

2049

S
ILVER ALLIANCE
Retraite.com

La “Silver révolution” est en marche

Comment les entreprises affrontent-elles le vieillissement inédit de la société ? Quelles sont leurs stratégies, leurs ambitions pour séduire le public senior ? La matinée organisée par “l’Obs” a tenté de répondre à ces questions

Par **ARNAUD GONZAGUE** – Photos **BRUNO COUTIER**

En 2030, 30% de la population française aura plus de 60 ans. Et actuellement, 54% des dépenses totales sont effectuées par les plus de 60 ans. Nous sommes tous concernés par le vieillissement de la population. » Le « nous » employé par Benjamin Zimmer en ouverture de la matinée « Silver révolution », organisée par « l’Obs » le 7 décembre dernier, concerne la société dans son ensemble, mais aussi, et surtout, les entreprises. Le directeur délégué de Silver Alliance, un écosystème regroupant une quarantaine d’entreprises proposant des produits et des services aux seniors, a rappelé que seuls « 5 à 6% » des sexagénaires, septuagénaires et plus se trouvent en Ehpad, dans un état de grande dépendance. « Les autres sont en bonne santé, ils consomment

et ont des envies différentes des jeunes. » « Nos produits et services ont-ils bien pris en compte ces clients ? » s’est-il interrogé. Avant de trancher : « Nous ne serions pas là à en débattre si c’était le cas ! » Tel était bien l’objectif des échanges de cette matinée : partager les bonnes pratiques entre entreprises, et sensibiliser celles qui n’ont pas encore saisi les enjeux de la transition démographique. « Il faut aussi faire comprendre à nos politiques qu’il y a encore beaucoup de choses à faire, et que les professionnels, dans l’ensemble des secteurs, ont aussi leur mot à dire sur le sujet », a pour sa part souligné Ludovic Herschlikovitz, fondateur du site Retraite.com.

Une femme politique avait d’ailleurs répondu à l’appel de cette matinée, en l’occurrence, Aurore Bergé. La ministre des Solidarités et des Familles a adressé une



▲ Guillaume Richard, président fondateur de Oui Care.



▲ Xavier Prin, directeur marketing et communication de BoursoBank.

vidéo à l’assemblée, dans laquelle elle a appelé la société française « à sortir de ces peurs, de ce déni [de la transition démographique], parce qu’ils nous empêchent de nous mettre à la hauteur de ce défi auquel nous sommes confrontés ». « Un défi plus grand que nous », auquel la ministre a promis de répondre par une loi de programmation sur le grand âge « qui sera votée avant la fin

**“LA SOCIÉTÉ DE LA LONGÉVITÉ
A BESOIN D’UN PETIT PEU
MOINS D’INGÉNIEURS
ET D’UN PEU PLUS D’ÉCOUTE.”**

—
SERGE GUÉRIN, SOCIOLOGUE



▲ Serge Guérin, sociologue, spécialiste de la « seniorisation » de la société.



▲ Isabelle Le Bot, directrice générale de La France mutualiste.

de l'année 2024 ». Mais si, au lieu de parler de vieillissement, on parlait de la « société de la longévité »? « Ce serait tout de suite plus sympa! » a estimé Serge Guérin, sociologue, directeur du pôle santé à l'Insee et auteur, entre autres, de l'essai « Silver génération » (Michalon). Au-delà de la sémantique, il a insisté sur le fait que la France vit une mutation qui « est d'abord une chance » dont, globalement, les entreprises n'ont pas suffisamment pris conscience. « Un tiers des jouets sont achetés par des retraités pour leurs petits-enfants. Pourquoi les vendeurs de jouets sont-ils des gens de 17 ans qui vendent à des personnes de 77 ans? C'est bête de chercher à tout prix à "rajeunir sa cible". » Car, a-t-il rappelé, la société de la longévité a davantage besoin d'entreprises attentives aux usages que de concepteurs de technologies compliquées, pour ne pas

dire superfétatoires. « Un petit peu moins d'ingénieurs et un peu plus d'écoute... », a résumé le sociologue.

“FAIRE ENSEMBLE”

Un mantra bien reçu par les trois interlocuteurs de la table ronde de cette matinée, et en premier lieu par Guillaume Richard. Le président fondateur du groupe de services Oui Care (comprenant, entre autres, la marque O2) et pilier de Silver Alliance, a exposé les priorités de ses 20 000 salariés, lorsqu'ils interviennent au domicile de personnes âgées. « Ils cherchent à faire ensemble, c'est-à-dire à faire avec les personnes au lieu de faire à leur place. On peut faire la cuisine ensemble, le ménage ensemble, même si, bien sûr, les professionnels réalisent les travaux les plus éprouvants. Mais il s'agit de faire en sorte que

les personnes continuent de se sentir utiles, d'être intégrées. » Et comme il demeure essentiel de laisser le temps à une relation humaine de s'installer, « nous refusons les prestations de moins d'une heure, qui ne sont bonnes ni pour les personnes ni pour nos salariés ».

“PRUDENCE ET LONG TERME”

Même attention du côté d'Isabelle Le Bot, directrice générale de La France mutualiste, vénérable groupe mutuel d'épargne-retraite, qui a pris la parole à la suite de Guillaume Richard. « Nous prenons garde à l'âge de nos clients et demandons à nos salariés d'adapter leur débit lorsqu'ils leur téléphonent : plus la personne est âgée, plus le débit sera modéré et plus on lui parlera fort. » De même, les contrats d'assurance et d'épargne sont rédigés dans des polices de caractères lisibles, et volontairement « en corps 20 ». Par ailleurs, bien consciente que certains seniors peuvent être les proies faciles de vendeurs sans scrupule, La France mutualiste forme ses équipes à détecter les éventuelles vulnérabilités et à se montrer précautionneux : « Nous ne sommes pas des “pousseurs de produits” », a-t-elle insisté. Car c'est d'abord une relation dans la durée, de grands-parents à petits-enfants, que son entreprise cherche à instaurer.

Une prudence et un sens du temps long également revendiqués par Xavier Prin, directeur marketing et communication de BoursoBank, banque en ligne du groupe Boursorama, qui s'est appuyée au départ sur une clientèle plutôt senior. « Nous essayons d'engager nos clients dans une démarche de long terme. Et si les plus âgés d'entre eux ont tendance à avoir des comportements plus prudents, à rechercher d'abord de l'épargne “de précaution” avant de passer éventuellement à autre chose, cela nous convient très bien. » Il a tenu à dire, par ailleurs, que les 60 ans et plus ne sont nullement rétifs aux interfaces informatiques, pas plus qu'aux innovations technologiques. BoursoBank envisage ainsi d'investir dans l'intelligence artificielle pour que celle-ci engage des conversations avec sa clientèle et propose des investissements tout aussi personnalisés. Le message est clair : la « Silver économie » a beau s'adresser aux anciens, elle n'est pas tournée vers le passé. ■

EN PARTENARIAT AVEC :

