

BÂTIR LE CINQUIÈME RISQUE #8 – LA SILVER ÉCONOMIE ET L'EXPÉRIENCE CLIENT

Note d'actualité - 14 mai 2020

Attendu initialement en 2020, un projet de loi sur le risque dépendance a l'ambition de compléter l'Etat providence d'un volet de prise en charge du Grand Âge. Avec la crise sanitaire actuelle du COVID-19 et son impact sur les aînés, ce projet de loi prend une toute autre dimension. De nombreuses entreprises et start-ups ont déjà largement investi le secteur et proposent des produits et services qui accompagnent et sécurisent les seniors dans leur quotidien.

OpusLine lance une série d'articles pour comprendre les enjeux de ce secteur pour les opérateurs d'assurance et se préparer aux défis et opportunités qui vont naître de cette loi.

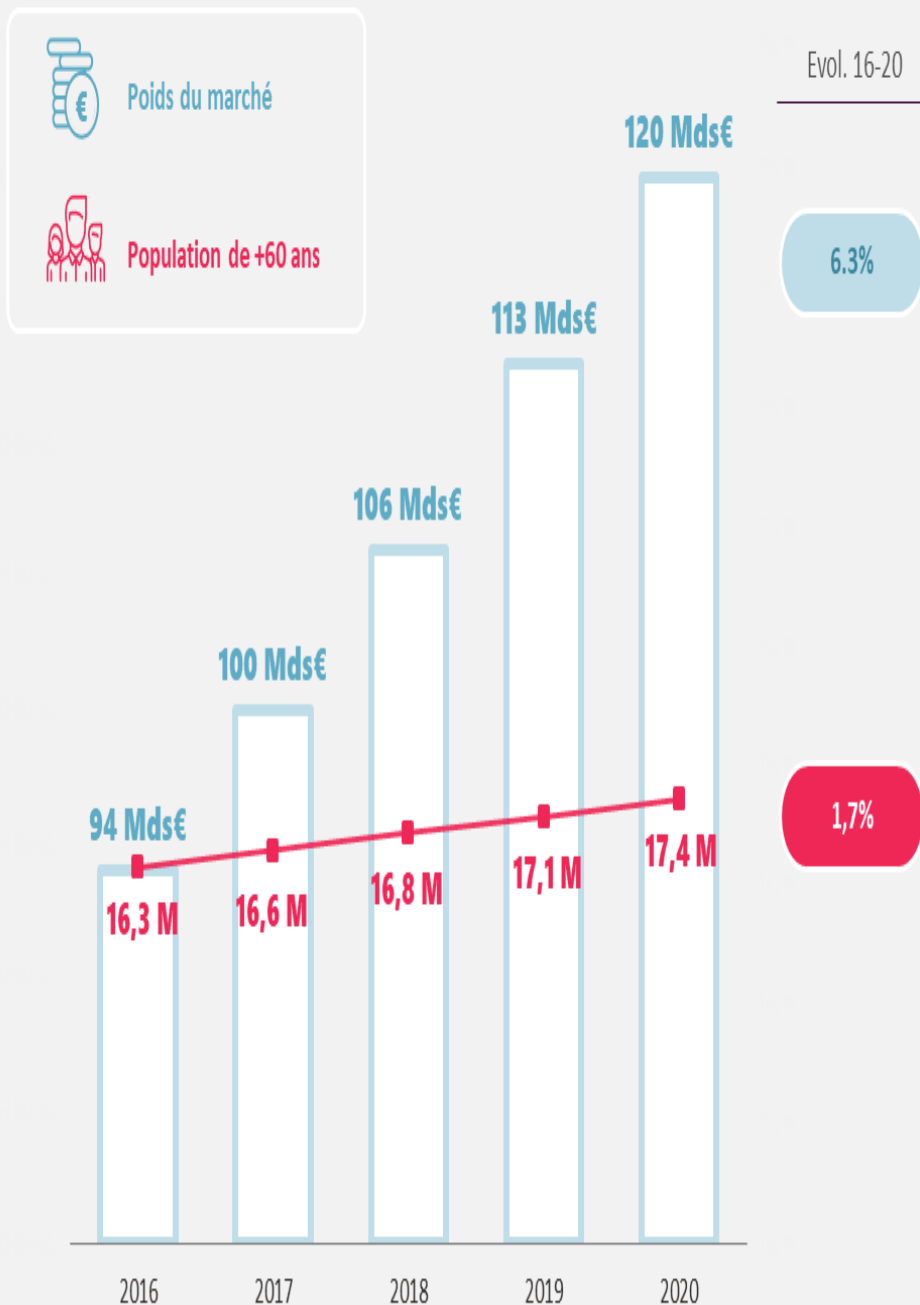
La silver économie, un secteur particulièrement porteur

Le marché de la **silver économie** représenterait en France cette année, 120 milliards d'euros avec des produits et services à destination des seniors répondant aux besoins économiques, technologiques et industriels liés à l'avancée en âge.

Ce marché connaît une croissance particulièrement forte ces dernières années (+6,3% par an depuis 2016).

Il est certes porté par les volumes, c'est-à-dire la croissance du nombre de personnes âgées de plus de 60 ans (+1,7% par an), mais surtout il se montre dynamique en valeur (4,6%). En effet, le panier moyen a augmenté significativement sur la période. En 2016, les seniors de plus de 60 ans consommaient en moyenne 5 781 € en produits classés dans la silver économie et 6 900 € en 2020. De belles perspectives pour ce marché, car rappelons que les seniors ont un pouvoir d'achat supérieur au reste de la population : alors qu'ils correspondent à un petit tiers de la population, ils représentent environ la moitié de la consommation en France.

ÉVOLUTION DU POIDS ET DE LA TAILLE DU MARCHÉ DE LA SILVER ÉCONOMIE



ÉVOLUTION DU PANIER MOYEN

Evol. 16-20

5 781 €

2016

+4,6%/an

6 900 €

2020

montants alloués aux prestations Silver Economie

L'offre est de plus en plus pléthorique et est proposée par de multiples acteurs et de nombreux

nouveaux entrants. Près de 250 startups françaises sont ainsi positionnées sur ce secteur.

Comment sont positionnées les startups françaises de la silver économie ?

Pour garder une certaine spécificité de la cible, nous avons exclu de nos analyses les entreprises positionnées sur les loisirs (tourisme, sport, jeux). Ce marché représente environ **20 milliards d'euros** en 2020, soit un budget annuel d'environ **1 200 € par personne de plus de 65 ans**.

Les 4 800 € annuels restants sont donc alloués à trois grands types de dépense : des dépenses d'accompagnement (services à domicile, aide à la mobilité...), de prévention et de suivi médical (soins à domicile, médecine à distance...) et d'habitat (notamment adaptation du logement) :

35%

ACCOMPAGNEMENT

- ✓ Services à domicile (livraison, courses, aides ménagères, activités à domicile)
- ✓ Aide à la mobilité
- ✓ Lien Social
- ✓ Services de communication et de télécommunications

50%

PREVENTION & SUIVI MEDICAL

- ✓ Soins à domicile
- ✓ Médecine à distance
- ✓ Objets de santé connectés, téléassistance, télésurveillance

15%

HABITAT & LOGEMENT

- ✓ Services liés à l'adaptation du logement
- ✓ Services de financement du logement (i.e. viager)
- ✓ Services liés à l'hébergement hors domicile



Ticket moyen alloué à ces services

4 800€

ACCOMPAGNEMENT

35%

PREVENTION & SUIVI MEDICAL

50%

HABITAT & LOGEMENT

15%

EXEMPLES



SERVICES INNOVANTS

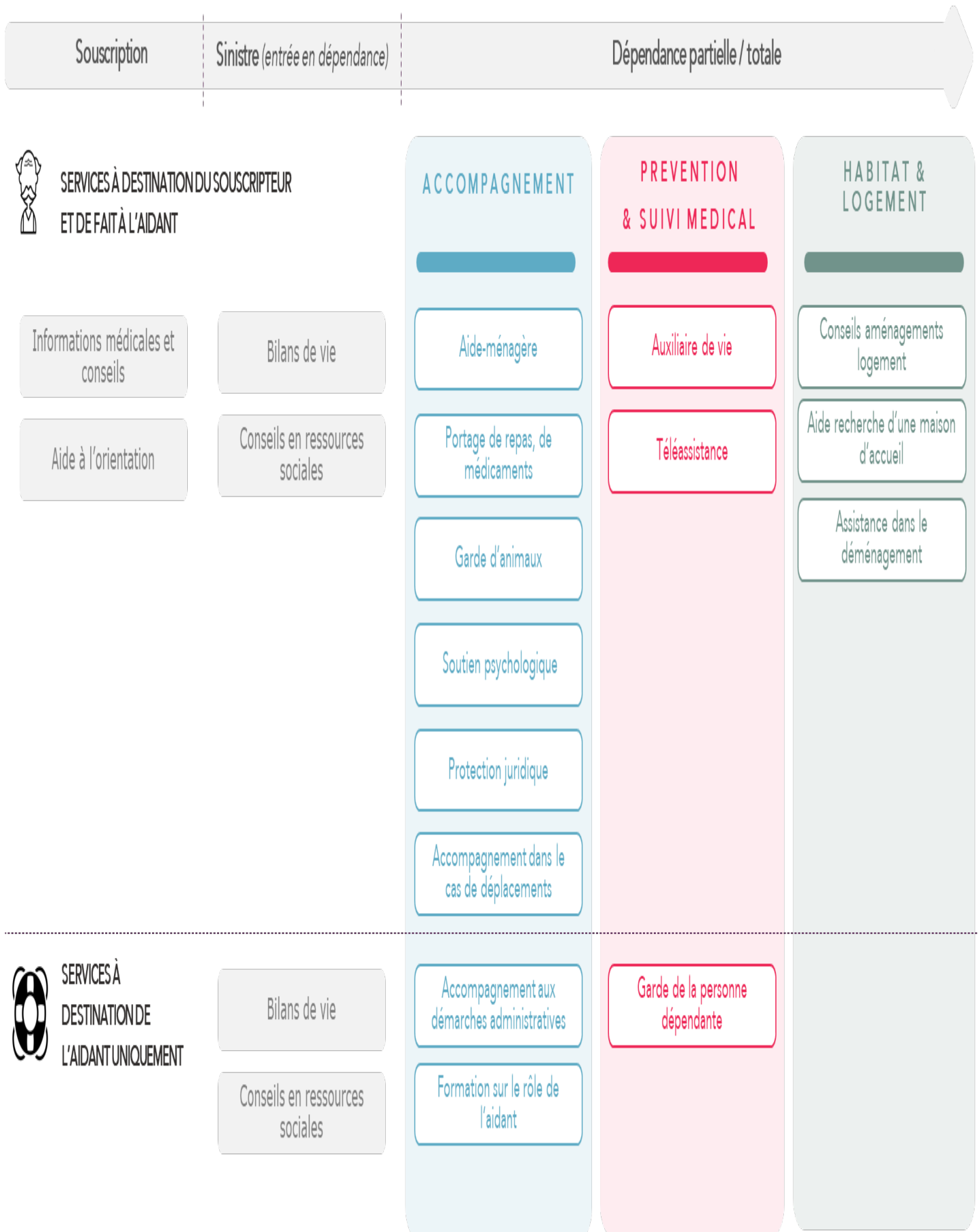
- ✓ App pour faire les achats de ses proches à distance et en temps réel
- ✓ Réseau social pour discuter, échanger des photos, et se lancer des défis ludiques entre personnes âgées
- ✓ Solution d'accessibilité numérique qui adapte l'affichage d'un site Web en fonction des besoins de confort visuel, moteur, cognitif, etc...

- ✓ Robots « émotionnellement intelligent »
- ✓ Solution prédictive de téléassistance
- ✓ Simulateur de balades virtuelles à vélo destiné aux seniors
- ✓ Fauteuil roulant qui peut monter des escaliers avec un accompagnateur formé par l'entreprise
- ✓ Robot qui permet une assistance automatique au lever et à la marche
- ✓ Carte d'identité médicale

- ✓ Annuaire d'avis et comparateur des résidences et maisons de retraites
- ✓ Logements adaptables, évolutifs et réversibles pour seniors
- ✓ Système de suivi du linge sans contact
- ✓ Maison d'accueil de jour des personnes de grand âge avec une offre d'ateliers de stimulation cognitive et motrice

Quelle place occupent les organismes complémentaires sur ce marché ?

Dans une logique d'approche globale et de création de valeur, les organismes complémentaires ont mis en œuvre une offre à densité variable au sein de leurs contrats dépendance.



Schématiquement, les services s'organisent autour de trois moments : l'initialisation du contrat, l'entrée en dépendance, et la vie en dépendance. - Bien entendu, les services à destination des personnes dépendantes constituent le cœur de valeur des offres. - D'autres services d'informations et de prévention sont accessibles dès la souscription du contrat. - La survenance du sinistre est aussi l'occasion de proposer des services, notamment d'informations, de conseils, de bilans de vie. L'offre inclut aussi généralement des services à destination des aidants. Ces services sont généralement opérés par les assistants et comprennent des services d'aide à domicile, d'aide à la recherche d'un logement médicalisé et d'aide à la mobilité. Ces services n'ont pas tous la même profondeur et la même qualité et peuvent nécessiter d'être ajustés pour être pleinement valorisés.

Des offres à repenser ?

Si l'offre est hétérogène et si ces services ne couvrent pas la totalité des besoins, l'essentiel semble néanmoins couvert.

Nous avons mené une étude qualitative pour comprendre pourquoi les seniors boudaient ces services. Il en ressort qu'en matière de services, les seniors – et les Français de manière générale - n'ont pas le réflexe mutuelle / assureur. D'abord parce que ces acteurs sont avant tout perçus par les Français comme des financeurs, c'est-à-dire des organismes encaisseurs de cotisations et décaisseurs de remboursements. Par ailleurs, quatre freins sont identifiés :

01

Un faible niveau de connaissance du service et de ses conditions d'accès

02

La crainte persistante qu'il y aura forcément une condition posée par l'assureur qui va restreindre l'usage



VERBATIMS

C'est une perte de temps, on va au plus vite, il faut d'abord comprendre les choses avant d'appeler

Oui, il faut qu'ils montrent qu'ils ne sont pas Monsieur 35%

Si on veut qu'on fasse confiance à l'organisme, il faut qu'il nous adresse des professionnels compétents

C'est arrivé le 7 décembre et on m'a apporté une aide à domicile le 22 décembre

03

Un doute sur la qualité du service qui sera rendu

04

La décision d'engager du temps pour bénéficier d'un service sans savoir s'il va sera effectivement pris en charge

Pour marquer d'avantage le secteur et les assurés, les organismes complémentaires devront donc gagner la confiance de ceux-ci, en renforçant la réactivité donnée aux demandes des adhérents, en optimisant la qualité des conseils sur les services les mieux adaptés à la situation, en simplifiant la mise en œuvre du service, et en réussissant le passage de l'intervention ponctuelle à l'accompagnement sur la durée. Si l'offre peut être optimisée et spécialisée, c'est aussi l'expérience de l'assuré dépendant qui doit être optimisée.

Les 3 leviers pour améliorer l'offre et en faire un succès commercial

#1 Une attention personnalisée au service de l'accompagnement En premier lieu, l'âge et la typologie de la cible ne doivent pas être vecteur pour les opérateurs de service d'une attention amoindrie sur la construction de l'offre. Bien au contraire, l'expérience vécue par les seniors est d'autant plus importante que la cible est en attente d'accompagnement et a le temps de l'apprécier et de le partager avec ses pairs ou sa sphère familiale. Par ailleurs en fonction de l'évolution de leur santé, les parcours doivent être continuellement ajustés pour correspondre au mieux à leur réalité et à leur évolution. Les parcours doivent donc être conçus, expérimentés et améliorés pour identifier les services cœurs pour les personnes âgées. La complexité de trouver le bon mix entre Digital et Physique, l'enchaînement entre les services et le niveau d'accompagnement à chaque étape exigent une étude approfondie des besoins et un design aiguisé des parcours pour correspondre au mieux aux attentes de l'individu.

#2 Data Addict La Silver économie apparaît être un incroyable terrain de jeu pour concevoir des modèles d'analyse de données. D'abord, il s'agit d'un secteur qui a toujours vécu en adoptant des outils technologiques pour accompagner les personnes à distance. Parmi eux, la téléassistance fait figure de pionnier dans un environnement actuel d'essor des objets connectés. D'autre part, une analyse fine des données devrait permettre d'ajuster les parcours et l'accompagnement proposé aux évolutions de l'état de santé et du niveau de dépendance. L'expérience proposée aux seniors serait ainsi considérablement améliorée. Enfin, le traitement des données permettra aussi l'amélioration continue des services, une meilleure détection des points de friction et contribuera finalement à un accompagnement plus efficient et sécurisant pour nos proches.

#3 Le Digital en appui de l'Humain et non l'inverse Si les outils technologiques sont apparus indispensables pour accompagner le client, leur intégration doit se faire en complément du soutien humain, qui est premier. Le digital apparaît alors pertinent dans la sollicitation d'un service, le suivi à distance, notamment en ce qui concerne la donnée et la mise en relation prioritaire. L'Humain, même si c'est à distance, doit rester prédominant dans le contact primaire en constituant la proposition de valeur cœur du service. Le digital doit donc être un moyen, au service de l'humain et de son accompagnement.



Comment réussir son offre dans la Silver économie ?

Annuler



Proposer un accompagnement personnalisé fondé sur les besoins utilisateurs

#1

J'ai besoin d'une aide à domicile ▼

J'habite Paris ▼ dans le 15^{ème} ▼ arrondissement



Utiliser la puissance de la Data

#2



Bonjour Bernadette, pensez à prendre votre médicament contre l'hyper-tension aujourd'hui



L'Humain plus visible que le Digital

#3

Appeler mon Assistant personnel >

Planifier une visite >

