



## Sénior : on est là !

Comment les nouvelles générations de séniors bouleversent les stéréotypes et modifient les solutions à apporter sur le « bien-vieillir »

**Enquête exclusive ODOXA pour Ailancy, réalisée auprès d'un panel de 620 séniors** pour comprendre leurs attentes et leurs besoins en matière de budget, santé, épargne, loisirs, logement.

*Eclairage & Convictions Ailancy*

*Janvier 2023*

## PREAMBULE

---

Notre étude interroge les modèles en place au sein des **banques et des assureurs** et propose des axes de réflexions pour structurer des stratégies gagnantes à déployer pour répondre à l'accroissement de la longévité et à la hausse du nombre de seniors dans notre société

Pour les acteurs de la banque et de l'assurance, les défis sont multiples :

- Comment appréhender les **besoins de ces clients** (seniors actuels et en devenir) de manière **pro-active**, avec des offres de produits et services et des **modèles relationnels adaptés** ?
- Certains acteurs du monde de l'assurance ou de l'industrie pourraient jouer le rôle **d'acteur pivot** : comment agréger sur le territoire des offres de services très fragmentées ? Comment mettre en place un **point de contact unique** en mesure de réconcilier les différents besoins avec toutes les offres disponibles ?
- Comment pour les acteurs bancaires, adapter sa proposition de valeur **sans discriminer** sur le simple critère d'âge et sans accroître son niveau de risque?
- Après le financement de nos retraites, **le financement de notre futur dépendance est la première préoccupation des seniors interrogés** par Odoxa : après avoir créé le PER pour encourager l'épargne en prévision de sa retraite, faut-il envisager le **PED** pour financer sa dépendance?

Toutes ces questions et beaucoup d'autres nous nous les sommes posées en préparant cette étude. Il n'y a pas de réponse unique. Néanmoins, **les seniors sont là!** Leurs besoins doivent être au cœur des stratégies commerciales des acteurs de la banque et de l'assurance pour ne pas laisser s'échapper ces clients vers de nouveaux intermédiaires qui émergent déjà.

Bonne lecture !

# SOMMAIRE



**1. Synthèse de l'étude**



**2. Le vieillissement de la population : un enjeu majeur pour notre société (p.20)**



**3. Résultats de l'enquête exclusive ODOXA sur les besoins des séniors (p.36)**



**4. La Silver économie : des opportunités pour les assureurs ?  
Benchmark des offres & initiatives des acteurs de l'assurance et de la protection sociale (p.47)**



**5. Le vieillissement de la population appelle-t-il les acteurs bancaires à challenger leur façon d'appréhender l'épargne financière des seniors ? (p.73)**

# 1



## Synthèse de l'étude



L'accroissement du nombre de senior dans la population s'accompagne d'un changement des habitudes de consommation : plus hédoniste, plus libre, plus mobile, disposant d'un pouvoir d'achat plus élevé, la génération des « papy-boomers » (nés entre 1946 et 1964) a des attentes différentes de la génération précédente dite « silencieuse » (nés avant 1945).

### Chiffres clés

30%

Part de la population estimée des plus de 60 ans en France à horizon 2030 (versus 20% en 2000)

10,8%

Part de la population estimée des plus de 75 ans en France, en 2030

65 ans

Espérance de vie en bonne santé à la naissance en UE, en 2019; +0,63% en 15 ans

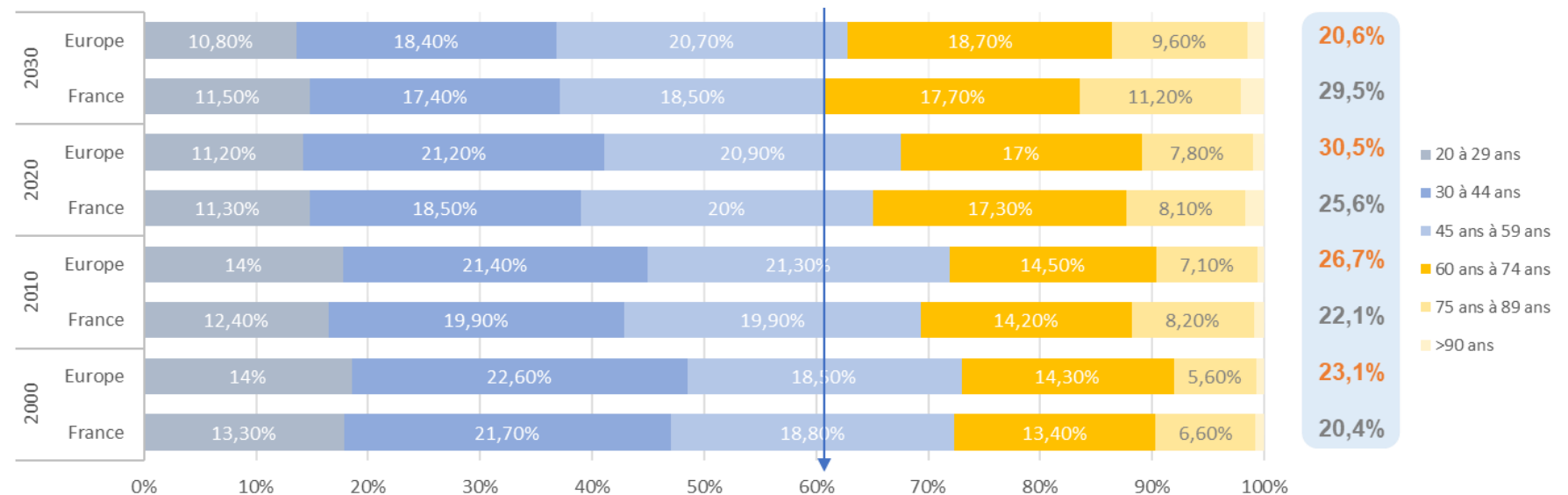
81 ans

Espérance de vie à la naissance en UE, en 2019; +1,19% en 15 ans

L'accroissement du vieillissement de la population est un phénomène qui touche l'ensemble des pays européens de manière relativement homogène.

La part de la population des plus de 60 ans pourrait atteindre 30% à horizon 2030, avec un doublement de la population des 90 ans et plus.

EVOLUTION DÉMOGRAPHIQUE PAR CATÉGORIE D'ÂGE ENTRE 2000 ET 2030 EN EUROPE & EN FRANCE > 60 ans



Au-delà des aspects démographiques, la prochaine décennie marque une rupture sociologique majeure : la génération issue du « baby boom », plus nombreuse que la « génération silencieuse » de leurs parents, a en effet connu un cadre politique calme et un niveau de vie en moyenne plus élevé, avec pour conséquence des valeurs et un mode de consommation plus hédonistes.





La définition des séniors a peu évolué avec l'augmentation de l'espérance de vie. Elle désigne généralement les personnes âgées de 65 ans et plus. Dans la réalité, « le senior » revêt des états différents - indépendants du critère d'âge - qu'il est indispensable de considérer pour répondre aux attentes

### Chiffres clés

« Quel est votre rapport à l'épargne ? »

52%

Des séniors interrogés souhaitent principalement anticiper leurs besoins futurs liés au vieillissement

31%

Des séniors souhaitent principalement se faire plaisir et faire plaisir à leurs proches

17%

Des séniors souhaitent principalement maximiser leur patrimoine à transmettre à leurs descendants

### Le Senior Autonome

- ✓ Population qui souhaite profiter de la retraite et de la grand-parentalité
- ✓ Population positive, dynamique, consommatrice de voyages, vie associative et engagement civique

11,5 Millions

De séniors autonomes en 2020 âgés de 60 ans ou plus

### Le Senior Fragile

- ✓ Population caractérisée par une perte de dynamisme et affectée par l'isolement
- ✓ Capacités physiques (ouïe, marche, mémoire...) et moral altérées

3,7 Millions

De séniors fragiles en 2020 âgés de 60 ans et plus

### Le Senior Dépendant

- ✓ Population caractérisée par la perte d'autonomie physique nécessitant un lieu de vie adapté
- ✓ L'environnement - les aidants - devient prégnant dans les interactions et pour considérer les besoins

2,3 Millions

De séniors dépendants en 2020 âgés de 60 ans ou plus

Source : enquête ODOXA pour AILANCY réalisée sur un panel de 620 séniors – Octobre 2022



Face à cet enjeu sociétal, la filière silver-économie a vu le jour en 2013 pour structurer un ensemble d'intervenants, avec pour objectif d'améliorer la qualité de vie des séniors et accompagner le « bien vieillir » de la population

Créée en 2013, la filière silver économie se structure autour de 5 marchés représentant un ensemble d'acteurs de tailles et de formes différentes :

### Chiffres clés

5

Nombre de marchés structurant la filière silver-économie aujourd'hui.

3

Catégorie d'acteurs à distinguer : les pivots, les diversifiés, les spécialistes

2021

PSD Courtage (APICIL) rachète Plébagnac, spécialisée dans la dépendance et le handicap

2009

Entrée au capital de Predica dans Korian, spécialisé dans la prise en charge de la dépendance

### 5 marchés



**Financement & transmission**



**Mobilité, lien social**



**Habitat & sécurité**



**Loisir, bien-être & prendre soin**



**Prévention & santé**

### 5 types d'intervenants

- **Acteurs PUBLICS** (gouvernement, ministères, régions collectivités)
- **ASSOCIATIONS** (FranceSilveréco, Institut française des séniors...)
- **Acteurs PRIVÉS DIVERSIFIÉS** sur plusieurs marchés (banques, assurances...)
- **Acteurs PRIVÉS PIVOTS** proposant un point d'entrée unique sur plusieurs marchés
- **Acteurs PRIVÉS SPÉCIALISTES** : services à la personnes, strat-up, fintech...

**Aujourd'hui, ces marchés sont relativement étanches : aucun acteur n'est réellement en capacité de coordonner les besoins de manière transverse et d'apporter une offre globale aux besoins des séniors.**



Les acteurs de la banque et de l'assurance ont un rôle clé à jouer comme acteurs pivots aptes à réconcilier une chaîne de valeur éclatée, en mettant à disposition leurs connaissances clients et leurs écosystèmes de partenaires au service du « bien-vieillir »

### Chiffres clés

65%

Des personnes âgées de 60 ans et plus n'ont pas anticipé une éventuelle situation de dépendance

37%

Des séniors ont anticipés leur succession

## Les 4 enjeux clés du « bien-vieillir »

Une population de séniors plus nombreuse aux besoins différents de leurs aînés

Des vies plus longues à financer

Des état de fragilités qui génèrent des besoins particuliers

Un risque accru de pertes d'autonomie à anticiper

Notre étude ci-après vise à partager une vision des initiatives lancées et des dispositifs déployés par les banques et les assureurs pour relever ces enjeux



# Focus 1 : face au vieillissement de la population quelles sont les réponses apportées par les assureurs?

(Extrait de l'étude)



## Les assureurs ont depuis longtemps engagés une stratégie de diversification sur l'ensemble des marchés de la silver-économie, mais peinent toutefois à proposer une expérience globale et coordonnée de l'ensemble des produits & services

De part leurs ressources stratégiques et financières (base clients et capacité d'investissement importante), les assureurs disposent d'offres et de services au-delà de leur cœur de métier historique, sur un ou plusieurs marchés de la silver-économie :

### Chiffres clés

85%











Des séniors affirment que leurs garanties santé sont adaptées à leurs besoins

50%

Des séniors jugent que leurs assurances coûtent trop chères et que leur reste à charge est trop élevé

61%

Des séniors considèrent que la technologie peut améliorer leur confort de vie

	Offres & services	Présence sur ces marchés	Exemples d'acteurs
 <b>Financement &amp; transmission</b>	Epargne, assurance dépendance, assurance santé complémentaire, assurance obsèques, viager		Grands groupes bancaires, de prévoyance, d'assurance ou mutualistes
 <b>Prévention &amp; santé</b>	Services de santé, E-santé, aides aux aidants, aide technique (Optique, audio, conventionnement de professionnel de santé)		Livre III du code de la mutualité, réseau de soins Partenariats avec des acteurs spécialisés (MesDocteurs, H4D, Cegedim...)
 <b>Habitat &amp; sécurité</b>	Adaptation des logements, hébergements intermédiaires, hébergements médicalisés, domotique et téléassistance		VYV3, AGIRC-ARRCO, partenariats avec des acteurs spécialisés Domotique et téléassistance : Allianz, AXA France, Generali France, Macif, MACSF
 <b>Loisir, bien-être &amp; prendre soin</b>	Services à la personnes - confort		Assistants : IMA, EuropAssistance, AXA Partner... Ages d'Or Services (CNP Assurances)
 <b>Mobilité, lien social</b>	Tourisme, transport, accessibilité et aides à la mobilité, technologie de l'information,		Partenariats avec des acteurs spécialisés

La diversité des offres dépend fortement de la nature de l'acteur. Les acteurs mutualistes couvrent un large spectre des 5 marchés.

D'important moyens sont engagés ces dernières années pour enrichir l'offre de santé avec des services complémentaires et la E-santé.



## Pour augmenter leurs propositions de valeurs et répondre aux enjeux des nouvelles générations de seniors, les assureurs doivent renforcer leur rôle d'acteur pivot

La multiplicité des acteurs sur les marchés de la silver-économie rend l'offre très peu lisible. Bien souvent, c'est au client ou aux aidants de réconcilier une chaîne de valeur fragmentée.

### Chiffres clés

38%

Des seniors attendent des conseils de leurs assureurs pour les accompagner dans le « bien-vieillir »

26%

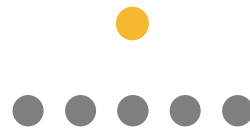
Un senior sur quatre a recours à de l'aide à domicile

61%

Des seniors sont plutôt technophiles et la moitié utilise les réseaux sociaux

### Positionnement actuel des assureurs

#### Acteurs diversifiés



Filiales ou partenariats spécialisés sur un marché de la silver-économie

Une offre de produits et de services étendue mais faiblement reliée autour des événements de vie des clients-sénieurs

### Positionnement cible des assureurs

#### Acteurs Pivots



Acteurs spécifiques sur un marché de la silver économie

L'acteur pivot est en capacité de prescrire le bon service au bon moment de manière transverse aux 5 marchés de la silver économie

Avec un panel d'offres étoffées, une base client élargie et un réseau de distribution dense, les assureurs ont un rôle clé à jouer en proposant des solutions globales d'accompagnement en fonction des moments de vie et des univers de besoins des seniors.

De plus, des partenariats entre les acteurs pivots et les acteurs spécialistes seraient bénéfiques pour les 2 : les premiers bénéficieraient d'un puissant effet qualité du fait de l'élargissement de leur offre et les seconds de l'accès à une base client élargie.

## Focus 2 : les acteurs bancaires et l'épargne financière des seniors

Le vieillissement de la population appelle –t-il les acteurs bancaires à challenger leur façon d'appréhender l'épargne financière des seniors ?

(Extrait de l'étude)

# Le vieillissement de la population appelle-t-il les acteurs bancaires à challenger leur façon d’appréhender l’épargne financière des seniors ?

Les acteurs bancaires privilégient de s’adresser aux seniors de façon **non spécifique ou indirecte** en particulier quand il s’agit de parler d’épargne financière. **Le client senior serait-il un client comme un autre pour le conseil en épargne financière tant qu’il n’est pas confronté à une situation d’incapacité repérée et déclarée ?**

Nous avons échangé avec 10 établissements pour partager leur vision selon deux axes :

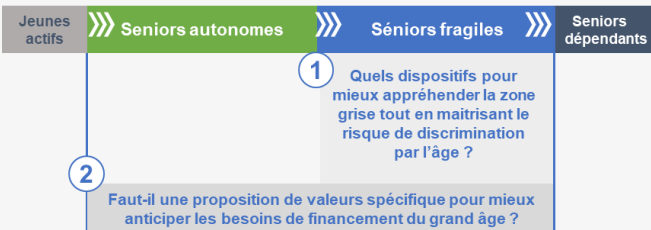
- **Quels dispositifs pour accompagner les clients âgés potentiellement vulnérables et mieux appréhender la zone grise » ? Comment les pistes posées par le pôle AMF/ACPR ont-elles été prises en compte ?**
- **Faut-il revisiter les propositions de valeurs en épargne financière pour mieux anticiper les besoins de financement du grand âge et s’adresser de façon spécifique aux seniors ?**

Force est de constater :

- **qu’il n’est pas toujours aisé d’identifier le(s) bon(s) interlocuteurs** dans les organisations pour échanger sur ce sujet
- **que la préoccupation de ne pas stigmatiser prévaut**
- **que si le sujet reste le plus souvent abordé sous l’angle risque/conformité,** certains établissements ont ouvert une réflexion plus large.

## Epargne financière des seniors

Deux axes d’analyse retenus pour s’interroger si l’augmentation du nombre de seniors nécessite d’appréhender différemment leurs besoins en épargne financière





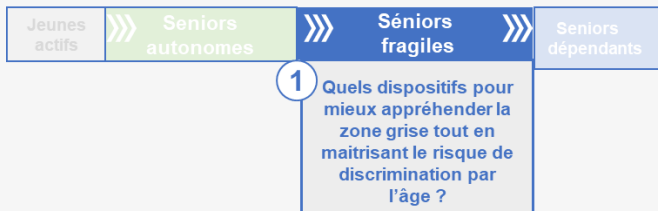


# Les seniors fragiles, quel dispositif « vulnérabilité » ?

L'augmentation du nombre de seniors vient challenger les dispositifs en place pour assurer un accompagnement adapté des seniors potentiellement vulnérables au-delà des enjeux de conformité

## Epargne financière des seniors

Deux axes d'analyse retenus pour s'interroger si l'augmentation du nombre de seniors nécessite d'appréhender différemment leurs besoins en épargne financière





### Quelques chiffres

25%

Part des séniors de plus de 75 ans en situation d'isolement

20%

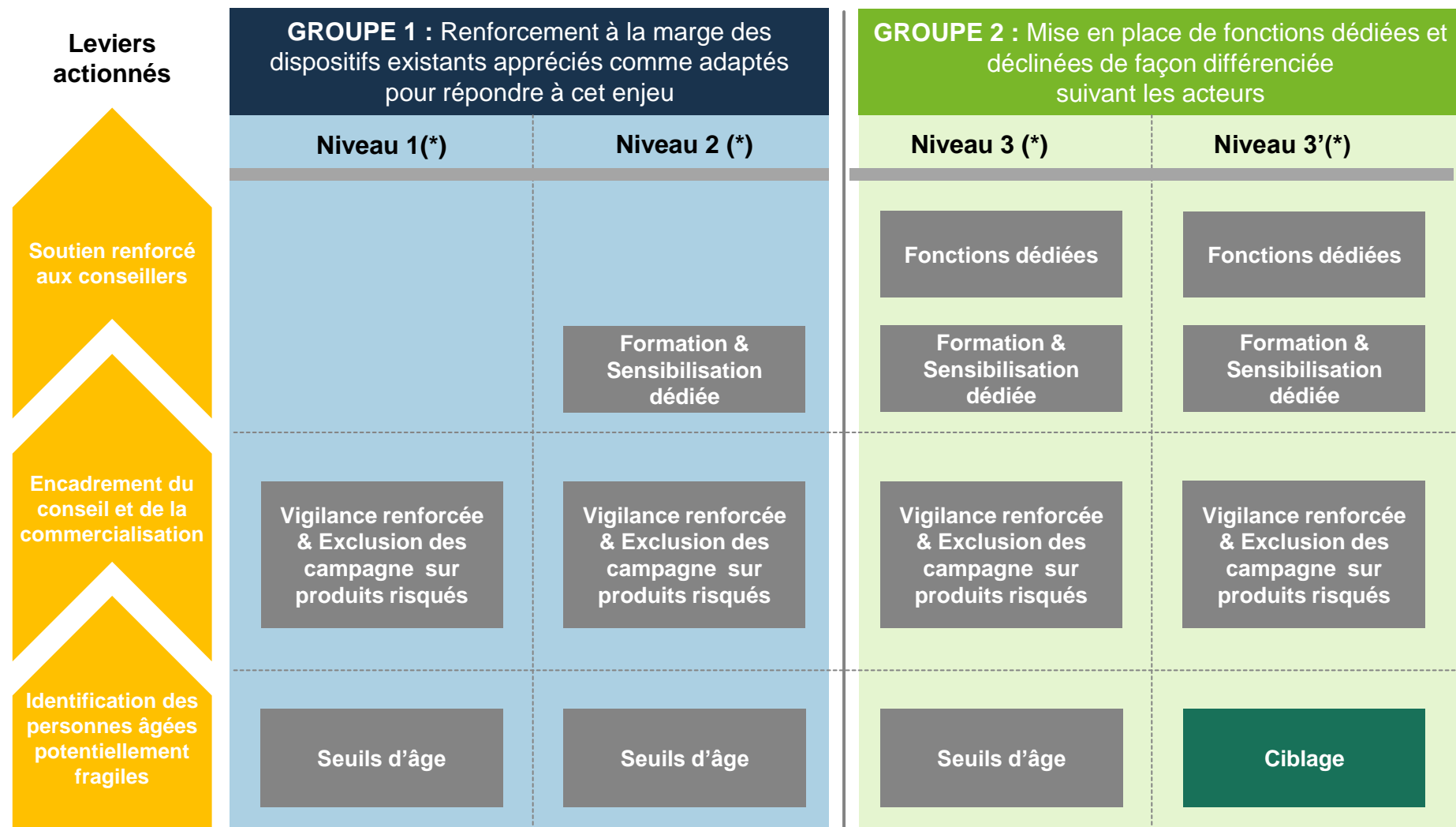
Part des personnes de plus de 80 ans atteintes de la maladie d'Alzheimer avec un âge moyen de perte d'autonomie à 83 ans

5 millions

Personnes âgées investies dans le monde associatif

## Les seniors fragiles, quel dispositif vulnérabilité ?

Les dispositifs qui nous ont été présentés pour répondre à l'enjeu spécifique posé par la clientèle âgée potentiellement vulnérable pourraient se graduer en 3 niveaux et se classer en 2 groupes



(\*) Niveau de prise en compte de la fragilité de façon spécifique via des dispositifs dédiés



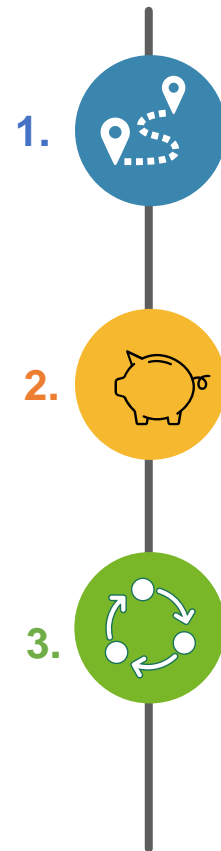
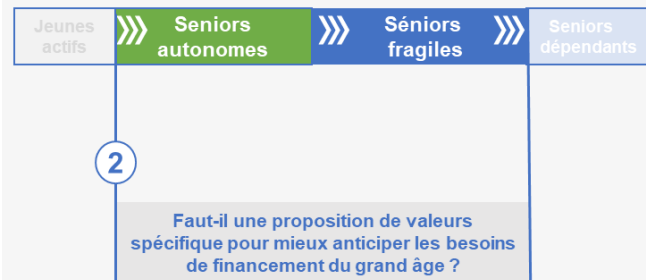
## Faut-il revisiter les propositions de valeurs en épargne financière ?

L'augmentation à venir du nombre de seniors « fragiles » et « dépendants » pose la question de l'anticipation des besoins de financement liés au grand âge

Faut-il revisiter les propositions de valeurs en épargne financière pour mieux anticiper les besoins de financement du grand âge et s'adresser de façon spécifique aux seniors ?

### Épargne financière des seniors

Deux axes d'analyse retenus pour s'interroger si l'augmentation du nombre de seniors nécessite d'appréhender différemment leurs besoins en épargne financière



1. Les cycles patrimoniaux sont impactés par la longévité qui impose au senior de se projeter dans un horizon de 25 à 30 ans pour financer son « bien vieillir » et anticiper les besoins du grand âge.

2. Le sujet de la capacité de financement des besoins du grand âge ne se pose pas de la même manière pour tous les segments de clients compte tenu de la surface financière à considérer mais aussi du niveau d'accompagnement sur ce sujet

3. Les travaux sur les seniors fragiles ont ouvert des réflexions plus larges sur des produits et services dédiés Senior avec quelques initiatives ciblées et hors Epargne financière

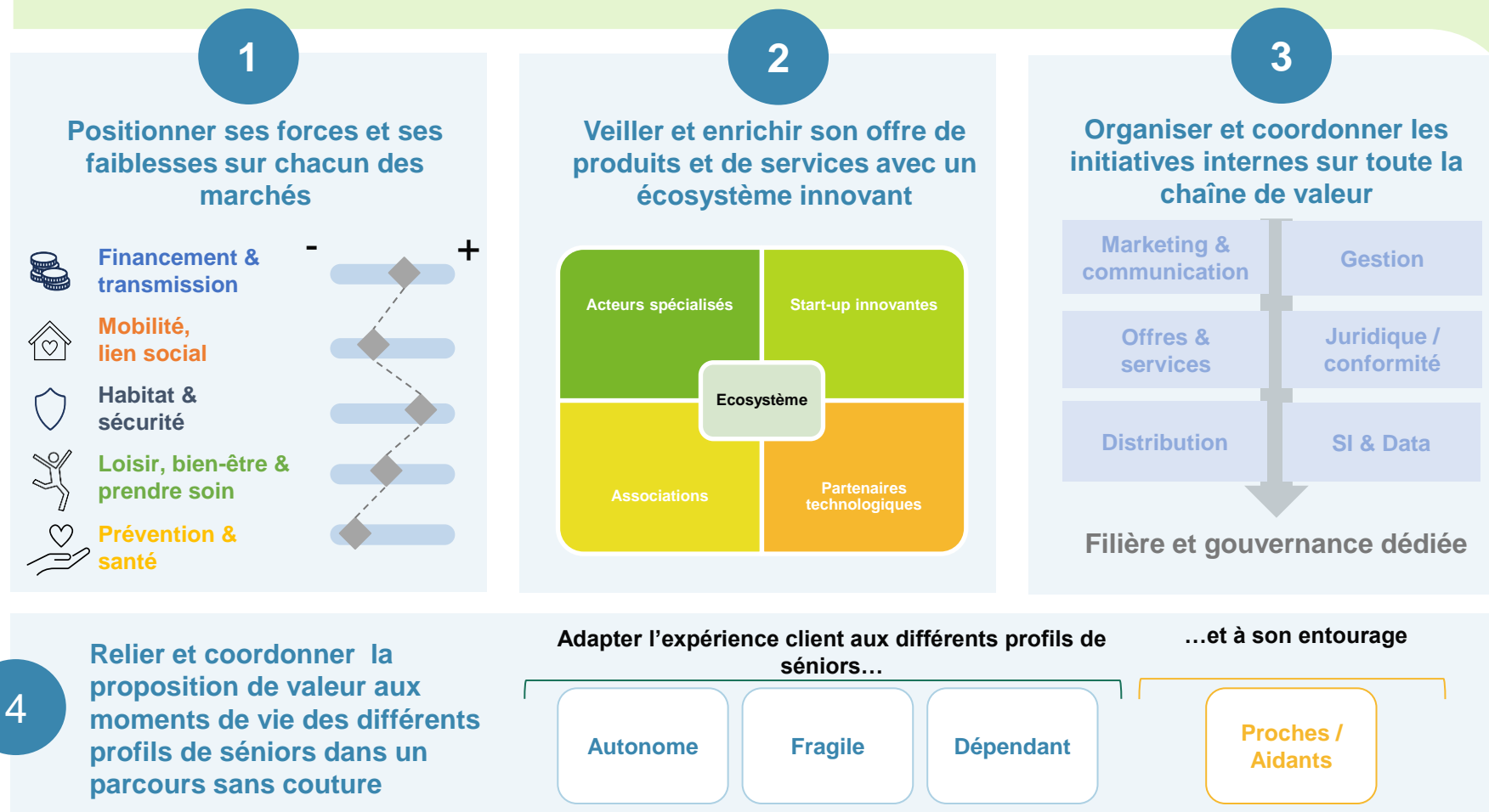
Les travaux n'ont cependant pas ouvert en tant que tels de réflexions pour accompagner de façon spécifique les seniors pour lesquels le financement des besoins du grand âge sera un sujet.

# Conclusion



Face au vieillissement de la population, adresser les besoins des séniors est un défi pour les acteurs de la banque et de l'assurance.  
 Pour pleinement capter les potentiels de croissance et relever notre enjeu sociétal, les transformations à engager sont nombreuses.

## Les 4 piliers d'une stratégie séniors



Ailancy vous accompagne dans toutes les étapes de votre stratégie séniors : diagnostic de votre proposition de valeur actuelle, élaboration des recommandations et mise en œuvre opérationnelle des solutions



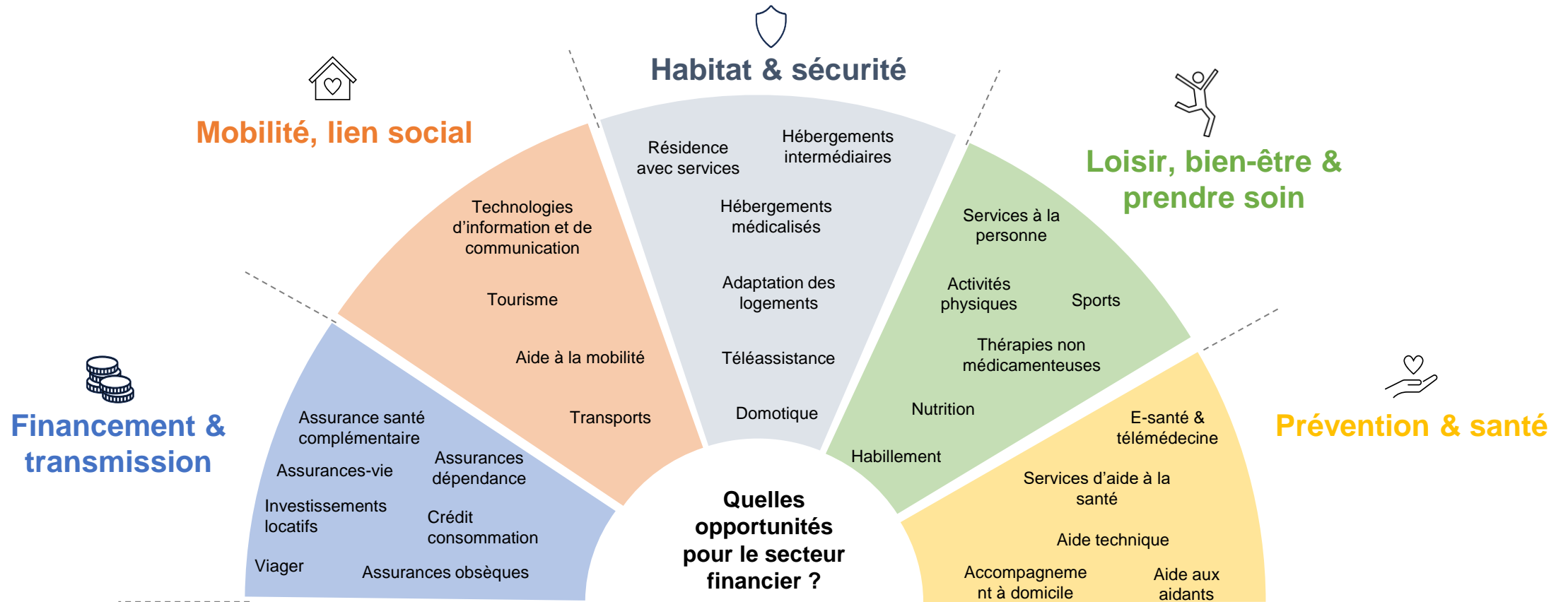
# 2



## Le vieillissement de la population : un enjeu majeur pour notre société

## 2 - Silver-économie : quelques éléments de définitions












La filière « silver économie » regroupe « l'ensemble des secteurs qui visent à améliorer la qualité de vie des seniors, garantir leur autonomie et allonger leur espérance de vie », souvent divisées en 5 branches :



Nous nommons « seniors » toutes les personnes âgées de 65 ans et plus et on distingue 3 états de la séniorité : « l'autonomie », « la fragilité » et « la dépendance ». S'ils sont corrélés à l'âge, les seniors peuvent toutefois passer d'un état à l'autre à tout moment de leur séniorité en fonction de leur situation.

## 2 - Une économie née du vieillissement démographique généralisé en Europe ... (1/2)

Le vieillissement démographique en Europe est un phénomène qui a commencé depuis longtemps dont les causes sont : **la baisse du taux de fécondité, la baisse de la mortalité et une espérance de vie grandissante**. En 2020, **20,6% des Européens ont plus de 65 ans**.

											
Nombre de seniors (en millions)	16,9	13,9	19,71	14,1	2,2	2,25	12,92	1,23	2,38	3,68	92,08
% seniors dans la population (2022)	21,1%	20,4%	19,6%	23,2%	19,1%	22,1%	19%	22,3%	22,3%	18,9%	20,6%
% seniors dans la population (2030)	26,2%	23,4%	24,9%	28,7%	23,8%	27%	21,5%	26%	24,4%	21,1%	23%
Taux de fécondité	1,60	1,86	1,23	1,27	1,60	1,43	1,94	1,35	1,34	1,77	1,53
Taux de mortalité (pour 1000 habitants)	11,9	9,9	10,4	12,6	11,0	12,0	9,4	10,0	12,2	15,4	11,5
Espérance de vie	81,3	83,0	84,0	83,6	82,1	78,0	81,4	82,1	81,7	75,6	80,6
Espérance de vie en bonne santé à la naissance (homme/femme)	65,4/67,1	64,4/65,9	69,4/70,4	68,1/68,6	62,1/62,8	60,6/57,8	NC	57,7/54,8	65,6/66,4	59,9/60,6	64,2/65,1

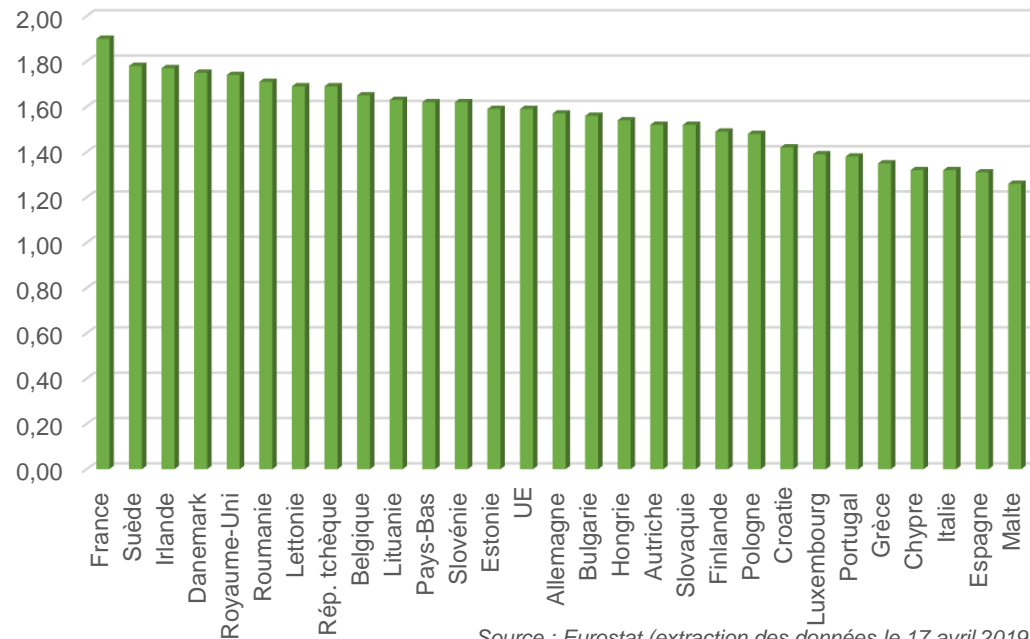
Sources : INSEE, INED Commission Européenne Projection 2030 : PopulationPyramid.net

Le vieillissement de la population est un phénomène qui touche tous les pays de l'UE. L'augmentation des seniors dans la population leur accorde un poids démographique et donc économique plus important : **en 2070, 30% de la population de l'UE devrait avoir plus de 65 ans.**

## 2- Une économie née du vieillissement démographique généralisé en Europe ... (2/2)

Le vieillissement démographique en Europe va s'accroître.

Indicateur conjoncturel de fécondité dans les pays de l'Union européenne en 2017 (nombre d'enfants par femme)



Source : Eurostat (extraction des données le 17 avril 2019)

### EUROPE

#### LES MIGRATIONS ENTRE LES PAYS DE L'UNION

Pays dont le solde tota\* est :

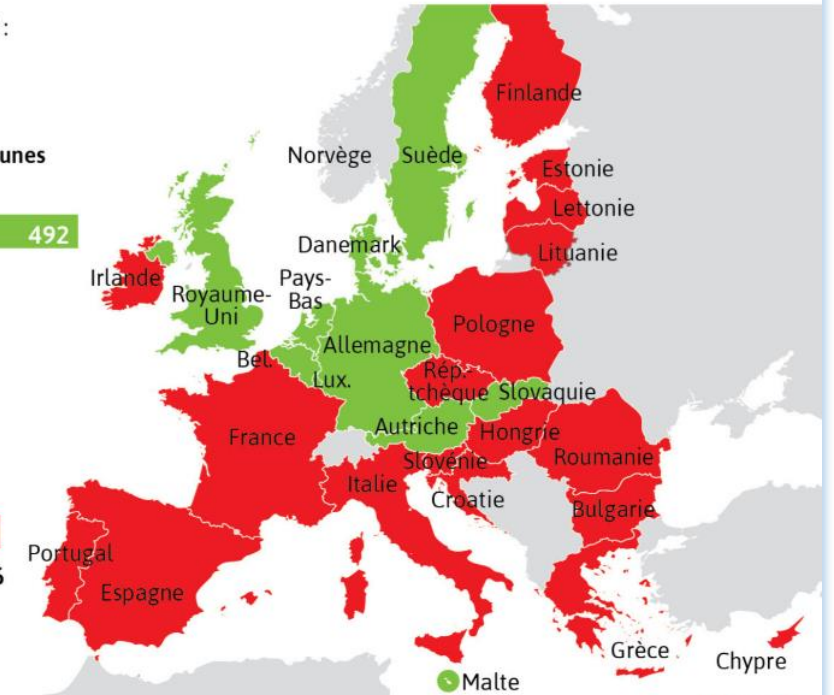
- positif
- négatif

Les pays qui gagnent des jeunes (20 à 34 ans), en milliers

	Allemagne	492
	Suède	24
	Pays-Bas	18
	Belgique	10

Les pays qui perdent des jeunes

	Pologne	-268
	Espagne	-136
	Lituanie	-85
	Hongrie	-62



\*période 2013-2017. Source: Eurostat.

VISACTU

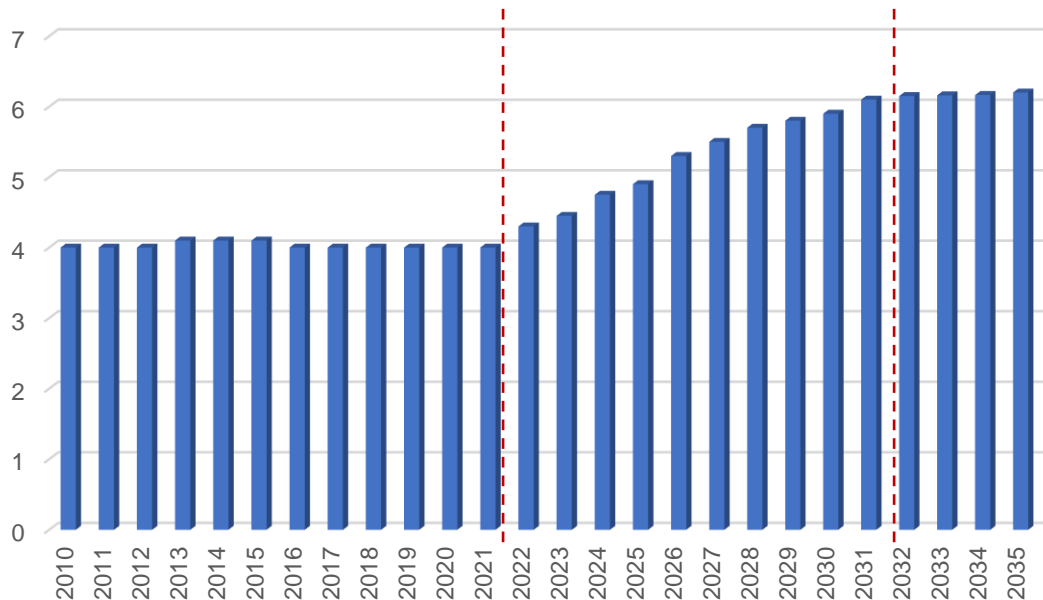
Plusieurs facteurs influent sur le vieillissement démographique : l'Indice conjoncturel de Fécondité et l'immigration. Dans l'Union Européenne, l'ICF systématiquement inférieur à 2 et les déplacements des jeunes populations favorisent le vieillissement de beaucoup de pays.

## 2- Connaissant depuis 2022 une forte croissance générée par le papy-boom

A partir de 2022, les 75 – 84 ans augmenteront de 140 000 à 250 000 individus chaque année et ils contribueront pour 55% de la croissance du PIB entre 2020 et 2035.

Depuis 2022, les papy-boomers entrent dans la tranche d'âge des 75-84 ans <sup>(1)</sup>

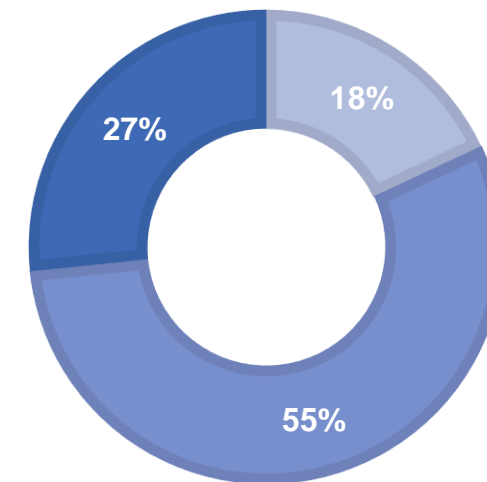
EVOLUTION DES EFFECTIFS DES SENIORS ÂGES DE 75 A 84 ANS



Les 75-84 ans, leaders de la croissance des seniors (2020-2035) <sup>(1)</sup>

CONTRIBUTION À LA CROISSANCE DU PIB

■ 65-74 ans ■ 75-84 ans ■ 85 ans et plus



Source : estimations et prévisions INSEE

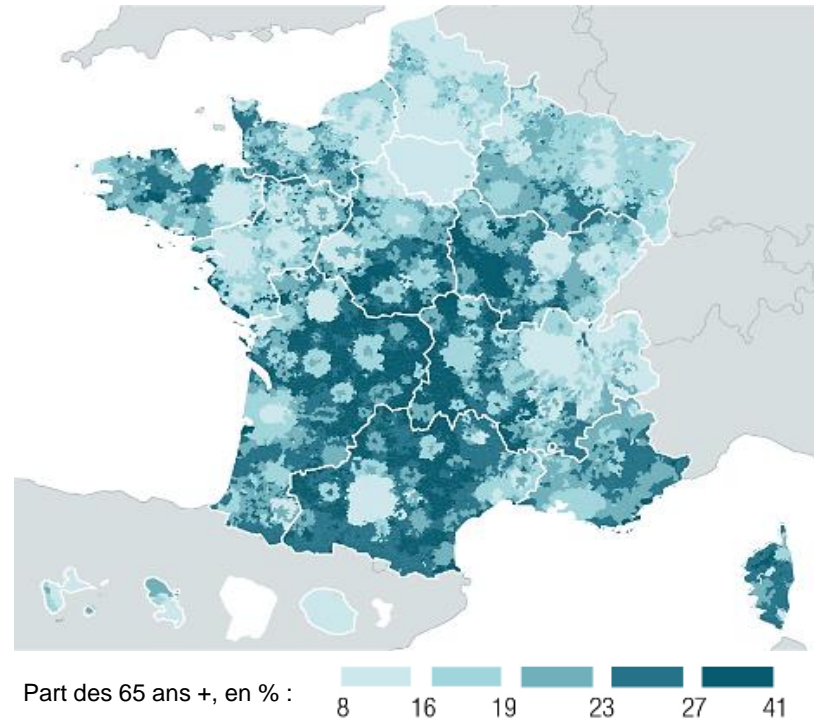
En 2013, le marché de la silver économie représentait 92 Mds € et 130 Mds € en 2020 <sup>(2)</sup>, soit une hausse annuelle moyenne de 5%. L'arrivée depuis 2022 des personnes issues du baby-boom la catégorie d'âge des 75-84 ans va accélérer ce phénomène de croissance.



## 2 - Le vieillissement démographique, contrasté au sein des territoires...

L'impact du vieillissement démographique diffère selon les territoires : **les zones urbaines très peuplées concentrent un nombre important de séniors mais ceux-ci ne représentent qu'une part minime de la population de ces territoires, à l'inverse des territoires ruraux.**

Une proportion de personnes âgées différenciée entre les zones urbaines et rurales <sup>(1)</sup>



Zones urbaines

### Ile-de-France :

Niveau d'urbanisation : 99,9%  
○ 75 ans et plus (2020) : 850 000  
% 75 ans et plus (2020) : 7%

### Auvergne Rhône-Alpes :

Niveau d'urbanisation : 85%  
○ 75 ans et plus (2020) : 750 000  
% 75 ans et plus (2020) : 9%

### Hauts-de-France :

Niveau d'urbanisation : 89%  
○ 75 ans et plus (2020) : 475 000  
% 75 ans et plus (2020) : 8%

Zones rurales

### Nouvelle-Aquitaine:

Niveau d'urbanisation : 70%  
○ 75 ans et plus (2020) : 690 000  
% 75 ans et plus (2020) : 11,3%

### Bretagne :

Niveau d'urbanisation : 71%  
○ 75 ans et plus (2020) : 350 000  
% 75 ans et plus (2020) : 10,3%

### Bourgogne – Franche-Comté :

Niveau d'urbanisation : 68%  
○ 75 ans et plus (2020) : 300 000  
% 75 ans et plus (2020) : 11%

**Dans les territoires urbains très peuplés, la part des 75 ans et plus oscille entre 7 et 9% alors qu'elle est entre 10 et 11% au sein des territoires ruraux.**

## 2 - Pousse les acteurs publics à s'appuyer à l'échelle des territoires...

Ce vieillissement démographique contrasté au sein des territoires a amené l'Etat à créer en 2013 une filière « **Silver économie** » pour coordonner la silver économie à l'échelle régionale. Les « **silver régions** » se voient dotées d'un objectif : favoriser l'insertion d'entreprises spécialistes sur le marché et renforcer leur position pour structurer en jouant un rôle d'impulsion la Silver économie au niveau local.

### Les missions des silver régions

1. Structurer la filière au niveau local en prenant en compte les spécificités et les besoins de la population
2. Installer des Comités stratégiques de filière régionaux
3. Organiser les comités régionaux autour d'un acteur pivot
4. Favoriser les initiatives au niveau local en créant des synergies entre les acteurs

### Exemples d'initiatives

1. **Le gérontopôle « Autonomie Longévité » des Pays de la Loire** qui fédère différents acteurs dont des associations et entreprises comme le groupe nantais d'EHPAD privés, le noble Âge
2. **La Silver Valley en IDF** qui fédère les acteurs franciliens de la silver économie
3. La fusion du « **Cluster Santé** » et du **Pôle NSL** en 2018 au Nord-Pas-de-Calais

Au final, seules 5 régions possèdent une filière Silver économie relativement mature grâce à l'implication directe du conseil régional et la présence d'un ou plusieurs acteurs pivots influents : **IDF, Normandie, Occitanie, Pays de la Loire, Sud-PACA.**

## 2 - Et se caractérise par différents états de la séniorité.

Il existe différents états dans le parcours du sénior, allant de l'autonomie à la dépendance et pouvant passer par des phases de fragilité temporaires ou définitives. Ces différents **états de la vieillesse** et plus largement le **niveau d'autonomie**, sont des critères fondamentaux de définition des frontières des marchés de la silver économie.

Les états de la séniorité et les besoins potentiels correspondants <sup>(1)</sup>

Public cible des marchés spécifiques de la silver économie

### L'autonomie

- ✓ 65% des séniors dans l'état d'autonomie ont entre 65-74 <sup>(1)</sup> et 23% des 75 ans et plus
- ✓ Population qui souhaite profiter de la retraite et de la grand-parentalité
- ✓ Population positive, dynamique, consommatrice de voyages, vie associative et engagement civique

### La fragilité

- ✓ 51% des séniors dans l'état de la fragilité sont âgés de plus de 75 ans <sup>(1)</sup>
- ✓ Population caractérisée par une perte de dynamisme et affectée par l'isolement
- ✓ Capacités physiques (ouïe, marche, mémoire...) et moral altérées

### La dépendance

- ✓ 69% des séniors dans l'état de la dépendance ont plus de 75 ans <sup>(1)</sup>
- ✓ Population impactée par des troubles de l'équilibre, des changements alimentaires et d'hygiène ainsi que l'isolement

Croissance de 8,6% du nombre de séniors dans l'un de ces deux états entre 2020 et 2025 <sup>(2)</sup>



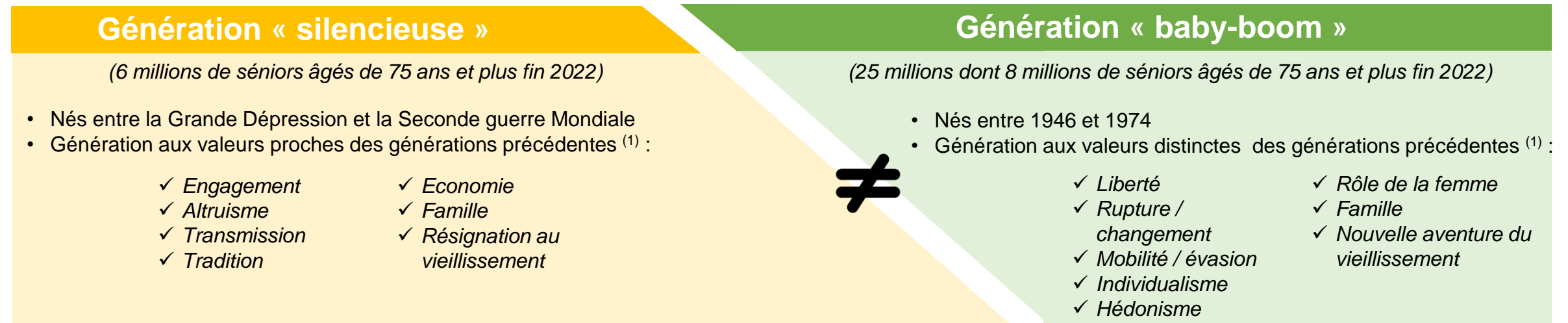
Niveau d'autonomie



Les séniors peuvent **passer d'un état à l'autre** en fonction de leur situation durant leur séniorité. L'enjeu de acteurs bancaires et assurantiels est d'**identifier ces moments de vie** dans le but d'**améliorer l'expérience client** en leur proposant des offres spécifiques via des partenariats.

## 2 - L'évolution sociologique générée par le papy-boom génère un bouleversement dans les valeurs et modes de consommation des séniors (1/2)

Au-delà des aspects démographiques que nous venons d'analyser, l'année 2022 marque une rupture sociologique majeure : la génération issue du « baby boom », plus nombreuse que la « génération silencieuse » de leurs parents, a en effet connu un cadre politique calme et un niveau de vie en moyenne plus élevé, avec pour conséquence **des valeurs** et un **mode de consommation plus hédonistes**.



### → Conséquences de la montée en puissance des séniors de la génération « baby-boom » sur le comportement des séniors

- € Consommation structurellement supérieure
- 🏠 Adoption de comportements d'anticipation, de prévention, d'adaptation
- 🏠 Evolution du rapport au logement / préférence pour le maintien à domicile

- 📱 Appropriation progressive des nouvelles technologies
- 🏠 Appétence supérieure pour les produits à domicile
- 👥 Vie sociale, culturelle et sportive enrichies

Les nouveaux séniors entrant dans le public cible des marchés spécifiques de la silver économie **consommeront plus** et **différemment** que les générations précédentes, avec **une connaissance plus fine du digital**.

## 2 - L'évolution sociologique générée par le papy-boom génère un bouleversement dans les valeurs et modes de consommation des séniors (2/2)

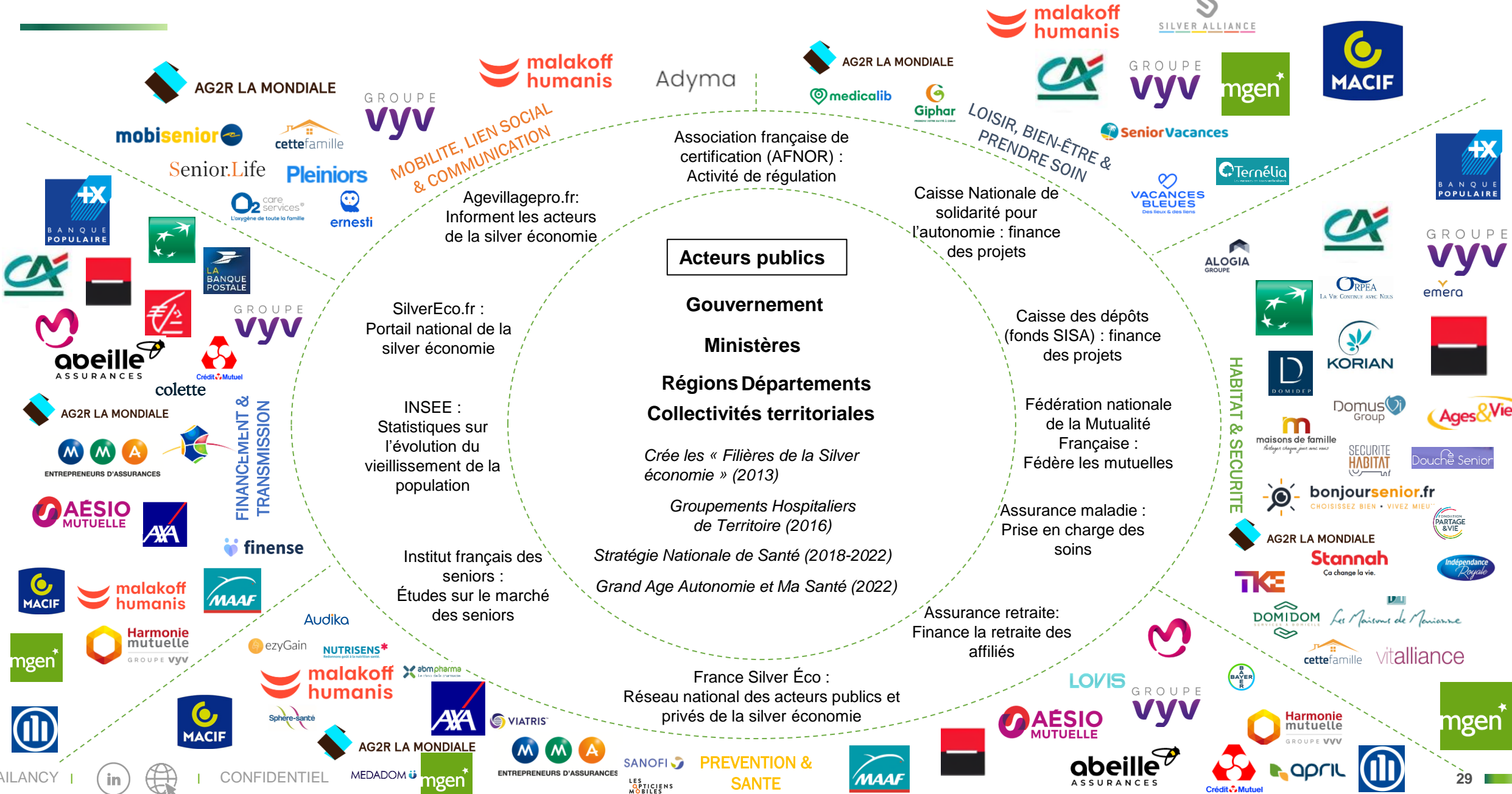
Les besoins des papy-boomers durant leur vie de sénior sont donc distincts de ceux des générations précédentes.



<p>Evolution des besoins</p> <p><b>Génération « Silencieuse »</b></p> <p>(6 millions de séniors âgés de 75 ans et plus fin 2022)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dynamiser son épargne</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Changement de domicile vers un domicile plus adapté</b></li> <li>• Anticipation de ses obsèques</li> <li>• Préparer sa succession via des donations vers ses enfants</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lutter contre la perte d'autonomie et la dépendance parfois avec l'aide d'aidants familiaux</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lutter contre la perte d'autonomie et la dépendance parfois avec l'aide d'aidants familiaux</li> </ul>
<p>Evolution des besoins</p> <p><b>Génération « Baby-boom »</b></p> <p>(25 millions dont 8 millions de séniors âgés de 75 ans et plus fin 2022)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Profiter de sa retraite et consommer : voyages, remariage, grand-parentalité...</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aménager et équiper son logement pour rester à domicile</li> <li>• Se soigner</li> <li>• Préparer sa succession via des donations vers ses enfants</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anticipation de ses obsèques</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Changement de domicile type EPHAD en dernier recours</b></li> </ul>

Là où les séniors de la génération silencieuse épargnaient et déménageaient tôt dans des établissements spécialisés, **les nouveaux séniors préfèrent consommer durant leurs premières années de retraite et rester à domicile quitte à l'aménager.**

# 2 - La silver économie est marquée par une pluralité des acteurs... (1/4)





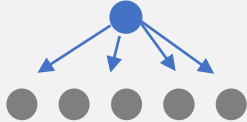
## 2 - Aux caractéristiques et rôles distincts (2/4)

Comme nous l'avons évoqué plus haut dans l'étude, la filière silver économie regroupe un champs large de marchés et d'activités différentes, toutes favorisant le « bien-vieillir ».

Parmi la diversité des acteurs de la filière, nous distinguons 2 types : **les acteurs pivots**, généralement de grands groupes, et **les acteurs spécialistes**, généralement de petites startups ou PME.

### Acteurs « pivots »

#### Acteurs Pivots



Acteurs spécifiques sur un marché de la silver économie

**Profil** Grand groupe, Fondation

**Rôle** Coordinateur d'une offre globale

**Niveau spécialisation** Faible



- ✓ Accession à des produits / services innovants que l'on ne possède pas
- ✓ Enrichissement de l'offre et optimisation de l'expérience client
- ✓ Différenciation et renforcement de l'image
- ✓ Adaptation à l'apparition de concurrents dans l'environnement

### Acteurs « spécialistes »

#### Acteurs Pivots



Acteurs spécifiques sur un marché de la silver économie

**Profil** Startup, association, PME

**Rôle** Acteur spécialisé au sein d'un écosystème

**Niveau spécialisation** Fort



- ✓ Accéder à un réseau de distribution
- ✓ Accéder à un réseau de prescription
- ✓ Accéder à des ressources financières
- ✓ Accéder à des compétences marketing
- ✓ Accéder à une base client

Des partenariats entre les acteurs pivots et les acteurs spécialistes seraient bénéfiques pour les 2 : les premiers bénéficieraient d'un puissant effet qualité du fait de **l'élargissement de leur offre** et les seconds de l'accès à une **base client élargie**.

## 2 - Aux caractéristiques et rôles distincts (3/4) – Exemples d'acteurs pivots

Ce qui caractérise un acteur pivot est son panel d'offres généralistes qui lui permet **de s'adresser à tous les seniors** et de posséder en conséquence **une base client importante** qu'il pourrait élargir et fidéliser en proposant des offres d'acteurs spécialistes.

### Les typologies d'acteurs « pivots »

Les groupes bancaires

Crédit Agricole, BNP Paribas  
Société Générale, Crédit Mutuel

Assureurs, Mutuelles,  
Groupe de protection  
sociales

VYV, AXA  
AG2R, Aéma, Aviva, Malakoff Humanis, MACIF

Exploitant Ehpad

ORPEA, Korian, Domus Vie, Le Noble Âge

Financeurs publics

CNAV, Fondation de France, Banque des  
Territoires, Assurance Maladie, BPI France,  
CNSA, Carsat

Acteurs hospitaliers

Les établissements supports des GHT,  
Autonom' Lab, France eHealth Tech

Acteurs multi-métiers de  
services

La Poste, acteurs de la grande distribution etc.

### Les exemples sur le marché



CA 2020 : 10 Mds€  
11 millions de  
personnes protégées

**1<sup>er</sup> acteur mutualiste de santé et de protection sociale en France**, le Groupe VYV est présent dans 4 métiers : les assurances, l'habitat, les services d'accompagnement et d'assistance et l'offre de soins.

L'entité VYV3 est composée de 1400 structure de soins et de services regroupés dans 3 pôles : soins, produits et services et accompagnement. Ce dernier regroupe l'ensemble des activités dédiées aux personnes âgées fragilisées ou en perte d'autonomie (notamment via les Ehpad et les résidences seniors)



CA 2020 : 3,8 Mds€  
Dont 1,8 Mds€ en  
France

**Leader européen, le Groupe Korian propose une gamme de services de soin et d'accompagnement médicalisés ou non médicalisés** pour des personnes âgées ou fragilisées temporairement ou durablement à travers plus de 1000 établissements, structures d'accueil et réseaux de soins. Le groupe mise sur une stratégie locale et partenariale pour proposer une offre pertinente de parcours de soins et adapté aux besoins de chacun.



LA POSTE

CA 2020 : 31,1 Mds€  
Dont 185 M€ sur le pôle  
« Silver économie et  
santé »

**Le groupe dispose depuis 2016 d'un pôle « Silver économie & santé »** qui propose un large panel d'offres dédiées aux seniors : services à la personnes, santé à domicile, accompagnement du parcours de santé et du maintien de l'autonomie, livraison de matériel médical, numérisation du parcours médical, services à la personnes...

Le groupe a également conclu des partenariats – via sa filiale immo – sur l'exploitation de résidences seniors (Les Jardins d'Arcadie)

Les acteurs pivots ont vocations à **proposer un point d'entrée unique** sur plusieurs marchés de la silver économie. Ils peuvent s'avérer être **les catalyseurs d'une chaîne de valeur fragmentée**.

## 2 - Aux caractéristiques et rôles distincts (4/4) – Exemples d'acteurs spécialistes

Ce qui caractérise un acteur spécialiste est son **offre spécifique** qui lui permet d'adresser un besoin très précis des seniors avec peu de concurrents, mais avec une **base client et un réseau de distribution restreints** à cause de son niveau de développement.

### Les typologies d'acteurs « spécialistes »

Des ETI / PME privées	<i>Vitalliance, Nutrisens, bonjournior.fr, Colette, France Douche</i>
Acteurs médico-sociaux non lucratifs	<i>Uniopss, ADMR</i>
Acteurs médico-sociaux lucratifs	<i>les Opticiens mobiles, Medadom, Lovis, Audika, Giphar, Sphère santé</i>
Des associations	<i>Âge d'or services, 02 Care Services, le Club des Aînés ruraux, ADMR, les Petits Frères des Pauvres</i>
Des startups numériques	<i>Pléniors, les Talents d'Alphonse, Medicalib, Medadom, Papyhappy, Ernesti</i>
Des fintechs	<i>Finense, Partner assurance</i>

### Les exemples sur le marché



17 500 heures passées entre des étudiants et des personnes âgées

En janvier 2016, deux étudiants créent «**Les Talents d'Alphonse**», une **plateforme de mise en relation entre retraités et jeunes, pour des échanges autour d'une activité commune**, notamment des cours de couture, bricolage, jardinerie, musique avec un tarif unique **15€/h**.

La plateforme propose également la garde d'enfant par des seniors dont l'identité, le casier judiciaire et la motivation auront été vérifiés.



CA 2015 : 37 M€  
127 agences en France  
6 000 collaborateurs

En 2003, Julien Castel et Pierre Francis cherchent une aide à domicile pour des membres de leurs familles respectives. Ne trouvant pas de solution satisfaisante, ils se lancent et créent avec Amir Reza-Tofighi, aujourd'hui Président de Vitalliance, une des premières sociétés privées de services à la personne en France. Vitalliance propose des **services d'aide à domicile** aux personnes âgées ou handicapées, de la **téléassistance**, des **solutions d'habitat inclusif** et un **accompagnement pour la préparation de voyages**.



CA 2020 : 4 Mds€  
3 000 agences en France

La Silver Alliance est une **alliance entre 33 entreprises spécialistes** de la silver économie qui propose via un **portail unique des offres sur l'ensemble des marchés de la silver économie**. Elle propose des services de livraison de repas, d'aides à domicile, d'aménagement de l'hébergement (monte-escalier, douche adaptée...), de cogestion des finances, des appareils médicaux (auditifs, optiques) et même des séances de kiné ou d'infirmier à domicile.

Les acteurs spécialistes ont vocation à proposer des offres de services spécifiques aux besoins des seniors, en s'implantant en général sur une ou deux branches de la silver économie. Leur objectif est de se regrouper et / ou de nouer des partenariats avec des acteurs pivots pour **élargir leur base client et se distribuer plus massivement**.

## 2 - Analyse SWOT des acteurs de l'assurance sur les marchés de la silver économie

<h3>FORCES</h3> <ul style="list-style-type: none"><li>• Des acteurs généralistes, avec un <b>panel d'offres étoffé</b>, une <b>base client élargie</b> et un <b>réseau de distribution dense</b></li><li>• <b>De nombreuses ressources stratégiques facilitant leur accès au marché de la silver économie</b> et parfois même un <b>rôle de prescripteur de prestations</b></li><li>• L'attractivité exercée à l'égard des acteurs périphériques (aspiration de l'innovation)</li><li>• <b>La captation de l'effet qualité d'une solution globale</b> ou au moins d'un panier de prestations complémentaires voire coordonnées</li></ul>	<h3>FAIBLESSES</h3> <ul style="list-style-type: none"><li>• Dans le champ des métiers « traditionnels » de la silver économie (sanitaire, médico-social, social), les acteurs de l'assurance sont handicapés par <b>des modes de fonctionnement (modèle économique, organisation) ou un environnement défaillants</b></li><li>• <b>Risque de disruption du marché au profit d'acteurs innovants</b> comme les plateformes numériques de coordination)</li><li>• <b>Le manque de maturité des systèmes d'information</b> notamment au sein des secteurs médico-sociaux et sociaux qui entrave les stratégies des opérateurs et limite leur capacité d'intégration optimale de services numériques innovants</li></ul>
<h3>OPPORTUNITES</h3> <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>L'accélération de la croissance de la population de personnes âgées de 75 à 84 ans</b> cible des marchés spécifiques dédiés aux seniors « fragilisés » à partir de 2022</li><li>• <b>Le passage des baby-boomers dans la classe des 75-84 ans</b> plus consommateurs, techno-compatibles et familiarisés avec internet à partir de 2022</li><li>• La croissance continue du nombre de seniors en perte d'autonomie</li><li>• Une <b>volonté politique de coordonner une offre globale à destination des séniors</b> en favorisant les synergies entre des acteurs pivots et des acteurs spécialistes</li></ul>	<h3>MENACES</h3> <ul style="list-style-type: none"><li>• La multiplicité des acteurs sur le marché des assureurs / mutuelles / institutions de prévoyance / bancassureurs avec <b>une concurrence exacerbée</b></li><li>• Des seniors aisés qui ne <b>liquidifient pas leurs ressources</b> (part importante du niveau de vie due à la détention d'un patrimoine)</li><li>• <b>Le faible dynamisme de la croissance de la population de seniors âgés de 64 à 74 ans</b> (cibles de prestations standards adaptées) à partir de 2022</li><li>• Une cible des 75-84 ans plus difficile à atteindre à partir de 2022 car fortement concentrée à la périphérie des territoires urbains ou dans des zones rurales moins denses en points de distribution</li></ul>

## 2 - Ce qu'il faut retenir

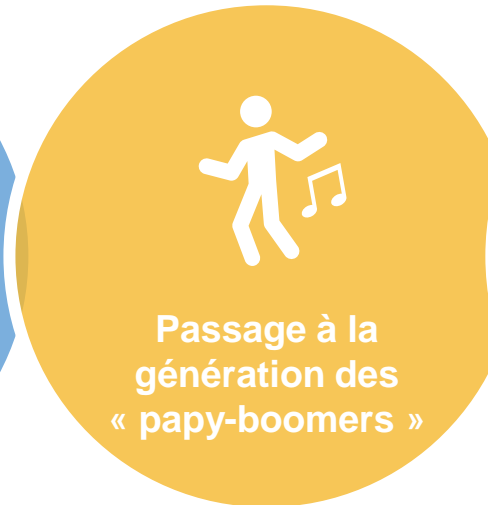
La filière silver économie regroupe des marchés et des acteurs hétérogènes, tous dédiés au « bien vieillir »  
Au-delà de la dynamique démographique favorable qui va s'accroître dans la prochaine décennie, 2022 marque une rupture sociologique importante : le passage de la génération « silencieuse » à la génération « papy-boom »



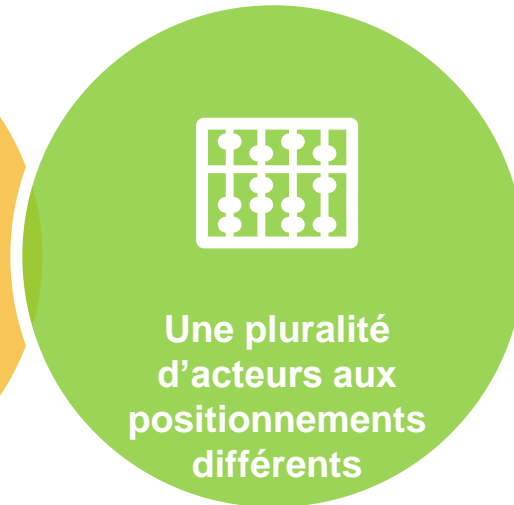
Le financement & transmission, la mobilité/liens sociaux, l'habitat & sécurité, les loisirs/bien-être & prendre soin, prévention et santé constituent les 5 marchés de la filière silver-économie



A horizon 2030, 30% de la population sera âgée de 65 ans ou plus, soit plus de 10 points de plus qu'en 2020



2022 marque une rupture générationnelle importante : l'entrée dans la séniorité de la génération des « baby-boomers » aux comportements et aux besoins différents – parfois même opposés - de leurs aînés



Acteurs publics, associations, grands groupes privés européens, fintech... la diversité des acteurs est considérable. Deux positionnements émergent cependant : les acteurs pivots et les acteurs spécialistes

# 3



## Résultats de l'enquête exclusive ODOXA sur les besoins des séniors



### 3 - Notre sondage exclusif sur les besoins et les attentes des séniors

Dans le cadre de notre étude sur les seniors, nous avons voulu disposer d'éléments quantitatifs sur leur contexte en couvrant 5 thèmes : situation financière, rapport à la santé, conditions de logement, principales occupations et rapport à l'épargne. Nous avons interrogé un panel de 600 séniors représentatif de la population française aujourd'hui, à l'aide de notre partenaire ODOXA – institut spécialisé de sondage. Le résultat de l'étude est présentée ci-après



L'enquête a été réalisée auprès d'un échantillon de séniors français interrogés par Internet du 14 septembre au 7 octobre 2022.



L'échantillon est constitué de 621 séniors français, dont :

- 304 personnes âgées de 60 à 74 ans
- 207 personnes âgées de 75 à 84 ans
- 110 personnes âgées de 85 ans et plus (une partie a été interrogée via leurs aidants)

La représentativité de l'échantillon est assurée par la méthode des quotas appliquée aux variables suivantes: sexe, âge, niveau de diplôme et profession de l'interviewé après stratification par région et catégorie d'agglomération.

Enquête réalisée avec notre  
partenaire :

**ODOXA**  
L'opinion tranchée



**35 questions**



# 3 - Notre sondage exclusif sur les besoins et les attentes des séniors

## #1 Le budget

### Dépenses, économies et appétence aux conseils bancaires extra-financiers

**Alimentation (87%) et énergie (80%), sont les principaux postes de dépense des séniors**

- A l'image de leurs cadets, les séniors français sont eux aussi touchés par l'inflation dans leur quotidien. **La quasi-totalité d'entre eux placent aujourd'hui l'alimentation (87%) et l'énergie (80%) parmi leurs trois principaux postes de dépense.**
- La santé complète le podium (41%). Notons que **plus ils avancent dans l'âge, plus les séniors placent la santé parmi leurs trois principaux postes de dépense** : 30% chez les 60-74 ans, 42% chez les 75-84 ans et 68% chez les 85 ans et plus.
- Les séniors citent ensuite le logement (37%) et les transports (21%), ce dernier chutant progressivement avec l'âge (28% chez les 60-74 ans, 18% chez les 75-84 ans et 7% chez les 85 ans et plus).
- Au-delà de ces cinq principaux postes, les séniors citent les loisirs (7%), les biens de consommation (5%) et l'habillement (3%).

**Depuis le début de l'inflation, les séniors ont surtout réalisé des économies sur les loisirs (45%) et l'habillement (44%)**

- Notons tout d'abord que l'essentiel des séniors (75%) a dû faire des économies et rogner certains postes de dépense avec l'inflation.
- **Les loisirs et l'habillement font déjà partie de leurs plus faibles postes de dépenses, mais les séniors ont encore rogné ceux-ci avec l'inflation.**
- 45% des séniors citent en effet les loisirs parmi leurs 3 principaux postes d'économies. 44% citent l'habillement, en particulier les femmes (50%).
- L'alimentation arrive à la troisième place (26%), devant l'énergie (23%). Rappelons que ce sont les deux principaux postes de dépense des séniors. Ils citent ensuite les biens de consommation (23%) et les transports (21%).
- Rares sont ceux à citer la santé (5%) et le logement (3%), signe que ces postes sont incompressibles et qu'ils font partie des dépenses contraintes.

### 3 - Notre sondage exclusif sur les besoins et les attentes des séniors

#### #1 Le budget

#### Dépenses, économies et appétence aux conseils bancaires extra-financiers

**Seuls 11% des séniors bénéficient de revenus secondaires tandis que 26% ont des crédits en cours**

- Au-delà des cotisations, la construction d'une retraite passe parfois par l'acquisition d'un patrimoine mobilier et immobilier.
- Mais cette pratique reste relativement marginale chez les séniors actuels. 8% d'entre eux bénéficient en effet de revenus locatifs et 5% de revenus financiers.
- Au total, seuls **11% des séniors (certains possédants les deux) bénéficient de revenus secondaires au-delà de leur retraite** ou de leur activité professionnelle.
- Parallèlement, **les séniors ont encore, pour un quart d'entre eux (26%), des crédits en cours**. La proportion de créditeurs décroît nettement avec l'âge : 34% chez les 60-74 ans, 25% chez les 75-84 ans et 6% chez les 85 ans et plus.
- Dans le détail, 10% des séniors ont encore un crédit immobilier et **18% un crédit à la consommation**.

**13% des séniors souhaitent bénéficier de conseils bancaires, soit 3,5 millions de personnes**

- Si les séniors ont dû faire des économies avec l'inflation, la grande majorité d'entre eux n'exprime pas d'attente particulière pour gérer leur budget.
- **Ce sont 13% des 60 ans et plus qui souhaitent bénéficier de davantage de conseils de leur banque pour mieux gérer leur budget en fonction de leurs besoins. Ce besoin est davantage exprimé par les 85 ans et plus (20%).**
- Rapporté à l'ensemble de la population des séniors français, cela représente tout de même 3,5 millions d'entre eux, qui expriment clairement une attente en la matière.

### 3 - Notre sondage exclusif sur les besoins et les attentes des séniors

#### #2 La santé

#### Garanties santé, avenir du système de santé français et appétence à un accompagnement par son assureur dans le bien-vieillir

**Les séniors affirment que leurs garanties santé sont adaptées à leurs besoins (85%) mais la moitié juge qu'elles coûtent trop chères et que leur reste à charge est trop élevé**

- La santé est aujourd'hui le troisième poste de dépense des séniors français, derrière l'alimentation et l'énergie et de leur propre aveu, il est difficile de rogner ce poste de dépense.
- De fait, le dimensionnement des garanties leur convient quasi-unaniment : 85% des séniors affirment qu'elles sont adaptées à leurs besoins.
- Mais la moitié estime qu'elles sont trop chères par rapport à leurs besoins et que leur reste à charge est trop élevé.
- Notons que la problématique est plus présente chez les 85 ans et plus (54% dans les deux cas), tandis qu'ils sont 77% à considérer que leurs garanties sont adaptées à leurs besoins.

**58% des séniors rencontrent des difficultés pour obtenir un rendez-vous avec un spécialiste, les téléconsultations restant encore marginales (14%)**

- **Les séniors font partie des Français ayant le plus besoin de soins** mais ils n'échappent pas aux difficultés à obtenir des rendez-vous, en particulier chez les spécialistes.
- 58% d'entre eux affirment en effet avoir du mal à obtenir un rendez-vous avec un médecin spécialiste. C'est nettement moins en ce qui concerne les généralistes, mais cela concerne tout de même 22% des séniors, en particulier les 85 ans et plus (36%).
- Les **téléconsultations pourraient permettre de simplifier certains rendez-vous médicaux mais elles restent encore très marginales : 14% des séniors en ont déjà fait l'expérience, en particulier dans les grandes agglomérations (17%).**

### 3 - Notre sondage exclusif sur les besoins et les attentes des séniors

## #2 La santé

### Garanties santé, avenir du système de santé français et appétence à un accompagnement par son assureur dans le bien-vieillir

**Les séniors se montrent très pessimistes sur l'avenir du système de santé français (84%)**

**38% des séniors attendent des conseils de leur assureur sur le « bien vieillir »**

- S'ils rencontrent déjà de nombreuses difficultés, **les séniors n'anticipent pas une amélioration dans les cinq prochaines années.**
- 84% d'entre eux pensent que le système de santé français va plutôt se dégrader dans cet intervalle. Ils ne sont que 15% à se déclarer optimistes.
- Les 85 ans et plus (93%) et les foyers les plus modestes (89%), qui ont le plus besoin du système, sont les plus pessimistes.
- Très inquiets pour l'avenir du système public et déjà en difficulté, les séniors se tournent de plus en plus vers les acteurs privés pour les accompagner dans le vieillissement.
- Ainsi, **38% d'entre eux souhaiteraient bénéficier d'informations et de conseils adaptés à leur situation de la part de leur assureur, et plus encore les 85 ans et plus (44%).**
- Ils considèrent ainsi que les assureurs devraient jouer un rôle plus important pour les accompagner dans le « bien vieillir »..

*Considérez-vous que votre assureur devrait jouer un rôle plus important pour vous accompagner dans le "bien vieillir" ?*

Non, ce n'est pas le rôle de mon assureur santé  
**60%**



Oui, je souhaiterais bénéficier d'informations et de conseils adaptés à ma situation  
**38%**

85 ans et plus : 44%

# 3 - Notre sondage exclusif sur les besoins et les attentes des séniors

## #3 Le logement

### Conditions de logement, aides à domicile et appétences pour des conseils d'aménagement

**Les trois quarts des séniors (74%) sont propriétaires de leur logement et pour l'essentiel, ont terminé de rembourser leur crédit (67%)**

- En France, environ six ménages sur dix sont aujourd'hui propriétaires de leur résidence principale, une proportion qui a longtemps augmenté avant de stagner depuis une dizaine d'années.
- Les séniors ont fait partie de cette génération pour qui devenir propriétaire était devenu la norme. Résultats, les trois quarts d'entre eux (74%) possèdent leur logement, une proportion encore plus importante chez les 75-84 ans (83%) et chez les hommes (80%).
- **Pour l'essentiel (67%), les séniors ont d'ailleurs terminé de rembourser leur crédit immobilier.**

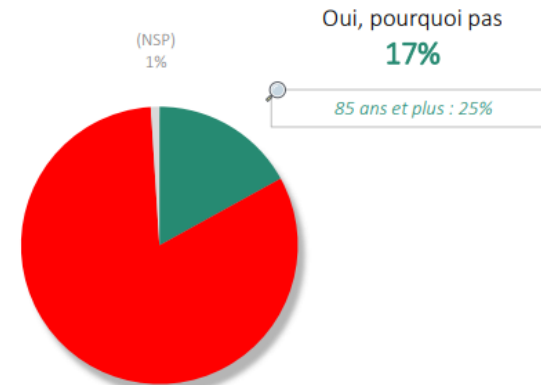
**92% d'entre eux se disent satisfaits de leurs conditions de logement**

- Pour l'essentiel propriétaires, les séniors se disent aujourd'hui très massivement satisfaits de leurs conditions de logement (92%), 45% en étant même très satisfaits.
- Si « seulement » 8% confient ne pas en être satisfaits, ce résultat doit tout de même alerter car il recouvre des situations de logement précaires pour près de 2 millions de séniors.
- D'autant qu'ils sont plus nombreux chez les plus âgés : **12% des 85 ans et plus sont insatisfaits de leurs conditions de logement**

**17% des séniors seraient prêts à recevoir des conseils de leur banquier ou assureur pour leur proposer des solutions**

*Seriez-vous prêt(e) à bénéficier des conseils de votre banquier ou de votre assureur pour vous proposer des conseils et des solutions d'aménagements de votre logement adaptés à votre situation ?*

Non, ce n'est pas le rôle d'un conseiller bancaire ou d'un assureur  
**82%**





# 3 - Notre sondage exclusif sur les besoins et les attentes des séniors

## #3 Le logement

### Conditions de logement, aides à domicile et appétences pour des conseils d'aménagement

**15% des séniors souhaitent déménager pour disposer d'un logement plus adapté à leurs besoins**

- Nous l'avons constaté, la grande majorité des séniors se dit satisfaite de ses conditions de logement.
- Mais cela ne les empêche pas d'envisager un changement à moyen terme, l'âge avançant, et les besoins avec.
- 15% d'entre eux, soit près de 4 millions de séniors, confient en effet souhaiter déménager pour disposer d'un logement plus adapté à leurs besoins, que ce soit pour se rapprocher de leur famille, pour améliorer leur qualité de vie ou pour une meilleure accessibilité.

**Quatre séniors sur dix (41%) vivent seuls dans leur logement, ils sont près des deux tiers (65%) chez les 85 ans et plus**

- Les séniors sont aujourd'hui nombreux à vivre seuls dans leur logement ; 41% d'entre eux sont concernés par cette situation.
- Logiquement, plus ils avancent dans l'âge, plus ils sont nombreux à ne plus être accompagnés. Cela concerne 32% des 60-74 ans, 41% des 75-84 ans et 65% des 85 ans et plus.
- Les femmes sont aussi nettement plus nombreuses (51%) que les hommes (25%) à vivre seules.

**Un séniorsur quatre (26%) a recours à l'aide à domicile, mais cela concerne surtout les 85 ans et plus (81%)**

- Si les 60-74 ans sont très peu nombreux à recourir à l'aide à domicile (6%), cette proportion augmente très nettement avec l'âge.
- Ils sont 26% entre 75 et 84 ans et 81% chez les 85 ans et plus.
- Au total, un séniorsur quatre (26%) y a recours que ce soit pour l'entretien (23%) et/ou sur le plan médical (11%) et 11% l'envisagent.
- Les femmes, plus nombreuses à vivre longtemps y ont logiquement davantage recours que les hommes (31% contre 19%).

### 3 - Notre sondage exclusif sur les besoins et les attentes des seniors

#### #4 Les occupations

#### Famille, loisirs et freins à la réalisation des projets Rapport aux technologies

**Pour 78% des seniors, la vie de famille est le principal centre d'activités des seniors**

- Nous l'avons constaté, une écrasante majorité des seniors cite la vie de famille dans leurs principaux centres d'activités.
- C'est encore plus flagrant chez les 85 ans et plus (92%).
- Loin derrière, ils évoquent les voyages (24% et 30% chez les 60-74 ans), le sport (19% et 22% chez les 60-74 ans et 23% chez les hommes) ou encore le bénévolat (19% et 26% chez les 75-84 ans).
- Enfin, 8% citent les activités professionnelles (15% chez les 60- 74 ans).

**Pour 63% des seniors, l'argent est le principal frein à la réalisation des projets**

- Lorsqu'ils ont encore la santé pour réaliser leurs projets, les seniors aimeraient disposer de moyens financiers supplémentaires.
- Ce frein financier est exprimée de façon très marqué chez les 60-74 ans --71%).
- Vient ensuite la santé (44%), augmentant logiquement avec l'âge pour atteindre 79% chez les 85 ans et plus.
- Pour pouvoir lever le frein financier à la réalisation de leurs projets, une minorité de seniors est prête à se tourner vers le crédit à la consommation.(6%)

**61% des seniors sont technophiles**

- Les seniors, pris dans leur ensemble, considèrent majoritairement que la technologie peut améliorer leur confort de vie (61%) même s'ils ne sont plus qu'un sur deux (49%) chez les 85 ans et plus
- Ils sont d'ailleurs nombreux à utiliser les réseaux sociaux (49%), un niveau très lié à l'âge : 62% chez les 60-74 ans, 40% chez les 75- 84 ans et 28% chez les 85 ans et plus.
- Mais pour autant, l'essentiel d'entre eux souhaite conserver un lien physique avec leur assureur et leur banquier. 24% privilégient l'accès rapide aux informations via les outils digitaux, 36% privilégient le contact physique et 39% considèrent que les deux sont complémentaires

### 3 - Notre sondage exclusif sur les besoins et les attentes des séniors

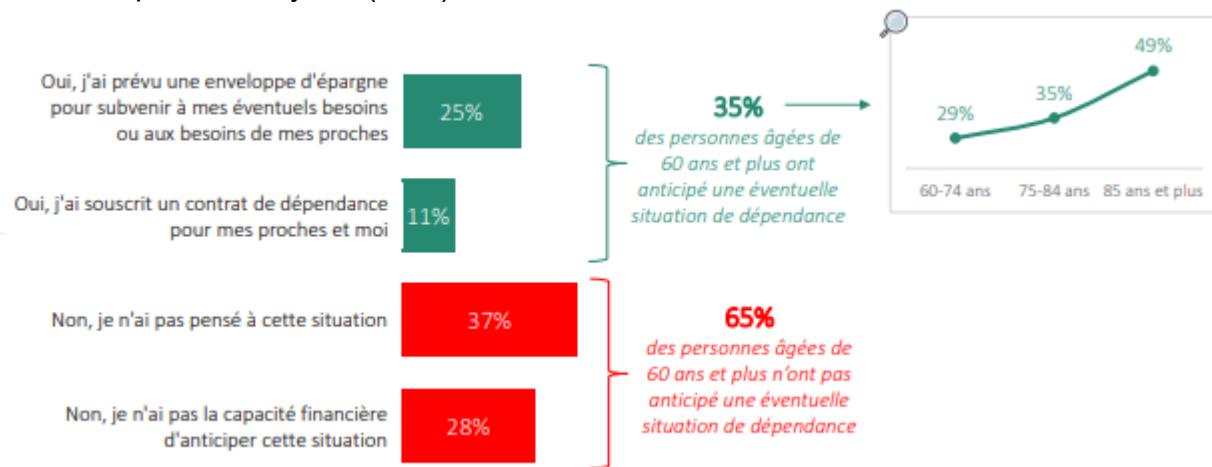
#### #5 L'épargne

#### Appétence aux produits financiers, rapport à l'épargne et succession

Seuls 35% des séniors ont anticipé une éventuelle situation de dépendance

- S'ils expriment leur intention d'anticiper, les séniors n'envisagent pas toujours les situations les plus difficiles.
- Ils ne sont en effet que 35% à avoir anticipé une éventuelle situation de dépendance, que ce soit en prévoyant une épargne (25%) et/ou en souscrivant un contrat de dépendance (11%). C'est davantage le cas des 85 ans et plus (49%).
- La grande majorité n'a, pour le moment, pas anticipé cette éventuelle dépendance, soit parce qu'ils n'y ont pas pensé (37%), soit parce qu'ils n'en ont pas les moyens (28%).

Avez-vous anticipé une éventuelle situation de dépendance ?  
Plusieurs réponses possibles



37% des séniors ont anticipé leur succession

- Nous l'avons constaté, les séniors ne font pas de la succession la priorité de leur épargne.
- Aujourd'hui, 37% d'entre eux affirment avoir anticipé leur succession
- Logiquement, ce niveau augmente progressivement avec l'âge : ils sont 31% chez les 60-74 ans, 38% chez les 75-84 ans et 52% chez les 85 ans et plus
- Il est aussi particulièrement corrélé au niveau de revenus : 29% des foyers les plus modestes ont anticipé leur succession pour 48% des foyers les plus aisés.

### 3 - Ce qu'il faut retenir

La dépendance, l'adaptation du logement, les situations de solitude ...**les seniors y pensent ...mais de façon concrète** quand ils sont **déjà dans le grand-âge**. Assureurs, banques et l'ensemble des acteurs de l'éco-système ont un rôle à jouer pour accompagner nos seniors plus hédonistes à **profiter de leur retraite tout en anticipant les besoins du grand âge**



#### Financement et transmission

Anticiper la dépendance est leur plus grande préoccupation bien avant la transmission; pour autant ils sont une minorité à l'avoir anticipée financièrement



#### Mobilité, lien social

La vie de famille, les voyages et le sport restent leurs préoccupations principales. Anticiper l'organisation de leur quotidien pour assurer leur mobilité et le lien social quand la situation de dépendance survient reste une vraie difficulté



#### Habitat et Sécurité

85 ans, une rupture pour leur bien vieillir à domicile mais encore peu perçue et anticipée quand ils sont jeunes seniors en termes d'adaptation du logement, d'aide à domicile et de situation de solitude



#### Loisir, bien-être & prendre soin

Pour profiter de leur retraite, vivre leurs projets et satisfaire leur envies, ils doivent se projeter dans un horizon de 25-30 ans. Un besoin d'accompagnement pour se projeter encore peu perçu



#### Prévention & santé

Ils ne sont pas confiants dans l'avenir du système de santé français et se tournent vers le système privé – ils souhaitent que leur assureur les accompagne dans le bien-vieillir

# 4



## **La Silver économie : Quelles opportunités pour les assureurs ?** Benchmark des offres & initiatives des acteurs de l'assurance et de la protection sociale

# 4 - Notre benchmark des acteurs de l'assurance sur les marchés de la silver économie

## Objectifs

Identifier les acteurs les plus avancés sur la silver économie, présenter les différences stratégiques et les offres innovantes ayant le plus de potentiel de croissance.

## Panel retenu

32 offres étudiées parmi 14 acteurs (3 assureurs, 4 mutuelles, 4 institutions de prévoyance et 3 bancassureurs) :



## Plan

### 1. Analyse transverse sur les items communication et la richesse des offres

- Présence ou non d'un portail digital dédié aux seniors
- Degré d'adaptation des offres aux seniors
- Richesse de l'écosystème partenarial

### 2. Analyse détaillée sur les 5 branches de la silver économie :




- Financement et Transmission
- Lien social et communication
- Habitat et sécurité
- Loisirs, bien-être et prendre soin
- Prévention et santé

### 3. Score global








# 4 - Thématiques retenues pour le benchmark

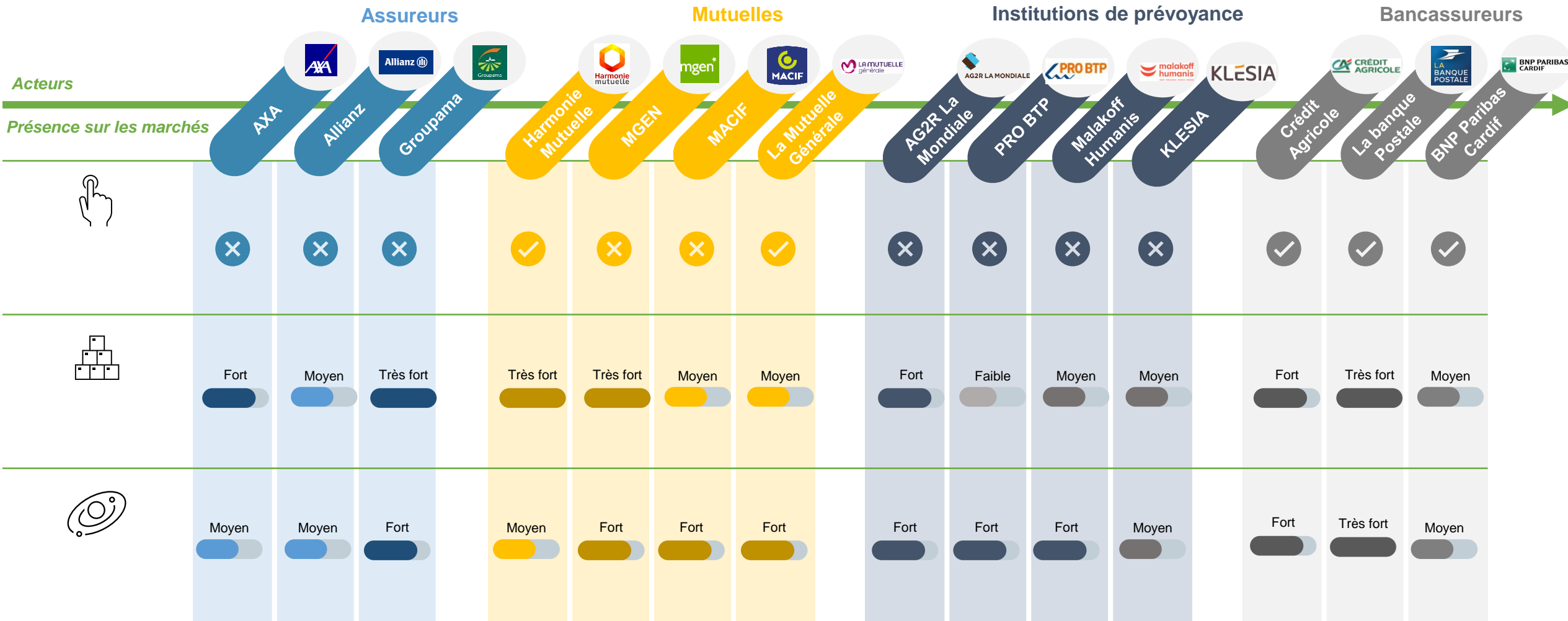
## Etude transverse sur les items communication et la richesse des offres

	Enjeux	Critères d'évaluation
	Proposer une communication dédiée aux seniors et regrouper l'ensemble des offres pouvant répondre à leurs besoins dans un seul portail	Présence ou non d'un portail dédié aux seniors
		Pourcentage des offres qui ont été adaptées aux besoins spécifiques des seniors : <ul style="list-style-type: none"> <li>Faible (15-20%),</li> <li>Moyen (20-25%),</li> <li>Fort (25-30%)</li> <li>Très fort (30-40%)</li> </ul>
	Proposer des services complémentaires réalisés par des partenaires dûment sélectionnés en amont	<ul style="list-style-type: none"> <li>Faible 1 réseau de partenaires parmi des pompes funèbres / entreprises services à domicile / réseau de soin ;</li> <li>Moyen : 2 réseaux de partenaires parmi des pompes funèbres / entreprises de services à domicile / réseau de soin ;</li> <li>Fort : 3 réseaux de partenaires parmi des pompes funèbres / entreprises de services à domicile / réseau de soin</li> </ul>

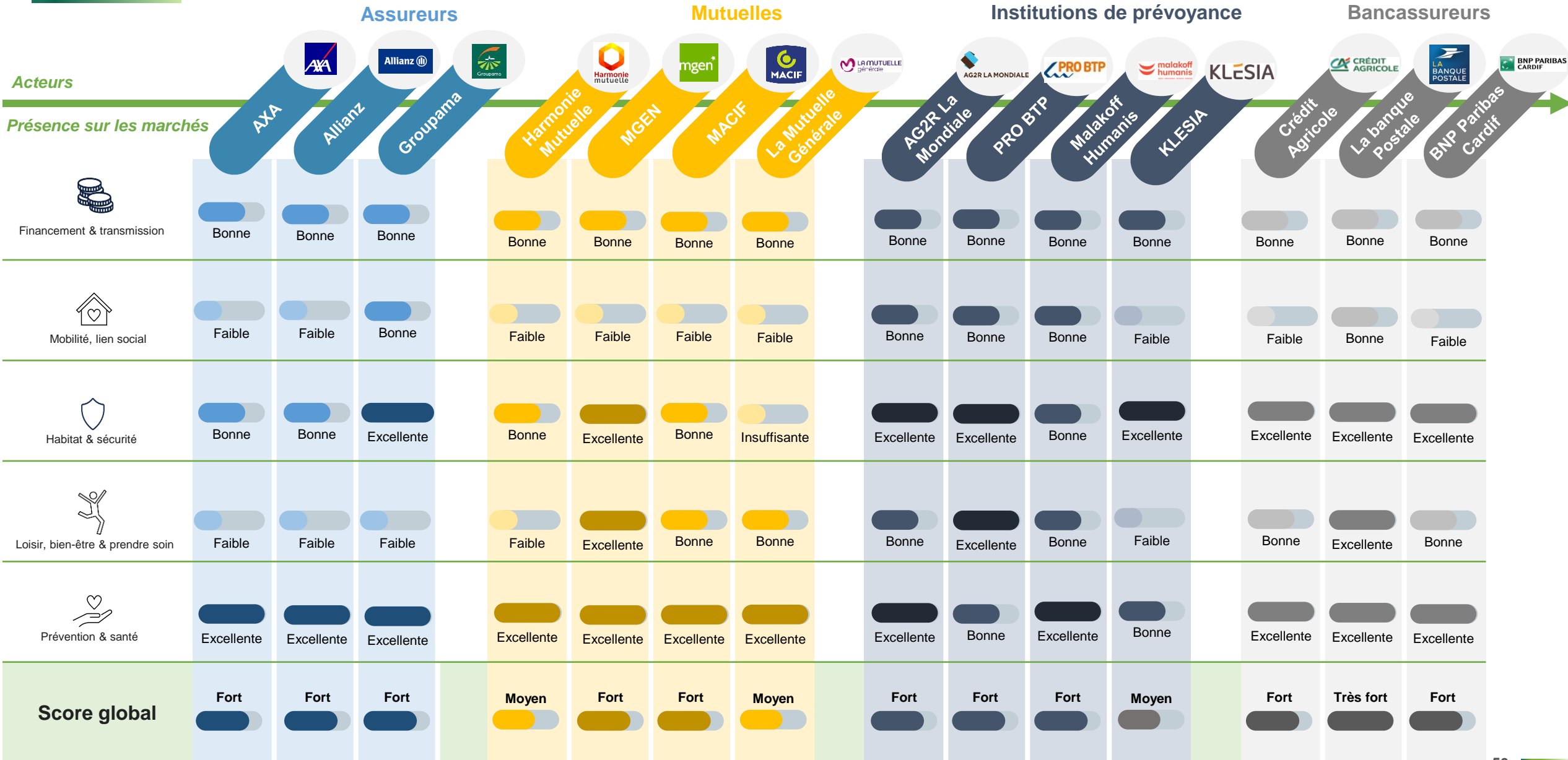
## Analyse détaillée par les 5 branches de la silver économie

	Enjeux	Critères d'évaluation
 <b>Financement &amp; transmission</b>	Dynamiser son épargne, assurer la transmission, financer la dépendance, financer les obsèques	Etendue de l'offre proposée et son degré d'adaptation (incluant le niveau de services proposés)
 <b>Mobilité, lien social</b>	Proposer des aides à la mobilité et des activités pour les seniors	Etendue de l'offre proposée et son degré d'adaptation (incluant le niveau de services proposés)
 <b>Habitat &amp; sécurité</b>	Adapter et sécuriser les logements à l'état des personnes : autonomie, fragilité, dépendance, Mise en relation avec des hébergements médicalisés.	Etendue de l'offre proposée et son degré d'adaptation (incluant le niveau de services proposés)
 <b>Loisir, bien-être &amp; prendre soin</b>	Conseiller les seniors pour rester en bonne santé (nutrition, activités physiques) et proposer des services à la personne	Etendue de l'offre proposée et son degré d'adaptation (incluant le niveau de services proposés)
 <b>Prévention &amp; santé</b>	Mise en relation avec des aidants et des soignants	Etendue de l'offre proposée et son degré d'adaptation (incluant le niveau de services proposés)
<b>Score global</b>	Appréciation globale des offres proposées aux seniors	Prise en compte globale du nombre d'offres proposées aux seniors et de leur pertinence sur des critères de qualité (tarif, parcours de souscription, services supplémentaires / options...)

# 4 - Notre benchmark des acteurs de l'assurance sur la richesse des offres en silver économie et de leur communication



# 4 - Notre benchmark des acteurs de l'assurance sur les 5 branches de la silver économie



## 4 - Ce qu'il faut retenir

Sur l'ensemble du panel étudié, **tous les acteurs ont constitué un écosystème partenarial** pour enrichir leurs offres. **30% ont choisi de mettre en place un portail dédié** ce qui permet de regrouper l'ensemble des services adaptés à ce public dans un espace unique. **Entre 20% et 40% des offres répondant à des besoins des seniors ont été adaptées pour créer une gamme spécifique** pour cette population.

Synthèse sur les 5 branches de la silver économie :



Sur les thématiques **Financement & transmission et Prévention & santé**, l'ensemble des acteurs du panel disposent des offres et outils sans se distinguer. En effet, ces 2 thématiques sont étroitement liées à leur cœur de métier. Ils proposent une large gamme de produits telles qu'une assurance obsèques, des assurances vie, des assurances dépendance, des compléments santé, des assurances décès, des assurances prévoyance, des assurances aléas de la vie ou encore un réseau de soin.

Sur la **thématique habitat et sécurité**, les bancassureurs et les institutions de prévoyance se distinguent des autres catégories d'acteurs en proposant le plus de services à leurs clients accompagnés de solutions de financement

Concernant **Loisir, bien-être & prendre soin**, 2 acteurs se distinguent : la MGEN et la Banque Postale, avec notamment la création d'un club santé seniors pour la MGEN et une très large gamme de service à domicile pour la Banque Postale comme le ménage, repassage, bricolage, jardinage, portage de repas sur-mesure etc...

Sur la **thématique de la mobilité et du lien social**, à l'exception des conférences, les assureurs ne parviennent pas à se positionner et proposer des services autres que ceux des contrats d'assurance auto classique qu'ils proposent à l'ensemble de leur clientèle.

## 4 – Les acteurs traditionnels – Assurances & protection sociale



149k collaborateurs



50 pays



100 Mds € de chiffre d'affaires en 2021

### Offres répondant aux besoins des seniors

<b>Financement &amp; Transmission</b>	Assurance obsèques, assurance vie (non spécifique), PER, assurance retraite
<b>Mobilité, lien social</b>	Pas de produit ou de service spécifique pour les seniors
<b>Habitat et sécurité</b>	Téléassistance
<b>Loisirs, bien-être et prendre-soin</b>	Assurances de véhicules de loisirs, assurance voyage
<b>Prévention et santé</b>	Complémentaire santé sénior, assurance prévoyance, Garantie accident de la vie, assurance dépendance, réseau de soin Itelis

### Offre / service remarquable

#### Le service Angel : un assistant personnel de santé



Les souscripteurs d'une complémentaire santé chez Axa bénéficie d'un service de chat et d'appel auprès de professionnels de santé partenaires d'Axa pour répondre à leurs question ainsi que de téléconsultations

## 4 – Les acteurs traditionnels – Assurances & protection sociale

Allianz 



155k collaborateurs



70 pays



149 Mds € de chiffre d'affaires en 2021

### Offres répondant aux besoins des seniors

<b>Financement &amp; Transmission</b>	Assurance obsèques, assurance vie (non spécifique), assurance dépendance, PER, investissement immobilier
<b>Mobilité, lien social</b>	Pas de produit ou de service spécifique pour les seniors
<b>Habitat et sécurité</b>	Assurance habitation, assurance emprunteur, téléassistance, télésurveillance
<b>Loisirs, bien-être et prendre-soin</b>	Assurances de véhicules de loisirs, assurance voyage
<b>Prévention et santé</b>	Complémentaire santé, assurance décès, assurance prévoyance, assurance aléas de la vie, réseau de soin Santéclair

### Offre / service remarquable

#### Le service Allianz Téléassistance... ... pour rester à domicile

## La Téléassistance

Une solution de maintien à domicile  
pour les personnes âgées

- ▶ Service téléassistance 24h/24 et 7j/7
- ▶ Mise en service simple et rapide
- ▶ 96% de nos clients satisfaits

**Frais de dossier 29,90 €**


[EN SAVOIR PLUS](#)

Contactez-nous au

**01 48 97 74 96**

Du lundi au vendredi  
de 9h à 17h30

Bénéficiez de 50% en crédit d'impôt



#### 3 tarifications :

- Téléassistance à domicile : 19,90€ / mois
- Téléassistance mobile géolocalisée avec assistance en dehors du domicile : 29,90€ / mois
- Forfait classique avec des lunettes connectées : 25,90€ / mois



## 4 – Les acteurs traditionnels – Assurances & protection sociale



31k collaborateurs



10 pays



15,5 Mds € de chiffre d'affaires en 2021

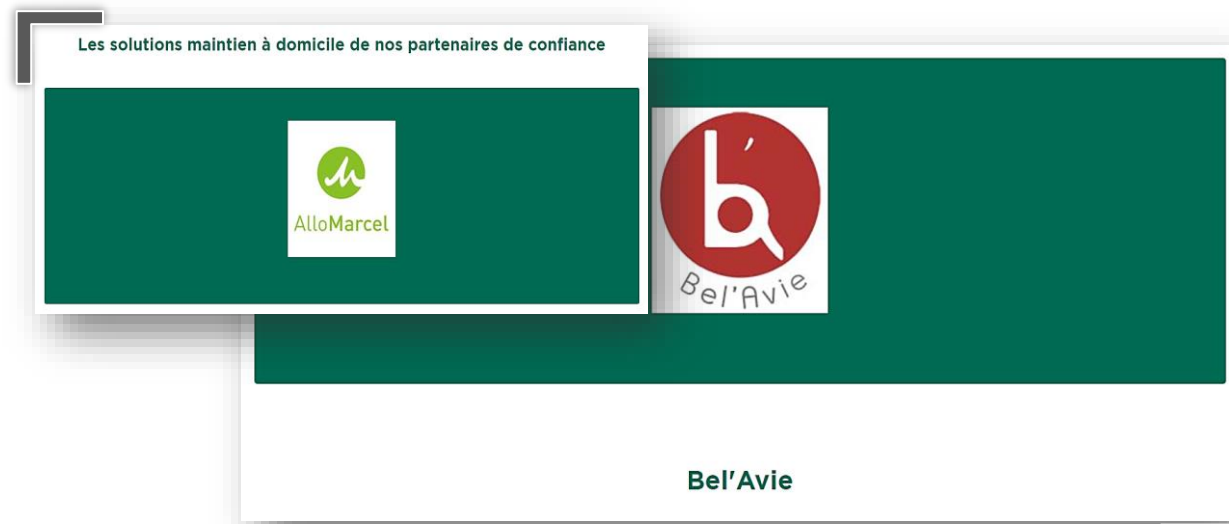
### Offres répondant aux besoins des seniors

<b>Financement &amp; Transmission</b>	Assurance obsèques, assurance vie (non spécifique), assurance dépendance, PER, investissement immobilier, crédit à la consommation
<b>Mobilité, lien social</b>	Pas de produit ou de service spécifique pour les seniors
<b>Habitat et sécurité</b>	téléassistance, télésurveillance, services à domicile
<b>Loisirs, bien-être et prendre-soin</b>	Assurances de véhicules de loisirs, assurance voyage
<b>Prévention et santé</b>	Complémentaire santé sénior, réseau de soin Sévéane, assurance décès, assurance aléas de la vie

### Offre / service remarquable

#### Des partenariats avec...

#### ... pour rester à domicile



- Des partenariats avec AlloMarcel et Bel'Avie pour réaliser des travaux d'aménagement du domicile pour sénior.
- Des services à domicile de type aide-ménagère, apporte-repas... avec 1000 entreprises partenaires pour les assurés Groupama Santé Active et Garantie accidents de la vie.

## 4 – Les acteurs traditionnels – Assurances & protection sociale



4900 collaborateurs



+200 agences



2,8

Mds € de chiffre d'affaire en 2021

### Promesse :

Préserver sa santé et son bien-être durant sa retraite en étant bien couvert pour en profiter le plus longtemps possible.

### Offres répondant aux besoins des seniors

<b>Financement &amp; Transmission</b>	Assurance obsèques, assurance vie (non spécifique), assurance dépendance, PER
<b>Mobilité, lien social</b>	Conférences en ligne sur le thème de la retraite
<b>Habitat et sécurité</b>	assistance et services à domicile
<b>Loisirs, bien-être et prendre-soin</b>	N/A
<b>Prévention et santé</b>	Complémentaire santé, assurance décès, assurance aléas de la vie, réseau de soins Kalixia, téléconsultation, 2 <sup>ème</sup> avis médical

### Offre / service remarquable

### Un 2<sup>ème</sup> avis médical...

... depuis son espace client

2,8

### Les PLUS de Deuxième avis

- Obtenez une réponse en moins de 7 jours.
- Intégralement pris en charge dans votre complémentaire santé, **aucuns frais ne vous seront demandés.**
- Complétez un formulaire médical et **déposez facilement votre dossier médical en ligne** ou envoyez-le par courrier.
- Vos données sont entièrement sécurisées.



**98% des utilisateurs recommandent Deuxième Avis.**

Harmonie Mutuelle propose un service de 2<sup>ème</sup> avis médical à destination de toutes les souscripteurs d'une complémentaire santé : le sociétaire remplit un questionnaire sur sa pathologie et un des 250 médecins partenaires lui propose un traitement et une prise en charge adaptés pour confronter le 1<sup>er</sup> avis médical.

## 4 – Les acteurs traditionnels – Assurances & protection sociale

mgen\*



10k collaborateurs



102 sections  
départementales



2,63 Mds € de chiffre d'affaire en 2021

### Promesse :

Préparer son avenir sereinement en épargnant de manière responsable et en se protégeant face à la dépendance et aux imprévus en étant accompagné.

### Offres répondant aux besoins des seniors

<b>Financement &amp; Transmission</b>	Assurance obsèques, assurance vie Retraite, assurance dépendance, PER
<b>Mobilité, lien social</b>	Conférences en ligne sur le thème de la retraite
<b>Habitat et sécurité</b>	Possibilité de redirection en EPHAD dans le cadre d'un contrat en dépendance sous avis médical,
<b>Loisirs, bien-être et prendre-soin</b>	Assurance voyage, Club Santé Séniors
<b>Prévention et santé</b>	Complémentaire santé, assurance décès, réseau de soins Kalixia

### Offre / service remarquable

### Les Clubs Santé Séniors...

... pour maintenir le lien social

**Le mot du président de la section MGEN 03**

Bienvenue au site du Club Santé Séniors de la MGEN de l'Allier, ouvert à tous ses adhérents retraités. Ses actions s'inscrivent dans la vie de la section MGEN 03 en répondant à ses missions premières, qui sont l'action sociale et la prévention. A ces fins, des activités culturelles ou de loisirs sont programmées, contribuant à créer un lien. Ce site, témoin de la place grandissante que prend le numérique dans le monde actuel, ne doit pas nous faire oublier les adhérents qui n'ont pas, ou ne souhaitent pas avoir, de connexion internet. A chacun donc de transmettre les informations qui y seront communiquées afin de ne laisser personne sur la touche !

La MGEN propose à tous ses assurés retraités via le Club Santé Séniors des activités de loisirs organisées par ses sections départementales : conférences sur le bien-vieillir, sorties culturelles, repas de Noël, voyages, activités sportives... Le Club Santé Séniors permet à MGEN d'être présent dans les moments de vie de ses assurés et de favoriser la préservation du lien social pour lutter contre l'isolement.

## 4 – Les acteurs traditionnels – Assurances & protection sociale



10k collaborateurs



450 points  
d'accueil



5,9

Mds € de chiffre d'affaire en 2021

### Promesse :

« La Macif vous aide à **simplifier l'organisation de votre départ à la retraite** et vous propose des solutions pour **accompagner** cette nouvelle étape de vie. »

### Offres répondant aux besoins des seniors

<b>Financement &amp; Transmission</b>	Assurance obsèques, assurance dépendance, crédit à la consommation, assurance-vie (non spécifique), PER
<b>Mobilité, lien social</b>	Pas de produit ou de service spécifique pour les seniors
<b>Habitat et sécurité</b>	Prêt « Travaux » avec 1200 artisans partenaires, télésurveillance Macif Protect
<b>Loisirs, bien-être et prendre-soin</b>	Assurance véhicules de loisirs, assurance matériels de loisirs, assurance Chiens d'assistance, conseils en ligne distribués par « L'essentiel par Macif »
<b>Prévention et santé</b>	Complémentaire santé, assurance décès, assurance aléas de la vie, services à domicile (dans le cadre d'un contrat d'assurance dépendance ou d'assurance santé), réseau de soins Carte Blanche

### Offre / service remarquable

### Une mutuelle santé senior...

... adaptée aux besoins

ACCUEIL > CONSEILS > SANTÉ - BIEN-ÊTRE > MUTUELLE SENIOR ET RETRAITÉ

## Mutuelle senior et retraité

La **mutuelle senior** est une protection qui vous permet d'obtenir des remboursements pour vos dépenses de santé. La **mutuelle senior** limite votre reste à charge afin de ne pas renoncer aux soins. La Macif vous explique tout ce que vous devez savoir pour bien choisir votre **mutuelle pour senior ou retraité**.

Réalisez un devis de mutuelle santé en ligne

La Macif propose une mutuelle santé senior qui peut être souscrite en ligne ou via un conseiller. Le client dispose de conseils en ligne pour choisir des garanties santé adaptées à son besoin et à son budget.

## 4 – Les acteurs traditionnels – Assurances & protection sociale



### Promesse :

« La Macif vous aide à **simplifier l'organisation de votre départ à la retraite** et vous propose des solutions pour **accompagner** cette nouvelle étape de vie. »

### Offres répondant aux besoins des seniors

<b>Financement &amp; Transmission</b>	Offres de mutuelles et d'assurances majoritairement en santé et prévoyance, mais pas d'offre sur l'épargne
<b>Mobilité, lien social</b>	Pas de produit ou de service spécifique pour les seniors
<b>Habitat et sécurité</b>	Partenaire de la Silver Valley qui teste auprès de 9000 seniors des solutions innovantes avant de les déployer à grande échelle
<b>Loisirs, bien-être et prendre-soin</b>	Services : téléconsultation médicale, services à la personne dans le cadre de l'offre Flex – offres de loisirs (Flex), aide aux aidants (Flex)
<b>Prévention et santé</b>	Mutuelle santé sénior (55 +), Garantie accidents corporels, réseau de soin Kalixia, réseau de tiers-payants auprès de 209 000 professionnels, services d'assistance à domicile, centres médicaux et dentaires, assurance décès (Flex), assurance invalidité (Flex)

### Offre / service remarquable

### Une mutuelle santé sénior (55 +)...

... adaptée aux besoins

#### Des solutions santé adaptées à vos besoins

FORMULE

**Eco**

À partir de

44,00 € / mois

**Soins courants** Vos frais entièrement remboursés chez les médecins ne pratiquant pas de dépassements d'honoraires

**Optique / Dentaire / Aides auditives** Vous avez peu de besoin en optique, en dentaire et en aides auditives. Vous avez le choix entre des lunettes, des prothèses dentaires et des aides auditives 100% santé ou à tarif libre

**Hospitalisation** Vous êtes couvert pour les frais d'hospitalisation uniquement, hors dépassement d'honoraires

> Détails des garanties

FORMULE

**Essentiel**

À partir de

59,00 € / mois

**Soins courants** Vos frais entièrement remboursés chez les médecins ne pratiquant pas de dépassements d'honoraires

**Optique / Dentaire / Aides auditives** Un libre choix entre des lunettes sans reste à charge (100% santé) ou remboursées jusqu'à 290€ (tarif libre). Une prise en charge jusqu'à 400€ par appareil auditif

**Hospitalisation** 40€ par jour remboursés pour une chambre particulière de nuit à partir du 3ème jour

> Détails des garanties

FORMULE

**Renfort**

À partir de

92,00 € / mois

**Soins courants** Vos frais entièrement remboursés chez les médecins ne pratiquant pas de dépassements d'honoraires

**Optique / Dentaire / Aides auditives** Un libre choix entre des lunettes sans reste à charge (100% santé) ou remboursées jusqu'à 380€ (tarif libre). Une prise en charge jusqu'à 600€ par appareil auditif.

**Hospitalisation** Dépassements d'honoraires jusqu'à 190% du tarif de la Sécurité sociale, 60€ par jour pour une chambre particulière de nuit dès le 1er jour

> Détails des garanties

La Mutuelle Générale propose 3 mutuelles seniors en « packages » qui restent personnalisables sur le renforcement de certaines garanties, comme le renforcement des soins en ville, de l'optique, des soins dentaires ou de l'audition.



## 4 – Les acteurs traditionnels – Assurances & protection sociale



10k collaborateurs



285 agences



30,9 Mds € de collectes brutes globales en 2021

### Promesse :

« Epargner pour la retraite pour en profiter le moment venu, s'armer face à la dépendance pour aborder l'avenir en toute sérénité et accompagner les séniors qui le souhaitent à rester à domicile ou choisir un autre lieu de vie plus adapté. »

### Offres répondant aux besoins des séniors

<b>Financement &amp; Transmission</b>	Assurance obsèques, assurance dépendance, Assurance vie, PER, crédit à la consommation
<b>Mobilité, lien social</b>	Service de transport pour les 75 ans et plus avec SORTIE PLUS
<b>Habitat et sécurité</b>	Aide à domicile momentanée pour les 75 ans et plus, garde de nuit en partenariat avec Ernesti, diagnostic pour améliorer sa vie à domicile, recherche de professionnels et de financement pour aménager son domicile
<b>Loisirs, bien-être et prendre-soin</b>	Entoureo pour écrire sa biographie
<b>Prévention et santé</b>	Complémentaire santé, assurance décès, réseau de soin Itelis, services à domicile pour les assurés

### Offre / service remarquable

#### L'aide au maintien à domicile...

... via des services coordonnés

#### Améliorer votre maintien à domicile ou celui de vos proches avec Parcours Autonomie

Organiser le maintien à domicile d'un proche en perte d'autonomie n'est pas toujours facile. Anticiper sa propre perte d'autonomie n'est pas chose facile non plus. Pourtant, des solutions faciles existent, pour vous rassurer et vous faire gagner du temps.



AG2R La Mondiale a mis en place le parcours d'accompagnement « Autonomie » pour permettre aux séniors cotisants ou retraités de la Caisse de Retraite AG2R Agirc-Arcco d'accéder facilement et gratuitement à un ensemble de services coordonnés. Les services incluent un diagnostic personnalisé puis des travaux à domicile. Un conseiller s'occupe de l'envoi des devis auprès des professionnels partenaires et de la recherche de financements.



## 4 – Les acteurs traditionnels – Assurances & protection sociale



5k collaborateurs



114 agences



3,2 Mds € de chiffre d'affaire en 2021

### Promesse :

Accompagner les professionnels du BTP dans tous leurs moments de vie, de la préparation à la vie active à la retraite

### Offres répondant aux besoins des seniors

<b>Financement &amp; Transmission</b>	Assurance vie, PER, capital décès
<b>Mobilité, lien social</b>	Services de transport pour les 75 ans et plus avec SORTIE + en partenariat avec Agirc-Arcco
<b>Habitat et sécurité</b>	aide à domicile momentanée pour les 75 ans et plus en partenariat avec Agirc-Arcco, prêt Travaux
<b>Loisirs, bien-être et prendre-soin</b>	réductions sur des voyages et sur des offres de divertissement, 8 villages de vacances Pro BTP
<b>Prévention et santé</b>	Complémentaire santé, surcomplémentaire santé, réseau de santé Sévéane, téléconsultation médicale, carte de Tiers-payant, 13 établissements de soins et d'hébergement de personnes dépendantes

### Offre / service remarquable

### Un prêt pour rester à domicile...

... en effectuant des aménagements

#### Prêt travaux d'amélioration, réparation ou entretien de mon domicile

Vous êtes propriétaire et vous aimeriez que votre résidence principale soit mieux adaptée à vos besoins ?

Notre prêt logement à taux avantageux est pour vous

Nature des travaux : entretien, amélioration, grosses réparations... Les travaux de simple confort sont exclus.

- Vous pouvez emprunter de 1 000 € à 10 000 €
- Vous bénéficiez d'un taux très avantageux à 2,25 %
- La durée de vos remboursements peut aller de 2 à 10 ans

Ces taux ainsi que les conditions d'attribution du prêt sont susceptibles d'être modifiées trimestriellement, en fonction de l'évolution des marchés. Ils sont garantis jusqu'au 31 décembre 2022.

Tout comme BNP Paribas Cardif, Pro BTP ne propose pas d'assurance dépendance mais une offre de prêt pour financer des travaux sur son domicile pour adapter son logement à ses nouveaux besoins liés à la séniorité.

## 4 – Les acteurs traditionnels – Assurances & protection sociale



12k collaborateurs



10 millions de clients



6,2 Mds € de chiffre d'affaire en 2021

Malakoff Humanis est un groupe leader dans la couverture des salariés d'entreprise, et possède également une offre à destination des Particuliers. Les retraités en sont une cible privilégiée.

### Offres répondant aux besoins des seniors

<b>Financement &amp; Transmission</b>	Assurance obsèques, assurance décès
<b>Mobilité, lien social</b>	Assurance internationale « Pack Expa'CFE Senior »
<b>Habitat et sécurité</b>	Aides pour aménager son logement et trouver des services à domicile, Le site <a href="http://www.essentiel-autonomie.com">www.essentiel-autonomie.com</a> facilite aussi la recherche d'une maison de retraite, d'une résidence senior ou d'un EHPAD. (2 <sup>ème</sup> actionnaire de Korian)
<b>Loisirs, bien-être et prendre-soin</b>	Services à la personne via un partenariat avec Bien'Être Assistance
<b>Prévention et santé</b>	Mutuelle santé, Protection blessures, rapatriement de corps, réseau de soins Kalivia, réseau de tiers-payants Viamedis,

### Offre / service remarquable

**Le site [essentiel-autonomie.com](http://essentiel-autonomie.com)...  
... pour conseiller et aider les seniors**

The screenshot shows the website interface with the following elements:

- Navigation:** "Nos articles Pour les aidants", "J'aide, je m'inscris Programme d'accompagnement par e-mail", "Besoin d'aide? Un conseiller dédié vous accompagne".
- Search:** A search icon and a "Prendre rendez-vous" button.
- Featured Article:** "6 oct. JOURNÉE NATIONALE des aidant.es" with an image of hands being held together.
- Call to Action:** "Aidants, on vous accompagne au quotidien..."
- Right Sidebar:** "Téléchargez nos guides" section with links for:
  - "NOS GUIDES ET PROGRAMMES GRATUITS pour aidants et aidés"
  - "Aidants, aidés : Le mode d'emploi des aides"
  - "6 idées pour aider sans s'épuiser"
  - "Les clés pour choisir l'hébergement le mieux adapté à la perte d'autonomie"

Malakoff Humanis a mis en place un site spécialement dédié aux problématiques des seniors : [essentiel-autonomie.com](http://essentiel-autonomie.com). On y retrouve un ensemble d'articles d'aides sur différents sujets : les aidants, les droits à des aides sociales et financements à la retraite, des conseils pour rester à domicile ou au contraire aller dans un établissement spécialisé.

# 4 – Les acteurs traditionnels – Assurances & protection sociale



3,2k collaborateurs



21 implantations locales



11,5 Mds € de chiffre d'affaires en 2020

## Promesse :

« Être à l'écoute de nos clients fragilisés et nous mobiliser pour leur faciliter le quotidien en leur apportant des services au plus près de leur besoin. »

### Offres répondant aux besoins des seniors

<b>Financement &amp; Transmission</b>	Capital décès, aides financières à caractère social, prêt BFM Liberté (via la Banque Française Mutualiste)
<b>Mobilité, lien social</b>	Forums régionaux KLESIA « Aides aux aidants »
<b>Habitat et sécurité</b>	Services ORIZEA pour accompagner le senior assuré dans le choix d'un domicile médicalisé, aide à domicile momentanée en partenariat avec Agirc-Arcco, aides à domicile et services de proximité (en cas d'hospitalisation)
<b>Loisirs, bien-être et prendre-soin</b>	Programme d'accompagnement nutritionnel « M'A DIET M'A DIT » en partenariat avec Smart'diet
<b>Prévention et santé</b>	Mutuelle santé « KLESIA SANTE KLE » pour les retraités, Assurance Blessures accidentelles, carte de Tiers-payants, téléassistance

## Offre / service remarquable

### Un questionnaire...

### ... qui redirige vers les offres adaptées

KLESIA ne propose pas de portail dédié aux seniors, mais un questionnaire prenant en compte la catégorie du client et son besoin le redirige vers les offres et articles KLESIA adaptés.

## 4 – Les acteurs traditionnels – Assurances & protection sociale



146k collaborateurs



90 pays



36,7 Mds € de PNB en 2021

### Promesse :

Bien préparer sa retraite en se constituant de nouveaux revenus et bien la vivre en se protégeant ainsi que ses proches.

### Offres répondant aux besoins des seniors

<b>Financement &amp; Transmission</b>	Assurance obsèques, assurance vie (non spécifique), PER, investissements immobiliers, crédit à la consommation
<b>Mobilité, lien social</b>	Pas de produit ou de service spécifique pour les seniors
<b>Habitat et sécurité</b>	Téléassistance
<b>Loisirs, bien-être et prendre-soin</b>	Assurances de véhicules de loisirs, assurance voyage, aide à domicile via le partenariat avec Petit-fils
<b>Prévention et santé</b>	Complémentaire santé senior, réseau de soins Carte Blanche, assurance dépendance, assurance prévoyance, assurance décès

### Offre / service remarquable

### Un portail dédié à la retraite...

... regroupant les offres par besoins

### Le réseau d'aide à domicile Petits-fils signe un partenariat avec le Crédit Agricole pour accélérer son développement dans les villes de taille moyenne

300 agences d'ici 2025 – environ 20 000 emplois de service à la personne créés

Petits-fils, 2<sup>ème</sup> réseau privé français d'aide à domicile<sup>[1]</sup> pour personnes âgées en perte d'autonomie, aborde une nouvelle étape de son développement territorial à travers un accord de partenariat avec le groupe Crédit Agricole pour accompagner ses futurs franchisés dans leur démarche de financement.



Petit-fils est le spécialiste des services à domicile haut-de-gamme à destination des personnes âgées, implanté principalement dans les villes de plus de 100 000 habitants.

A travers ce partenariat, Foncaris (filiale du CA) centrale les demandes de financement des franchisés et agit comme apporteur d'affaire auprès des Caisses régionales, favorisant le déploiement de Petit-fils au sein des villes moyennes où il y a une forte demande d'aide à domicile et rendre ces services au plus grand nombre.

## 4 – Les acteurs traditionnels – Assurances & protection sociale



189k collaborateurs



75 pays



46

Mds € de PNB en 2021

### Promesse :

« Bien préparer son départ à la retraite et choisir des solutions d'épargne adaptées permettent d'en profiter pleinement. »

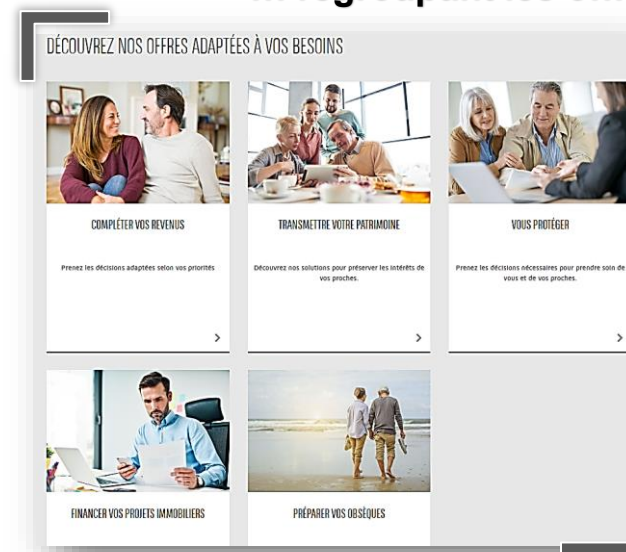
### Offres répondant aux besoins des seniors

<b>Financement &amp; Transmission</b>	Assurance obsèques, Assurance vie « Elite Retraite », Prêt « Autonomie », PER, produits d'épargne (SCPI, ...)
<b>Mobilité, lien social</b>	Pas de produit ou de service spécifique pour les seniors
<b>Habitat et sécurité</b>	Propose toute la chaine de valeur de financement et d'assurance pour l'immobilier mais pas de produit spécifique pour les seniors
<b>Loisirs, bien-être et prendre-soin</b>	Assurances voyage
<b>Prévention et santé</b>	Complémentaire santé sénior, assurance décès, assurance Aléas de la vie, assurance objets du quotidien

### Offre / service remarquable

#### Un portail dédié à la retraite...

... regroupant les offres par besoins



#### Un prêt « Autonomie »

... au lieu d'une assurance dépendance

##### Le prêt autonomie

Destiné à vous aider à faire face aux charges nouvelles liées à la perte d'autonomie, BNP PARIBAS vous propose le prêt AUTONOMIE d'un montant de 760 € minimum et 5 000 € maximum, remboursable sur une durée de 12 à 48 mois au taux fixe de 2,86% taux débiteur fixe hors assurance (nominal hors assurance).

Offre valable pour un montant de 5000 € sur 48 mois.

Taux Annuel Effectif Global (TAEG) fixe<sup>(9)</sup> : 2,90%  
 Montant des échéances (hors assurance facultative) : 110,36 €  
 Montant total dû (hors assurance facultative) : 5297,28 €  
 Un crédit vous engage et doit être remboursé. Vérifiez vos capacités de remboursement avant de vous engager.



## 4 – Un acteur industriel – « La première entreprise de services de proximité humaine »



32k collaborateurs



19 pays



8,3 Mds € de PNB en 2021



### Promesse :

Bien préparer sa retraite en anticipant au mieux sa baisse de revenus.

### Offres répondant aux besoins des seniors

<b>Financement &amp; Transmission</b>	Assurance obsèques, assurance vie (non spécifique), PER, investissements immobiliers, crédit à la consommation
<b>Mobilité, lien social</b>	Services « Veiller sur mes parents » de La Poste
<b>Habitat et sécurité</b>	Téléassistance, tablette pour sénior Ardoiz, partenariat avec Les Jardins d'Arcadie via Poste Immo
<b>Loisirs, bien-être et prendre-soin</b>	Assurance voyage, Axéo Services, portage de repas à domicile via Saveurs & Vie
<b>Prévention et santé</b>	Complémentaire santé sénior réseau de soin Santéclair, assurance prévoyance, assurance décès, assurance objets du quotidien, assurance aléas de la vie, offres d'activités sportives, aide aux aidants

### Offre / service remarquable

### Les offres de services de La Poste...

... au profit de sa banque

Aide en ligne  
Comment pouvons-nous vous aider ?

### Services pour les seniors

- Visite du facteur et Téléassistance
- Axéo Services
- Saveurs & Vie
- Ardoiz

La Banque Postale bénéficie des offres de services proposées par le Groupe La Poste via son pôle Silver économie & santé (2016), comme Axéo Services (ménage, repassage, bricolage, jardinage), Saveurs & Vie (portage de repas sur-mesure) ou la tablette sénior Ardoiz.

La Poste propose des visites à domicile du facteur avec téléassistance en option, pour veiller sur la personne âgée et garder du lien social, tout en faisant des comptes-rendus disponibles aux aidants sur un Espace Personnel après chaque visite.



## 4 – Les acteurs spécialisés – Exemples innovants



### Promesse :

« Aider les séniors à trouver un complément de revenu en proposant à des étudiants et jeunes actifs un logement à un prix attractif »

### Promesse :

« Augmenter l'autonomie et préserver l'indépendance financière des personnes vulnérables via une gestion sécurisée et transparente des comptes par les aidants »



### CHIFFRES CLES

**2019** - Date de création



Fonds levés - **4 millions €**

**Matthieu Vaxelaire, CEO de Colette (1) :**

“Colette est née du constat de deux problèmes. D'un côté, nous nous sommes rendus compte que les jeunes vivaient un véritable parcours du combattant pour se loger. De l'autre, les aînés se retrouvaient de plus en plus isolés et avaient du mal à financer leur retraite. C'est la raison pour laquelle nous souhaitons encourager la coopération intergénérationnelle en lançant la première plateforme qui centralise toute l'offre et toute la demande en matière de cohabitation intergénérationnelle.”



### CHIFFRES CLES

**2018** - Date de création



Membre du **3<sup>ème</sup> mapping** des startups à impact



Protection contre les escroqueries



Facilitation de la gestion financière et suivi par les aidants

## 4 – Les acteurs spécialisés – Exemples innovants



### Promesse :

« Trouver la présence humaine qui viendra rassurer et apaiser votre proche en soirée ou pour toute la nuit de 20h à 8h. »



### CHIFFRES CLES



**1ère**

Plateforme française d'accompagnement à domicile la nuit <sup>(1)</sup>



Discuter tranquillement



Sécuriser les déplacements



Aider aux repas

Ernesti renoue le lien social intergénérationnel en permettant aux personnes âgées de bénéficier de services à domicile « garde de nuit, activités ludiques, aide aux repas... ) à prix compétitif réalisés par des étudiants tout en bénéficiant des crédits d'impôts.

### Promesse :

« Trouver une solution adaptée de domicile sénior ainsi qu'une famille en renouant du lien social »



### CHIFFRES CLES

**10 000** Solutions de logement en France <sup>(1)</sup> 



Familles accueillantes en France <sup>(1)</sup> **5 000**



Collocations séniors



Accueil en famille



Services d'accompagnement



## 4 – Les acteurs spécialisés – Exemples innovants



### Promesse :

« Maintenir la qualité de vie à domicile malgré la perte d'autonomie physique ou psychique »



### CHIFFRES CLES (1)

6000 Clients

6000 Collaborateurs

128 Agences

✓ Auxiliaire de vie



✓ Téléassistance

✓ Sport



Habitat inclusif



✓ Vacances

Vitalliance est une entreprise française spécialisée dans la délivrance de services à domiciles aux personnes âgées pour les aider à conserver leur autonomie qui a élargit ses activités à l'accompagnement dans le changement de domicile et l'organisation de vacances et loisirs pour séniors.

### Promesse :

« Offrir aux séniors un nouvel environnement, adapté à leurs attentes, leurs envies et propice pour partager de beaux moments de vie.



maisons de famille



### CHIFFRES CLES (2)

160 établissements 19 000 résidents



Implanté dans 4 pays en Europe



#### Spécialités :

✓ Accompagnement



Animation & Restauration



Expertise médicale

Le projet « Maisons de Famille » est né en 2003, le concept est de construire des lieux accueillants et confortables proposant à des personnes âgées de bénéficier d'un accompagnement personnalisé d'un très haut niveau de qualité.



## 4 – Les acteurs spécialisés – Exemples innovants



### Promesse :

« Aider les séniors dans leur recherche de voyages sur Internet »



### CHIFFRES CLES (1)

**2015** - Date de création



- ✓ Préparation des séjours
- ✓ Trouve les meilleures offres
- ✓ Conseils adaptés aux séniors

Sénior-vacances.com est un site regroupant l'ensemble des offres de séjours et de vacances à destination des séniors, avec un accompagnement pour la préparation du voyage et des conseils pour son bon déroulement adaptés à la clientèle des séniors.

### Promesse :

Offrir des solutions d'habillement médicalisées ou non adaptées aux besoins des séniors à juste prix



### CHIFFRES CLES (2)

**2003** - Date de création



- ✓ Grenouillères
- ✓ Vêtements médicalisés et/ou adaptés
- ✓ Vêtements de nuit

L'Âge d'Or vêtements séniors est une entreprise familiale française de 50 salariés environ créée il y a plus de 20 ans et spécialisée dans les vêtements masculins et féminins pour séniors : vêtements de jour, de nuit, médicalisés, grenouillères, sous-vêtements et accessoires...

## 4- Les acteurs spécialisés – Exemples innovants

Audika

### Promesse :

« Améliorer votre audition avec des prothèses auditives invisibles améliorant la compréhension de la parole et facilitant l'effort d'écoute »



### CHIFFRES CLES (1)

**1976** - Date de création



€ **1,77 Mds €** <sup>(1)</sup> de chiffre d'affaire en **2017**

✓ **600 centres en France**



**200 000 personnes aidées / an**



**Plusieurs gammes disponibles**

« **Bien entendre, ça change la vie. C'est une réalité pour chacun d'entre nous et tout particulièrement pour les seniors, l'audition déclinant naturellement avec l'âge. C'est conserver sa qualité de vie, ses interactions sociales et avoir au quotidien un confort d'écoute dans des univers sonores riches et complexes** » explique **Michaël Tonnard, Directeur Général Audika**

### Promesse :

« Garantir une bonne santé visuelle, pour toutes et tous, quel que soit l'âge, le mode et le lieu de vie, et la capacité ou la volonté de se déplacer »

LES OPTICIENS MOBILES



### CHIFFRES CLES (2)

**2015** - Date de création



✓ **Mobilité jusqu'à 30 km**



**Prise de RDV en ligne ou par téléphone**



**Prise en charge de la gestion administrative (mutuelles, assurance....)**

Les Opticiens Mobiles est le premier réseau national d'opticiens spécialisés en mobilité pour intervenir sur le lieu de vie (domicile, EHPAD, maisons de retraite) ou de travail. Ils proposent des montures et des verres de leur propre gamme ou des verres Essilor, au choix du consommateur. Ils proposent des consultations par un opticien à domicile.

## 4 – Nos convictions sur les opportunités de développement pour les assureurs

### 01 Ajuster les offres d'assurance aux nouveaux besoins des séniors



02 S'ouvrir pour innover avec un écosystème de partenaires et être présent sur l'ensemble de la chaîne de valeur

03 Adapter la communication aux nouvelles générations

05 Renforcer la prévention

04 Adapter les parcours clients pour anticiper les besoins



# 5



**Le vieillissement de la population appelle-t-il les acteurs bancaires à challenger leur façon d'appréhender l'épargne financière des seniors ?**

## 5 - Le vieillissement de la population appelle-t-il les acteurs bancaires à challenger leur façon d'appréhender l'épargne financière des seniors ?

Les acteurs bancaires privilégient de s'adresser aux seniors de façon **non spécifique ou indirecte** en particulier quand il s'agit de parler d'épargne financière. **Le client senior serait-il un client comme un autre pour le conseil en épargne financière tant qu'il n'est pas confronté à une situation d'incapacité repérée et déclarée ?**

Nous avons échangé avec 10 établissements pour partager leur vision selon deux axes :

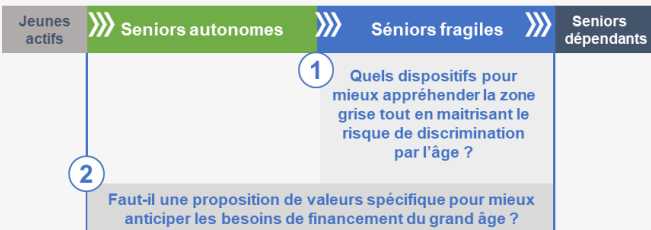
- **Quels dispositifs pour accompagner les clients âgés potentiellement vulnérables et mieux appréhender la zone grise » ? Comment les pistes posées par le pôle AMF/ACPR ont-elles été prises en compte ?**
- **Faut-il revisiter les propositions de valeurs en épargne financière pour mieux anticiper les besoins de financement du grand âge et s'adresser de façon spécifique aux seniors ?**

Force est de constater :

- **qu'il n'est pas toujours aisé d'identifier le(s) bon(s) interlocuteurs** dans les organisations pour échanger sur ce sujet
- **que la préoccupation de ne pas stigmatiser prévaut**
- **que si le sujet reste le plus souvent abordé sous l'angle risque/conformité, certains établissements ont ouvert une réflexion plus large.**

### Epargne financière des seniors

Deux axes d'analyse retenus pour s'interroger si l'augmentation du nombre de seniors nécessite d'appréhender différemment leurs besoins en épargne financière



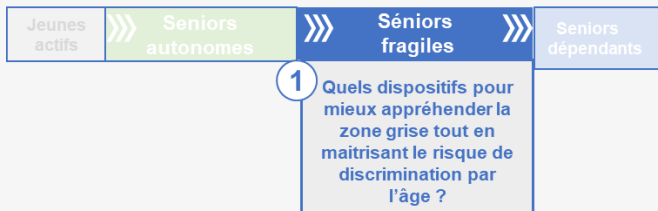



## 5 - Les seniors fragiles, quel dispositif « vulnérabilité » ?

L'augmentation du nombre de seniors vient challenger les dispositifs en place pour assurer un accompagnement adapté des seniors potentiellement vulnérables au-delà des enjeux de conformité


### Epargne financière des seniors

Deux axes d'analyse retenus pour s'interroger si l'augmentation du nombre de seniors nécessite d'appréhender différemment leurs besoins en épargne financière




- 

**1. Un intérêt grandissant du régulateur pour les dispositifs encadrant la clientèle âgée potentiellement vulnérables**

  - Outre l'attention portée sur la clientèle âgée lors des contrôles réalisés sur le devoir de conseil, **le pôle AMF/ACPR a marqué un intérêt particulier sur la commercialisation des produits financiers auprès de** la clientèle âgée potentiellement vulnérable .
  - Sans qu'aucune nouvelle exigence réglementaire n'ait été actée, les établissements ont été invités à **présenter leurs dispositifs encadrant l'accompagnement** des clients âgés potentiellement vulnérables
- 

**2. Des dispositifs en place à challenger mais dans le cadre des responsabilités définies par les réglementations existantes**

  - Cette demande des régulateurs s'inscrit dans le **cadre légal existant, notamment formalisé par le devoir de conseil et la confidentialité des données**. L'objectif est d'inciter les acteurs à évaluer la **robustesse** de leurs dispositifs pour faire face à des situations de fragilité à venir plus nombreuses (déclin cognitif ou emprise) mais aussi **la flexibilité** de ces dispositifs pour assurer un conseil adapté, **sans discrimination par l'âge**, auprès de seniors de plus en plus âgés et en pleine capacité de décision.
  - Le pôle commun AMF/ACPR a synthétisé plusieurs pistes pour aiguiller les éventuels travaux à mener au sein des différents établissements :
    - La mise en place d'actions de formation et sensibilisation des conseillers
    - La création d'un rôle **de « référent vulnérabilité »** au sein des établissements
    - Le renforcement des procédures internes et des dispositifs de contrôle
- 

**3. Le sujet des clients âgés potentiellement vulnérables ouvre une réflexion qui va au-delà des enjeux de conformité**

  - Bien que le sujet soit abordé par le régulateur sous le prisme de l'épargne financière, il s'agit en réalité **d'un périmètre plus large, qui s'étend à l'accompagnement global de la clientèle âgée** potentiellement vulnérable
  - L'accompagnement des clients âgés **vulnérables** est par ailleurs **directement lié aux sujets d'éthiques sur lesquels les établissements s'engagent au travers de leurs politiques RSE** (enjeu d'image important)



### Quelques chiffres

25%

Part des séniors de plus de 75 ans en situation d'isolement

20%

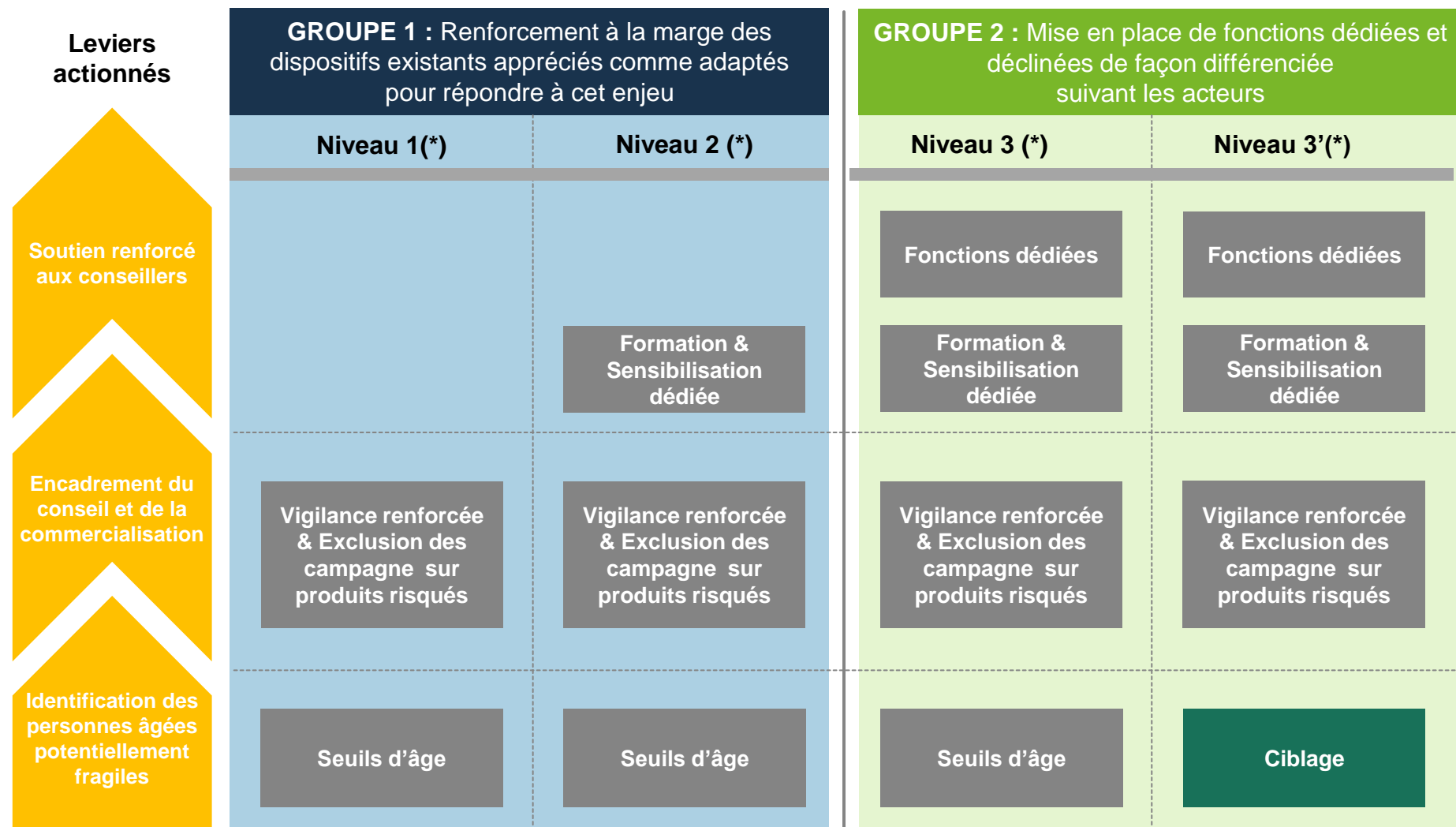
Part des personnes de plus de 80 ans atteintes de la maladie d'Alzheimer avec un âge moyen de perte d'autonomie à 83 ans

5 millions

Personnes âgées investies dans le monde associatif

## 5 - Les seniors fragiles, quel dispositif vulnérabilité ?

Les dispositifs qui nous ont été présentés pour répondre à l'enjeu spécifique posé par la clientèle âgée potentiellement vulnérable pourraient se graduer en 3 niveaux et se classer en 2 groupes



(\*) Niveau de prise en compte de la fragilité de façon spécifique via des dispositifs dédiés



## 5 - Les seniors fragiles, quel dispositif vulnérabilité ?

La nécessité d'un dispositif renforcé avec des ressources dédiées pour intervenir en soutien renforcé des conseillers ne fait pas l'unanimité

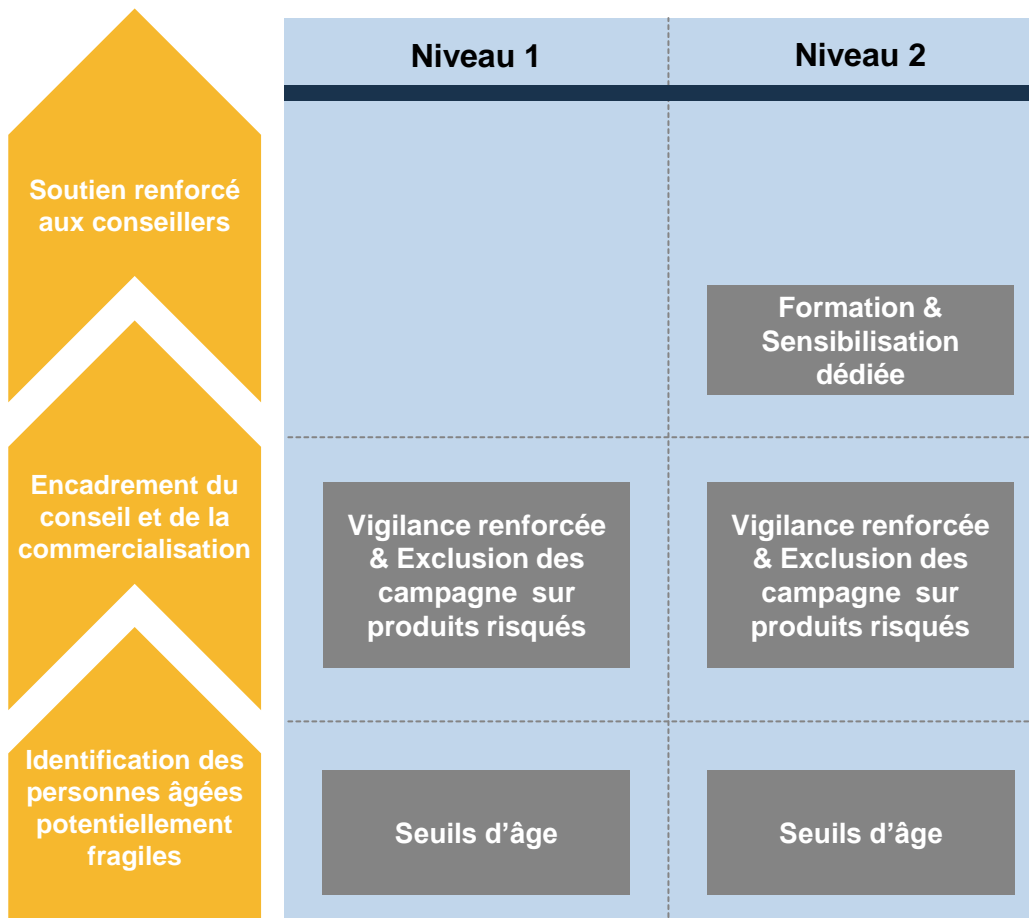
**GROUPE 1** : Renforcement à la marge des dispositifs existants appréciés comme adaptés pour répondre à cet enjeu

### Quelques verbatims

« Pas de difficulté pour bien accompagner cette clientèle, un moment délicat à gérer, la réaffectation des clients âgés au départ d'un conseiller »

« En gestion patrimoniale, on suit les clients dans la durée. La perception d'un changement de comportement n'est pas un problème compte tenu de la connaissance client »

« Une systématisation des règles de vigilance renforcée par seuil d'âge est le dispositif le plus adapté. Des critères de ciblage notamment sur des données d'isolement sont peu présentes dans les bases sans que les conseillers aient été préalablement informés »



### Principes structurants

- L'accompagnement des seniors n'est pas un sujet nouveau et fait partie intégrante du métier du conseiller.
- La fragilité n'est pas perçue comme un sujet nécessitant un appui interne dédié. En cas de difficulté et de doute notamment pour les clients en dessous du seuil d'âge, le conseiller peut s'appuyer sur les équipes existantes (l'équipe juridique et/ou conformité) ou comités existants (comité des risques)
- Les règles de vigilance ne font pas débat et encadrent déjà les conseillers. Des formations dédiées n'ont pas été ressenties systématiquement comme nécessaires
- Des règles de vigilance renforcée sont différenciées suivant les banques : souscription avec un contrôle 4 yeux, deux RDV pour la souscription, deux documents signés pour assurer la bonne compréhension par le client
- Un déclenchement de la vigilance renforcée par seuil d'âge est apprécié comme suffisant et adapté.





## 5 - Les seniors fragiles, quel dispositif vulnérabilité ?

Des établissements ont choisi de donner une dimension nouvelle à leur dispositif existant pour appréhender et accompagner les seniors potentiellement fragiles

**GRUPE 2 : Mise en place de fonctions dédiées et déclinées de façon différenciée suivant les acteurs**

### Quelques verbatims

« C'est un sujet majeur pour nous car pleinement lié à nos engagements sociétaux »



	Niveau 3	Niveau 3'
<b>Fonctions dédiées</b>	Fonctions dédiées	Fonctions dédiées
<b>Formation &amp; Sensibilisation dédiée</b>	Formation & Sensibilisation dédiée	Formation & Sensibilisation dédiée
<b>Vigilance renforcée &amp; Exclusion des campagne sur produits risqués</b>	Vigilance renforcée & Exclusion des campagne sur produits risqués	Vigilance renforcée & Exclusion des campagne sur produits risqués
<b>Seuils d'âge</b>	Seuils d'âge	Ciblage

### 3 Illustrations

#### 1 Equipe dédiée : soutien et gestion

**BANQUE 1**

Une banque a fait le choix de renforcer son dispositif existant en jouant sur l'axe **organisationnel** et en mettant en place un dispositif clients sensibles (seniors en fragilité et majeurs protégés):

- **Une équipe dédiée** qui intervient en soutien des conseillers mais qui gère également un portefeuille de clients « sensibles »
- **Un comité dédié** multi-compétences

#### 2 Fonction dédiée et dispositif de ciblage

**BANQUE 2**

Une banque a choisi de retenir l'axe organisationnel complété d'un dispositif de ciblage comme processus d'identification des clients potentiellement vulnérables

- **Un processus de ciblage** à partir de critères objectifs (personne seule, demande répétée des codes...) pour identifier les clients de plus de 60 ans, potentiellement vulnérables et nécessitant un accompagnement renforcé
- **Un référent dédié** qui intervient uniquement en soutien

#### 3 Fonction dédiée et approche RSE

**BANQUE 3**

Une banque mutualiste a fait le choix de proposer un dispositif, non obligatoire, s'inscrivant pleinement dans les **engagements sociétaux du groupe**. Le dispositif comprend un **guide de bonnes pratiques**, un questionnaire d'autodiagnostic, des alertes renforcées dans l'outil de conseil, la **nomination d'un référent senior** et des **actions de sensibilisation des réseaux**

(\*) Niveau de prise en compte de la fragilité de façon spécifique via des dispositifs dédiés





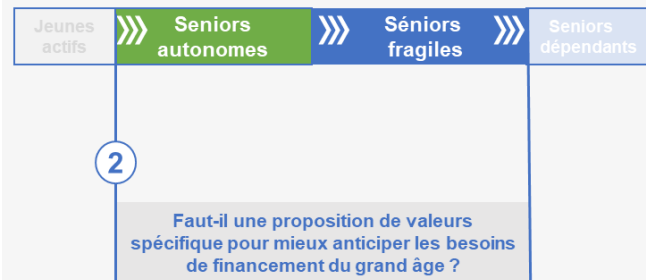
## 5 - Faut-il revisiter les propositions de valeurs en épargne financière ?

L'augmentation à venir du nombre de seniors « fragiles » et « dépendants » pose la question de l'anticipation des besoins de financement liés au grand âge

Faut-il revisiter les propositions de valeurs en épargne financière pour mieux anticiper les besoins de financement du grand âge et s'adresser de façon spécifique aux seniors ?

### Épargne financière des seniors

Deux axes d'analyse retenus pour s'interroger si l'augmentation du nombre de seniors nécessite d'appréhender différemment leurs besoins en épargne financière



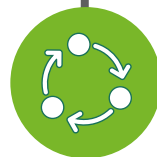
1.

Les cycles patrimoniaux sont impactés par la longévité qui impose au senior de se projeter dans un horizon de 25 à 30 ans pour financer son « bien vieillir » et anticiper les besoins du grand âge.



2.

Le sujet de la capacité de financement des besoins du grand âge ne se pose pas de la même manière pour tous les segments de clients compte tenu de la surface financière à considérer mais aussi du niveau d'accompagnement sur ce sujet



3.

Les travaux sur les seniors fragiles ont ouvert des réflexions plus larges sur des produits et services dédiés Senior avec quelques initiatives ciblées et hors Epargne financière

Les travaux n'ont cependant pas ouvert en tant que tels de réflexions pour accompagner de façon spécifique les seniors pour lesquels le financement des besoins du grand âge sera un sujet.

## 5 - Faut-il revisiter les propositions de valeurs en épargne financière ?

L'horizon de 25 à 30 ans pour le 3ème round de vie change la donne pour appréhender les placements en épargne financière des seniors

La longévité impacte les cycles patrimoniaux et de facto l'horizon de placement et niveau de risque à déterminer pour l'épargne financière



### Le cycle d'accumulation se poursuit après le départ en retraite

- Le patrimoine atteint son maximum entre 70-74 ans**
- Des héritages désormais tardifs
  - Une augmentation du revenu moyen des retraites qui permet d'éviter de puiser dans l'épargne

### Des besoins de financement différents à chaque étape du 3ème round de vie

- Plus de projets choisis à financer pour les 65-74 ans
- Plus de besoins de financement subis ou à anticiper : dépendance et financement de fin de vie, aide à apporter à des ascendant sou descendants

### Des transmissions décalées dans le temps

- Décalages dans le temps avec des situations de familles recomposées à prendre en compte

Prendre le costume de senior implique d'appréhender son épargne financière en se projetant dans un horizon de 25 à 30 ans pour trouver le bon équilibre entre objectifs d'optimisation, de valorisation et de sécurisation pour financer ses besoins de son 3ème round de vie

30 ans

Espérance de vie d'un quinquagénaire

70 ans

Age moyen d'héritage d'un aîné de fratrie



## 5 - Faut-il revisiter les propositions de valeurs en épargne financière ?

Les seniors ne sont pas tous logés à la même enseigne pour anticiper les besoins de financement liés au grand âge

Si le « bien vieillir » va nécessairement de paire avec la capacité à financer les besoins liés au grand âge, le sujet du financement d'une éventuelle dépendance ne se pose de la même manière pour tous les segments.

Capacité de financement  
des besoins liés au  
grand âge

### Des situations différenciées suivant les segments

Anticipation des besoins de  
financement d'une dépendance

1.



2.



3.

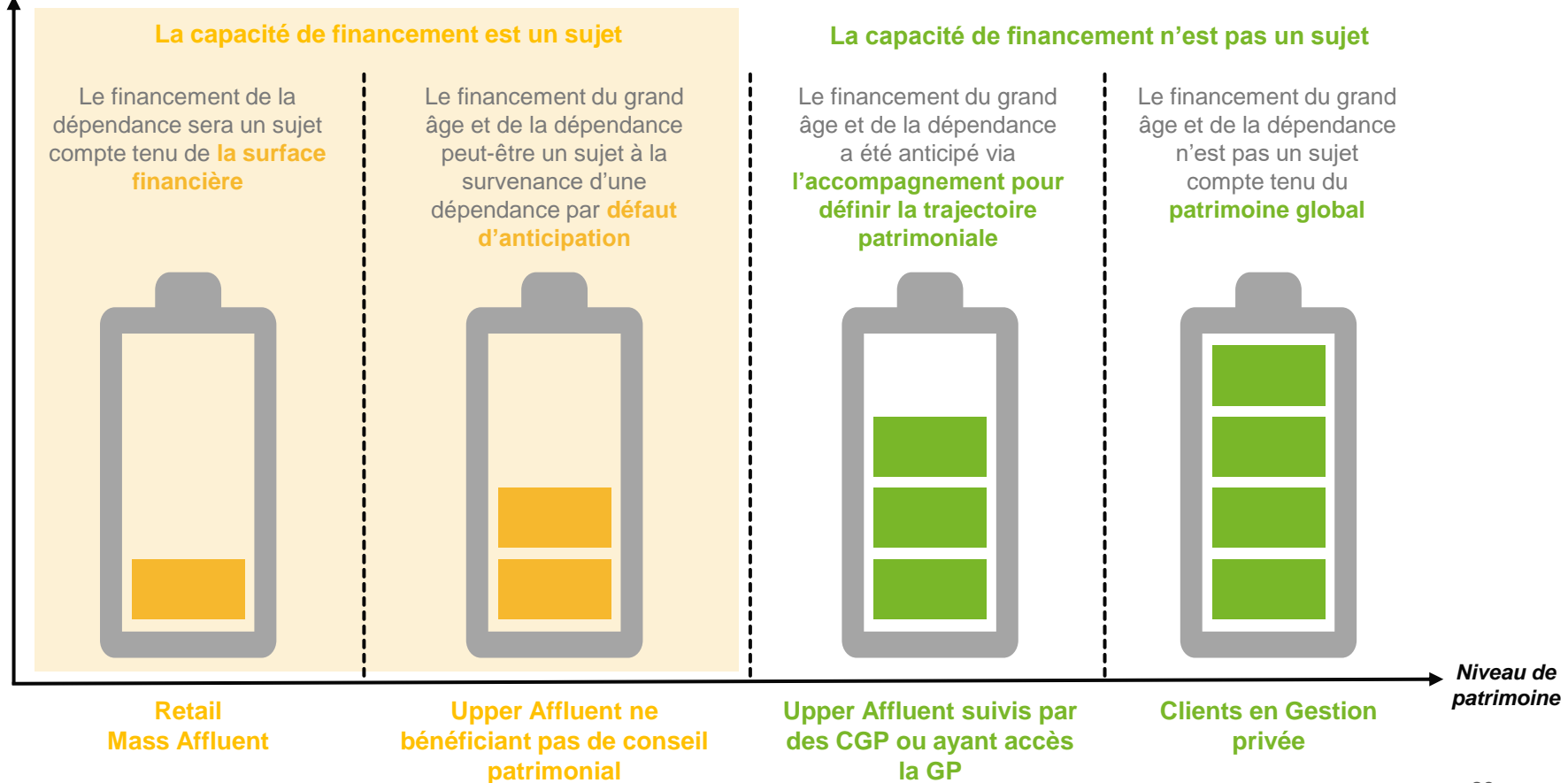


Part des seniors déclarant ne pas avoir anticipé le besoin de financement de dépendance

37%

Part des seniors de plus de 85 ans n'étant pas confiants dans leur capacité à subvenir à leurs besoins de première nécessité

48%



## 5 - Faut-il revisiter les propositions de valeurs en épargne financière ?

La proposition de valeur en épargne financière est appréciée par les acteurs bancaires comme globalement adaptée pour les seniors en GP ou bénéficiant de conseil patrimonial.

Sur ces segments, les seniors sont des clients comme les autres qui sont accompagnés pour construire leur trajectoire patrimoniale et allouer leur épargne financière en cohérence en termes d'objectifs, d'horizon et de niveau de risques

### Produits & services Epargne financière « seniors »



- Il n'y a pas d'enjeu identifié en termes d'élargissement de l'offre produits d'épargne financière. La palette actuelle (contrat d'assurance-vie, contrat de capitalisation, CTO/PEA) **est perçue suffisante** pour répondre aux objectifs, niveau de risque et horizon de placement souhaité.
- Il convient toutefois de s'assurer que **les règles du jeu internes sont adaptées pour éviter une discrimination par l'âge** en termes d'accès aux produits d'épargne financière risqués.
- Dans le cadre des travaux sur les dispositifs de fragilité, des réflexions sur l'offre de produits et services pour les seniors ont été menées et ont parfois donné lieu à des initiatives mais **en dehors du domaine de l'épargne financière** (ex : offre de carte de paiement prépayée avec suivi des dépenses...)

### Parcours

En termes de parcours, il n'y a pas en tant que tel de parcours « seniors » :

- **Les dispositifs « vulnérabilité »** viennent enrichir la proposition de valeurs pour mieux prendre en compte la « zone grise »
- Le suivi patrimonial **déclenche des événements à des dates clés** et les conseillers s'appuient sur des check-list (clause bénéficiaire, mandat de protection future...) pour prendre en compte les besoins spécifiques

### Modularités des moyens d'interactions

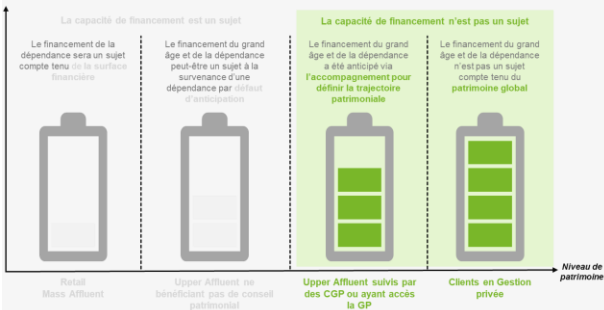
L'augmentation du nombre de personnes âgées questionne les stratégies Digitales et invite à **penser modularité des moyens d'interaction** (papier vs digital, version digital « seniors », déplacement, agencement des salons GP...). Une certaine modularité est appliquée dans les faits par les conseillers mais elle n'est pas prise en compte **de façon affirmée dans les plans d'évolution**.

### Focus sur les clients en GP et Upper Affluent bénéficiant d'un conseil patrimonial

1.

2.

3.



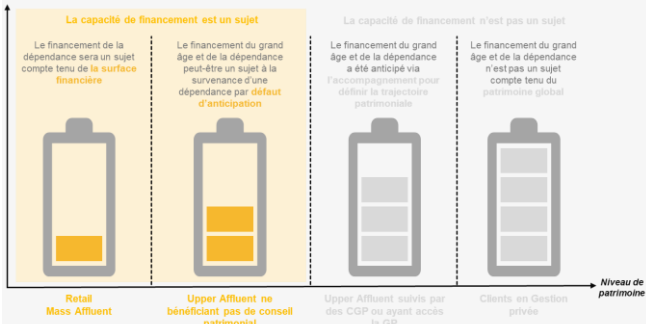
# 5 - Faut-il revisiter les propositions de valeurs en épargne financière ?

Les travaux menés sur la vulnérabilité n'ont pas initié de réflexion en tant que telle pour prendre en compte les besoins des seniors pour lesquels le financement de la dépendance est un sujet

Assurer une capacité de financement des besoins du grand âge pour TOUS est un enjeu sociétal. Les banques ont un rôle à jouer pour relever cet enjeu qui rentre pleinement dans leurs engagements RSE

## Focus sur les clients Upper Affluent ne bénéficiant pas de conseil patrimonial et les clients Mass affluent et Retail

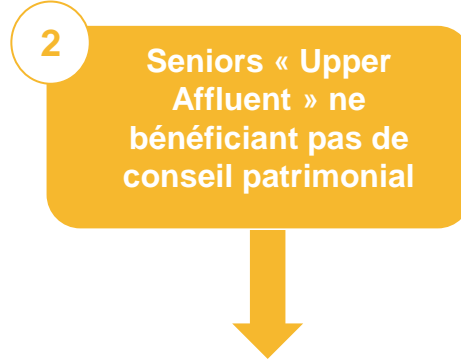
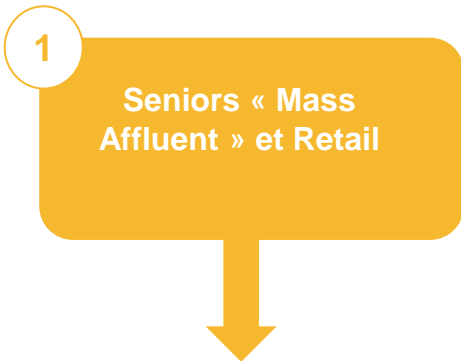
Des situations différenciées suivant les segments



1.

2.

3.



### Axes de réflexion

- **S'adresser à ces seniors** de façon proactive et spécifique pour les accompagner à alimenter une poche dédiée **au financement de la dépendance** en complément des poches dédiées Retraite
- S'adresser aux jeunes actifs de façon spécifique **en tant que « futurs aidants »** pour les accompagner à alimenter une poche dédiée financement de **la dépendance des ascendants**

- S'adresser à ces seniors de façon proactive et spécifique pour les accompagner à :
- **Se projeter dans un horizon de 25-30 ans** pour trouver le bon équilibre entre objectifs d'optimisation, de valorisation et de sécurisation dans leurs choix d'allocation en épargne financière
  - **Construire leur trajectoire patrimoniale** en intégrant les besoins spécifiques du grand âge

### Poser le débat de la création d'un « PED » ?

- Inciter les pouvoirs publics à créer un produit d'épargne incitatif dédié au financement des besoins d'assistance ou de dépendance pour les **seniors et/ou les futurs aidants**

### Reposer la question de la façon dont ce segment est adressé par les banques

- Créer des dispositifs pour être en capacité de leur offrir de **la gestion patrimoniale** en s'appuyant **sur les technologies** permettant un ROI (recours à des algorithmes + une intervention ciblée & à valeur ajoutée)

### Pré-requis





# 5 - Faut-il revisiter les propositions de valeurs en épargne financière ?

Relever l'enjeu posé par nos aînés conduit à questionner leurs besoins au-delà de l'épargne financière et de mieux dialoguer avec leur éco-système

## 5 marchés

**Financement & transmission**

**Mobilité, lien social**

**Habitat & sécurité**

**Loisir, bien-être & prendre soin**

**Prévention & santé**

<b>Dialoguer avec l'éco système</b>	<b>Accès à des plates-formes de services ?</b>				<b>Accès à des plates-formes de services ?</b>						
	<b>Partager les Innovations pour faciliter le quotidien</b>				<b>Partager les Innovations pour faciliter le quotidien</b>						
<b>Financer et transmettre</b>		Nouvelles formes de viager à déployer ?			Nouvelles formes de viager à déployer ?						
		Accès aux crédits facilité			Questionner la capacité à transmettre de son vivant ?						
<b>Sécuriser et protéger</b>	Services dédiés moyens de paiement (carte prépayée avec suivi des dépenses,..)				Services dédiés moyens de paiement (carte prépayée avec suivi des dépenses,..)						
		Modularité choisie pour les interactions avec sa banque ?			Modularité choisie pour les interactions avec sa banque ?						
<b>Prévoir Anticiper</b>		Accès au Conseil patrimonial			Dispositifs « vulnérabilité »						
	PED ?	PED ?	PED ?	PED ?							
	<b>Jeunes actifs-</b>		<b>Seniors autonomes</b>				<b>Séniors fragiles</b>				
	Seniors en devenir	Futurs aidants	Retail Mass-Affluent	Upper affluent hors GP et CP	Upper Affluent en CP ou GP	Upper Affluent en CP ou GP	Retail Mass-Affluent	Upper affluent hors GP et CP	Upper Affluent en CP ou GP	Upper Affluent en CP ou GP	Séniors en situation de dépendance

Nous vous invitons à débattre de ce sujet et des pistes à creuser le 11 mai 2023 dans le cadre des tables rondes que nous organisons Ailancy et France Silver Economie





# Groupe Ailancy en quelques mots

# Une offre de service complète dédiée à l'industrie financière



## Conseil en organisation et management

- Stratégie de développement
- Compétitivité des organisations
- Risques & conformité
- Conduite de grands projets
- Transformation des SI
- Accélération digitale
- Coaching, Formation, Mobilisation

## Expertises & Solutions

- Exécution et pilotage de projets IT
- Expertises techniques / fonctionnelles
- Digital, UX & Data
- Cloud & Security
- Development Factory

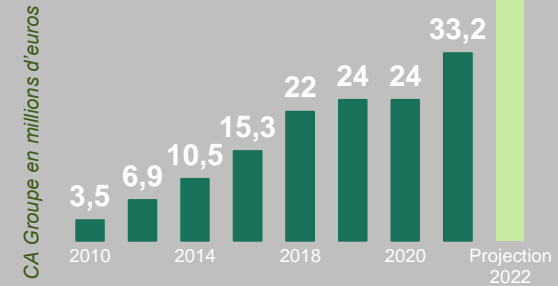


**+270** consultants répartis sur 5 entités



**+1000** missions réalisées

Une croissance continue depuis 15 ans



**2 marques | 5 entités | 4 sites**



PARIS	CASABLANCA	LUXEMBOURG
<b>+180</b> consultants	<b>+10</b> consultants	<b>+5</b> consultants



PARIS	TUNIS
<b>+100</b> collaborateurs	<b>+5</b> collaborateurs

Consultants SI salariés  
(PO, PM, BA, SM, UX, DEV, Architectes...)

**+300** Experts indépendants

Merci pour votre lecture !

Pour aller plus loin, vous pouvez contacter les rédacteurs de cette étude



**Séverine LE VAILLANT | Associée**  
Mob. +33 6 17 91 21 74  
[Severine.levaillant@ailancy.com](mailto:Severine.levaillant@ailancy.com)

**Martine DERIEN | Directrice Associée**  
Mob. +33 6 12 78 85 97  
[Martine.derien@ailancy.com](mailto:Martine.derien@ailancy.com)

**Sébastien FAUVEAU | Associé**  
Mob. +33 6 29 76 09 25  
[sebastien.fauveau@ailancy.com](mailto:sebastien.fauveau@ailancy.com)

**Anthony CHOMETTE | Directeur Associé**  
Mob. +33 6 49 48 97 82  
[anthony.chomette@ailancy.com](mailto:anthony.chomette@ailancy.com)



32 rue de Ponthieu  
75008 Paris

+33 (0)1.80.18.11.60



[\*\*www.ailancy.com\*\*](http://www.ailancy.com)

Follow us

Ailancy 

AilancyConseil 

Ailancy 