

Pourquoi le vieillissement de la population est aussi une chance pour l'économie



Grand spécialiste en médecine gériatrique et en gérontologie, le professeur Gilles Berrut nous rappelle dans cet ouvrage combien il est urgent de changer notre regard sur l'avancée en âge, bousculant les idées reçues et les consciences. Non le vieillissement n'est pas nécessairement un déclin et oui, la société a besoin de ses séniors. Extrait de "Les papys qui font boom" de Gilles Berrut, publié aux Editions Solar (2/2).

Avec Gilles Berrut

Le nombre élevé de personnes âgées, leur relative solvabilité et leur forte demande de services et de biens permettent d'imaginer qu'il s'agit là d'un segment de croissance de l'économie. Pour l'État, la silver économie est l'économie au service des âgés ; pour d'autres acteurs, il s'agit d'une filière industrielle, appelée également « marché des seniors », qui recouvre tous les produits et services destinés à des personnes de plus de 60 ans. Ces deux définitions montrent bien les deux grandes tendances pour ce champ d'activité économique. De la première, on peut déterminer l'ensemble de ce qui se fera au bénéfice direct ou indirect des personnes âgées et en vue de leur qualité de vie. La deuxième définition décrit directement des produits et des services qu'on veut leur voir acheter.

Les opportunités de nouveaux produits et de services innovants pour personnes âgées sont réelles, mais la plus grosse partie de l'activité de cette filière sera sans doute liée aux investissements réalisés par les collectivités ou à la reconversion de filières industrielles déjà existantes (agroalimentaire, tourisme, transport) pour prendre en compte la transition démographique. Les secteurs concernés recouvrent, entre autres, les établissements pour personnes âgées, les services à la personne, l'aide à domicile, l'habitat, les communications, les transports, la sécurité, les loisirs, le tourisme, les mutuelles, les instituts de prévoyance et les assureurs.

De nouvelles activités sont nées du développement numérique et des portables connectés à distance, qui peuvent enregistrer des alertes au domicile (grâce à des capteurs de chute) ou transmettre des informations à une aide ou à un soignant, garder en mémoire les visites des différents intervenants et leur permettre de communiquer entre eux. Et c'est sans compter toutes les possibilités de croiser ces applications dans des domaines très variés grâce aux Smartphones.

Cette approche économique est commune à tous ceux qui visent de nouveaux marchés : elle utilise toutes les techniques du marketing pour bien connaître la population et pour cibler les attentes de celle-ci, ses possibles refus ou achats par exemple. Elle utilise aussi les moyens de communication, de publicité, de promotion. La plupart des documents réalisés par des organismes d'animation des entreprises emploient le même mode opératoire que pour tout nouveau marché, en n'oubliant pas de mettre la photo d'un beau senior aux cheveux blancs sur la couverture. L'analyse est très souvent dominée par un ensemble de chiffres qui montrent l'augmentation quantitative des futurs acheteurs... et de leurs moyens financiers ! Cette vision est bien accueillie dans les milieux de l'animation économique des chambres consulaires, qui ont l'habitude de travailler avec les entreprises en usant de techniques rodées de description des nouveaux clients ou des nouveaux usages. Les collectivités locales, soucieuses d'aider les entreprises, admettent qu'une opportunité est toujours bonne à prendre dans cette période de faible croissance. Il se met alors en place des animations avec remise de prix, jury d'excellence, promotion d'un lauréat afin de faciliter « ce nouveau marché ». En fait, cette manière de présenter la silver économie n'a de novateur que le langage positif sur les personnes âgées. Tout le reste relève des techniques habituelles d'animation économique.

