

Silver économie : un eldorado de boomers geeks ?

Par Pascal Rabiller | 07/03/2016, 12:12 |



La ministre "baby boomeuse", Michèle Delaunay s'est servie de son propre exemple pour évoquer le potentiel de la silver économie et les atouts que pouvaient potentiellement représenter les innovations tous azimuts en direction de ces consommateurs. (Crédits : Appa - Thibaut Moritz) A l'occasion du Forum Santé Innovation, organisé par La Tribune Bordeaux, une ancienne ministre, Michèle Delaunay, et Luc Broussy, président de France Silver Eco, auteur d'un rapport interministériel, entourés d'acteurs de l'économie (Jean-Paul Di Cristo, Jérôme Faggion, Nadia Frontigny et Laurent Soccorsi) se sont penchés sur le potentiel économique de l'arrivée dans le marché des seniors de la génération "baby boom".

Quand une "baby boomeuse" analyse le comportement de ses contemporains face aux innovations technologiques et qu'elle a été ministre en charge des Personnes âgées et de l'Autonomie, généralement, on l'écoute.

C'est ce qui s'est passé lors de la session de travail consacrée au thème "Silver économie, l'innovation au service d'un enjeu majeur" du Forum Santé Innovation de Bordeaux.

Après avoir assisté à des présentations de services et produits dédiés aux personnes âgées (Projet eDomSanté, par Gérald O'Brien, PDG de Rhadius, Nathalie Quenel-Tueux, Institut Bergonié, et Marie-Noëlle Billebot, de l'Agence régionale de santé pour le projet Territoire de soins numériques), cette ministre "baby boomeuse", Michèle Delaunay, s'est servie de son propre exemple pour évoquer le potentiel de la silver économie et les atouts que pouvaient représenter les innovations tous azimuts en direction de ces consommateurs.

1 Baby boomers = fin de la fracture numérique ?

"Nous sommes de la première génération d'anciens capables de se débrouiller avec les technologies modernes. Nous avons vu arriver Internet, les mails, les téléphones intelligents, le e-commerce... alors que nous étions encore dans la vie professionnelle. Nous savons nous servir des outils et services qui sont ou seront mis à notre disposition", souligne la ministre déléguée aux Personnes âgées et à l'Autonomie entre mai 2012 et mars 2014. Nous incarnons la fin de la fracture numérique du champs de l'âge", explique l'ambassadrice de la silver économie.

Une analyse partagée par Luc Broussy, président de France Silver Eco (ex-CNR Santé), structure étatique qui vise à fédérer les acteurs de solutions et produits numériques innovants dévolus à la silver économie et au vieillissement actif.

Auteur d'un rapport (commandé à l'époque par la ministre Delaunay) sur cette économie, Luc Broussy précise :

"En accolant innovation et vieillissement, la ministre déléguée et nous avons changé la politique publique. Avant on parlait uniquement de gestion de la dépendance. C'était anxiogène. Mais depuis trois ans, et depuis qu'on parle de silver économie, le paradigme a changé. Nous construisons un nouveau pacte entre les générations. Les baby boomers sont, par rapport à leur longévité et aux innovations numériques, une génération éclairée."

2 0,25 % de croissance/an d'ici à 2020

Et la ministre de rebondir :

"Les femmes savent qu'une fois à la retraite elles ont trente ans à vivre en moyenne. C'est une troisième vie qui nous est offerte, une vie active qui rend obsolète la vision d'un vieillissement = coût. Le vieillissement est une nouvelle économie, capable de générer 0,25 points de croissance/an et 300.000 emplois d'ici à 2020 !"

La silver économie existe déjà, mais il faut en assembler ses différents acteurs, les grandes entreprises comme les startups et "c'est l'articulation entre tous ces acteurs qui crée l'économie", selon Luc Broussy.

Nadia Frontigny, vice-présidente Care Management d'Orange Healthcare, ne dit pas le contraire en évoquant le rôle d'Orange dans le domaine du bien-être et des synergies qui existent entre le groupe de téléphonie et de jeunes pousses innovantes qu'il soutient.

La startup Symbio System, représentée lors du Forum Santé Innovation par son DG, Laurent Soccorsi, est, elle, soutenue par Bordeaux Unitec.

Cette société propose des outils d'aide au maintien à domicile, simples, adaptés et accessibles à des personnes dont les capacités cognitives sont amoindries. Symbio System a notamment développé un système centré sur la télévision, détectant les situations anormales, capable de prévenir le personnel médical ou un proche, mais qui permet également de maintenir les liens sociaux (messagerie, visio...). Tout se pilote avec la télécommande et ne nécessite aucun apprentissage.

3 Un marché qui existe... mais qui est peu actif

Ce jeune dirigeant pose une analyse contrastée par rapport aux intervenants institutionnels présents à Bordeaux.

Pour lui, "la silver économie est un marché naissant mais encore peu actif. L'écosystème est très riche, notamment en startups, beaucoup d'outils sont proposés mais peu se vendent. J'identifie deux écueils majeurs : une problématique de confiance des personnes âgées dans les produits innovants, et les dispositifs de normalisation encore balbutiants, qui ne permettent pas au consommateur d'être guidé dans son choix."

Michèle Delaunay estime, quant à elle, que le problème de confiance peut aussi venir de l'économie à l'égard des personnes âgées.

Elle estime "incroyable que les banques ne prêtent pas après 70 ans ! Nous avons en moyenne encore 15 ans à vivre, des revenus fixes, généralement du patrimoine... Les banques ne risquent rien ! Il est surprenant qu'aucun consommateur de plus de 70 ans n'ait encore saisi la Cour européenne pour discrimination... Nous devons absolument changer les idées, faire évoluer les mentalités. A l'image de la banque, tous les secteurs doivent être sensibilisés aux opportunités liées au vieillissement et besoins de consommation et d'investissement de personnes concernées !"

Des opportunités que connaît bien Jean-Paul Di Cristo, fondateur du groupe Synergies@venir. S'il précise que sa société de services à la personne n'est pas un acteur innovant en matière de technologies.

Synergies@venir reste "une société en pointe en matière d'innovation sociale. La techno est bien au service des usagers, mais pour nous, l'innovation est d'abord portée par nos aides à domicile. Nous faisons évoluer notre modèle en permanence dans le domaine qui est le nôtre : l'économie sociale et solidaire... C'est dans la qualité du service et la permanence des actions que nous innovons."

4 Pas une mais des silver économies

L'innovation, numérique celle-là, fait partie de l'ADN de Maincare Solutions (57 M€ de CA, 500 salariés). Cette société bordelaise est un acteur majeur français de l'e-santé et de la gestion numérique du parcours de santé du patient dans les hôpitaux. Représentée par Jérôme Faggio, directeur business développement, Maincare Solutions annonce désormais se positionner sur le secteur de la télé-santé, du maintien et donc de la silver économie. La société consacre 25 % de son chiffre d'affaires en recherche et développement...

"La silver économie est une innovation double : elle est technologique mais aussi sociale", résumait Michèle Delaunay. "Son potentiel est énorme et ce n'est surtout pas une économie de gogo, d'opportunistes. Les seniors sont informés, et il faut savoir leur montrer que ce qu'on tente de leur vendre leur est vraiment utile !"

Une déclaration qui rappelle les propos de l'économiste et conseil en stratégie Frédéric Serrière, un spécialiste de la silver économie, rapportés par La Tribune Bordeaux en janvier 2016 : celui-ci estime qu'il n'y a pas une, mais des silver économies.

"Pour moi la silver économie c'est deux approches, deux visions. La vision "marché du grand âge", celle des services à la personne, de la santé liée au grand âge, et puis la vision "marché des seniors", les plus de 60 ans. Le premier marché pèse 57 Md€ de CA par an, le second représente 90 Md€ de CA annuel. A mes yeux le plus intéressant, en matière de développement économique, c'est le marché des seniors. Au-delà de 75-80 ans, il existe une véritable fracture numérique entre nous. Elle ne permet pas le développement de nouveaux business."

5 Innover aussi en marketing pour "parler" aux baby boomers ?

Son analyse change radicalement dès qu'il s'agit du marché des seniors.

"Si l'on sait cibler ces seniors baby boomers sans oublier qu'ils ont, au moins, dix à douze ans de moins dans leur tête, son potentiel est énorme. Mais il faut avant tout se poser la question de savoir : qu'est-ce que ces baby boomers ont voulu et obtenu ? La réponse c'est : vivre le plus longtemps possible, en bonne santé. A cela, avec l'avancée en âge s'est ajoutée la volonté de rester de gros consommateurs de biens et de services, continuer des activités et vivre de nouvelles expériences."

L'innovation qui n'a pas été évoquée lors de cette table ronde du Forum Santé Innovation est sans doute celle qui est la plus fondamentale pour l'avenir de cette silver économie. **Il s'agit sans doute de l'innovation propre au domaine du marketing.**