

LE TEMPS

Silver Economy Mardi 26 mai 2015

La retraite est devenue une seconde vie pour les seniors

Par

Plus nombreux et plus riches, les aînés ont muté en consommateurs prisés par les firmes

Les Suisses vivent mieux et de plus en plus longtemps. Le nombre de personnes âgées de plus de 65 ans devrait doubler d'ici à 2060, passant de 17,6 à 28,3% de la population. Selon les projections de l'Office fédéral de la statistique (OFS), on comptera alors plus de 2,5 millions de seniors en Suisse.

Si elle est souvent crainte pour la pression induite sur le système des retraites, cette évolution démographique pourrait également ouvrir de nouveaux débouchés économiques.

Michel Oris, professeur à l'Université de Genève et directeur du Centre de gérontologie (Cigev), rappelle que l'espérance de vie était de 65 ans quand l'AVS a été votée en 1948. «Le système signifiait, cyniquement, le droit de se reposer avant de mourir. Depuis la Deuxième Guerre mondiale, trois mois d'espérance de vie ont été gagnés chaque année. La retraite, c'est une nouvelle vie qu'il a fallu inventer.»

Revenu de 6431 francs pour les «jeunes retraités»

Graziano Lusenti, consultant spécialisé dans les activités des caisses de pension, complète: «C'est un bouleversement sociétal qui n'est pas uniquement lié à l'allongement de l'espérance de vie mais aussi à l'introduction de l'AVS et à l'extension du système de prévoyance. Etre vieux n'est aujourd'hui plus synonyme de pauvreté.»

Vacances, loisirs, gadgets, les seniors sont devenus des consommateurs au même titre que les actifs. «Les retraités appartenant à la première génération qui a cotisé toute sa vie au deuxième pilier ont des revenus plus élevés que les 25-29 ans, précise Michel Oris. C'est peut-être la première fois de l'histoire que des seniors gagnent plus que des actifs.» Les ménages de retraités de 65 à 74 ans affichent en moyenne un revenu mensuel de 6431 francs. Selon les chiffres de l'OFS, les couples de retraités dépensent 598 francs par mois en loisirs et culture. Soit plus que les célibataires actifs qui se «contentent» de 438 francs. Globalement, le pouvoir d'achat des baby-boomers devrait attendre 15 000 milliards de dollars en 2020, selon Euromonitor. Autant que le PIB des Etats-Unis.

Cette manne est souvent désignée sous l'appellation de «Silver Economy» ou économie argentée, en référence aux tempes grises des seniors. Pourtant, les entreprises peinent encore à attirer ces nouveaux consommateurs. Pour Frédéric Serrière, spécialiste en stratégie et économie du marché des seniors, l'Europe s'est trop focalisée sur la gérontechnologie et les services de soins à domicile qui concernent les plus âgés d'entre eux. «La Silver Economy est beaucoup plus vaste. C'est sur les baby-boomers, pour la plupart en bonne santé et actifs, qu'il y a de vraies possibilités de croissance. Cette génération veut profiter de la vie et continuer à exercer les activités qu'elle a toujours

effectuées, malgré les années. Il faut pouvoir leur proposer des solutions.»

Les jeunes retraités se considèrent pourtant rarement comme des seniors. Pour Frédéric Serrière, il faut éviter d'être dans l'ultra-niche: «Personne ne va acheter du pain pour vieux. Il faut être plus subtil et communiquer sur les bénéfices, pas sur le public cible. Le groupe alimentaire français Charal a, par exemple, sorti un steak pour les «petits appétits». Il fait 80 grammes au lieu de 100 et est, surtout, plus tendre. Il faut éviter d'arriver avec un produit et dire: «Coucou, c'est pour vous les vieux!»

Adrià Budry Carbó

LE TEMPS © 2015 Le Temps SA