<ul style="list-style-type: none"> • Le mariage de mes enfants : 19% • Le travail : 6% • Les enfants : 6% • Le mariage : 4% 	<ul style="list-style-type: none"> • Les enfants : 12% • Le mariage de enfants : 11% • Le travail : 10% • Le mariage : 8% 	<ul style="list-style-type: none"> • Le travail : 28% • La santé : 26% • Les enfants : 23%

SOURCE : IPSOS

Et non, ce n'est pas l'argent qui fait le bonheur des Marocains ! L'étude sur le bonheur menée par l'Institut international de sondages, Ipsos, pour le compte de la compagnie d'assurance Atlanta, a révélé que la tranquillité d'esprit, la santé et le culte sont les principaux composants du bonheur. L'argent ne se place qu'en quatrième position. Effectuée sur un échantillon représentatif de 2.100 Marocains, âgés entre 25 et 65 ans, toutes catégories socioprofessionnelles confondues, dans 8 villes du royaume, zone rurale y compris, l'étude a montré que la tranquillité d'esprit reste le facteur déterminant du bonheur, avec 36% des sondés qui y accordent une importance capitale, suivie de la stabilité avec 15%. Or, 14% des sondés définissent le bonheur par l'argent. Le travail et le mariage représentent une part pas très significative. Ainsi, la majorité des termes utilisés font allusion à la personne et sa relation avec soi-même. « Ces résultats démontrent que le bonheur chez les Marocains, comme dans toutes les définitions universelles, reste forte-

ment liés à la quête de soi-même. La relation avec autrui vient en seconde position », explique Nabil Abouzaid, directeur général d'Ipsos. De son côté, Amal Chabach, psychothérapeute et sexologue, a souligné que la raison de cette résultante réside dans le fait de ressentir un état de calme intérieur indispensable à la perception extérieure de la joie de vivre. Quant aux sources du bonheur, la santé s'accapare la part du lion avec 96%.

La perception du bonheur diffère selon les générations et la classe sociale.

Elle reste la condition de base pour accéder au bonheur. À la grande surprise générale, le culte a été évoqué à hauteur de 80% des interviewés. La famille représente 70%. L'enquête a toutefois dévoilé que ces trois sources de bonheur varient légèrement en fonction de

la classe sociale et des générations. En effet, pour mieux cerner les données récoltées, l'étude a procédé à une segmentation délimitant ainsi trois catégories : les baby boomers (de 55 à 65 ans), la génération X (de 37 à 54 ans) et la génération Y (de 25 à 36 ans). Il en ressort ainsi que la première catégorie est la plus attachée à la religion. En revanche, pour les rapports avec la famille, plus la classe sociale est inférieure, plus la famille gagne de l'importance. Pour sa part, Ahmed El Boukili, professeur universitaire en études islamiques, ce pourcentage pour le culte traduit la profondeur spirituelle de la personnalité marocaine, qui en dépit de la modernisation de la société, demeure une personnalité attachée à l'histoire avec toutes ses connotations religieuses. Toujours en matière de religion, l'aumône et le jeûne sont les actions qui procurent le plus de bonheur aux Marocains. En effet, 87% des interrogés expriment une joie lorsqu'ils donnent l'aumône ou

En matière de religion, l'aumône rend heureux plus de 87% des Marocains.

la zakat et 85% parmi eux plébiscitent le jeûne. La prière quant à elle arrive en 3^e position avec 68% pour la prière collective et 56% pour la prière individuelle. Le pèlerinage n'est pas en reste. Il figure également parmi les sources de bonheur avec 14%. En ce qui concerne l'argent, les Marocains affirment que l'argent constitue un élément primordial pour le bonheur. D'ailleurs, ils étaient 49% à répondre favorablement à l'importance de l'argent pour le bonheur. Pour ce qui est des relations avec la famille, la perception de cette source de bonheur change considérablement d'une catégorie à l'autre. En effet, l'étude a montré que pour la génération Y, le bonheur passe par la bénédiction des parents (92%), suivie par la réputation : qu'on dise du bien de moi (86%), la reconnaissance du conjoint détiend 46%. Pour la génération X, la réussite des enfants se place en tête de liste (48%). Ainsi, il ressort que les liens familiaux demeurent prépondérants pour l'ensemble des générations. « Les résultats de cette étude, dans leur volet sociologique, dévoilent à la fois les peurs et les attentes des Marocains. Ils ont également montré la prédominance individualiste et la monétisation des relations sociales », indique Abderrahim El Atri, sociologue. L'enquête sur le bonheur n'a pas omis de dresser ce qu'on appelle communément la « Generation Gaps » ou l'écart des générations. Il en ressort que pour la catégorie des baby boomers, l'accès au bonheur réside dans le pèlerinage et la santé. Alors que pour la génération X, l'accès au bonheur se situe dans le pèlerinage. Pour la génération Y, c'est l'argent qui manque pour combler son bonheur. In fine, cette étude a permis à la compagnie marocaine de collecter une mine d'informations qu'elle voudrait exploiter, d'où l'idée de créer un observatoire du bonheur. Ce dernier va publier de manière régulière des communications pointues sur le sujet. Atlanta a également saisi l'occasion pour changer de signature. Désormais, la compagnie opérera sous le slogan « L'assurance de vivre mieux ». Pour les dirigeants, cette signature reflète le nouveau positionnement de la compagnie qui ambitionne de contribuer au bonheur des assurés. ●

PAR MARYEM OUAZZANI
m.ouazzani@leseco.ma