

UNIVERSITÉ MATEJ BEL DE BANSKA BYSTRICA
FACULTÉ D'ÉCONOMIE

**LES CONSEQUENCES DU VIEILLISSEMENT DE LA
POPULATION EUROPEENNE SUR LES ENTREPRISES**

Résumé en français

Ce travail a pour objectif d'essayer de comprendre et d'analyser les conséquences du vieillissement de la population européenne sur l'entrepreneuriat. En effet, l'augmentation importante du nombre de seniors en Europe est l'un des enjeux majeurs de l'économie et des entreprises pour les années à venir.

Pour mener à bien cette étude, nous nous aiderons de différents écrits scientifiques traitant du sujet, mais aussi de sites Internet.

Le vieillissement démographique est un enjeu majeur pour les entreprises pour les années à venir. En effet, il est important de comprendre que les entreprises risquent une baisse de productivité, mais aussi tout simplement un manque de main-d'œuvre dans les années futures. De plus, en vieillissant, les comportements d'achat des seniors changent. Il faudra donc aux entreprises s'adapter aux nouvelles demandes des seniors pour rester compétitives. Ainsi, dans ce travail, nous avons cherché à dresser un profil du consommateur âgé pour comprendre comment répondre à ses besoins. Aussi, bien que le vieillissement de la population soit source d'inquiétude au sein de l'Europe, nous avons pu constater que ce n'était pas une fatalité. En effet, c'est une réelle chance pour de nombreuses entreprises, qui pourront profiter de ce phénomène pour se développer. Dans ce travail, nous avons également vu qu'il existe de potentielles solutions à l'augmentation de la part de seniors.

Ce travail a donc pour but de chercher à montrer la dualité entre dangers et opportunités, au regard du vieillissement démographique européen. Ainsi, grâce à lui nous pourrions tenter de comprendre comment, en apprenant à gérer les changements liés au vieillissement de la population, il sera possible d'en atténuer les aspects négatifs.

Résumé en anglais

The aim of this work is to try to understand and analyze the consequences of the aging of the European population on entrepreneurship. Indeed, the significant increase in the number of seniors in Europe is one of the major challenges of the economy and the companies for the years to come.

To carry out this study, we have helped ourselves with various scientific writings dealing with the subject, but also with websites.

Demographic aging is a major challenge for companies for years to come. Indeed, it is important to understand that companies risk falling productivity, but also a lack of workforce in futures years. Moreover, becoming old, the seniors change their purchasing behavior. Therefore, it will be necessary for companies to adapt to the new demands of seniors in order to remain competitive. That's why we sought to identify the profile of the elderly consumer in order to understand how to meet his needs. So, although the aging of the population is a source of concern within Europe, we have seen this is not a fatality. Indeed, it's a real chance for many companies, which can take advantage of this phenomenon to develop. In this work, we also saw that there are potential solutions to the increasing share of seniors.

Therefore, the aim of this work is to show the duality between threats and opportunities arising from the demographic aging of Europe. Through it, we will be able to understand how, by learning how to manage the changes related to the aging of the population, it will be possible to attenuate the negative aspects on the businesses.

Résumé en slovaque

Cieľom tejto práce je pochopiť a analyzovať následky starnutia európskej populácie na podnikanie. Veľký nárast počtu dôchodcov v Európe je jedným z hlavných vyziev ekonomiky a vedenia podnikov počas budúcich rokov. Na vykonanie tejto štúdie budeme čerpať z odbornej literatúry zaoberajúcej sa touto témou, ako aj z internetu.

Starnutie populácie predstavuje pre podniky podstatný risk, najmä čo sa týka ich budúcnosti. Je dôležité pochopiť, že to môže viesť k zníženiu produktivity a teda k nedostatku pracovnej sily. Navyše nákupné návyky sa s vekom seniorov menia. Podniky sa teda budú musieť prispôbiť novým požiadavkam dôchodcov aby zostali konkurencieschopné. V tejto práci sme sa taktiež snažili zostaviť profil staršieho konzumenta pre lepšie chápanie jeho potrieb. Aj keď sa starnutie populácie v Európe stáva zdrojom obáv, môžeme konštatovať, že jeho následky nie sú výlučne negatívne. V skutočnosti je to reálna šanca pre veľký počet podnikov, ktoré môžu využiť túto situáciu pre ich vlastný rozvoj. V rámci tejto bakalárskej práce sme mohli takisto vidieť, že existuje mnoho potencionálnych riešení pre zastavenie rastu počtu seniorov v populácii.

Táto práca je teda zameraná na poukázanie na dualitu medzi hrozbami a príležitostami, ktoré prináša demografické starnutie na území Európy. Taktiež sa môžeme vďaka nej pokúsiť pochopiť, ako je možné znížiť negatívne aspekty tohto javu, vďaka informáciám o zmenách starnutia populácie.

Table des matières

Résumé en français.....	2
Résumé en anglais	3
Résumé en slovaque	4
Table des matières.....	5
Tables des tableaux et graphiques	6
Introduction	7
1 – Partie théorique	7
1.1. Le vieillissement de la population en Europe.....	8
1.2. Les causes du vieillissement de la population	10
1.3. La silver économie	13
2 – Partie Analytique.....	14
2.1 Le vieillissement de la population : un danger pour les entreprises	14
2.1.1. Une modification interne de la structure des entreprises	14
2.1.2. Vers une baisse de la productivité ?	17
2.1.3. S’adapter au vieillissement des salariés.....	19
2.2 Une nouvelle façon de consommer à laquelle les entreprises doivent s’adapter	21
2.2.1. Le profil consommateur des personnes âgées.....	21
2.2.2. Comment les entreprises devraient s’adapter à la façon de consommer des aînés	25
2.3 Le vieillissement de la population : une opportunité pour les entreprises	26
2.3.1. Développement des logements adaptés	27
2.3.2. Développement des secteurs médical et pharmaceutique	29
2.3.3. Développement des équipements spécialisés	30
2.3.4. Les autres secteurs pouvant profiter du vieillissement démographique européen	31
2.4. Les solutions au vieillissement de la population	34
2.4.1. Des politiques tournées vers la famille	34
2.4.2. Immigration.....	36
Conclusion.....	37
Bibliographie.....	38
Livres et revues.....	38
Sites Internet	39
Annexes	41
Annexe 1 :	41
Annexe 2 : Analyse de SWOT.....	41

Tables des tableaux et graphiques

Figure 1 : Exemples d'âge légal de départ en retraite en Europe	15
Figure 2 : Taux d'emploi par tranche d'âge en 2014 – Source : Eurostat	16
Figure 3 : Capacités des travailleurs selon l'âge	18
Figure 4 : Répartition du patrimoine par génération en 2014.....	22
Figure 5 : Les cinq typologies de seniors.....	24
Figure 6 : Evolution du nombre de seniors en France	27
Figure 7 : Pyramide des âges en 2015 et 2060 dans l'Union à 27	28
Figure 8 : Consommation de médicaments en fonction de l'âge	30
Figure 9 : Consommation de soins du visage par tranche d'âge en 2013	32
Figure 10 : Taux de départ en voyage selon l'âge	33
Figure 11 : Part des différents groupes d'âge des résidents de l'UE dans le tourisme en 2014.....	33
Figure 12 : La silver économie et le développement de la consommation par Internet	41

Introduction

Dans l'Union Européenne, entre 2005 et 2015, la part de personnes âgées de soixante-cinq ans et plus a augmenté de 2.3%. Ainsi, cette part s'élève en 2015 à 18.9%, bien que tous les pays ne soient pas affectés de la même façon. Aussi, l'âge médian ne cesse d'augmenter et la population active diminue. On peut alors se demander quelles conséquences a ou va avoir le vieillissement de la population européenne sur les entreprises.

Cette problématique semble aujourd'hui pertinente car il s'agit là d'un sujet tout-à-fait d'actualité, auquel les entreprises européennes, mais aussi les politiques des états membres et l'Union Européenne devraient se pencher sérieusement. En effet, le sujet fait aujourd'hui débat quant aux conséquences qui pourraient découler de ce phénomène et sur les potentielles solutions à y apporter.

Ce travail s'intitule « les conséquences du vieillissement de la population européenne sur les entreprises ». Il a pour but de comprendre les effets du mécanisme de vieillissement démographique sur les entreprises. Il a aussi pour intérêt de montrer que si le phénomène est compris, il n'est pas si dangereux et peut même être utilisé par les entreprises pour se développer. C'est donc dans le but d'exprimer la dualité du vieillissement de la population que ce travail a été écrit.

La première partie de ce document sera théorique. En effet, nous définirons dans un premier temps ce qu'est le vieillissement démographique et verrons comment ce phénomène touche l'Europe. Ensuite nous chercherons à en comprendre les raisons, puis nous dresserons une définition de la silver économie qui nous sera utile pour comprendre l'importance du rôle à jouer par les entreprises. La deuxième partie sera analytique. Ainsi, nous chercherons d'abord à comprendre en quoi le phénomène de vieillissement démographique peut être considéré comme un danger pour les entreprises. Puis, nous verrons comment cela peut aussi être un danger externe pour celles-ci. En effet, les habitudes de consommation et les besoins des personnes changent en vieillissant et il faut aux entreprises s'y adapter. Ensuite nous verrons en quoi le vieillissement de la population européenne peut représenter de réelles opportunités pour les entreprises, notamment grâce au développement de nombreux secteurs. Enfin, nous terminerons en essayant de proposer des solutions au vieillissement démographique et trouver les moyens d'en restreindre les effets négatifs.

1 – Partie théorique

1.1. Le vieillissement de la population en Europe

Aujourd'hui, on assiste dans la plupart des pays européens, à un important phénomène de vieillissement de la population. Le vieillissement de la population ou vieillissement démographique peut se définir comme étant une augmentation importante de la proportion de seniors et une baisse de la proportion de personnes en âge de travailler dans les pays concernés. Ce phénomène est observé depuis plusieurs décennies et touche la plupart des pays développés, en particulier les pays européens. On peut aisément illustrer cette définition par quelques chiffres. Ainsi, en janvier 2015, les personnes âgées de plus de 65 ans représentaient 18.9% de la population de l'UE-28¹, contre 18.5% en janvier 2014 (+0.4 %) et 16.6% en janvier 2005 (+2.3%). Aussi, l'âge médian est passé de 38.3 ans en 2001 à 42.4 ans en 2015.² Ces chiffres confirment bien la tendance au vieillissement qui s'établit dans les pays de l'UE-28. De plus, selon les différentes études réalisées, aucun scénario ne semble remettre en cause le vieillissement qui semble inévitable. Quand on parle de seniors ou de personnes âgées, on parle des personnes de 50 ans et plus, bien qu'il soit difficile d'envisager les jeunes seniors comme des vieillards.

Ce phénomène d'augmentation de la proportion de personnes âgées en Europe est de plus en plus important et ne devrait pas se réduire dans les années à venir. En effet, le phénomène devrait s'amplifier et s'accélérer dans les prochaines années. Selon les projections d'Eurostat, ce changement démographique devrait continuer au moins jusque dans les années 2080. Aussi, dans le futur, on s'attend à une forte augmentation du nombre de personnes très âgées, c'est-à-dire de 80 ans et plus. Ainsi, cette part de la population devrait plus que doubler d'ici à 2080 et passer de 5.3% de la population européenne en 2015 à 12.3% en 2080.

Le vieillissement de la population risque de modifier les sociétés dans les années à venir. En effet, ce phénomène implique également une diminution de la part de personnes en âge de travailler. Il faut donc commencer dès à présent à chercher des solutions à ce problème. Nous parlerons de cet effet du vieillissement démographique plus en détails dans la seconde partie de ce travail.

¹ L'UE-28 correspond à l'ensemble des pays appartenant à l'Union Européenne à partir du 1^{er} juillet 2013

² Selon une étude publiée sur le site de l'Union Européenne

Si le vieillissement de la population est présent partout en Europe, il ne touche pas tous les pays avec la même intensité. Voyons ici quelques exemples de cette répartition inégale du vieillissement de la population.

Le pays européen le moins concerné par le phénomène est l'Irlande. En effet, dans ce pays, les personnes âgées de soixante-cinq ans et plus ne représentent que 13% de la population en 2015. On remarque une différence de plus de 5% avec la moyenne européenne. Aussi, la part de jeunes ayant quatorze ans ou moins est bien plus haute que dans certains autres pays européens. Cette tranche d'âge représente 22.1% de la population Irlandaise.

En France, bien que la part du nombre de personnes âgées soit assez élevée, le taux de natalité y est le plus élevé d'Europe, devant l'Irlande. Ici, la tranche d'âge des 65 ans et plus représente 18.4% de la population en 2015. Si la natalité est forte (plus haut taux de fécondité d'Europe), cela n'empêche pas le vieillissement de la population. En effet, selon les estimations de l'INSEE, en 2050, une personne sur trois aura plus de soixante ans en France, contre une personne sur cinq en 2005.

Un des pays européens les plus touchés par le vieillissement de la population est l'Allemagne. En effet, si l'Allemagne est aujourd'hui le pays le plus peuplé d'Europe avec environ 82 millions d'habitants, c'est aussi un des pays avec l'une des plus importantes proportions de seniors. Ainsi, 21% de la population allemande fait partie des plus de soixante-cinq ans.

Pour ce qui est de l'Espagne, qui était dans les années 1970 l'un des pays les plus féconds d'Europe (3.9 enfants par femme), elle voit aujourd'hui son taux de fécondité descendre dans les plus faibles d'Europe (1.32 enfants par femme). Deux économistes, Aruj Benerji et Mukesh Chawla de la banque mondiale, ont conjecturé qu'en 2050, la moitié de la population espagnole serait âgée de plus de 55 ans. L'Espagne deviendrait ainsi le pays avec la moyenne d'âge la plus haute d'Europe.

1.2. Les causes du vieillissement de la population

Il existe trois raisons principales pour lesquelles la population de notre continent est vieillissante. En effet, la première cause du vieillissement de la population est le résultat du baby-boom. Viennent ensuite l'augmentation de l'espérance de vie mais aussi la baisse du taux de natalité en Europe.

Commençons par détailler les effets liés au baby-boom. D'abord tentons de donner une définition à ce phénomène. Le baby-boom qui se traduit littéralement par « explosion de bébés » ou « pic de la natalité », désigne l'augmentation importante du taux de natalité dans la plupart des pays européens et aux Etats-Unis juste après la seconde guerre mondiale. Ce pic de natalité s'étend de 1945 jusqu'aux années 1970 dans certains pays. Au total, on estime qu'environ 80 millions de bébés seraient nés pendant cette période. Les enfants nés pendant le baby-boom sont communément appelés les baby-boomers.

On peut clairement dire que le baby-boom est une des causes qui ont conduit au vieillissement de la population européenne. En effet, les nombreux enfants nés du baby-boom commencent depuis une dizaine d'années à entrer dans la catégorie des seniors. On parle maintenant de papy-boom, en opposition au terme de baby-boom. Ce deuxième phénomène désigne le grand nombre de départs à la retraite dans les pays développés, qui a commencé vers 2006 et qui devrait se terminer vers 2025. C'est un effet direct du baby-boom puisque les personnes concernées sont bien évidemment les baby-boomers. Cette augmentation importante du nombre de retraités pose la question du financement des dépenses de santé et des dépenses de retraite.

Le deuxième élément qui peut expliquer le vieillissement de la population européenne est l'augmentation de l'espérance de vie³ qui résulte principalement du recul du taux de mortalité⁴, de l'amélioration des conditions de vie et des avancées de la médecine. Tout d'abord, l'espérance de vie en Europe en 2014 a été estimée à 80.9 ans. On remarque une différence d'environ cinq ans entre les hommes et les femmes. Ainsi, l'espérance de vie des femmes européennes se situerait autour de 83.6 ans en 2014 contre seulement 78.1 ans pour les hommes. En 2002, l'espérance de vie en Europe était de 77.7 ans. On constate donc une augmentation de 3.2 ans sur une dizaine d'années. L'augmentation de l'espérance de vie a

³ Selon l'INSEE, l'espérance de vie à la naissance est « la durée moyenne – autrement dit l'âge moyen au décès – d'une génération fictive soumise aux conditions de mortalité de l'année. Selon l'INSEE, le taux de mortalité est « le rapport du nombre de décès de l'année à la population totale moyenne de l'année.

bien augmenté partout en Europe mais de manière inégale. En effet, si en 2014 l'espérance de vie des femmes est de 86.2 ans en Espagne, elle n'est que de 77 ans en Bulgarie. Cela peut sembler logique quand on connaît l'avancement du vieillissement de la population espagnole aujourd'hui.

L'augmentation de la durée de vie moyenne des Européens est notamment due à la diminution du taux de mortalité, lui-même lié à l'amélioration des conditions de vie, mais aussi à une nette avancée de la médecine. Ainsi, ces modifications positives des façons de vivre des Européens ont eu deux conséquences. La première a été une diminution importante de la mortalité infantile qui a dans un premier temps conduit à une augmentation de la part des jeunes dans la population. Aujourd'hui il n'y a plus de progrès dans ce sens-là puisque le taux de mortalité infantile est très faible. La deuxième conséquence liée à l'amélioration de la qualité de vie et de la médecine a été la baisse du taux de mortalité chez les personnes âgées. Ainsi aujourd'hui, de plus en plus de personnes vivent vieilles, voire très vieilles. Ce deuxième effet vient de nos jours atténuer, voire gommer le premier.

On comprend aisément comment le rallongement de la durée de vie peut avoir des conséquences sur le vieillissement global de la population européenne. Ainsi, si les personnes vivent plus longtemps, il paraît évident que la population soit vieillissante.

La troisième cause du vieillissement de la population est la baisse importante du taux de natalité en Europe. En effet, cela joue un effet contraire et plus important que la baisse de la mortalité infantile. Si au début le fait que les enfants meurent moins a pu avoir un effet positif sur l'âge de la population, cet effet a très vite été atténué, voire annulé par la baisse importante du taux de natalité. Ainsi, le taux de natalité de l'Europe en 2014 était de 10.1 naissances pour 1000 habitants. En comparaison, ce même taux était de 12.8 en 1985 et de 16.4 en 1970. On constate donc la nette chute de ce taux au cours des quarante dernières années.

On peut aussi porter un regard au taux de fécondité qui représente le nombre moyen d'enfants par femme en âge de procréer. Ainsi, en 2014 ce taux de fécondité était de 1.58 pour l'ensemble de l'UE-28. On constate que ce taux de fécondité est insuffisant. En effet, il faudrait un résultat d'environ 2.1 enfants par femme pour assurer le remplacement des générations précédentes. Pourtant, si ce taux semble trop bas, on peut remarquer qu'il a progressé depuis 2001, puisqu'il n'était que de 1.46 cette année-là. Ainsi, on peut voir cela

⁵ Cf partie 1.1. Le vieillissement de la population européenne.

⁶ Selon l'INSEE, « le taux de natalité est le rapport du nombre de naissances vivantes de l'année à la population totale moyenne de l'année ».

comme un signe encourageant, bien qu'on soit encore loin des 2.1 enfants par femme nécessaires.

Pour ce taux de fécondité, on constate encore qu'il diffère fortement selon les pays européens. Ainsi, le pays ayant enregistré le plus fort taux en 2014 est la France, avec 2.01 naissances vivantes par femme. Au contraire, le plus bas taux de fécondité en 2014 a été remarqué au Portugal avec seulement 1.23 enfant vivant par femme. Ce taux est en-dessous de 1.3, qui est considéré comme le taux de fécondité minimum. Viennent ensuite la Grèce avec à peine 1.3 naissances vivantes par femme, Chypre avec un taux de fécondité de 1.31 puis l'Espagne et la Pologne avec un taux à 1.32. Si ces taux semblent bas, il faut cependant noter une certaine amélioration. En effet, entre 1980 et 2003, les taux de fécondité enregistrés dans nombreux pays européens⁷ avaient atteint une faiblesse du taux de fécondité record pour se trouver sous la barre des 1.3 naissances vivantes par femme. Pourtant, après 2003, le taux de fécondité a commencé à remonter et en 2014, tous ces pays, à l'exception du Portugal, ont remonté leur taux de fécondité au-dessus de 1.3. On peut y voir un signe encourageant pour le futur.

L'étude des différents phénomènes mentionnés dans cette partie nous a permis de comprendre plus clairement les causes du vieillissement de la population. Ainsi, l'augmentation de la part de personnes âgées dans la population européenne est due au fait que les nombreux enfants du baby-boom commencent depuis une dizaine d'année à entrer dans la catégorie des seniors. Mais le vieillissement démographique est aussi fortement lié à l'amélioration des conditions de vie en Europe et au recul de l'âge moyen de la mort, chez les hommes comme chez les femmes. On a ainsi beaucoup plus de personnes âgées que dans les décennies précédentes. Enfin, le vieillissement de la population européenne est aussi dû au faible taux de fécondité dans la plupart des pays, qui ne permet pas le renouvellement des générations précédentes.

⁷ Bulgarie, République Tchèque, Grèce, Espagne, Italie, Lettonie, Slovaquie et Slovaquie

1.3. La silver économie

Avec le vieillissement de la population européenne, un nouveau type d'économie a vu le jour. En effet, les seniors formulent de nouvelles demandes pour répondre à leurs besoins spécifiques. L'économie développée pour satisfaire ces nouveaux besoins est appelée la silver économie.

La silver économie est directement liée à la consommation des seniors. En effet, des études ont montré que la population de retraités avait un impact positif sur l'économie d'un territoire. Ainsi, l'impact positif concerne avant tout la création d'activités, principalement dans les services, la santé⁸... Ainsi, l'enjeu est important puisqu'il s'agit d'encourager les innovations qui vont aider nos anciens à bien vieillir et essayer de pallier à la perte d'autonomie.

Il ne faut pas voir la silver économie comme un marché, mais bel et bien comme une économie. En effet, elle ne concerne pas un marché mais presque tous les marchés. Tous les secteurs sont concernés par le vieillissement de la population, à l'instar de l'alimentation, la santé, les loisirs, le domicile...

La silver économie met en avant la nouvelle façon de consommer des personnes âgées. En effet, celles-ci ne consomment pas les mêmes produits et services que les générations suivantes. Il faut aussi noter que la silver économie se développe aussi autour de l'informatique car de nombreux seniors consomment aujourd'hui par Internet.⁹

En résumé, la silver économie désigne l'ensemble des activités économiques qui ont un rapport de près ou de loin avec la personne âgée. Dans la deuxième partie de ce travail, nous allons parler de cette nouvelle économie qui peut être perçue comme un danger car elle demande des adaptations. Cependant, nous verrons qu'elle représente aussi une réelle opportunité pour les entreprises. C'est pour cela qu'on peut dire que des enjeux importants reposent sur la gestion de la silver économie.

⁸ Cf partie 2.3. Le vieillissement de la population : une opportunité pour les entreprises

⁹ Cf annexe 1

2 – Partie Analytique

2.1 Le vieillissement de la population : un danger pour les entreprises

2.1.1. *Une modification interne de la structure des entreprises*

Aujourd'hui, bien que cela diffère sur la forme, tous les pays de l'Union Européenne dispose d'un système de retraite. En effet, dans certains pays¹⁰, on parle d'un modèle de retraite bismarckien. Dans ce modèle la retraite est financée par une partie des salaires et par une participation des employeurs. Il existe aussi le modèle dit bévérigien¹¹ dans lequel la retraite est financée par l'impôt. Pourtant, de nos jours, bien que la retraite semble être un droit acquis, auquel on ne peut pas toucher, elle est pourtant mise en danger par le vieillissement de la population.

Ainsi, dans cette partie, nous allons tenter de comprendre pourquoi le vieillissement de la population affecte les systèmes des retraites, et comment ceux-là sont déjà impactés ou risquent de l'être.

Tout d'abord, le vieillissement de la population pose le problème des retraites d'un point de vue démographique et économique. En effet, la proportion de personnes âgées augmente alors que la population active diminue. Ce problème est de plus en plus important car les enfants nés du baby-boom arrivent à l'âge de la retraite. De plus, les retraités vivent de plus en plus longtemps. Cela peut-être un problème car il faut financer un nombre de plus en plus important de retraites et pendant plus longtemps. Ainsi, le financement pourrait amener à une hausse des impôts ou encore à utiliser une part plus importante du salaire pour les retraites. Cela pourrait conduire à des phénomènes de pauvreté.

Aujourd'hui, les effets du vieillissement de la population sur la retraite sont déjà visibles, notamment par les mesures prises par plusieurs états. Ainsi, ces réformes se divisent en quatre composantes. D'abord, des mesures ont été prises pour repousser l'âge légal de départ à la retraite. Par exemple, en France, l'âge de la retraite a été repoussé de 60 ans à 62 ans en 2010. On peut aussi citer l'Allemagne qui a même décidé de repousser l'âge légal de départ en retraite à 67 ans. La deuxième sorte de mesures entreprises par les états est de

¹⁰ Allemagne, Autriche, France...

¹¹ Danemark, Finlande, Suède, Pays-Bas, Royaume-Uni...

diminuer le montant des retraites mais ces mesures pourraient avoir des conséquences négatives importantes sur la précarité des personnes âgées. Il existe aussi des mesures visant à encourager les actifs à compléter leurs retraites grâce à des fonds de pensions. Enfin certains pays envisagent des mesures de préfinancement, le problème principal étant une hausse des prélèvements sur les salaires.

Pays	Age légal de départ à la retraite
Allemagne	Entre 65 et 67 ans
Belgique	65 ans
Finlande	65 ans
France	Entre 60 et 62 ans
Irlande	66 ans
Pologne	Hommes : 65 ans, femmes : 60 ans
Slovaquie	62 ans

Figure 1 : exemples d'âge légal de départ en retraite en Europe

Si nous avons parlé précédemment des systèmes de retraite en Europe et du danger qui pèse sur ceux-ci, c'est que les solutions utilisées pour remédier à ce problème ont des conséquences directes sur la structure des entreprises. Cela est notamment vrai pour le report de l'âge légal de départ en retraite. En effet, si les gens travaillent plus longtemps, le nombre de personnes plus âgées dans les entreprises est forcément plus important.

Ainsi, si le taux d'emploi des travailleurs âgés de 55 à 64 ans est bien plus faible que pour les personnes âgées de 25 à 54 ans, on constate une nette augmentation du nombre de travailleurs appartenant à cette première catégorie. En effet, depuis 2002, le taux d'emploi des personnes âgées a augmenté chaque année pour se situer en 2014 à 51.8%. Dans les états membres de l'Union Européenne, ce taux varie entre 50% et 66%. Aussi, on peut noter le fait qu'en 2000, les salariés de 50 ans et plus représentaient 18.6% des effectifs du secteur privé, contre 16% en 1995. On constate bien un changement dans la structure des entreprises. En effet, on a de plus en plus de personnes âgées à l'intérieur de celles-ci. Les entreprises doivent faire face pour trouver des solutions au vieillissement de leurs effectifs.

En plus de modifier la structure des entreprises, le vieillissement de la population européenne pose de plus en plus de changements au niveau du marché du travail. En effet, le fait que les travailleurs restent plus longtemps dans leurs entreprises accentue le problème

du chômage des jeunes. Cela se comprend facilement du fait que les entreprises n'ont pas besoin d'embaucher plus de personnels puisqu'ils n'ont pas de postes libres. La catégorie des moins de 25 ans est aujourd'hui la catégorie la plus touchée par le chômage en Europe.

Aussi, le vieillissement de la population pose un autre problème sur le marché du travail. En effet, avec la crise actuelle, de plus en plus de travailleurs de plus de 55 ans perdent leur travail. Pourtant, pour eux, il est très difficile, voire impossible de retrouver du travail. Cela vient du fait qu'à partir d'un certain âge les entreprises ne veulent plus embaucher ces individus.

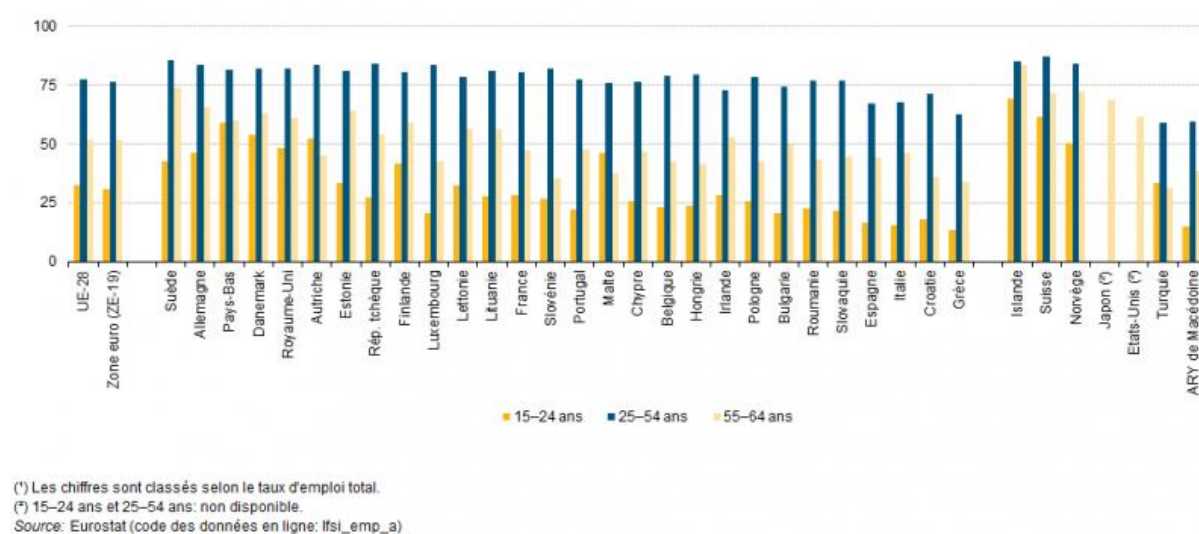


Figure 2 : Taux d'emploi par tranche d'âge en 2014 – Source : Eurostat

Enfin, il faut prendre en compte le fait que l'on risque d'avoir un sérieux problème de main-d'œuvre dans les années futures. Cela est dû au fait que les retraités du baby-boom vont partir à la retraite en nombre important dans les prochaines années mais il y aura moins de jeunes qui arriveront sur le marché du travail, que de seniors qui partent en retraite C'est un problème majeur.

2.1.2. Vers une baisse de la productivité ?

La modification de la structure des entreprises, plus particulièrement de l'augmentation du nombre de travailleurs âgés dans les entreprises, pose la question de la productivité. En effet, avec ce changement, on craint une baisse significative de la productivité des entreprises européennes, alors que celles-ci sont déjà touchées par la crise. Tout d'abord, il convient de donner une définition de la productivité. Ainsi, il s'agit du rapport entre une production de biens ou de services et les moyens qui ont été nécessaires pour sa réalisation.

Si on craint la baisse de la productivité des entreprises à cause du vieillissement de la population, c'est à cause de plusieurs facteurs. Ainsi, certains chercheurs avancent que l'efficacité des travailleurs baisse avec l'âge. De ce fait, l'âge augmente les chances de voir décliner les capacités physiologiques ou psychiques. De plus, les travailleurs âgés sont plus fragiles et la productivité dépend aussi de l'état de santé, de la rapidité, des capacités physiques des salariés mais aussi de leur aptitude à l'apprentissage et à s'adapter aux changements.

Aussi, dans notre société actuelle, il est d'une importance primordiale pour les entreprises de s'adapter aux changements. Cela est d'autant plus visible pour l'utilisation des nouvelles technologies qui sont aujourd'hui omniprésentes et en constante évolution. Pourtant, la plupart des salariés âgés montrent des difficultés à s'adapter, à s'habituer aux nouvelles technologies.

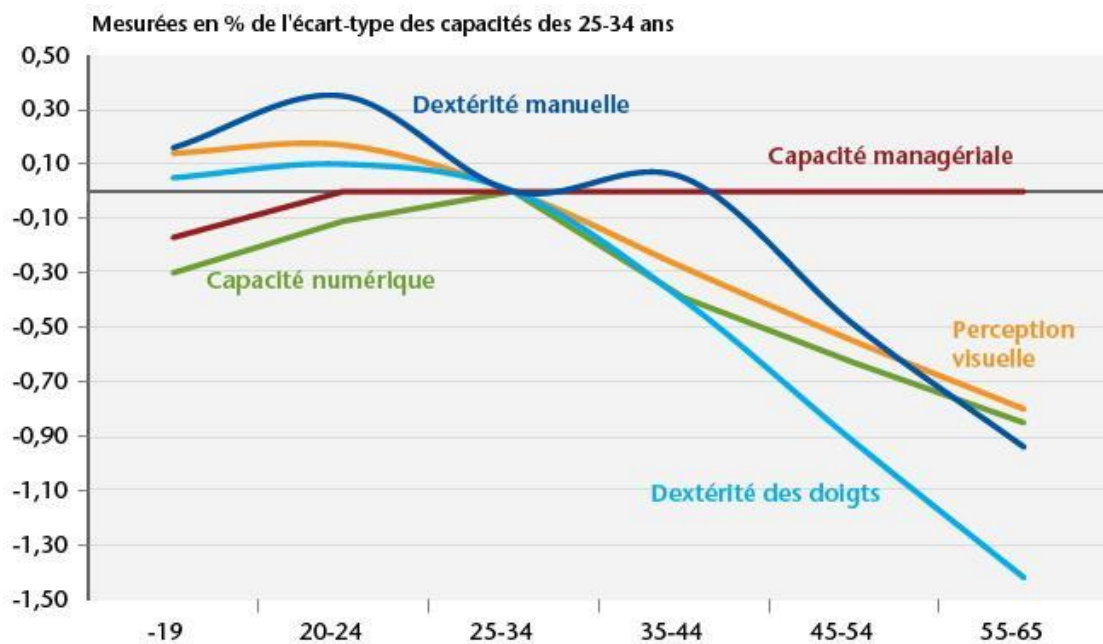


Figure 3 - Source : <https://www.cairn.info/revue-de-l-ofce-2015-6-page-339.htm>

Un autre problème dû au vieillissement des effectifs de travail et qui pourrait mener à la baisse de la productivité est l'obsolescence des qualifications. Ainsi, le problème ne vient pas ici de la baisse des compétences des salariés âgés mais du fait que celles-ci perdent de leur valeur. En effet, dans ce monde qui évolue rapidement, les employeurs n'attendent plus les mêmes compétences de leurs salariés. C'est une des raisons importante qui mène à la perte de productivité des travailleurs âgés.

Enfin, certains travaux pénibles peuvent en fin de carrière causer de la démotivation et un désintérêt pour le travail. Il paraît aussi évident que faire un travail déplaisant peut jouer nettement sur la productivité.

Toutefois, ces propos sont à nuancer. En effet, tous les travailleurs âgés ne sont pas moins efficaces. Aussi, ce phénomène de perte de productivité n'est pas égal dans tous les domaines. Il concerne principalement les travaux difficiles. En effet, de nombreux écrits stipulent que l'âge des salariés n'a pas forcément de rapport avec leur productivité. Cela s'explique par plusieurs mécanismes inverses.

Le premier est le fait qu'avec l'âge les travailleurs gagnent en expérience. Ainsi, ils accumulent des connaissances et des savoir-faire que les jeunes n'ont pas. Dans ce sens, ils sont plus productifs. Aussi, le fait que les travailleurs âgés aient beaucoup travaillé permet de mettre en avant leurs compétences particulières et il est ainsi plus facile de les affecter à des tâches pour lesquelles ils sont plus efficaces.

Un des autres problèmes qui touche les entreprises à cause du vieillissement de la population est qu'il est usuel d'offrir des salaires plus importants aux travailleurs âgés, en raison de leur ancienneté dans les entreprises et de leur expérience. Le fait d'avoir des travailleurs âgés peut donc représenter un coût pour les entreprises.

Ainsi, on comprend que le vieillissement de la population fait débat sur les entreprises et notamment à cause de la productivité. Bien qu'il paraisse aujourd'hui étrange de considérer les personnes de 50 à 65 ans comme des vieillards.

2.1.3. S'adapter au vieillissement des salariés

Comme nous venons de le voir, l'augmentation du nombre de travailleurs âgés est un enjeu pour les entreprises et leur productivité. Or, comment celles-ci peuvent-elles s'adapter au vieillissement de leurs salariés pour contrer les effets négatifs que cela peut avoir ? C'est ce que nous allons tenter de comprendre dans cette sous-partie.

Ainsi, une étude a révélé que les travailleurs âgés avaient un besoin de récupération plus important que les autres travailleurs. Ainsi, pour éviter une baisse de productivité des travailleurs âgés due à de la fatigue qui pourrait causer de l'absentéisme ou encore des problèmes de santé, les entreprises devraient prévoir des mesures préventives. En effet, il est plus intéressant pour les deux partis de prévoir les problèmes avant qu'ils n'arrivent. Il faut donc aux entreprises prévoir des mesures préventives ciblées selon le type d'activité ou encore selon l'âge des travailleurs âgés.

Aussi, il convient à la direction des entreprises d'appliquer une politique positive envers ses salariés âgés. Ainsi, la direction doit prendre en compte le vieillissement de ses effectifs et adapter la planification et l'organisation du travail. Elle doit aussi se préoccuper de la préservation de la motivation de ses employés âgés pour éviter une baisse de la productivité. Comme nous l'avons évoqué précédemment¹², les travailleurs âgés présentent un certain nombre de lacunes dans le domaine de l'informatique et du numérique. En effet, cela paraît évident quand on considère que contrairement à la nouvelle génération, les travailleurs de plus de 50 ans n'ont pas grandi dans l'ère du numérique. Ainsi, l'une des solutions envisagées pour remédier à ce problème qui a une importance majeure de nos jours, serait que les entreprises proposent des formations à leurs effectifs âgés. Cela leur permettrait de

¹² Cf partie 2.1.2. Vers une baisse de la productivité ?

combler leurs lacunes dans le domaine et donc de ne pas faire perdre de productivité à leurs entreprises.

Le numérique ne doit pas être le seul domaine dans lequel les travailleurs âgés reçoivent des formations. En effet, ceux-ci devraient être formés à toutes les nouveautés et nouvelles méthodes de leur domaine de travail, car celles-ci se développent continuellement et ne correspondent plus forcément aux nouvelles attentes des employeurs.

De plus, on constate qu'avec l'âge, les conditions physiques en général se dégradent. Cela est vrai pour tous les types de travail. En effet, pour les personnes travaillant en bureau, les pertes physiques vont davantage concerner la vue ou encore la dextérité des doigts. Cela peut rapidement devenir un frein dans l'utilisation des ordinateurs ou des machines en générale. Cela peut également poser problème pour la lecture. Pour les travaux de force, on pense au développement potentiel de douleurs multiples dans l'ensemble du corps, qui peuvent représenter un réel handicap pour les travailleurs concernés dans leur travail mais aussi dans leur vie quotidienne. On comprend ainsi que le vieillissement des effectifs peut poser des problèmes de productivité dans certaines entreprises. Pour remédier à ce problème important et qui touche un grand nombre de personnes, les entreprises doivent trouver des solutions pour améliorer les conditions de travail des employés âgés et leur permettre de travailler de manière plus saines.

Si aujourd'hui, certaines entreprises ne comprennent pas encore les enjeux que représente l'adaptation des méthodes et du lieu de travail aux travailleurs âgés, d'autres ont déjà pris des mesures allant dans ce sens. Parmi elles, on peut citer l'entreprise automobile BMW qui dès 2011 a créé une ligne de production particulière pour les travailleurs âgés¹³. Le groupe BMW applique un management générationnel. Ainsi, elle recrute parmi tous les groupes d'âge et fait en sorte que chaque génération puisse travailler dans de bonnes conditions. Ainsi, la firme munichoise BMW a créé une ligne de production dans laquelle la moyenne d'âge des ouvriers est de 47 ans. C'est huit ans de plus que l'âge moyen dans l'entreprise. Cette ligne de production a pour ambition d'adapter la production aux travailleurs âgés et de maintenir leurs capacités de travail pour préserver la compétitivité. L'entreprise a réalisé plus de soixante-dix changements dans le cadre de ce projet. Par exemple, BMW a fait poser du parquet sur une couche de liège pour préserver les salariés de problèmes articulaires. Aussi, l'entreprise a amélioré ses machines et outils pour les

¹³ Dans le cadre du projet Heute für Morgen (aujourd'hui pour demain), qui a reçu plusieurs prix, dont l'International Innovative Employer Award for Best Practice in Age Management

rendre plus facile d'utilisation. Les employés se sont aussi vus fournir des chaises ergonomiques pour leur permettre d'alterner la position assise et debout.

2.2 Une nouvelle façon de consommer à laquelle les entreprises doivent s'adapter

2.2.1. *Le profil consommateur des personnes âgées*

Si les entreprises sont touchées de l'intérieur par le vieillissement de la population, il convient de comprendre qu'elles sont aussi affectées à l'extérieur. En effet, le nombre de plus en plus important de seniors va devoir pousser les entreprises à s'adapter à leur mode de consommation. C'est un réel enjeu pour les entreprises car les seniors effectue une part importante de la consommation totale. Pourtant, il n'est pas facile de définir un profil de consommateur unique pour les seniors. En effet, du point de vue du marketing, les seniors sont les personnes de plus de 50 ans. Il existe donc une différence importante entre la manière de consommer des jeunes seniors et celle des plus anciens. Ici, nous allons tenter de définir quelles sont ces différentes habitudes et d'établir un profil de consommateur. D'abord nous allons proposer une segmentation par âge puis nous proposerons une autre forme de division des seniors en fonctions de leurs personnalités et de leurs attentes vis-à-vis des marques.

La première chose à savoir sur les personnes âgées est qu'elles ne trouvent en général pas l'offre et la publicité qu'elles recherchent. Aussi, elles ont en général un pouvoir d'achat supérieur aux autres classes, bien qu'avec la crise on constate un nombre de plus en plus important de retraités précaires. Ainsi, en 2014, des études¹⁴ ont montré que les plus de 50 ans sont à l'origine de plus de 50% des ventes de produits de grande consommation¹⁵ et dépensent 40% de plus que le reste de la population pour leur alimentation quotidienne.

¹⁴ Etudes menées par Nielsen, Mediacom et Bayard Presse

¹⁵ Produits de grande consommation = produits les plus fréquemment achetés par les ménages en grande distribution (alimentation, entretien, hygiène...)

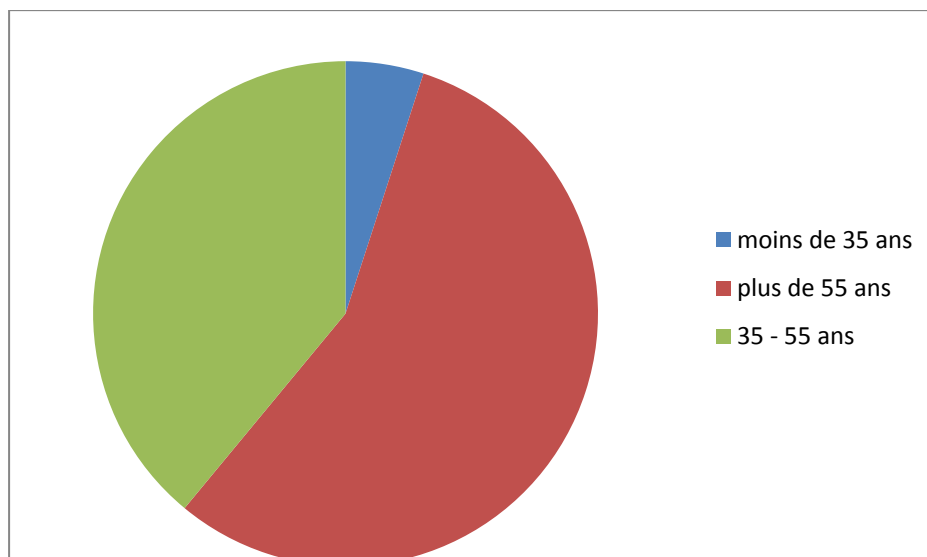


Figure 4 : Répartition du patrimoine par génération en 2014

Pour commencer, nous allons dresser le profil consommateurs de la première catégorie, qui correspond en grande partie aux baby-boomers. Ici, on parle des seniors âgés de 50 à 64 ans. Cette tranche d'âge est la plus nombreuse, il est donc d'une importance capitale pour les entreprises d'essayer de les comprendre. Cette catégorie correspond à la part des seniors encore actifs, qui ne sont pas encore en retraite.

Les seniors de cette première catégorie sont les plus aisés. Ils sont donc de bons consommateurs. Les personnes appartenant à cette tranche d'âge sont à la période de leur vie où elles désirent vivre selon leurs besoins et satisfaire toutes leurs envies. Elles sont très attachées à la qualité et à l'image des marques qu'elles choisissent de consommer. Cette catégorie de seniors est sensible à la communication des marques. Aussi, ces seniors actifs cherchent à se forger leur propre opinion en vérifiant les informations. Ils s'engagent rarement dans un achat important sans avoir consulté différentes sources pour se renseigner. Pour conclure sur ce premier groupe, on peut dire que ce sont des personnes exigeantes mais qui, pour la plupart, sont des consommateurs importants.

La deuxième catégorie de seniors pourrait être appelée les retraités actifs. Il s'agit des personnes de 65 à 75 ans, qui sont tout juste à la retraite. Ces individus sont pour la plupart en couple et ont un désir profond de rester intégrés dans la société. Ainsi, ils s'engagent généralement dans la vie associative ou dans la vie municipale de leur ville. Cette catégorie de seniors a plus de temps libre que la précédente et s'investissent massivement dans leur

maison. Ils accordent aussi une grande importance à la vie familiale et apprécient de s'occuper de leurs petits-enfants.

Les seniors de la deuxième catégorie commencent à se désintéresser des marques et sont moins sensibles à la publicité. Ils sont cependant toujours attachés aux valeurs sociales ou encore environnementale défendues par les marques. Ils portent une importance à la composition des produits qu'ils consomment dans un souci de préserver leur santé. Aussi, cette partie de la population profite du fait d'avoir du temps et une santé encore correcte pour partir en voyage. Leur consommation générale est cependant moins importante que la catégorie précédente.

La dernière catégorie de seniors est celle des plus de 75 ans. C'est une catégorie qui est composée majoritairement de personnes seules et de femmes. Cela n'est pas étonnant puisque les hommes ont une espérance de vie plus faible que celle des femmes. Il s'agit ici de consommateurs qui restent fidèles aux marques qu'ils ont l'habitude d'utiliser. De plus, une de leurs caractéristiques est le fait qu'il privilégie le commerce de proximité. C'est dans cette catégorie que se trouve la majorité des personnes dépendantes. Il y a donc un certain nombre des seniors de ce groupe qui vit en maison de retraite ou qui ont cherché une solution alternative. Ainsi, leurs dépenses en logements spécialisés ou bien les efforts qu'ils font pour rester à la maison leur prennent une part importante de leur budget. Du fait qu'ils soient de plus en plus à être seuls et à ne pas sortir, ils recherchent des parts individuelles et préparées. Ils consomment moins que les deux autres catégories.

Maintenant proposons une autre sorte de classification des personnes âgées afin de voir apparaître d'autres profils de consommateurs. Le but est ici de classer les consommateurs seniors en fonction de leurs comportements et de leurs attitudes vis-à-vis des marques. Etablir ces profils est intéressant car quand on considère les seniors en fonction de leur âge, on ne prend pas en compte un phénomène pourtant important. En effet, aujourd'hui à partir d'un certain âge, les seniors ont tendance à se considérer comme plus jeunes qu'ils ne le sont en réalité. Cette perception d'eux-mêmes les pousse à adopter des comportements d'achat différents de ceux qu'on pourrait attendre des personnes de cet âge. En effet, les seniors peuvent à cause de ce phénomène avoir tendance à adopter les mêmes modes de consommation que les générations ultérieures. En suivant cette logique, nous pouvons diviser les seniors en cinq catégories.

Les 5 typologies de seniors / retraités selon Mediacom

	L'HÉDONISTE	L'ARCHÉTYPE	LE PATRIARCHE	LE FATALISTE	L'EXALTÉ
	Ce que je veux surtout dans la vie, c'est m'amuser et profiter des plaisirs de la vie On ne peut véritablement que dormir sur soi	Je préfère passer mon temps libre avec ma famille plutôt qu'avec mes amis Il m'est difficile de dire non à mes petits-enfants	Accomplir son devoir est plus important que de vivre pour son propre plaisir Ma foi a une grande importance pour moi	Je dois admettre que je m'intéresse à peu de choses On dirait que tout peut basculer du jour au lendemain	Je suis prêt à sacrifier du temps avec ma famille si cela me permet de progresser dans ma carrière J'ai honte de l'inaction
Média préférés	Internet, TV, radio,	TV, presse,	PQR et presse nationale	TV, radio, PQR	Internet, TV, radio,
Traits principaux	Figure moderne du retraité, le + connecté, ouvert aux nouvelles expériences, et aux achats d'impulsion	Valeurs familiales. Aime consommer des valeurs sûres en qui il a confiance, mettant en avant des valeurs positives	Valeurs morales et traditionnelles. Les marques choisies doivent refléter l'autorité, la qualité, l'intemporalité	En quête de sécurité et de valeurs refuge. Consomme des marques réconfortantes, ancrées dans la culture française	Toujours en overbooké. Recherchant des marques à la fois symboles de réussite et « doudou »
Marques préférées	Häagen Dazs, Krisprolls, Levi's, LCI Swatch	Boursin, Yves Rocher, Renault, Intermarché	Aoste, Labeyrie, Ariel, Nokia, Côte d'Or	Cochonou, Cœur de Lion, Décathlon, Peugeot	Apple, Axa, Celio, L'Oréal

Source : Mediacom 2014 – via www.brandnewsblog.com

Figure 5

En conclusion, on peut dire que les seniors, même si comme nous l'avons vu peuvent avoir des profils différents, sont des personnes qui sont en général peu sensibles à la publicité. Aussi, ils sont en général assez aisés, surtout les seniors indépendants, même si la part de retraités précaires est de plus en plus importante. De plus, ils semblent, quand ils sont actifs surtout, vouloir éviter le vieillissement et essayer d'adopter des comportements d'achats plus jeunes.

Cependant il ne faut pas oublier que ce sont des personnes vieillissantes qui surtout pour les plus âgées recherchent la facilité, et la sécurité. Ils sont surtout préoccupés par leur santé et cherchent à avoir une alimentation saine et de qualité. Pour les seniors les plus vieux, la facilité de préparation est importante. Enfin, les personnes âgées ont tendance à manger de moins en moins et peuvent diminuer leur consommation en alimentation.

2.2.2. Comment les entreprises devraient s'adapter à la façon de consommer des aînés

Aujourd'hui, beaucoup de seniors estiment que les entreprises ne les prennent pas assez en compte dans tous les domaines. Ainsi, il est d'une importance capitale pour les entreprises de prendre en considération cette population vieillissante dans ces calculs marketing, bien que comme nous l'avons vu il est difficile de voir les seniors comme un seul groupe homogène.

Ainsi, pour s'adapter à leur clientèle âgée croissante, les entreprises doivent prendre en compte les faiblesses physiques des personnes âgées. Par exemple, elles peuvent travailler sur les étiquettes pour les rendre plus lisibles. En effet, plus de 50% des personnes âgées de plus de 50 ans se plaignent de ne pas trouver assez d'étiquettes faciles à lire. Aussi, 43% des seniors estiment que les emballages sont trop difficiles à ouvrir et ne sont pas adaptés pour eux. Les fabricants doivent donc travailler sur leur packaging afin de rendre leurs produits plus faciles d'utilisation.

Aussi, il conviendrait au magasin de penser au mode même de consommation des seniors. En effet, comme nous l'avons vu, les seniors, surtout les plus âgés, sont un grand nombre à vivre seuls. Aussi, pour beaucoup, avec l'âge, leur consommation de nourriture diminue. De ce fait, il convient au entreprises de proposer des parts individuelles ou des petites parts, adaptées à l'appétit des seniors. De plus, en dehors de la portion, un certain nombre de seniors de plus de 50 ans (4 personnes sur 10) estime qu'il est difficile de trouver des aliments qui correspondent à des régimes alimentaires particuliers.

Un autre point sur lequel les entreprises peuvent travailler est l'aménagement des magasins. En effet, beaucoup de seniors semblent regretter le manque de bancs dans la plupart des magasins, alors que pour nombre d'entre eux, il est difficile de rester longtemps debout. Aussi, les magasins devraient penser à l'installation de toilettes pour handicapés ou encore aménager des allées plus larges.

Aussi, les entreprises devraient adapter leurs publicités et leurs promotions aux personnes âgées qui ne se sentent en général pas concernées ou visées par celles-ci. Pour la promotion de leurs produits et services, on peut leur conseiller d'utiliser la télévision comme moyen de communication. En effet, un grand nombre de seniors passe beaucoup de temps devant la télévision. Aussi, il faut leur renvoyer une image positive d'eux-mêmes car ils se voient en général plus jeunes qu'ils ne le sont.

Enfin, on peut conseiller aux entreprises de bien faire attention à ne pas mettre tous les seniors dans la même catégorie, et de choisir une catégorie cible. Elles doivent aussi miser sur la valeur ajoutée et la qualité de leurs produits et services car c'est un point important pour les personnes âgées.

Un des secteurs qui a rapidement compris qu'il fallait adapter son marketing au seniors et celui de la téléphonie. Ainsi, aujourd'hui on trouve de plus en plus de téléphone portable conçus avec de grosses touches et plus facile d'utilisation. Cela permet aux seniors perdant la vue, mais aussi l'agilité de leurs doigts, de pouvoir continuer à téléphoner plus facilement. Une des marques qui a également une très bonne stratégie auprès des personnes âgées est la marque française DAMARTEX. Ainsi, la marque présente dans plusieurs pays d'Europe, dispose de onze enseignes. Parmi ces enseignes, il y a quatre marques de textiles qui sont toutes dédiées aux seniors : DAMART, AFIBEL, La Maison du Jersey et XANDRES Belgium. Ces marques proposent des vêtements adaptés aux différentes spécificités des seniors selon leur âge. Ainsi, Xandres cible les 50 à 60 ans cherchant le haut de gamme, alors que DAMART est davantage basé sur le confort et la chaleur de ses vêtements. L'enseigne DAMART propose des vêtements à base de Thermolactyl, qui apporte de la chaleur en hiver. Cela est particulièrement adapté aux clients âgés qui deviennent de plus en plus frileux. La marque a aussi d'autres enseignes tournées vers les seniors, comme par exemple Delaby, qui propose des produits ayant pour but de faciliter la vie quotidienne. Pourtant, la force de DAMARTEX est le fait qu'elle a aussi des enseignes dédiées à tous types de population. Ainsi, son enseigne Jours Heureux, propose des produits gourmands et naturels pour tous.

Une des forces de DAMARTEX est son marketing. En effet, la marque a compris le complexe de vieillissement des seniors. C'est pourquoi sur ses publicités, on ne voit pas de personnes très âgées. Ainsi, la marque cherche à renvoyer une meilleure image d'eux-mêmes aux seniors. De plus, la marque insiste sur la qualité de ses vêtements et produits, ce qui est un des premiers critères de choix chez les personnes âgées de plus de 50 ans.

2.3 Le vieillissement de la population : une opportunité pour les entreprises

2.3.1. Développement des logements adaptés

Si jusqu'à présent nous avons vu le vieillissement de la population comme un danger potentiel pour les entreprises, il faut aussi le considérer comme une réelle opportunité. Ainsi, l'augmentation de la part des seniors dans la population européenne est une réelle chance pour le développement de certains secteurs. Le premier des secteurs positivement concernés par le vieillissement de la population est celui du logement.

En premier lieu, on peut citer les structures d'hébergement pour personnes âgées. En effet, le nombre de personnes âgées, en particulier très âgées (+ de 85 ans) est en forte évolution. De plus, cette tendance au vieillissement devrait continuer dans les décennies à venir.

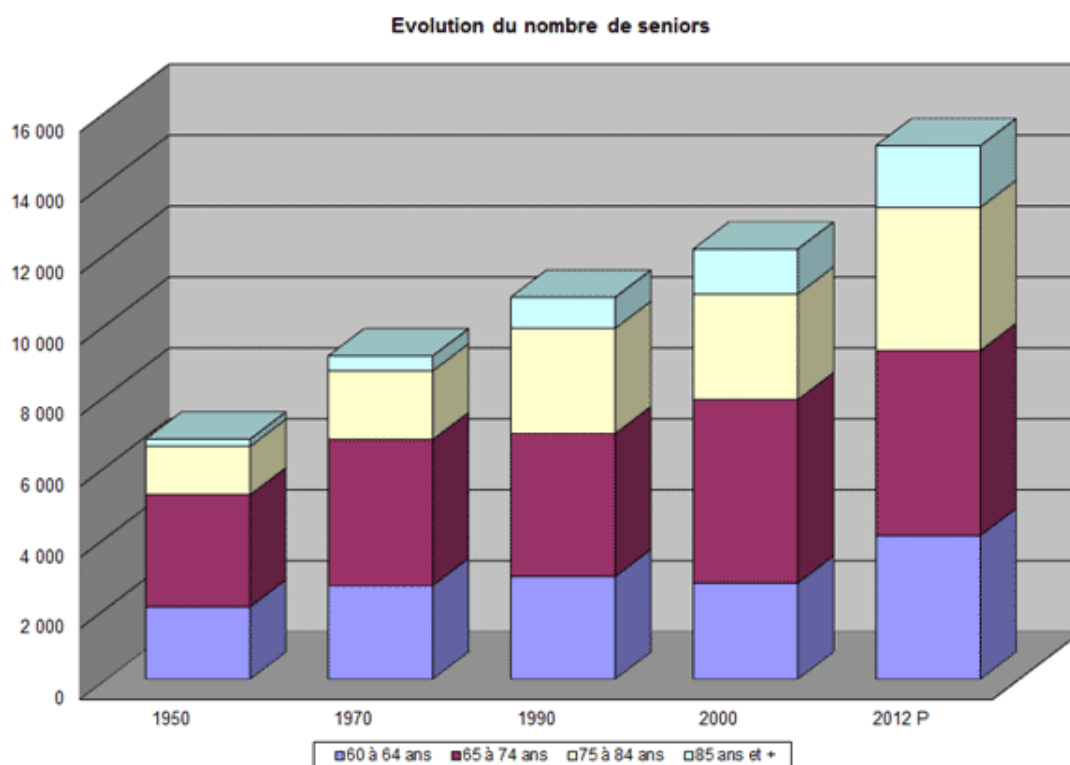


Figure 6 : Evolution du nombre de seniors en France – Source : <http://www.lesmaisonsderetraite.fr/maisons-de-retraite/chiffres-statistiques.htm>

Avec l'évolution du nombre de seniors, il est important de noter que le niveau de dépendance de ceux-ci est lui aussi en augmentation. Ainsi, il convient aux personnes âgées de trouver des logements adaptés à leurs besoins spécifiques. Ces besoins sont différents selon la

catégorie d'âge à laquelle ils appartiennent. Le développement de cette demande est une aubaine pour les entreprises qui peuvent y répondre. En effet, il est nécessaire de loger ces nombreuses personnes.

Ainsi, les dernières années, on a vu se multiplier le nombre de maisons de retraite. Ce type d'hébergement est adapté aux personnes dépendantes, en général très âgées. L'âge moyen en maison de retraite est de 84 ans. C'est un secteur qui n'a pas encore atteint son apogée quand on sait que le nombre de seniors très âgés devrait encore exploser d'ici à 2060.

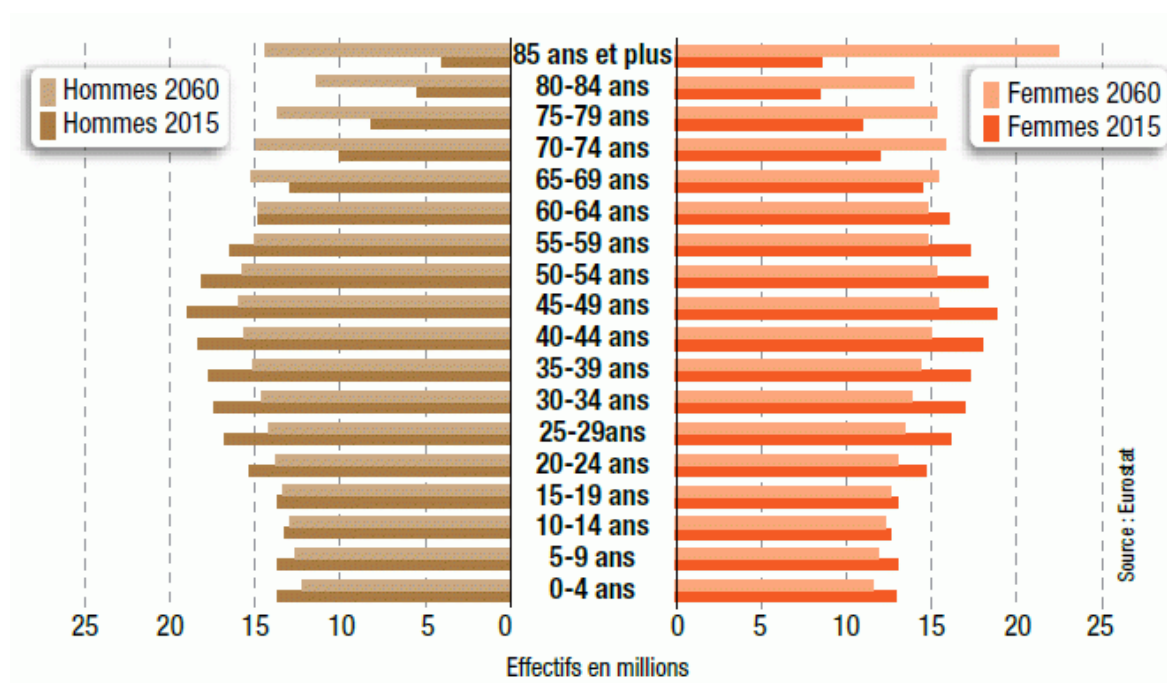


Figure 7 : Pyramide des âges en 2015 et 2060 dans l'Union à 27 – Source : <http://www.lmnp.com/page/marche-ehpad>

En dehors des maisons de retraite qui représentent une solution pour les personnes dépendantes, d'autres types de logements se développent. On peut notamment penser aux résidences seniors qui accueillent les seniors indépendants mais en quête de sécurité ou tout simplement de compagnie. Ce type de logement connaît un réel succès. Le fonctionnement est presque le même que dans les maisons de retraite mais les seniors disposent d'un appartement privé et adapté à leurs besoins.

Enfin dans la catégorie des logements adaptés, on peut citer le développement des appartements et maisons privés adaptés, qui ont pour but d'héberger des jeunes seniors et de prévoir leur

vieillesse pour leur permettre de rester le plus longtemps possible dans leur domicile. On peut illustrer cela par un exemple concret. Ainsi, en 2017, le département de la Vienne en France a inauguré six pavillons adaptés aux seniors. Ces pavillons répondent à tous les besoins des personnes âgées pour leur permettre de rester chez elles le plus longtemps possible. Ainsi, ils sont proches de commerces et d'autres services, sont équipés d'un bac de douche plat, de passages larges pour permettre à un fauteuil roulant de passer et disposent d'interrupteurs plus bas, entre autres aménagements.

2.3.2. Développement des secteurs médical et pharmaceutique

En dehors des logements adaptés, d'autres secteurs ont à gagner du vieillissement de la population européenne. On peut ainsi citer le secteur du médical et celui du pharmaceutique.

Pour commencer, dans ce secteur on peut parler de l'augmentation de la demande de soins infirmiers. Cela est aussi et surtout valable pour la profession d'infirmier libéral. En effet, en vieillissement, les personnes âgées nécessitent de plus en plus de soins. De plus, les soins demandés nécessitent en général d'être procurés de manière régulière. L'augmentation de la part de personnes âgées en Europe est donc un point positif pour les infirmiers puisque la demande de travail se développe dans leur secteur.

Dans le secteur médical, les infirmiers ne sont pas les seuls à pouvoir profiter du vieillissement de la population. En effet, les médecins et autres spécialistes médicaux peuvent également voir une opportunité dans l'augmentation du nombre de seniors. On peut dire cela car les personnes âgées consultent plus de médecins que les autres catégories de personnes, car elles sont en général plus fragiles. Aussi, en dehors des médecins généralistes, les cardiologues ou encore les ophtalmologues font partie des professionnels impactés positivement par le vieillissement de la population. En effet, dans tous les secteurs médicaux, on peut espérer que des postes supplémentaires vont être créés pour faire face à l'augmentation de la demande.

Enfin, il faut noter que le secteur de l'industrie pharmaceutique va lui aussi profiter du vieillissement de la population. En effet, en Europe ce sont les personnes âgées qui sont les plus grosses consommatrices de médicaments. Par exemple, en France, en 2013, les personnes de plus de 80 ans consommaient en moyenne dix comprimés par jour. Cela fait aujourd'hui débat puisqu'on estime qu'un si grand nombre de médicaments n'est pas utile à

nos ancêtres mais sert seulement à alimenter l'industrie pharmaceutique. Aussi, on craint le nombre importants de risques et d'effets secondaires liés à une trop forte consommation médicamenteuse.

Ici, on peut voir l'exemple de la consommation de médicaments par tranche d'âge en France. Il faut savoir que le même schéma est répété partout en Europe.

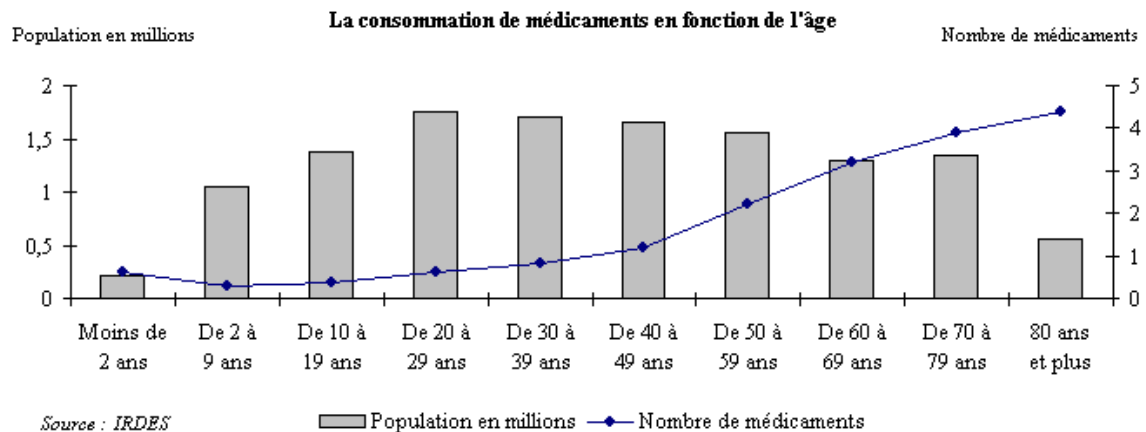


Figure 8

Si le vieillissement de la population semble être une aubaine pour la médecine et l'industrie pharmaceutique, il faut nuancer ces propos. En effet, l'augmentation du nombre de consultations et du nombre de médicaments pris par les personnes âgées commence à poser la question du financement des frais de santé.

2.3.3. Développement des équipements spécialisés

Si un autre secteur à tout à gagner du vieillissement de nos aînés, c'est celui des équipements spécialisés. En effet, le vieillissement des personnes âgées, accompagné d'une volonté fréquente de rester le plus longtemps possible dans leurs maisons, nécessite d'adapter les lieux de vie à leurs besoins. Ainsi, plusieurs types d'entreprises peuvent profiter de cette situation. Par exemple, de nouveaux types de demande sont apparus, comme les monte-escaliers. Dans ce domaine, l'une des sociétés les plus renommée dans ce domaine est sans conteste Stannah. En effet, l'entreprise britannique est présente dans presque tous les pays d'Europe. Le total de ses ventes est passé de 157,6 millions d'euros en 2007, à 183,9 millions d'euros en 2010. On voit clairement l'évolution rapide dans ce secteur. Aussi,

l'augmentation de la demande dans ce domaine devrait continuer à évoluer, avec l'accroissement rapide du nombre de personnes âgées.

D'autres domaines d'équipement sont positivement concernés par l'augmentation du nombre de seniors. Ainsi, les fauteuils spécialisés électriques voient leurs ventes décoller. Ces fauteuils ont pour but d'aider les seniors à se relever plus facilement de leur position assise. Le dernier exemple que nous allons donner concerne les douches pour seniors, avec un bac de plain-pied et un sol non glissant. Elles sont de plus en plus demandées. Ces douches ont notamment pour but d'éviter la glissade aux personnes âgées.

2.3.4. Les autres secteurs pouvant profiter du vieillissement démographique européen

Avec le vieillissement de la population et l'augmentation du nombre de seniors dans la population européenne, le secteur de la cosmétique se développe. En effet, les seniors (notamment les jeunes) se sentent encore très concernés par leur aspect extérieur et cherchent à vieillir le mieux possible. Ainsi, les entreprises de cosmétiques ont tout à gagner à essayer de répondre aux besoins spécifiques des plus vieux. En 2011, une étude de Bayard Publicité a montré qu'en 2011, un produit cosmétique sur deux était acheté par une femme de plus de 55 ans.

Ainsi, les personnes âgées, plus particulièrement les femmes, souhaitent retarder ou effacer les effets du temps et consomment de plus en plus de solutions miracles, à l'instar des crèmes antirides.

Une nouvelle tendance pour les marques est de s'adapter aux peaux âgées sans chercher pour autant à les corriger ou à les transformer. Ainsi, ces entreprises ont compris que la peau des seniors présentait des carences. Elles cherchent donc à développer des soins spécifiques contenant des vitamines C, des oligo-éléments ou d'autres substances pouvant manquer à ces femmes.

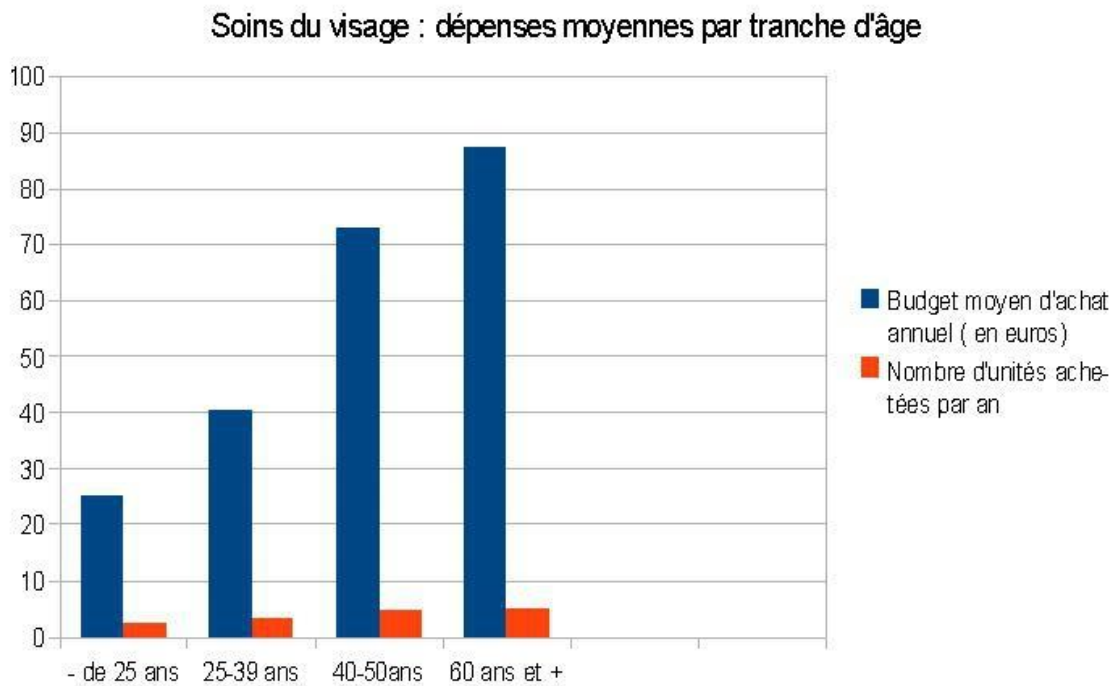


Figure 9 : Consommation de soins du visage par tranche d'âge en 2013 – Source : <http://tpecosmetique.canalblog.com/archives/2013/12/12/28645719.html>

Un exemple très marquant d'une marque profitant de l'arrivée de cette nouvelle clientèle est l'Oréal. En effet, le leader mondial des cosmétiques a adapté toute une gamme de produits pour les seniors. De plus, la marque a choisi comme égérie l'actrice américaine Jane Fonda, dans laquelle les femmes de la catégorie ciblée se retrouvent.

Un autre secteur très positivement concerné par le vieillissement de la population est celui du tourisme. En effet, les seniors, une fois à la retraite et encore en forme, profite de leur état pour partir en vacances. Cette tendance se maintient en moyenne jusqu'à 80 ans, car c'est vers ce moment-là que les seniors perdent leur énergie. C'est donc une réelle opportunité de développement pour les entreprises du secteur.

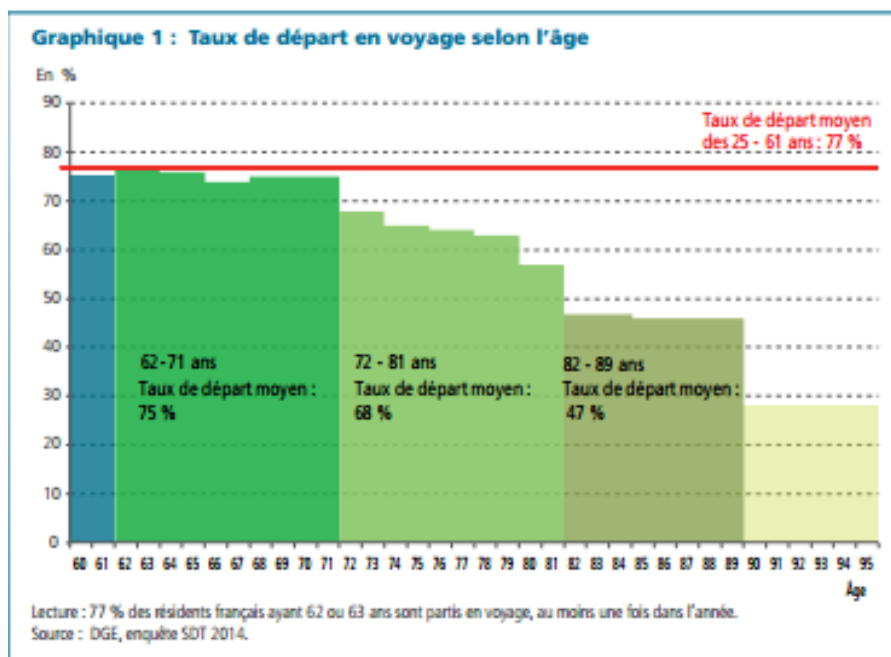


Figure 10

Selon une étude menée par Eurostat, en 2016 le tourisme des seniors de plus de 65 ans représentait 20% des nuitées en Europe. Cela représente un total de 1.2 million de nuitées. On constate la croissance de ce résultat par rapport aux années précédentes. Cependant ces résultats diffèrent largement selon les pays. Ainsi, les champions du tourisme des seniors sont les Français avec un taux de 25% des nuitées. En revanche, ce taux n'est que de 9% pour Malte et de 10% pour la Slovénie.

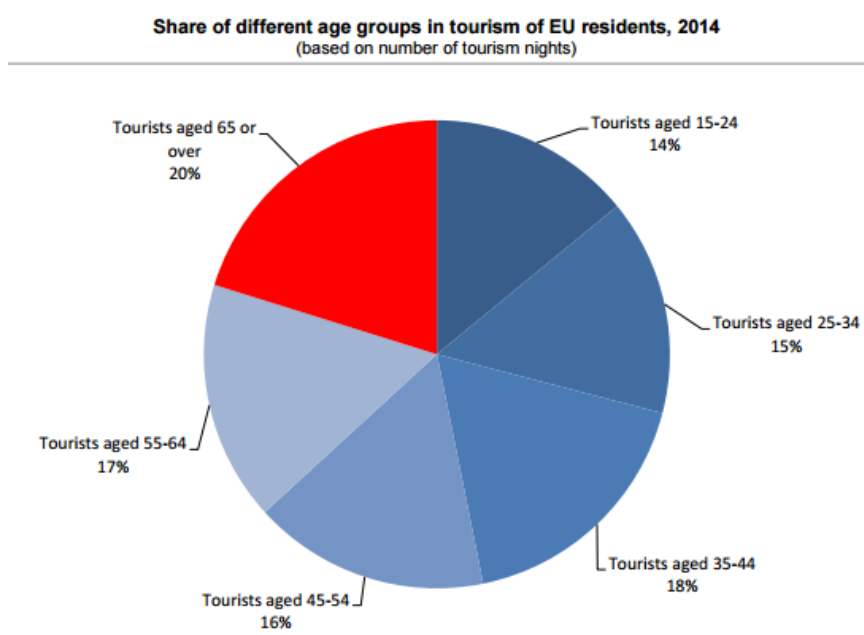


Figure 11 – Source : Eurostat

Cette augmentation du nombre de touristes seniors représente plusieurs avantages. D'abord, cela permet de répartir les clients dans l'année car les retraités ne partent pas forcément pendant les périodes de vacances scolaires ou durant l'été. Ensuite, elle permet au secteur de tenir malgré la crise économique.

Pour conclure cette partie, on comprend bien que le vieillissement de la population peut être vu comme une réelle opportunité pour le développement des entreprises. En effet, cette demande accrue dans certains secteurs va sûrement être source de nouveaux emplois.

2.4. Les solutions au vieillissement de la population

Si nous avons vu que le vieillissement de la population ne constituait pas une fatalité pour les entreprises françaises, à condition qu'elles s'adaptent aux seniors, il faut quand même le voir comme un danger. En effet, le problème que va poser le vieillissement de la population est surtout celui du manque de main-d'œuvre par rapport à la population totale. En effet, l'économie va devoir fournir une quantité de plus en plus importante de biens et services, avec une population active plus restreinte. Cela va poser de gros problèmes aux entreprises. Aussi, un autre problème posé par le vieillissement de la population est celui du système des retraites et du financement des frais de santé. Ainsi, il convient de trouver des solutions pour assurer la pérennité de ces systèmes.

2.4.1. Des politiques tournées vers la famille

Une des premières solutions pouvant être envisagées pour faire face au vieillissement de la population est de promouvoir des politiques orientées vers la famille en Europe. En effet, le but de telles politiques serait d'encourager les familles à faire plus d'enfants, en particulier dans les pays les moins féconds à l'instar de l'Allemagne. En effet, si on augmente le nombre d'enfants, on assure le renouvellement des générations et les problèmes de financements et de main-d'œuvre pour les entreprises seront éliminés ou du moins restreints.

Avant de proposer des politiques tournées vers la famille, il faut avant tout tenter de comprendre pourquoi les Européens ne font plus d'enfants. La première explication est le fait qu'aujourd'hui les femmes sont plus actives, il leur est donc plus compliqué qu'avant d'allier la vie de famille et la vie professionnelle. Aussi, aujourd'hui, la culture a changé et il y a beaucoup plus de divorces et moins de mariages qu'avant. Cela joue en la défaveur des enfants. Une autre raison est que de nos jours les moyens de contraception sont beaucoup plus utilisés en Europe qu'au temps de la naissance des baby-boomers. De plus, les Européens font moins d'enfants pour des raisons économiques. Enfin, les parents sont plus inquiets de l'avenir que pourrait avoir leurs enfants à la vue de la conjoncture économique. Ainsi, la crise a fait diminuer le nombre d'enfants par femme.

Maintenant que nous connaissons les raisons qui font que les femmes font moins d'enfants, il est plus facile de comprendre quelles politiques les états européens devraient mettre en place pour encourager les familles à faire des enfants.

L'Union Européenne a déjà commencé à travailler sur ce sujet depuis plusieurs années. Une des mesures prises est d'adapter les politiques publiques au besoin de stabilité des femmes qui voudraient avoir un enfant. En effet, aujourd'hui, beaucoup de femmes souhaiteraient avoir des enfants mais n'ont pas la stabilité financière et professionnelle nécessaire pour le faire. Une autre mesure viserait à aider les mères célibataires par des investissements publics notamment dans les aides aux jeunes enfants et dans les garderies. Enfin, l'Union Européenne souhaite promouvoir le modèle de congé de paternité et d'établir un droit au congé parental.

L'Union Européenne souhaite aussi assurer la possibilité aux jeunes femmes d'avoir des enfants, même avant d'avoir terminé leurs études. En effet, parce que les femmes font beaucoup plus d'études qu'il y a une cinquantaine d'années seulement, elles font des enfants beaucoup plus tard. Pourtant dans certains pays comme en Suède, il est courant d'avoir un enfant avant la fin des études. Cela vient du fait que le modèle y est adapté pour permettre ce genre de situation. En effet, pour l'Europe, il faut également travailler sur ce point. Ainsi, il serait convenable de proposer des taux de crédit avantageux aux jeunes qui devraient associer vie étudiante et vie familiale. Aussi, elle devrait leur garantir des aides pour élever leurs enfants dans un foyer décent et leur faciliter l'accès aux garderies.

2.4.2. Immigration

La deuxième solution envisagée pour ralentir ou compenser le vieillissement de la population est l'immigration. En effet, si pendant longtemps l'Europe a été une terre d'émigration, elle est aujourd'hui reconnue pour être une terre d'immigration. Les pays les plus touchés par l'immigration étant l'Italie et l'Espagne.

D'un point de vue européen, on estime que l'immigration peut être la solution au vieillissement démographique. En effet, comme nous l'avons vu, dans les prochaines années, les entreprises européennes devraient manquer cruellement de main-d'œuvre. Selon une étude de l'Union Européenne, on estime qu'en 2050, il faudra 56 millions de travailleurs immigrés pour combler le nombre insuffisant de travailleurs européens et remédier aux problèmes économiques. Ainsi, on comprend comment l'émigration pourrait être un élément de solution au vieillissement de la population européenne.

Pourtant, dans le contexte actuel, l'immigration fait peur et cette solution est très controversée. En effet, moins de la moitié de la population européenne estime que l'immigration pourrait avoir des conséquences positives. Cette réticence à l'arrivée de nouveaux immigrants vient en partie du manque d'intégration des nouveaux arrivants dans les pays d'accueil.

Pour pallier à ces problèmes, il faudrait lutter contre la xénophobie et favoriser l'immigration légale pour faire venir des travailleurs qualifiés. Cependant, l'Europe doit mettre en place des systèmes pour attirer ces travailleurs qualifiés. L'Union européenne s'est déjà engagée dans ce sens puisqu'elle a décidé de créer un permis de travail spécial sous forme de carte bleue.

L'Union Européenne espère de réelles retombées positives suivant un processus d'immigration. En effet, cette technique avait déjà été utilisée cette technique pour faire face à un manque de main-d'œuvre et les résultats avait semblé concluants.

Conclusion

Grâce aux différentes informations regroupées dans ce travail, nous avons pu en apprendre davantage sur les conséquences du vieillissement de la population en Europe. Ainsi, ce phénomène qui se traduit par une augmentation de la part de personnes âgées et une diminution de la part de la population active peut avoir de bonnes et de mauvaises conséquences. Nous avons ainsi vu qu'un des principaux dangers pour les entreprises étaient la baisse de productivité due à l'augmentation du nombre de travailleurs âgés, à cause de la mise en cause du système des retraites. Un autre danger qui menace les entreprises de l'intérieur pourrait être le manque de main d'œuvre dans les années à venir, à cause de la baisse de population active. Aussi, les entreprises européennes sont en danger si elles ne prennent pas conscience de l'importance du phénomène et de la nécessité de comprendre le nouveau type de demande formulé par les personnes âgées. En effet, nous avons vu que les seniors sont la catégorie de la population à disposer du plus important pouvoir d'achat bien que le nombre de retraités précaires soit en augmentation. Pourtant, bien que les seniors soient plus nombreux et plus riches, ils ne trouvent pas forcément de marketing adaptés à leurs besoins nouveaux. On comprend donc plus facilement l'importance de l'adaptation à ce phénomène par les entreprises. En effet, nous avons également vu que les entreprises se tournant vers la silver économie avaient toutes les chances de profiter du vieillissement démographique européen. Ainsi, les entreprises de nombreux secteurs, à l'instar de celui des logements adaptés, du tourisme ou encore du médical ont tout intérêt à y prêter attention. Enfin, nous avons compris que les solutions pour éviter le manque de main-d'œuvre dans les années à venir se trouvaient dans les politiques tournées vers la famille pour encourager les Européens à faire des enfants et dans l'immigration.

Pour terminer, on peut dire que les problèmes liés au vieillissement de la population européenne ne sont pas inéluctables. En effet, si les entreprises s'adaptent aux nouvelles demandes formulées par les seniors et à leurs besoins, et si l'Europe se saisit du problème de main-d'œuvre, les entreprises ont tout à gagner du vieillissement démographique.

Bibliographie

Livres et revues

PARANT Alain, « Les enjeux du vieillissement de la population », Revue française d'administration publique, 1/2005 (n°113), p.83-95

PIVETEAU Denis, « Le vieillissement de la population européenne est-il une menace pour l'assurance maladie ? » Laennec 2011/2 (Tome 59), p. 18-30.

DOI 10.3197/lae.112.0018, ISSN 1272-520X

VINCENT Paul, « Vieillissement de la population, retraites et immigration », Population, 2/2016 (Vol.71), p.349-380.

DOI : 10.3917/popu.1602.0349, ISBN : 9782733210666

CHAGNY Odile, DUPONT Gaël, STERDYNIAK Henri, VERONI Paola, « Les réformes des systèmes de retraite en Europe », Revue de l'OFCE, 3/2001 (n°78), p.97-208.

DOI : 10.3917/reof.078.0097, ISBN : 9782724629101

APROBERTS LUCY, « Les logiques des systèmes de retraites en Europe », Retraite et société 2007/1 (n°50), p.9-33

ISSN 1167-4687

FULTZ Elaine, « Peco : l'avenir des systèmes de retraite encore incertain », Retraite et société 2007/1 (n°50), p.190-197

ISSN 1167-4687

COUHIN Julie, « Evolutions démographiques et emploi des seniors en Europe », Retraite et société 2007/1 (n°50), p.190-197

ISSN 1167-4687

Raimondo Cagiano de Azevedo et al., « Vieillissement et dévieillissement : un débat européen », Gérontologie et société 2011/4 (n° 139), p. 37-47.

DOI 10.3917/gs.139.0037, ISSN 0151-0193

AUBERT Patrick, CREPON Bruno, « La productivité des salariés âgés : une tentative d'estimation », *Economie et statistique* 2003 (n°368), p.95-119.

D'AUTUME Antoine, « Les seniors et l'emploi en France : la fin de l'ajustement par l'âge ? », *Travail et Emploi*, 118 | 2009, 77-81.

LEROUX Erick, « Comportement des seniors et tourisme : l'effet modérateur de la variable santé », *Gérontologie et société*, 4/2010 (n°135), p.153-166.

DOI 10.3917/GS.135.0153,

Sites Internet

EUROSTAT Statistics Explained. « Structure et vieillissement de la population ». Publié en juin 2016. Disponible en ligne sur : [http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Population_structure_and_ageing/fr#Structure et vieillissement de la population](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Population_structure_and_ageing/fr#Structure_et_vieillissement_de_la_population) [Consulté le 22/02/2017].

AMBROSETTI Elena et GIUDICI Cristina, « L'Europe confrontée au vieillissement démographique », *La documentation Française*. Publié le 22/04/2014. Disponible en ligne sur : <http://www.ladocumentationfrancaise.fr/pages-europe/d000722-l-europe-confrontee-au-vieillissement-demographique-par-elena-ambrosetti-et-cristina/article> [Consulté le 22/02/2017].

EUROSTAT Statistics Explained. « Statistiques sur l'emploi ». Données d'août 2015. Disponible en ligne sur : http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Employment_statistics/fr [Consulté le 25/02/2017].

MONIER Hervé. « Les seniors, des super-consommateurs au potentiel encore sous-exploité par les marques ». Publié le : 27/07/2014. Disponible en ligne sur : <https://brandnewsblog.com/2014/07/27/10-conseils-aux-marques-pour-mieux-exploiter-la-cible-des-seniors/> [Consulté le 07/03/2017].

« Le marché des séniors », Profils seniors. Publié en mars 2011. Disponible en ligne sur : <file:///D:/TELECHARGEMENTS/20110-05-Marche-des-Seniors.pdf> [consulté le 07/03/2017]

CHOJNICKI Xavier, RAGOT Lionel. « La population prend un coup de vieux ». Alternatives Economiques. Publié le 01/12/2012. Disponible en ligne sur : <http://www.alternatives-economiques.fr/population-prend-un-coup-de-vieux/00060844> [Consulté le 10/03/2017].

EUROSTAT Statistics Explained. « Tourism statistics – characteristics of tourism trips ». Données datant de juillet 2016. Disponible en ligne sur : http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Tourism_statistics_-_characteristics_of_tourism_trips [Consulté le 15/03/2017].

DGE, « Les seniors français : un segment touristique porteur de croissance ». Publié en février 2016. Disponible en ligne sur : http://www.entreprises.gouv.fr/files/files/directions_services/etudes-et-statistiques/4p-DGE/2016-02-4Pages-51-tourisme-seniors.pdf [Consulté le 15/03/2017].

EUROSTAT newsrelease. « 1 in 5 tourism nights of EU residents spent by tourists aged 65 or over ». Publié le 26/09/2016. Disponible en ligne sur : <http://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/7664325/4-26092016-AP-EN.pdf/> [Consulté le 15/03/2017].

DE VULPILLIERES Eléonore. « Pourquoi la France fait moins de bébés qu'avant ». Publié le 05/11/2015. Disponible en ligne sur : <http://www.lefigaro.fr/vox/societe/2015/11/05/31003-20151105ARTFIG00106-pourquoi-la-france-reste-championne-d-europe-des-bebes.php> [Consulté le 16/03/2017].

PARLEMENT EUROPEEN. « Déficit démographique : « Europe cherche enfants » ». Publié le 03/06/2008. Disponible en ligne sur : <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?language=fr&type=IM-PRESS&reference=20080414FCS26499#title1> [Consulté le 16/03/2017].

Annexes

Annexe 1 :



Figure 12 : La silver économie et le développement de la consommation par Internet

Annexe 2 : Analyse de SWOT

Strenghts	Weaknesses
- Une population âgée plus consommatrice - Développement important de différents secteurs	- Des entreprises ne s'adaptant pas assez aux seniors. - Des seniors âgés parfois moins productifs - Des entreprises ne prenant pas assez en considération les besoins des travailleurs âgés
Opportunities	Threats
- Formulation d'un nouveau type de demande par les seniors - Adaptation du marketing - Politiques tournées vers la famille - Immigration	- Un manque de main d'œuvre dans les années futures - Une baisse de la productivité des entreprises