

# DATA RAMA

## Chiffres-Clés

pour la France

Nombre d'habitants en France (2017)

Insee - <https://bit.ly/2AOfoBu>

65 ans et + : **12 862 272** (19,2%)

65 à 75 ans : **6 200 000** (9,2%)

75 ans et + : **6 700 000** (10%)

Espérance de vie en 2018

Insee - <https://bit.ly/2Fu6wgg>

**79,5 ans (hommes)**

**85,3 ans (femmes)**

Âge moyen de départ à la retraite (2017)

CNAV - <https://bit.ly/2M18h7K>

**62,2 ans (hommes)**

**62,8 ans (femmes)**

Moyenne des pensions de droit direct (2018)

Drees - <https://bit.ly/2OW1J8m>

**1 891 € / mois (hommes)**

**1 091 € / mois (femmes)**

Ménages propriétaires chez les 65 ans et + (2013)

Insee - <https://bit.ly/2DaqPyr>

**74,1 %** (57,9 % en moyenne)

Niveau de vie annuel moyen (2015)

Insee - <https://bit.ly/2y6ImSa>

60 ans et + : **25 720 €**

60 à 69 ans : **26 940 €**

70 ans et + : **24 520 €**

Moyenne : **23 440 €**

Âge moyen d'entrée en EHPAD (2015)

Drees - <https://bit.ly/2CQQBre>

**85 ans et 2 mois**

**51 secondes**

le temps que vous avez mis pour lire ces chiffres-clés

## Montres et Cie

C'est à l'occasion d'une keynote dans un Steve Jobs Theater archi bondé que Apple a présenté sa nouvelle montre connectée, l'Apple Watch Series 4.

Au-delà du dispendieux condensé de technologie que celle-ci offre, la firme a choisi de mettre le paquet sur les fonctionnalités préservant la santé : moniteur cardiaque amélioré, électrocardiogramme mais surtout l'arrivée de la détection de chute couplée aux appels d'urgence.

Une évolution dont on imagine mal qu'elle soit à destination des millenials (en-dehors des serial-chuteurs de sorties de boîte). En filigrane donc, car la marque ne les mentionne pas explicitement, il semble que ce produit soit voué à draguer les personnes âgées. Quand on sait que, parmi les consommateurs d'Apple, les hommes de plus de 65 ans sont les plus dépensiers<sup>3</sup>, on se dit que la santé connectée est un marché porteur. Cette montre pourrait donc contribuer à « déringardiser » les détecteurs de chute et la téléassistance. En tout cas, Cupertino Inc semble anticiper le vieillissement de sa clientèle à l'heure où le healthy fait vendre. N'hésitez plus, « mangez des pommes » !

<https://bit.ly/2QnnzCt>

**technologie business marketing**

## Fils à papa

Gillette voit ses ventes diminuer auprès des jeunes, concurrencée sur Internet par des start-ups (dont Harry's, qui vend du matériel de rasage en ligne) et, dans une moindre mesure, par la mode du poil libre (barbe, moustache). Un mal pour un bien ? Pas impossible. Car Gillette regarde à présent du côté des plus de 65 ans et a développé Treo, un rasoir jetable pensé pour les aidants afin qu'ils puissent prendre soin des hommes dépendants. Après trois ans d'observation et de design, la marque est passée à la phase de test en distribuant gratuitement 62 000 exemplaires (dans des établissements de soin aux États-Unis et au Royaume-Uni<sup>4</sup>) et se prépare à un lancement généralisé sans pour autant communiquer de date de sortie officielle.

Les peaux des aînés étant généralement plus sensibles, la poignée du rasoir, plus large, permet une maniabilité plus souple. Un tube de gel y est également intégré pour éviter d'avoir à mouiller le visage.

Comme souvent, cette approche commerciale de la dépendance se concentre sur les aidants. Dans sa vidéo promotionnelle « Handle with care », la marque opte pour le registre de l'émotion en insistant sur l'amour filial et le dévouement d'un fils qui chaque matin, rase son vieux père. Un poil naïf, certes, mais c'est l'occasion de contribuer à préserver la dignité de ces hommes pour lesquels une peau glabre est souvent synonyme de respect de soi.

<sup>3</sup><https://bit.ly/2xAQOd2>

<sup>4</sup><https://bit.ly/2QmtDdv>

<https://bit.ly/2ObwWH1>

**business marketing**

## Peter (Thiel) Pan

**A** quelques milliers de kilomètres en direction du ponant, dans la célèbre vallée du silicium où le cloud le dispute au semi-conducteur, les plus grandes sociétés ont investi des sommes importantes dans la lutte contre le vieillissement. Pour en illustrer l'ampleur, prenons l'exemple de Calico (une filiale de Google) qui, au jour de son lancement, s'est vue dotée d'un budget de 1,5 milliards de dollars pour étudier les causes du vieillissement. Autre entreprise qui compte, Unity Biotechnology travaille sur des médicaments censés lutter contre la « *pire des maladies* » (comprendre, la vieillesse). Son patron aspire humblement à « *faire disparaître un tiers des maladies humaines dans les pays développés* ».

Parmi ses mécènes, Jeff Bezos (fondateur d'Amazon) et le très controversé Peter Thiel (Pay-Pal, Palantir, LinkedIn, Facebook, etc.). Pour ce dernier, « *le problème de la mort* » est une vieille marotte dans laquelle il a déjà englouti quelques millions de dollars. Ainsi fonde-t-il beaucoup d'espoir dans la science qu'il estime capable de le rendre immortel (l'espoir fait vivre). En 2013, il confiait même sa passion pour la parabiosis, la transfusion dans le sang de plaquettes sanguines directement tirées des bras endoloris de jeunes adultes (vous avez dit vampire ?). Mais pourquoi une telle haine du vieillissement ? Culturellement parlant, il ne fait pas bon vieillir dans la Silicon Valley. On considère qu'avoir au-dessus de 40 ans y est « *alarmant* ». Le hic, c'est que la recherche biomédicale prend du temps, beaucoup de temps. À trop attendre, Peter risquerait de devenir adulte...

<https://cnb.cx/2NGV9Bz>

**insolite**

## Assure-moi si tu peux

**A**ide à domicile, frais de lunettes, dentiste, rééducation, hospitalisations : tous ces soins ne sont pas pris en charge à 100 % par la Sécurité sociale. Pour couvrir toutes ces dépenses de santé à un âge où l'on en a potentiellement besoin, les retraités sont ceux qui mettent le plus la main à la poche avec un coût annuel moyen de 1 732 € par personne, soit 3,5 fois plus qu'un étudiant.

D'après une enquête réalisée par le site internet [lecomparateurassurance.com](http://lecomparateurassurance.com)<sup>5</sup>, une mutuelle qui offrirait une couverture maximale des dépenses de santé à l'année coûterait en moyenne 1 976 € à un retraité, ce qui représente 135 % de son revenu moyen net, estimé à 1 294 € (selon l'enquête annuelle de la Drees<sup>6</sup>). Autant dire que ça risque d'être un peu juste.

C'est pourquoi, avec l'arrivée des baby-boomers à la retraite, les assurances de santé développent de plus en plus d'offres pour séduire les plus de 60 ans. Maintenant, la question qui se pose est de savoir si cette augmentation de la demande amènera l'une de ces assurances à proposer des tarifs moins élevés (à l'image de Free chez les fournisseurs d'accès) pour capter de nouvelles parts de marché. Quoiqu'il en soit, ce secteur concurrentiel sera sans doute l'objet d'une âpre compétition pour s'octroyer les faveurs de ces néo-retraités.

<https://bit.ly/2xilNHe>

**santé finances business**

<sup>5</sup><https://bit.ly/2xQhWnK>

<sup>6</sup><https://bit.ly/2OfsnLD>

## Pro-téines

**D'**après l'étude « Consommation et mode de vie » publiée par le Crédoc en septembre 2018, la consommation de viande a baissé en France de 12 % au cours des dix dernières années. Toutefois, les 18-24 ans en sont devenus les plus grands consommateurs à l'inverse des 65-74 ans et 75 ans (148 g / jour pour les premiers contre 127g et 113g pour les seconds). Pas que ces jeunes morfals n'aient subitement d'appétence pour la viande bouchère (qui reste l'apanage des plus de 65 ans). En fait c'est plutôt leur amour des burgers et autres sandwiches qui donne une tournure carnée à leur régime. Même chose pour les produits de la mer (poissons et crustacés) qui, s'ils n'ont pas le même maillot, provoquent la même passion chez nos amillennials<sup>7</sup>. Dans la plupart des pays ce sont pourtant les baby-boomers qui constituent la catégorie d'âge la plus

friande de ce type de mets, en partie parce qu'ils disposent de moyens plus importants et de plus de temps pour cuisiner. Mais en France, où (nous nous laisserons aller à un préjugé facile) on n'aime pas faire comme les autres, les baby-boomers passent de 86 à 69 repas par an entre 2013 et 2018 (contre 58 à 72 repas sur la même période pour les 18-24 ans). L'ennui est que la sarcopénie (la « fonte musculaire ») s'accroît particulièrement après 65 ans. Les nutritionnistes recommandent donc, en plus d'avoir une activité physique quotidienne, de consommer davantage de protéines d'origine animale (viande, poisson, oeufs et produits laitiers). Une fois n'est pas coutume, les carnivores n'ont pas dit leur dernier mot dans ce combat déjà épique qui les oppose aux vegans.

<https://bit.ly/2NiUNEa>

<https://bit.ly/2NIZVDJ>

**tendance alimentation**

## Retraite et divorce font bon ménage

**E**n France, le nombre de séparations a doublé en dix ans. D'après l'Ined, le taux de divorce après plus de trente-cinq années de vie commune a même été multiplié par 9 en l'espace de 40 ans<sup>8</sup>. Ainsi 24 315 hommes et femmes âgés de 60 ans et plus ont divorcé en 2015 (contre 15 000 en 2005). Dans 60 % des cas ce sont les femmes qui sont à l'initiative de la séparation.

Il s'agit en fait de la seule tranche d'âge où la tendance s'accélère. L'augmentation de l'espérance de vie (79,5 ans pour les hommes et 85,4 ans pour les femmes) a modifié les pratiques. En 1968, elle était de 10 ans après la retraite, elle approche aujourd'hui les 25 ans. L'arrivée à la retraite, comme le départ des enfants, constituent des périodes plus difficiles

où l'on se retrouve face à l'autre en permanence. Et il se peut qu'il n'y ait plus tellement d'envies et de centres d'intérêts communs.

Le divorce des plus 65 ans était même un phénomène rare avant les baby-boomers. Selon la chercheuse Anne Solaz<sup>9</sup>, ces générations « *ont des valeurs conjugales un peu différentes de celles qui les ont précédées. Ce sont les soixante-huitards qui arrivent à la retraite. Ils ont connu l'union libre, la montée des divorces* ».

Mais que font-ils après s'être séparés ? Finalement un peu comme tout le monde, entre sites de rencontre, remariages, sexualité ou solitude (voir cette enquête passionnante du Figaro<sup>10</sup>)... Il n'y a plus d'âge pour avoir soif de liberté ou pour recomposer son foyer.

<https://bit.ly/2xI2cUJ>

**tendance société**

<sup>7</sup><https://bit.ly/2Qc6tXg>

<sup>8</sup><https://bit.ly/2OmTuoq>

<sup>9</sup><https://bit.ly/2PoHohu>

<sup>10</sup><https://bit.ly/2DSzAwS>

## Souriez, vous êtes incubé

**A**vec la création de sa branche « Nouveaux Business », le géant français de l'énergie EDF se donne pour objectif d'investir 40 millions d'euros dans l'accompagnement de dix start-ups innovantes au cours des deux prochaines années. Pour débusquer ces oiseaux rares, cette filiale a lancé deux appels à projets (« Accompagner les personnes âgées à domicile » et « Proposer de nouveaux services dans l'habitat ») et reçu 310 candidatures.

Parmi les dix lauréats, les niortais de Blue Radar ont développé un boîtier intelligent qui, branché aux prises électriques, est capable de donner des indications précises sur les signes potentiels d'une dégradation de la personne. Geekzie propose aux personnes âgées des cours à domicile dispensés par des étudiants sur les outils informatiques quand Les Talents d'Alphonse proposent à l'inverse de mettre en relation des retraités passionnés et des jeunes curieux pour 15 € de l'heure.

Tout cela peut être pertinent mais il faut garder en tête qu'un quart des plus de 60 ans ne se connecte jamais à Internet, soit 5 millions de personnes<sup>11</sup>. Cette catégorie de personnes âgées est difficilement accessible tant qu'on l'oppose frontalement à l'immense majorité de ceux qui utilisent les nouvelles technologies. En revanche, les initiatives qui parviennent à faire le lien entre ces catégories (Famileo) plaisent généralement à tout le monde !

<https://bit.ly/2xmjdDL>

**business lien social**



---

<sup>11</sup> <https://bit.ly/2ll3Uz7>