STRATÉGIE RÉGIONALE DE L'INNOVATION
Occitanie / Pyrénées - Méditerranée

ETUDE STRATEGIQUE DE LA FILIERE SILVER ECONOMIE EN OCCITANIE

Mars 2018

Sommaire

I. PREAMBULE : OBJET DE LA CONSULTATION 4

II. PREMIERE PARTIE : SENIORS EN FRANCE ET EN OCCITANIE 5

III. 2E PARTIE : L'ECONOMIE OCCITANE 26

IV. 3E PARTIE : UN REGARD SYSTEMIQUE SUR LA SILVER ECONOMIE 33

V. 4EME PARTIE : LES NOUVEAUX SENIORS 39

VI. 5EME PARTIE : BESOINS ET ACTES DE CONSOMMATION DES SENIORS 43

VII. 6E PARTIE : EXPORTER LE SAVOIR-FAIRE OCCITAN 50

VIII. 7EME PARTIE : ET DEMAIN ? STRUCTURER ET DYNAMISER 53

IX. FORCES/FAIBLESSES/OPPORTUNITES/MENACES 67

X. REMERCIEMENTS ET CONTRIBUTIONS 71

I. PREAMBULE : OBJET DE LA CONSULTATION

Etude stratégique
de la filière Silver Economie en Occitanie

Contexte de l'étude : Madeeli, l'agence régionale du développement économique, de l'export et de l'innovation, est une association loi 1901. L'agence a été créée en 2015. Elle est financée principalement par la Région Occitanie / Pyrénées Méditerranée et l'Europe. La mission confiée à la Fondation i2ml consiste à :

- Réaliser un état des lieux et un diagnostic sur le potentiel de la Silver Economie en Occitanie en consultant l'écosystème régional
- Identifier des pistes de positionnements et d'ambitions de l'Occitanie sur cette filière
- Restituer les résultats de l'étude lors d'une conférence qui se tiendra dans le cadre du salon Midi Silver Eco/Salon des Seniors en mars 2018.

En effet, dans le cadre de la création de la Région Occitanie en 2016 née de la fusion des Régions Midi-Pyrénées et Languedoc-Roussillon, le Conseil Régional souhaite dynamiser la filière Silver Economie et étendre sa stratégie initiée sur le périmètre de l'ex-Midi-Pyrénées à l'ensemble du territoire.
Méthodologie :

- Point d'étape n° 1 - Etat des lieux et diagnostic sur le potentiel de la filière Silver Economie en Occitanie. L'objectif de cette étape est de réaliser un rapide état des lieux national et européen des initiatives sur la Silver Economie, une cartographie des acteurs industriels, territoriaux et académiques déja positionnés et un diagnostic du potentiel de la Silver Economie en Occitanie avec les forces et faiblesses, opportunités et menaces sur ce territoire
- Point d'étape n° 2 - Identification de pistes de positionnements et d'ambitions de l'Occitanie sur cette filière : L'objectif de cette étape est d'identifier, sur la base du diagnostic proposé dans la phase précédente, des pistes de positionnements et d'ambitions de l'Occitanie sur la Silver Economie. Les positionnements et ambitions régionaux devront être proposés par rapport aux autres initiatives régionales, nationales et européennes. Il sera également demandé de proposer la définition d'un périmètre pertinent et cohérent des sous domaines d'activités de la Silver Economie qui seront traités dans le cadre d'actions à définir.
- Point d'étape n° 3 - Réalisation d'une restitution des résultats de l'étude La restitution des résultats de l'étude se fera lors d'une conférence qui se tiendra sur la 2ème quinzaine de Mars 2018 en coordination avec les acteurs régionaux et notamment le Conseil Régional d'Occitanie / Pyrénées-Méditerranée. Ce séminaire pourra inclure l'organisation de groupes de travail sur les sujets stratégiques identifiés lors de l'étude.

II. PREMIERE PARTIE : SENIORS EN FRANCE ET EN OCCITANIE

Une nouvelle réalité démographique : la prépondérance des seniors

1. Une réalité démographique et sociologique

A) En France

Début 2017, un quart de la population française avait plus de plus de 60 ans, ce qui représente environ 16,7 millions de personnes. Dans les années 1980, cette proportion était de 15 % à 17 %. Depuis, elle ne cesse d'augmenter.

C'est un bouleversement structurel. En France comme ailleurs en Occident, les sociétés n'assurent plus leur renouvellement naturel par la fécondité.[1]

Groupe d'âges	Hommes	Femmes	Total
Moins de 15 ans	6 286 863	6 005 439	12 292 302
15-19 ans	2 108 762	2 009 527	4 118 289
20-24 ans	1 902 346	1 859 490	3 761 836
25-29 ans	1 945 782	1 992 195	3 937 977
30-34 ans	1 997 576	2 089 247	4 086 823
35-39 ans	2 063 364	2 130 319	4 193 683
40-44 ans	2 150 591	2 186 414	4 337 005
45-49 ans	2 237 403	2 285 433	4 522 836
50-54 ans	2 220 314	2 301 642	4 521 956
55-59 ans	2 087 848	2 212 146	4 299 994
60-64 ans	**1 944 480**	**2 124 531**	**4 069 011**
65-69 ans	**1 870 263**	**2 086 663**	**3 956 926**
70-74 ans	**1 293 703**	**1 493 926**	**2 787 629**
75 ans ou plus	**2 346 564**	**3 757 995**	**6 104 559**
Total	**32 455 859**	**34 534 967**	**66 990 826**

16 918 125 personnes de +60 ans soit **25,2 %** de la population totale.

Source : Insee, estimations de population en France y compris Mayotte (données provisoires arrêtées à fin 2016).

En outre, élément important : la tranche des plus de 75 ans est la deuxième la plus représentée (derrière les mois de 15 ans). Sa part atteint 9,1 %, représentant près d'un français sur dix.
Ce phénomène démographique préfigure un vieillissement de la population française. Il continuera à s'amplifier, quelles que soient les hypothèses de projection retenues par les différents instituts.

[1] Jean-Claude CHESNAIS, INED, portrait d'une France qui vieillit (Constructif, 2002)

Projection de population par grands groupes d'âges

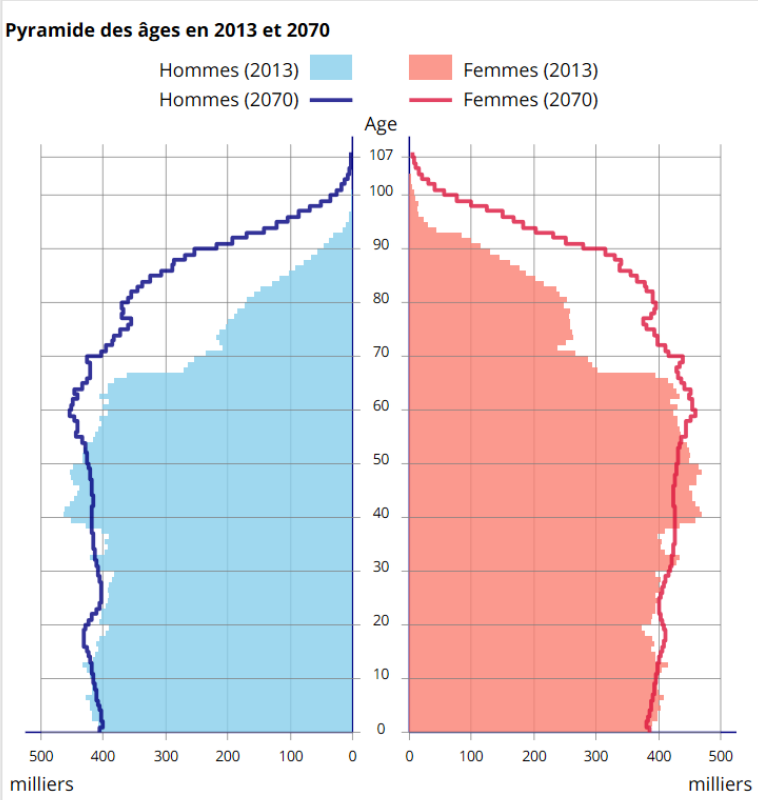
	En millions	En %				
	Population au 1er janvier	Moins de 20 ans	De 20 à 59 ans	De 60 à 64 ans	De 65 à 74 ans	75 ans ou plus
2020	67,8	24,4	49,4	6,1	10,8	9,3
2025	69,1	23,7	48,3	6,2	11,0	10,8
2030	70,3	23,0	47,4	6,2	11,2	12,2
2035	71,4	22,4	46,5	6,2	11,4	13,5
2040	72,5	22,2	46,1	5,6	11,5	14,6
2050	74	22,3	44,9	5,7	10,8	16,3
2060	75,2	21,7	44,9	5,5	10,7	17,2
2070	76,4	21,3	44,2	5,8	10,8	17,9

Source : Insee, scénario central des projections de population 2013-2070

À ce rythme, en 2070, pas moins d'un Français sur trois aurait plus de 60 ans, contre un quart actuellement. L'accroissement de cette tranche d'âge ouvre cependant la perspective de marchés à fort potentiel de développement, autour de la silver économie [2].

Les projections pour 2070 montrent en effet un fort accroissement de la population âgée de 60 ans et plus, autant chez les hommes que les femmes. Parallèlement, en 2070, le nombre des personnes de plus de 70 ans va augmenter de 300 000, par rapport à 2013.

Pyramide des âges en 2013 et 2070



Champ : France.
Source : Insee, projections de population 2013-2070.

[2] Le terme a été employé en France pour la première fois sous le gouvernement Ayrault (2012-2014)

D'ici 2020, les personnes de plus de 60 ans seront au nombre de 20 millions.

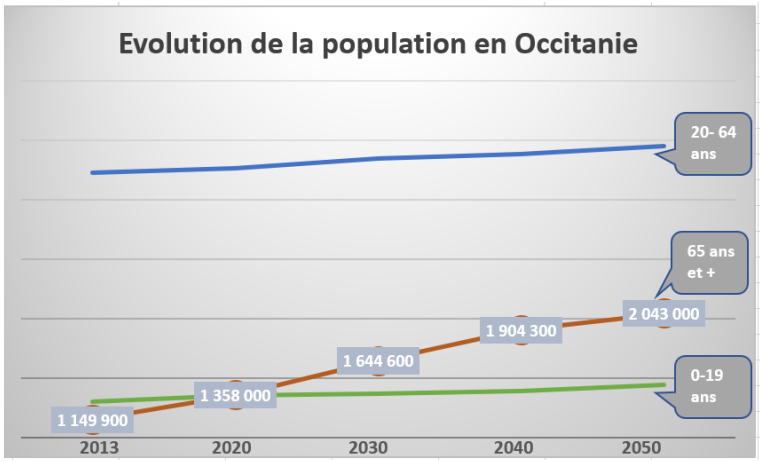
B) En région Occitanie

a. Les tendances démographiques

L'Occitanie fait partie des quatre régions françaises les plus âgées. L'âge moyen en région frôle 42 ans, soit 2,5 années de plus qu'en France métropolitaine. En 2012, un habitant sur dix avait au moins 75 ans, soit 600 000 personnes.
En 2050, l'Occitanie comptera 6,9 millions d'habitants, contre 5,8 en 2015 ; elle sera la 3ème région la plus peuplée de France, derrière l'Île-de-France et l'Auvergne-Rhône-Alpes, alors qu'elle était 5ème en 2013. **Les seniors représenteront 29 % des habitants, contre 20 % en 2013** (respectivement 27 % et 17,5 % en France).
Selon les projections, **la région enregistrera plus de décès que de naissances à partir de 2040. La croissance démographique sera exclusivement tractée par l'arrivée de nouveaux habitants**.

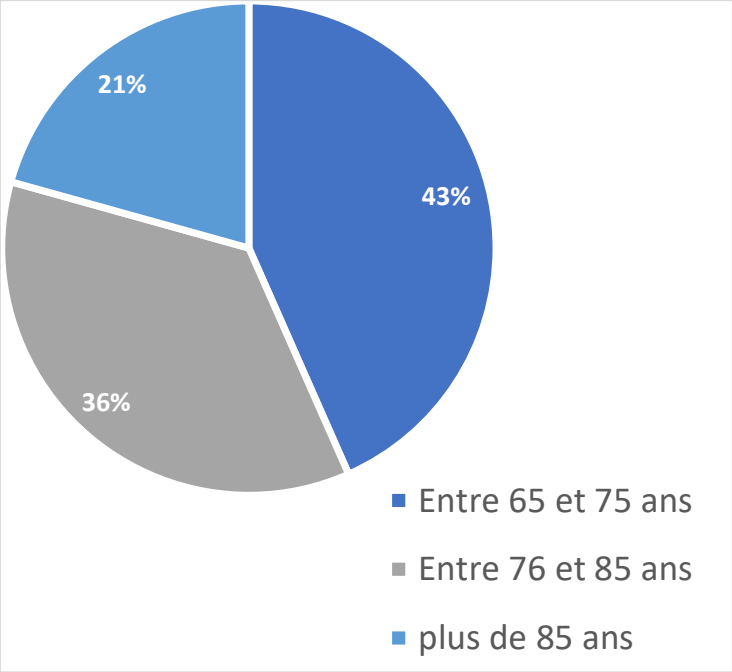
Projection de la population de l'Occitanie de 2013 à 2050

	Population			
	Ensemble	0-19 ans	20-64 ans	65 ans et plus
2013	5 683 900	1 303 000	3 231 000	1 149 900
2020	5 979 200	1 355 600	3 265 600	1 358 000
2030	6 356 400	1 368 000	3 343 700	1 644 600
2040	6 683 400	1 395 400	3 383 700	1 904 300
2050	6 934 300	1 442 000	3 449 300	2 043 000



LES SENIORS EN 2070

TRANCHES D'AGES	Effectif	% des seniors
[65-75] ANS	876 640	43,39 %
[76-85] ANS	726 170	36,94%
+ 85 ANS	417 752	20,67%



La population des seniors occitans se répartira ainsi : 43 % auront entre 65 et 75 ans ; 37 % entre 76 à 85 ans et près de 417 752 personnes auront plus de 85 ans (20 %).

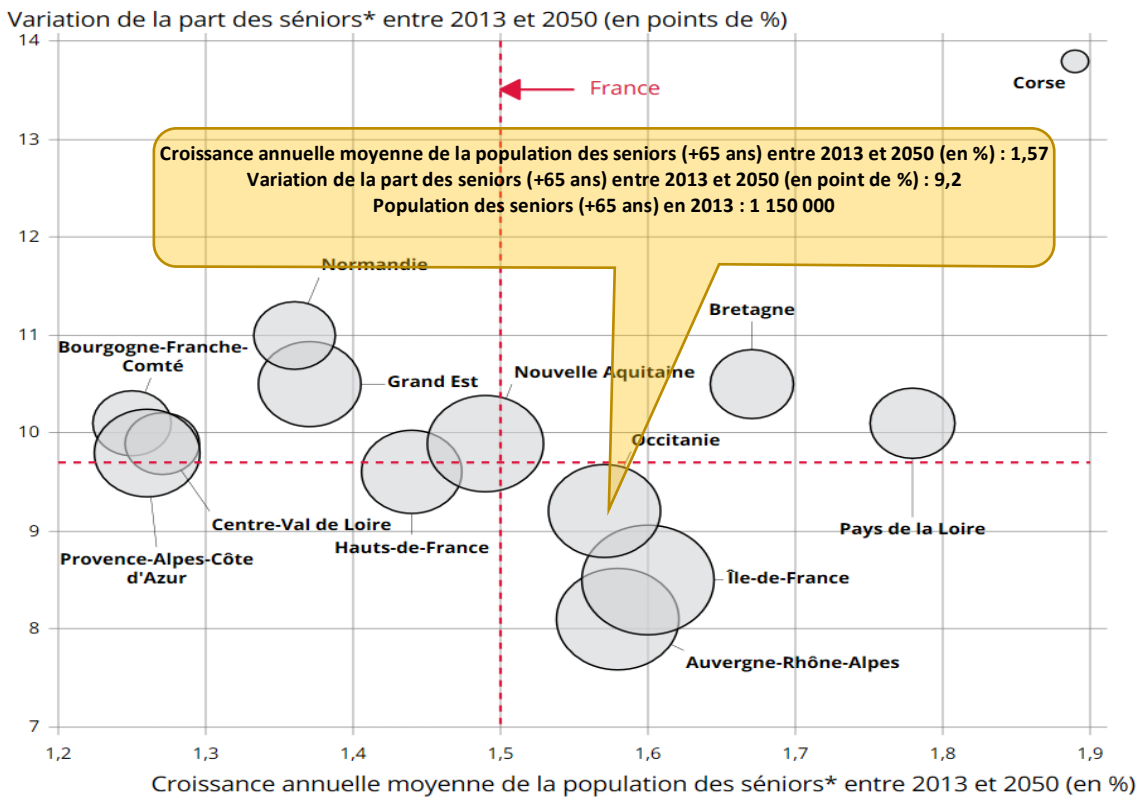
Touchant toutes les classes d'âge, **l'augmentation du nombre d'habitants sera principalement portée par les 65 ans ou plus.** Le nombre de jeunes et d'actifs augmentera peu.

Ce vieillissement de la population sera cependant moins rapide que dans d'autres régions. À l'exception des Hautes-Pyrénées, tous les départements d'Occitanie gagneront de nombreux habitants.

L'Occitanie comptera plus de seniors que de moins de 19 ans à partir de 2020 (source INSEE).

Entre 2013 et 2050, la croissance démographique des plus de 65 ans sera supérieure à la moyenne nationale : 1,57 % par an contre 1,5 %.

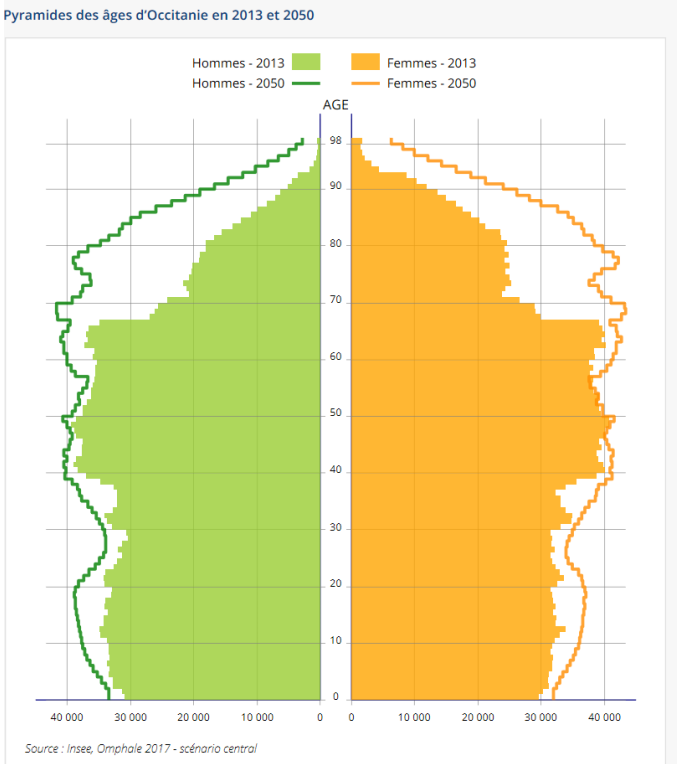
Figure 3 - Vieillissement de la population des régions entre 2013 et 2050



* Personnes âgées de 65 ans ou plus.
Notes : en raison de leurs spécificités, les DOM ne figurent pas sur ce graphique (encadré 2).
Les surfaces des bulles sont proportionnelles à la population des séniors* de chacune des régions en 2013.
Source : Insee, Omphale 2017 scénario central.

La population continuera de se concentrer en Haute-Garonne et dans l'Hérault. Ces deux départements seront les seuls à compter plus de naissances que de décès. **Le nombre de seniors augmentera fortement dans tous les départements, alors que la population d'âge actif diminuera dans neuf départements sur treize**.

Pyramide des âges en 2013 et 2050



La pyramide des âges souligne bien ce phénomène de vieillissement de population. Alors que la tranche d'âge des 40-60 ans demeure quasi identique en 2050, celle des 65 ans et plus sera en nette croissance.

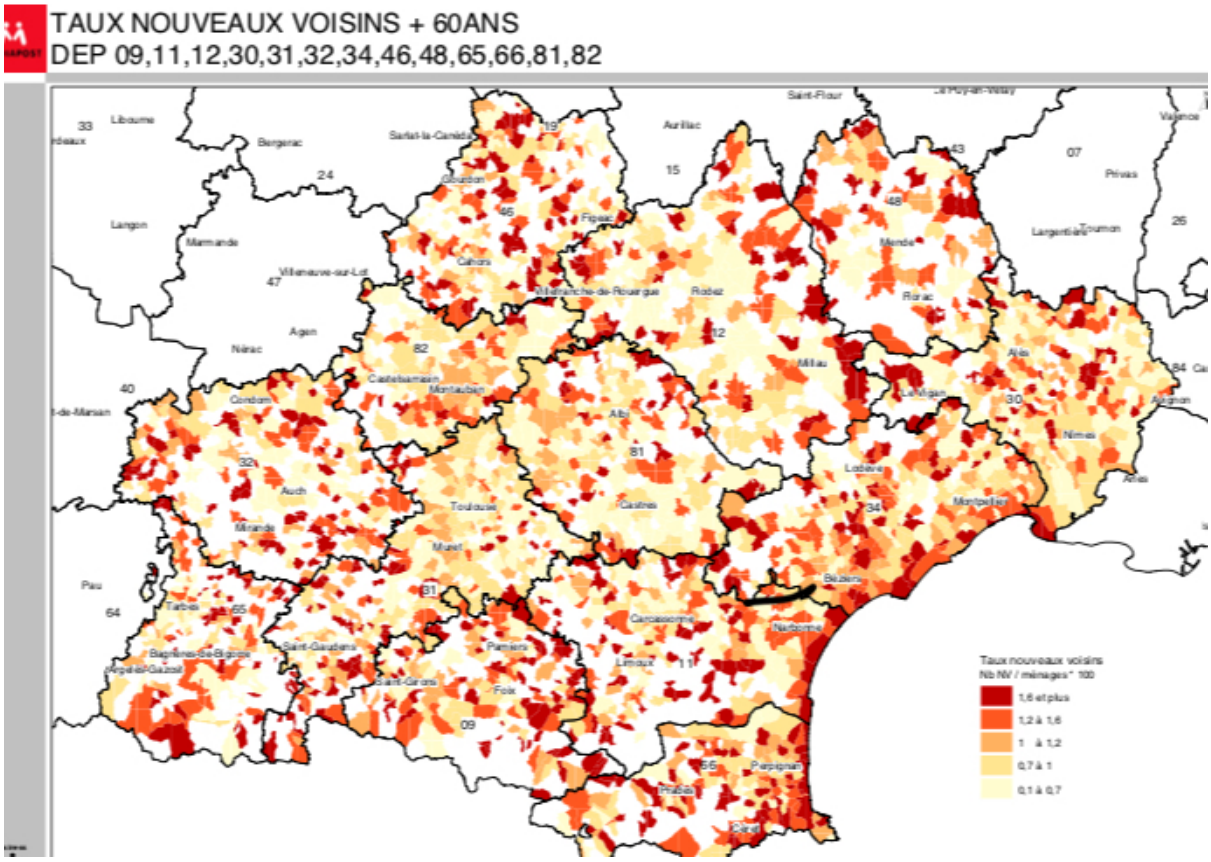
La population des plus de 65 ans augmentera de 0,9 million, soit la plus forte progression comparée aux autres tranches d'âges (hausse de 0,1 million pour les moins de 20 ans et de 0,2 million pour les 20-64 ans).

Cette augmentation du nombre de seniors résulte de plusieurs phénomènes sociodémographiques :

- Le vieillissement des générations du baby-boom.

- L'augmentation de l'espérance de vie de la population qui, dans la région, doit se fixer à 86,4 ans pour les hommes et 89,6 ans pour les femmes en 2050 (respectivement 78,7 ans et 84,7 ans en 2013).

- Un solde migratoire positif, lié à l'installation de seniors retraités, surtout en zone littorale.



Sur le schéma ci-dessus (source : La Poste) qui recense les 22825 seniors de plus de 60 ans ayant déménagé en Occitanie en 2017, on retrouve l'attractivité du littoral mais également le retour au pays (le long des axes autoroutiers, en ruralité, etc)

b. Un territoire très diversifié

La région Occitanie dispose d'un territoire diversifié, ses 13 départements présentant des caractéristiques bien différentes.

- **Les métropoles, cœurs de l'activité économique régionale**

La région Occitanie abrite deux métropoles : Toulouse et Montpellier qui structurent l'activité économique occitane. En 2014, leurs territoires concentraient près de 21 % de la population régionale.

Autre caractéristique : leurs départements d'accueil, la Haute-Garonne pour la première, l'Hérault pour la seconde, concentrent 42 % de la population régionale (chiffre 2013. Cette part passera à 45 % en 2050.

La proportion des personnes âgés n'y est pas négligeable. La Haute-Garonne et l'Hérault comptent 404 811 personnes de plus de 65 ans en 2013. La métropole toulousaine accueille, à elle seule, 105 316 personnes de plus de 65 ans et 34 162 personnes de plus de 80 ans en 2014.

Élément important : **le fait d'habiter une métropole ne garantit pas aux seniors un accès équitable aux services administratifs, aux commerces de bouche et de proximité, aux solutions médicales et paramédicales**, ainsi que le montre l'étude « Les seniors dans l'open métropole de Toulouse», parue en 2017.

35 % des personnes de plus de 65 ans présentes dans la Métropole de Toulouse vivent seules, contre 31 % dans le reste de la Haute-Garonne[3]. Montpellier est également *« une des Métropoles dont la part de population âgée s'accroît »* [4].

- **Les zones périurbaines, vieillir loin des services**

Le périurbain, caractéristique des années 1970, est jeune et va connaître, au moins ponctuellement, un vieillissement marqué. Les personnes qui y résident, en lisière des villes anciennes, sont majoritairement propriétaires de leur maison et désirent continuer à y vivre. Le cadre y est agréable et les conditions de vie sont plus paisibles qu'en ville. La densité de ce bâti reste faible. Les services sont souvent loin. Il est parfois nécessaire d'être motorisé pour y accéder ou rejoindre les pôles d'activité, de consommation et de loisirs.

Lorsque leurs habitants ne seront plus en capacité de conduire, ils risquent d'être confrontés à l'isolement. Les logiques de transports urbains ou départementaux devront en tenir compte.

Ces zones construites et aménagées pour des ménages avec enfants verront leur population diminuer et changer. Des logements ne seront plus occupés que par des individus seuls, sans services de proximité. Les réseaux de transport et les services disponibles devront être repensés pour permettre à cette population vieillissante, parfois isolée, d'en bénéficier, à l'égal de celle habitant en ville.

- **Les espaces ruraux, des territoires à faible densité menacés d'isolement social**

La ruralité est une dimension importante de la région Occitanie : **58 % de ses habitants vivent dans une commune de 200 à 10 000 habitants, ce qui représente au total 3,4 millions de personnes**.

L'activité économique n'y est pas toujours développée et l'accès aux services souvent limités. En outre, de nombreux cœurs de village peinent à se réinventer.

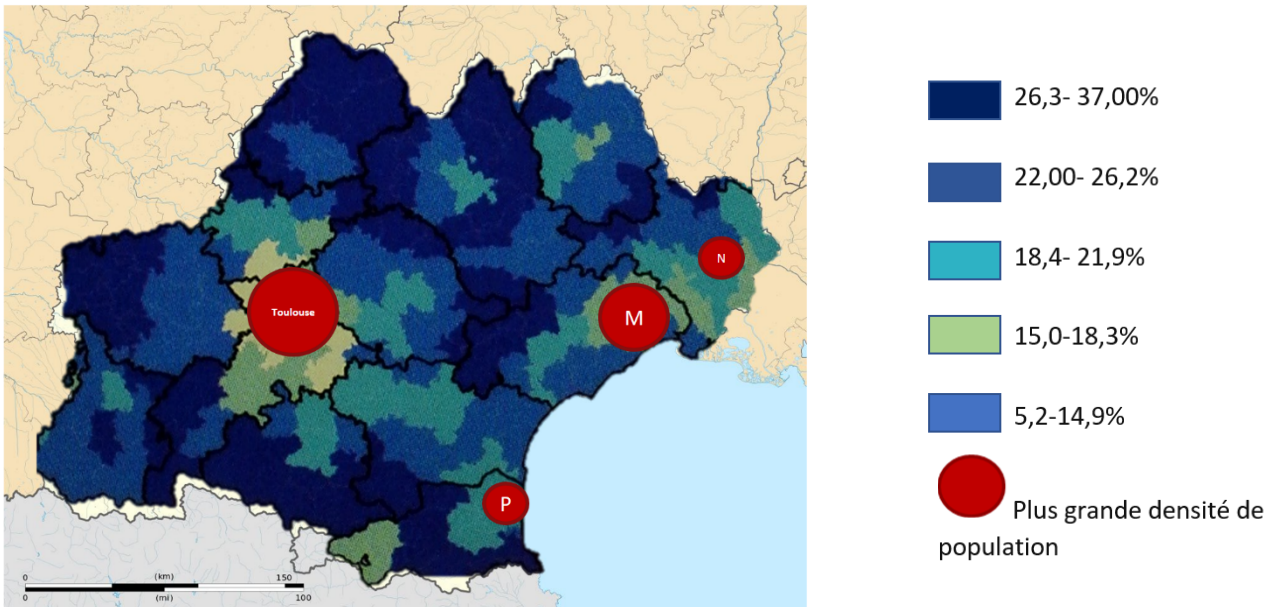
Les problématiques de ces territoires sont vastes et complexes. La priorité est de veiller à ce qu'ils puissent disposer d'une égalité d'accès aux biens et services. Ce d'autant qu'ils doivent lutter contre le déclin démographique et la baisse d'attractivité. **En raison de leur faible densité de population, l'isolement social constitue une menace. C'est une préoccupation majeure**.

[3] Observatoire des Territoires, Fiche « le vieillissement de la population et ses enjeux », janvier 2018
[4] Ibid, pg9

Particularité de ces espaces

Les zones rurales sont également marquées par un phénomène démographique spécifique. La densité de population y est la plus faible, mais la proportion de personnes âgées est plus élevée, comme le montre la carte ci-dessous. Un chiffre suffit à l'illustrer : **dans Lot, le Gers et l'Aveyron, l'âge moyen dépassait 45 ans en 2012, alors qu'il était de 38,5 ans en Haute-Garonne**.

Part des plus de 65 ans dans la population totale



Ce phénomène s'explique par le vieillissement naturel, accru dans ces territoires, mais également par le départ des plus jeunes. Cet exode est lié au marché du travail, au manque d'emplois et/ou à la poursuite des études dans les villes mieux dotées en offre de formations. Selon les projections, le Lot comptera 2,4 seniors pour un jeune de moins de 20 ans en 2050.

Malgré cet exode des jeunes, ces territoires voient leur population augmenter sous l'effet de personnes revenant sur leur territoire d'origine, tout en étant elles-mêmes vieillissantes.

L'enjeu majeur de la ruralité et des zones de montagne sera donc celui de l'isolement, qu'il soit social, médico-social ou médical.

La question de la redynamisation de ces espaces en perte de vitesse et d'habitants, aux structures vieillissantes (hôtellerie, thermalisme, commerces de centre-ville…) se pose corrélativement.

Ce qui ouvre le champ à l'émergence d'offres nouvelles dans les domaines des services, de l'adaptation du territoire et de l'habitat, du numérique, de la santé…, en fonction de la spécificité de chacun des territoires confrontés à cette problématique. Il peut être envisagé de s'inspirer d'expériences menées à l'étranger.

- **Les zones montagneuses**

Les contreforts du Massif Central et les Pyrénées occupent, au total, 54,8 % du territoire régional. Les départements concernés sont La Lozère, l'Aveyron, les Pyrénées-Orientales, l'Ariège, les Hautes-Pyrénées et le Gard. 20,8 % des habitants de la région y vivent.

Dans les zones montagneuses, les problématiques sont sensiblement les mêmes qu'en zones rurales, bien que certains territoires bénéficient des véritables atouts touristiques. Mais certaines d'entre elles souffrent fortement d'isolement et du vieillissement de leur population.

Le solde migratoire de leurs intercommunalités, excédentaire, est alimenté par l'arrivée de personnes âgées de 55 à 64 ans. Là aussi, le « retour au pays » joue à plein. Ainsi, 20 % des personnes de 60 à 64 ans qui changent de département pour emménager dans une de ces intercommunalités reviennent dans leur département de naissance, contre 17 % en moyenne nationale.
Ces arrivées compensent tout juste le nombre de décès, stabilisant pour le moment la part des personnes âgées dans leur population.

- **Les zones littorales et pavillonnaires : des services et des capacités d'hébergement adaptés en nombre insuffisant**

Les zones littorales, bordant la Méditerranée, connaîtront un accroissement important du nombre de leurs personnes âgées sous l'effet, d'une part, d'un vieillissement des habitants des zones pavillonnaires denses, situées entre les villes-capitales et le bord de mer et, d'autre part, de l'arrivée de retraités attirés par la douceur du climat et la qualité de vie. Sont concernés le Gard, l'Hérault, l'Aude et les Pyrénées-Orientales.

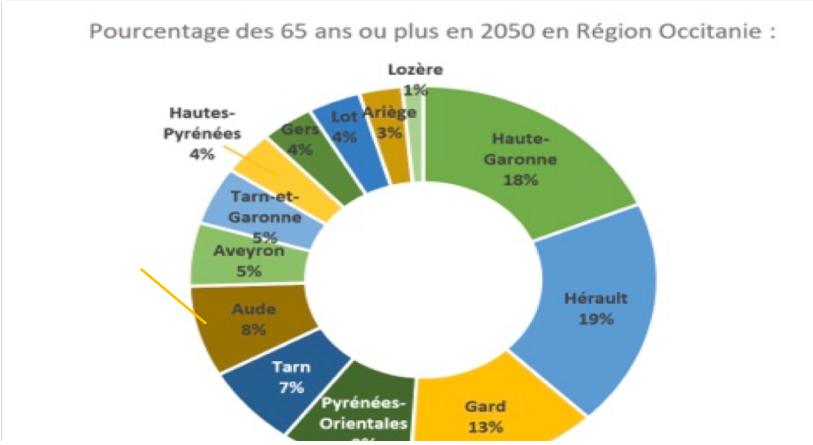
Déjà, de 2008 à 2013, le nombre des personnes de 65 ans et plus a augmenté de 2,7 % par an, en moyenne. La part déjà élevée des personnes âgées (25 %) continuera de croître.

Il apparaît donc essentiel d'accompagner ce changement démographique, dans sa globalité. Au niveau politique, par la sensibilisation des décideurs, au niveau des entreprises, par la prise de conscience qu'une nouvelle offre économiquement intéressante pourrait être proposée tant en matière de santé que d'habitat connecté, de loisirs, d'adaptabilité des villes, des transports...

Le littoral souffre par ailleurs d'un déficit objectif de résidences-services et de structures d'hébergement collectif, eu égard à cet apport exogène et continu de nouveaux habitants âgés.

Une attention toute particulière devra être portée à l'adaptation des capacités des structures de prise en charge de la perte d'autonomie, afin qu'elle puisse répondre à cette demande grandissante et lutter contre l'isolement, en particulier, de ceux issus des migrations internes.

En effet, la solidarité familiale ne joue plus en raison du faible nombre d'enfants par ménage et de leur éloignement, notamment pour les personnes ayant migré à l'approche de la retraite. Il apparaît donc nécessaire d'assurer une prise en charge sur place au domicile ou dans des hébergements collectifs.



En conclusion de ce panorama, nous pouvons constater qu'à l'horizon 2050, selon l'Insee, l'Hérault et la Haute-Garonne concentreront à eux deux–la plus grande part des personnes de plus de 65 ans, présentes sur le territoire régional : 37 %, soit près de 750 000 personnes. En ajoutant le Gard, cette part atteindra 50 %.

Ces trois départements pourraient donc être le moteur d'un développement d'activités nouvelles où la personne âgée, ses attentes et ses besoins, seraient au centre d'une nouvelle économie, profitant tout à la fois aux seniors certes, mais aussi aux territoires touchés de plein fouet par un déclin qui n'a rien d'inexorable.

Il est néanmoins important de prendre en compte les spécificités de la Région :

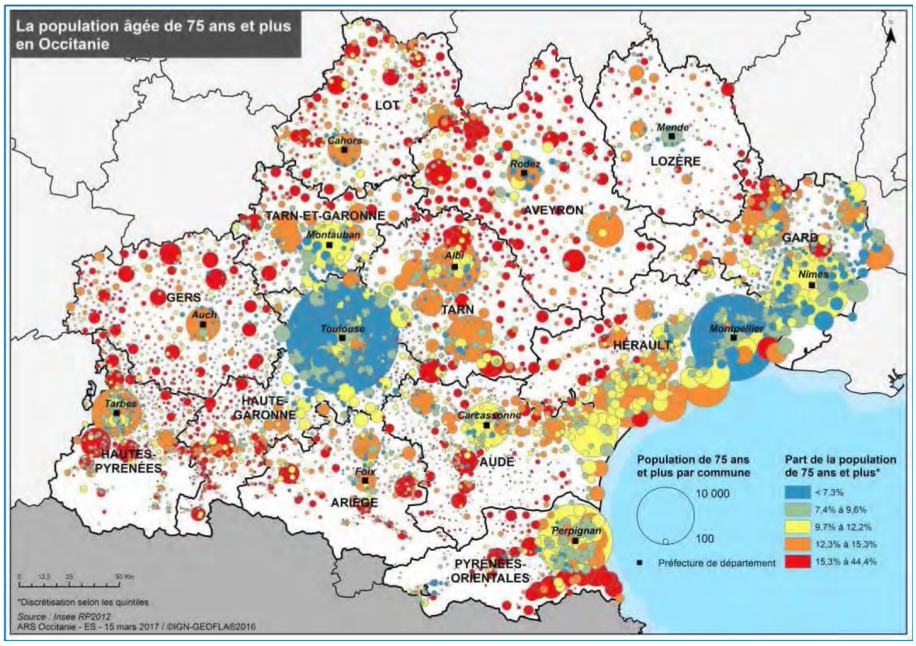
- **Des zones périphériques de villes « anciennes », confrontées à l'éloignement des services**

- **Un littoral sous-équipé en solutions de prises en charge, adressées à une population vieille ou vieillissante**

- **De territoires ruraux et/ou montagne où la problématique est centrée sur l'isolement social autant que l'accès aux services et aux soins. Les enjeux sont grands. Exemple : dans le Lot, 39,9% de la population aura plus de 65 ans en 2050.**

	Population		Croissance annuelle moyen en % de 2013 à 2050	Part des 65 ans ou plus (%)		65 ans ou plus en 2050 en région Occitanie
	2013	2050		2013	2050	
Haute-Garonne	1 298 600	1 767 300	0,84	15,1	21,5	379 970
Hérault	1 092 300	1 383 500	0,64	19,2	28	387 380
Gard	733 200	844 700	0,38	20,1	32,3	272 838
Pyrénées-Orientales	462 700	549 500	0,47	23,2	34,1	187 380
Tarn	381 900	438 600	0,37	22,7	31,5	138 159
Aude	364 900	439 000	0,5	22,9	35,4	155 406
Aveyron	277 700	300 500	0,21	24,8	35,9	107 880
Tarn-et-Garonne	250 300	325 100	0,71	20,1	30,3	98505
Hautes-Pyrénées	228 900	224 700	-0, 05	24,2	33,2	74 600
Gers	190 300	215 600	0,34	24,7	34,8	75 029
Lot	173 800	187 300	0,2	26,1	39,9	74 733
Ariège	152 700	171 600	0,32	23,3	35,4	60 746
Lozère	76 600	87 000	0,35	22,5	34	29 580
Occitanie	5 683 900	6 934 300	0,54	20,2	29,5	2 045 619
France	65 779 400	74 024 500	0,32	17,5	27,1	

Source: Insee, Omphale 2017- scénario central

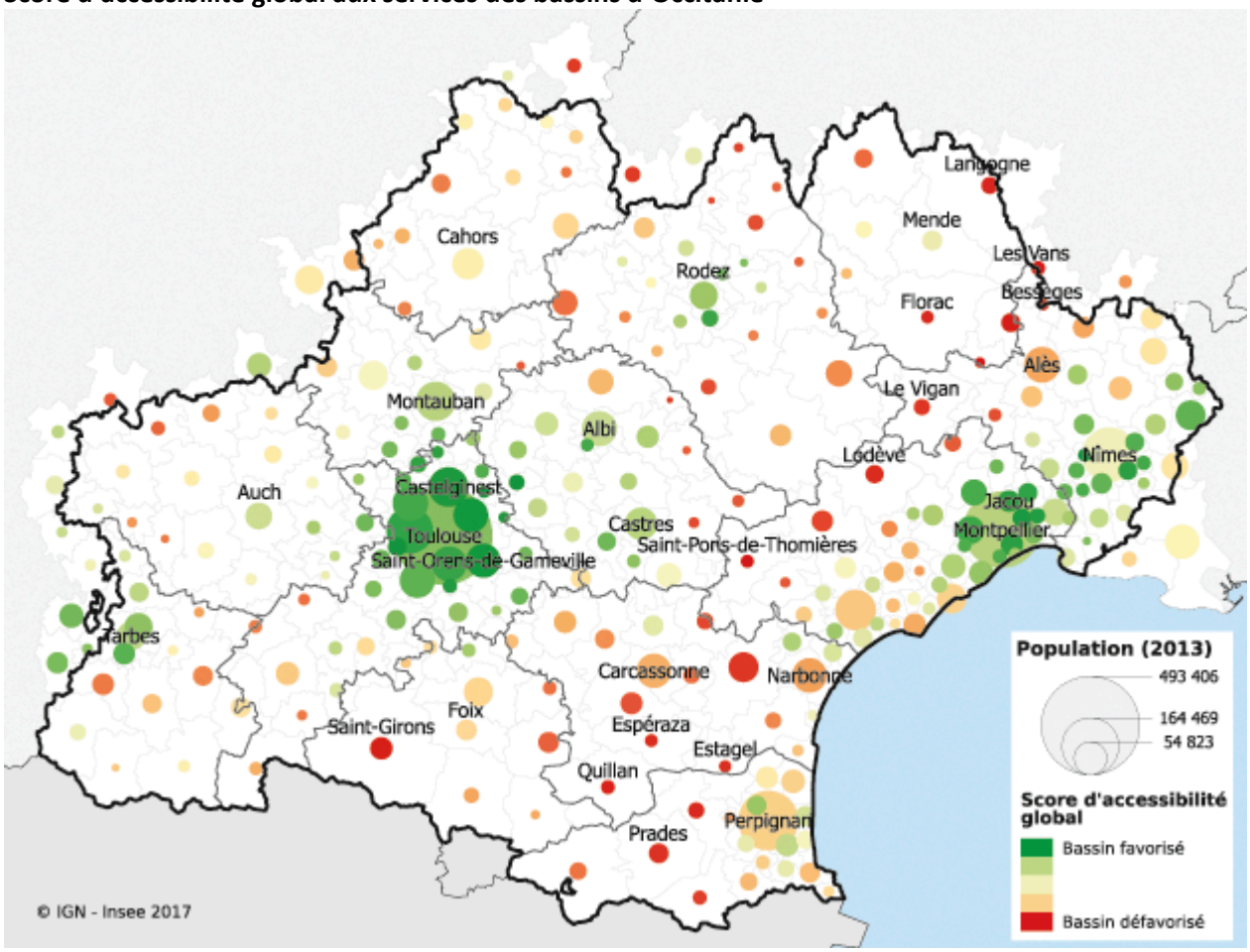


c) Un accès inégal aux services

Le vieillissement de la population régionale intervient dans un contexte aggravant, exigeant l'urgence d'une prise de compte. Il se corrèle avec la réalité socio-économique du territoire : sur les dix départements les plus pauvres de France, l'Occitanie est la région qui compte le plus sur son territoire. Autre élément important : l'accessibilité aux services - à l'offre de soins, à l'offre alimentaire, administrative, etc. – est très inégale d'un bassin à l'autre, dans la région.

Mais comment donc est calculée cette accessibilité aux services ? Elle est habituellement mesurée à partir du temps d'accès par la route à un éventail d'équipements de la vie courante. Toutefois, d'autres critères doivent être pris en compte. Dans une étude, l'INSEE en mesure douze, répartis en deux types : un, ceux liés aux caractéristiques du territoire (altitude, attractivité, utilisation effective de transports en commun, etc.) ; deux, ceux liés aux caractéristiques de la population résidant sur le territoire évalué (pauvreté, non-insertion des jeunes, absence de voiture au sein des ménages, etc.)

Score d'accessibilité global aux services des bassins d'Occitanie



La carte ci-dessus montre le score global de chaque bassin de vie en Occitanie, en matière d'accessibilité aux services.

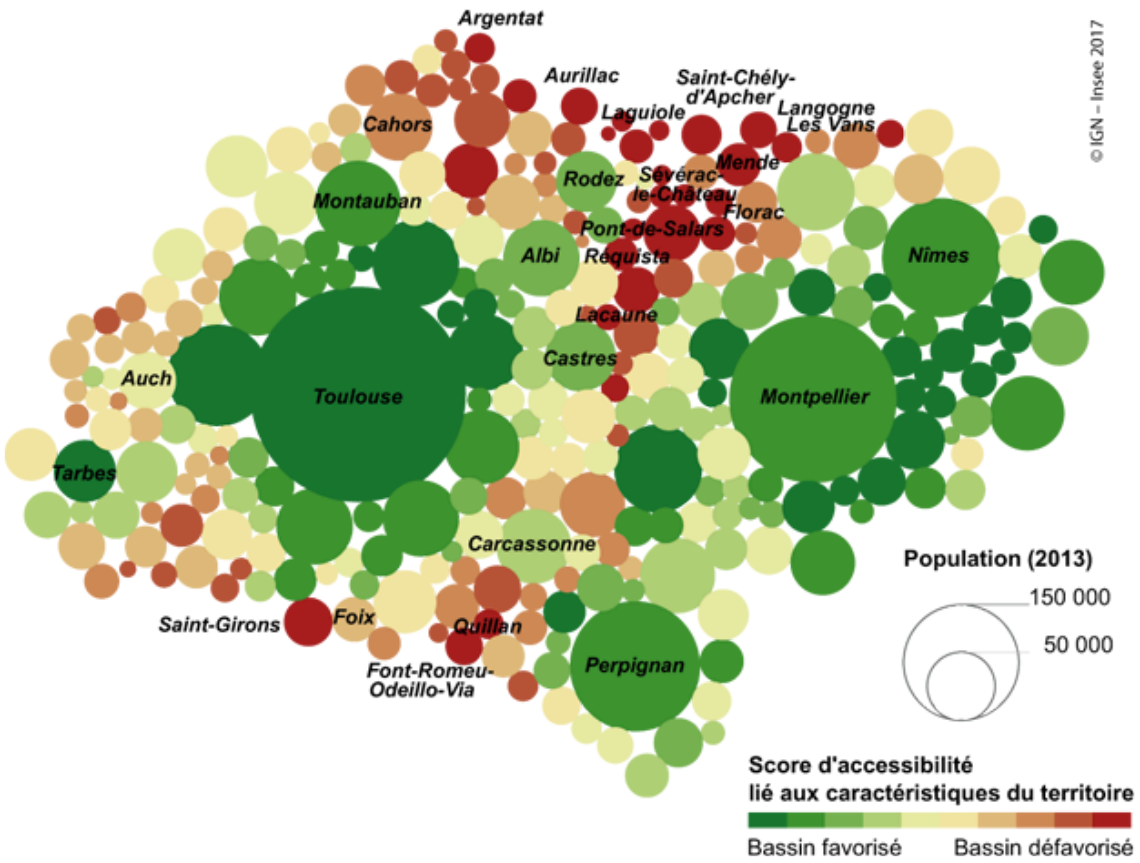
Ceux de la région toulousaine, représentés par un large cercle vert, appartiennent aux plus favorisés.

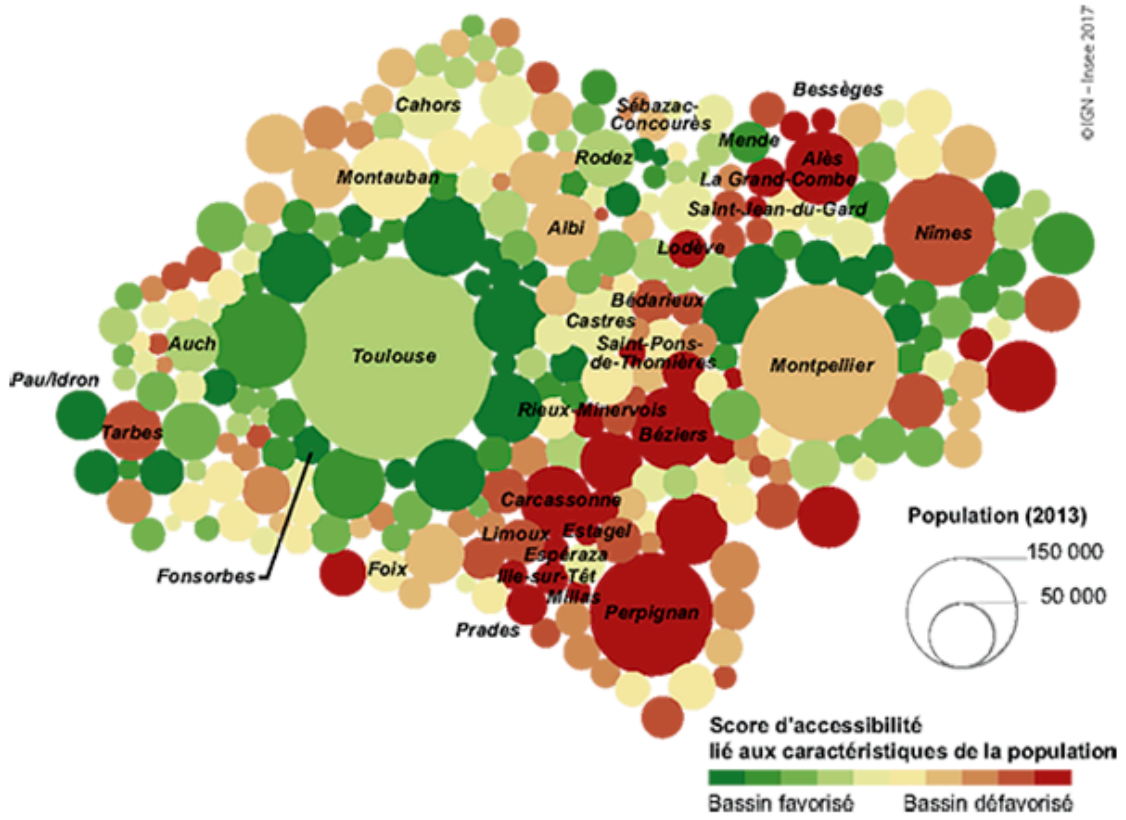
Les banlieues et couronnes périurbaines de Toulouse, Montpellier et Nîmes constituent, elles aussi, des bassins bien desservis.

Celui de Nîmes affiche un score global médian.

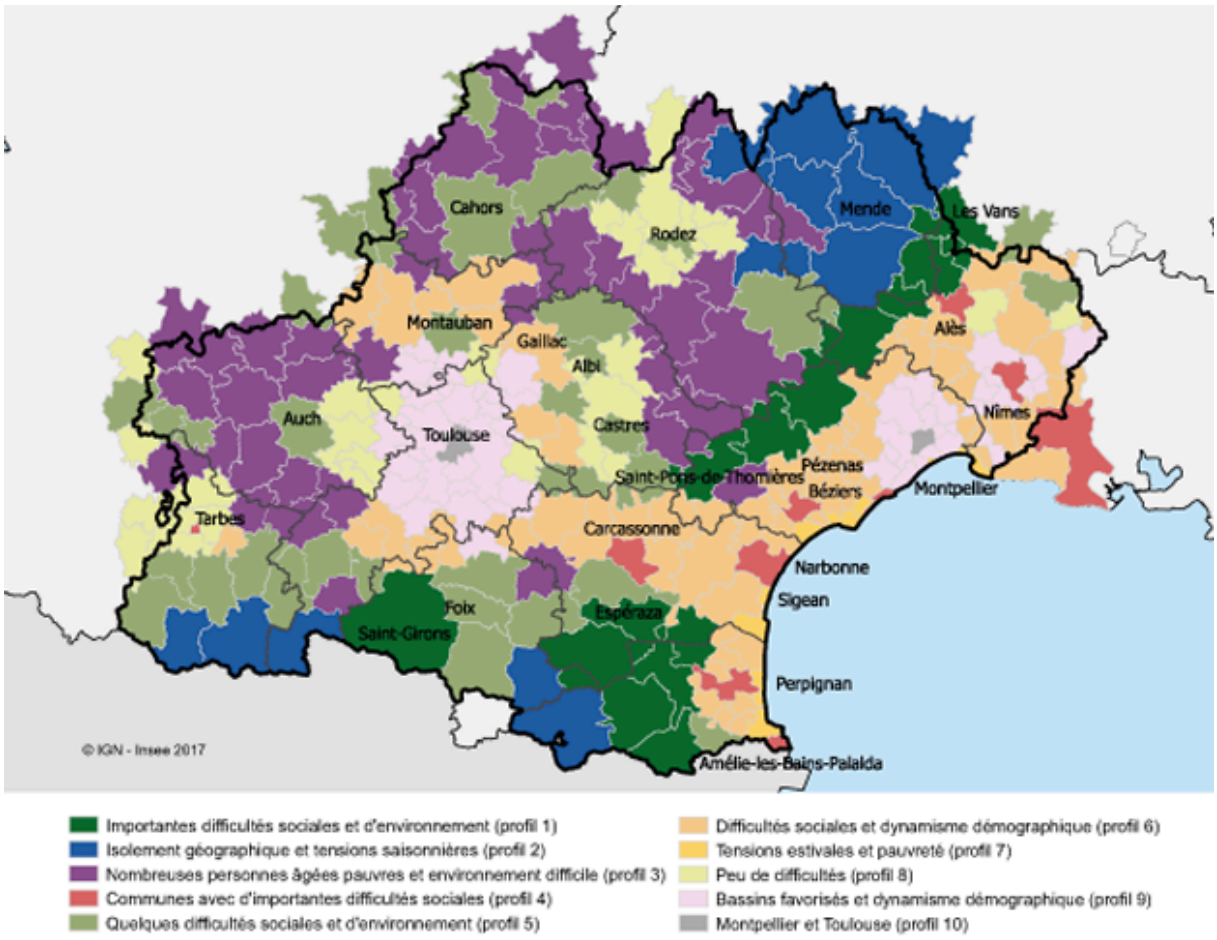
Enfin, les bassins constitués de grandes communes connaissent, pour beaucoup, des difficultés d'accès. C'est le cas d'Alès, Narbonne, Carcassonne, Perpignan ou Béziers. Au-delà de l'offre de services, en effet, d'autres facteurs interviennent, pour expliquer ces résultats : des paramètres d'environnement et des caractéristiques de la population.

Les contraintes liées aux caractéristiques du territoire sont les plus fortes dans les bassins du Massif central, notamment en Lozère et en Aveyron (Florac, Langogne, Sévérac-le-Château...). Les bassins de Rodez et des alentours, bénéficiant de meilleures conditions en matière de temps d'accès, d'attractivité, de transport..., font figure d'exception.
Certains bassins des Pyrénées sont également confrontés à des difficultés importantes (notamment Saint-Girons, Quillan et Font-Romeu).
Au regard des caractéristiques propres à la population, les difficultés socio-économiques sont plus élevées le long du littoral méditerranéen (en dehors du littoral du Montpelliérain), mais aussi dans l'arrière-pays gardois (La Grand-Combe, Saint-Jean-du-Gard, Bessèges). Elles viennent réduire l'accessibilité aux services.
C'est également le cas dans de grandes communes où résident des populations fragiles (Béziers, Perpignan ou Alès).
Des bassins situés en zone de piémont ou à la périphérie d'aires urbaines cumulent eux aussi des difficultés propres à leur territoire et leur population. Ceux de Limoux, Lodève ou Bédarieux sont dans ce cas.
Les deux cartes suivantes montrent les paradoxes de la région Occitanie, très visibles sur le littoral : bien pourvu en services, il est impacté par des profils socio-économiques et une démographie vieillissante.





La carte ci-dessous identifie, au regard des critères d'accessibilité aux services, dix profils où ranger les différents bassins d'Occitanie. Elle montre ainsi l'urgence des situations.



« Dix profils de territoires aux difficultés contrastées : typologie des bassins d'Occitanie suivant les critères d'accessibilité aux services », INSEE

Une grande partie de la Lozère et plusieurs bassins du massif des Pyrénées ont en commun des problématiques d'isolement géographique. Dans ces territoires, le relief est très accidenté et cinq actifs sur six travaillent dans leur bassin de résidence. Ils souffrent de l'éloignement des principaux services de base : 10 % de la population met, en moyenne, plus de 14 minutes en voiture pour y accéder.

D'autres grands territoires ruraux (403 100 habitants), surtout localisés dans le Gers, l'Aveyron et le Lot, ont également des difficultés d'accès aux services. Ceux-là abritent, notamment, de nombreuses personnes âgées pauvres. Or, les services de base sont parfois éloignés et l'offre de transports en commun peu développée.

Les bassins la plus défavorisée, représentés en vert foncé, se situent d'Aujac (Gard) à Saint-Pons-de-Thomières (Hérault), d'Espéraza (Aude) à Amélie-les-Bains-Palalda (Pyrénées-Orientales) et à Saint-Girons (Ariège). Globalement peu peuplés (191 200 habitants au total), ils cumulent un taux de pauvreté très élevé (25,9 %), de nombreux jeunes non insérés (6,4 %), une population âgée (15,4 % de personnes d'au moins 75 ans), dont une part importante vit sous le seuil de pauvreté. Dans ces zones de moyenne montagne, les services du quotidien sont à plus de 16 mn en voiture pour 10 % de la population. De plus, dans ces territoires, 10,9 % des habitants vivent dans un ménage sans voiture.

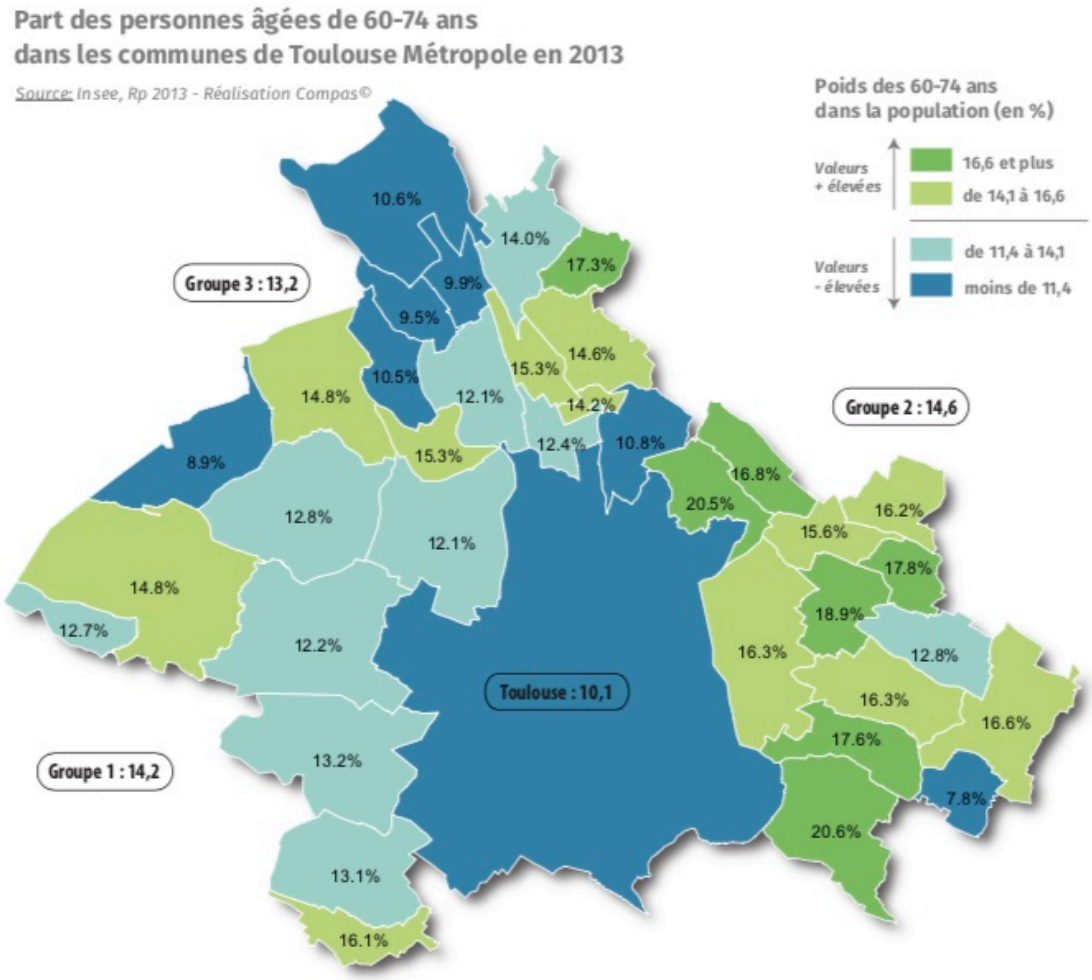
Trois autres profils de bassins présentent des difficultés d'accès aux services, dans une moindre mesure sans pour autant être négligeables. Il s'agit d'abord des stations balnéaires qui se distinguent par un afflux touristique estival (avec une capacité de plus de six lits touristiques par habitant). Ce qui

engendre de forts besoins saisonniers en matière de services. En outre, une grande partie de la population de ces bassins vit dans une pauvreté et de nombreux jeunes ne sont pas insérés.
Regroupant une population importante de 2 012 200 habitants, deux autres profils de bassin émergent : les ruraux (Gaillac, Sigean, Pézenas…) qui connaissent une pauvreté élevée et une population en forte croissance, mais peu de contraintes liées au territoire. Second profil : les bassins voisins de villes moyennes (Cahors, Albi, Auch…) qui rencontrent quelques difficultés sociales ou liées à un territoire accidenté, mais relativement peu marquées par rapport à l'ensemble de la région.
Enfin, deux profils rassemblent 1 604 400 habitants et présentent peu de difficultés d'accès aux services. Ils regroupent, notamment, les couronnes périurbaines de Toulouse, Montpellier et Nîmes et les territoires proches de Tarbes et Rodez.

Le dixième profil réunit les deux métropoles de Montpellier et Toulouse, plutôt bien loties.

Focus sur les enjeux du vieillissement sur la métropole de Toulouse

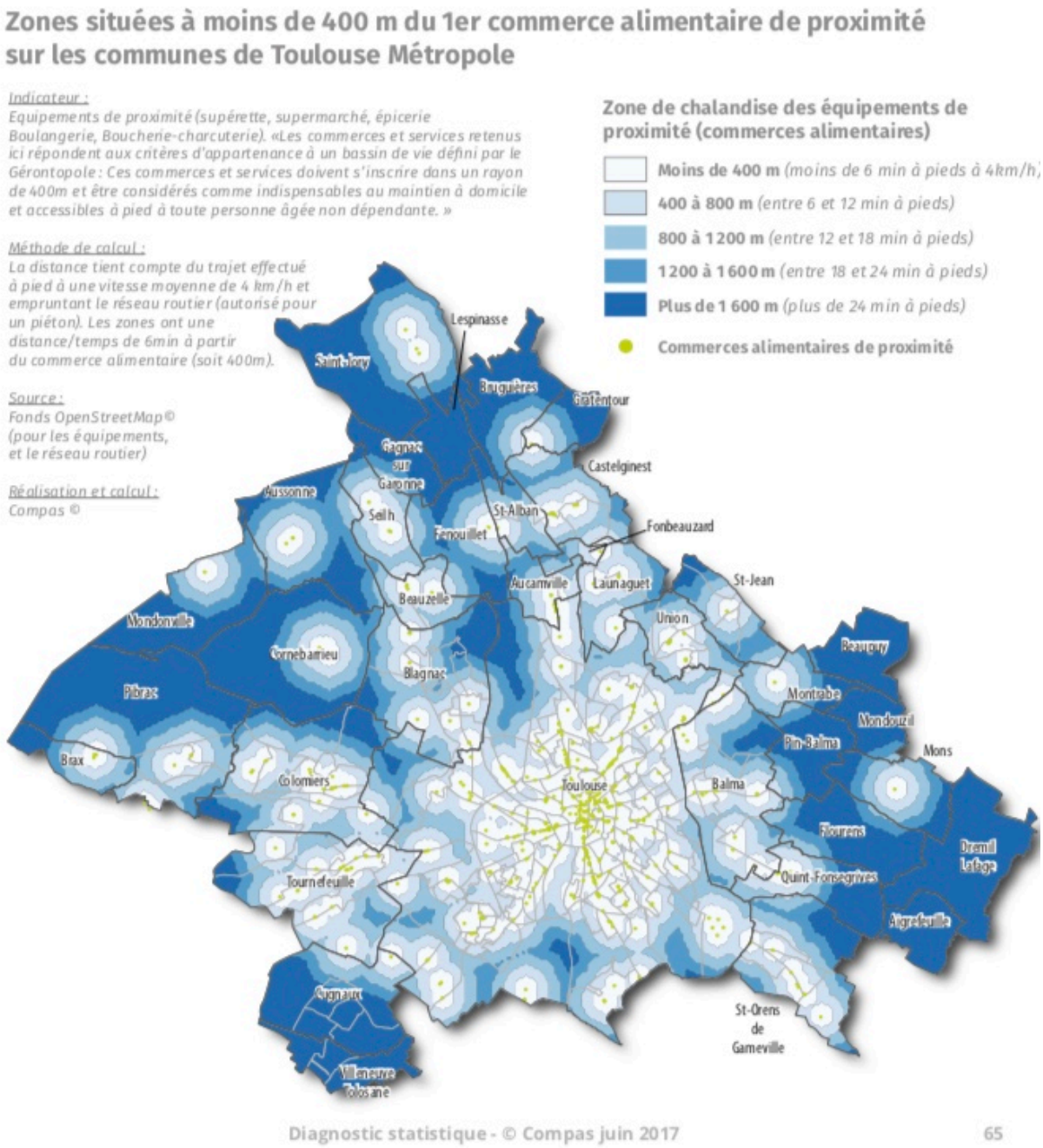
FOCUS TOULOUSE METROPOLE (Les enjeux du vieillissement sur Toulouse Métropole, Compas, juin 2017)



La densité d'équipement n'est clairement pas homogène sur l'ensemble du territoire.

Elle est élevée sur le centre-ville de Toulouse et les communes de sa première couronne. De ce fait, une forte proportion d'habitants réside à moins de 400 mètres d'un commerce alimentaire. Ils sont au maximum à six minutes de ce premier commerce, quand le déplacement est effectué à pieds à la vitesse de 4km/h.

À l'opposé, les communes périphériques présentent des temps d'accès plus longs, en raison d'une densité d'équipements plus faible.

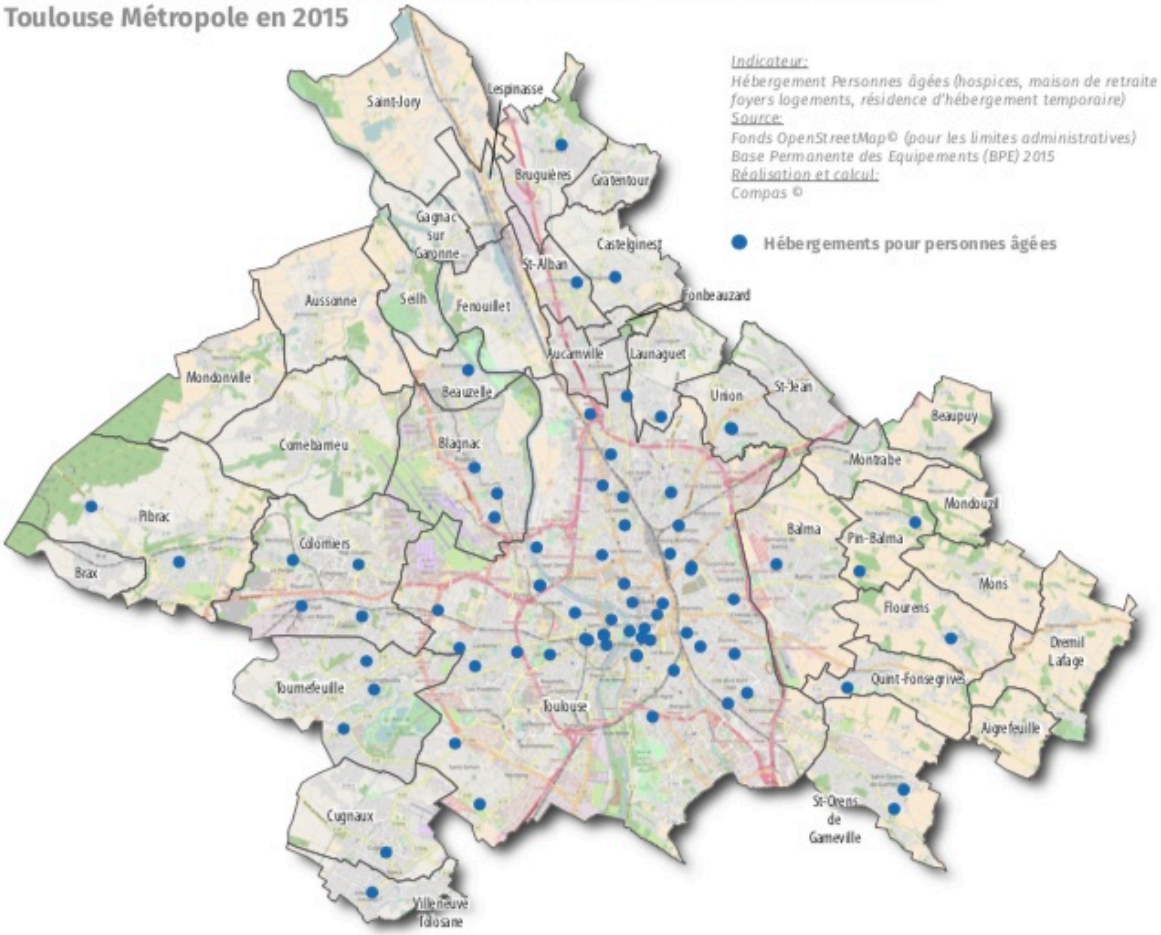


La partie Sud-Est de l'agglomération est dépourvue de commerces non-alimentaires de proximité. La distance jusqu'au premier équipement venu est bien souvent supérieure à 400 mètres. À l'exception des communes de l'Est, tous les bourgs des communes semblent dotés en commerces non-alimentaires. Quant aux services administratifs (mairie, poste), s'ils sont bien présents sur l'ensemble de la métropole, ils sont souvent au même endroit dans les petites communes (lorsqu'ils existent concomitamment), induisant une concentration spatiale.

L'évolution démographique va également poser d'ici dix ans la question de la localisation des EHPAD, en lien avec l'augmentation du nombre des seniors de plus de 85 ans

Les hébergements pour personnes âgées

Localisation des hébergements pour personnes âgées sur les communes de Toulouse Métropole en 2015



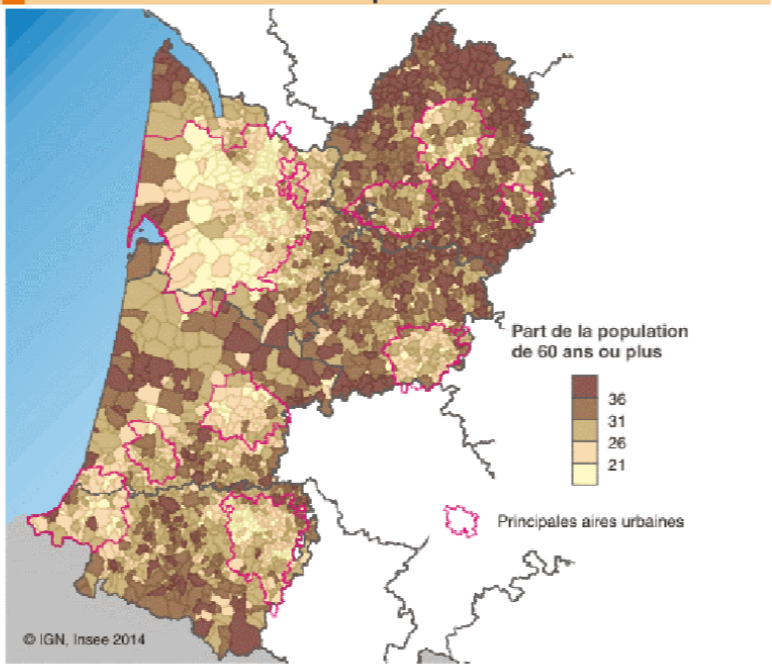
C) Le cas de deux régions voisines : la Nouvelle Aquitaine et PACA

Les régions Aquitaine et Provence-Alpes-Côte d'Azur connaissent, elles aussi, ce phénomène de vieillissement de leur population. Chez elles comme en Occitanie, le nombre de personnes âgées devrait augmenter.

✓ La région Aquitaine

Début 2013, pas moins de 27 % des habitants aquitains sont âgés de 60 ans ou plus, la plaçant au 7e rang des régions de France métropolitaine. À l'horizon 2030, un Aquitain sur trois sera âgé de 60 ans ou plus.
La présence de seniors est plus faible en milieu urbain qu'en milieu rural. Dans les aires urbaines de Bordeaux, Pau, Agen, Mont-de-Marsan et Libourne, la proportion y est inférieure à la moyenne régionale.
À l'inverse, le phénomène de vieillissement est très marqué en Dordogne et, dans une moindre mesure, en Lot-et-Garonne. La Dordogne présente, en outre, l'un des plus forts déséquilibres intergénérationnels, la plaçant au troisième rang des départements de Métropole. C'est aussi le cas autour du bassin d'Arcachon, à la pointe du Médoc, au nord-est et sur la côte Atlantique et dans le massif pyrénéen.

2 Les habitants de 60 ans ou plus selon la commune en 2011

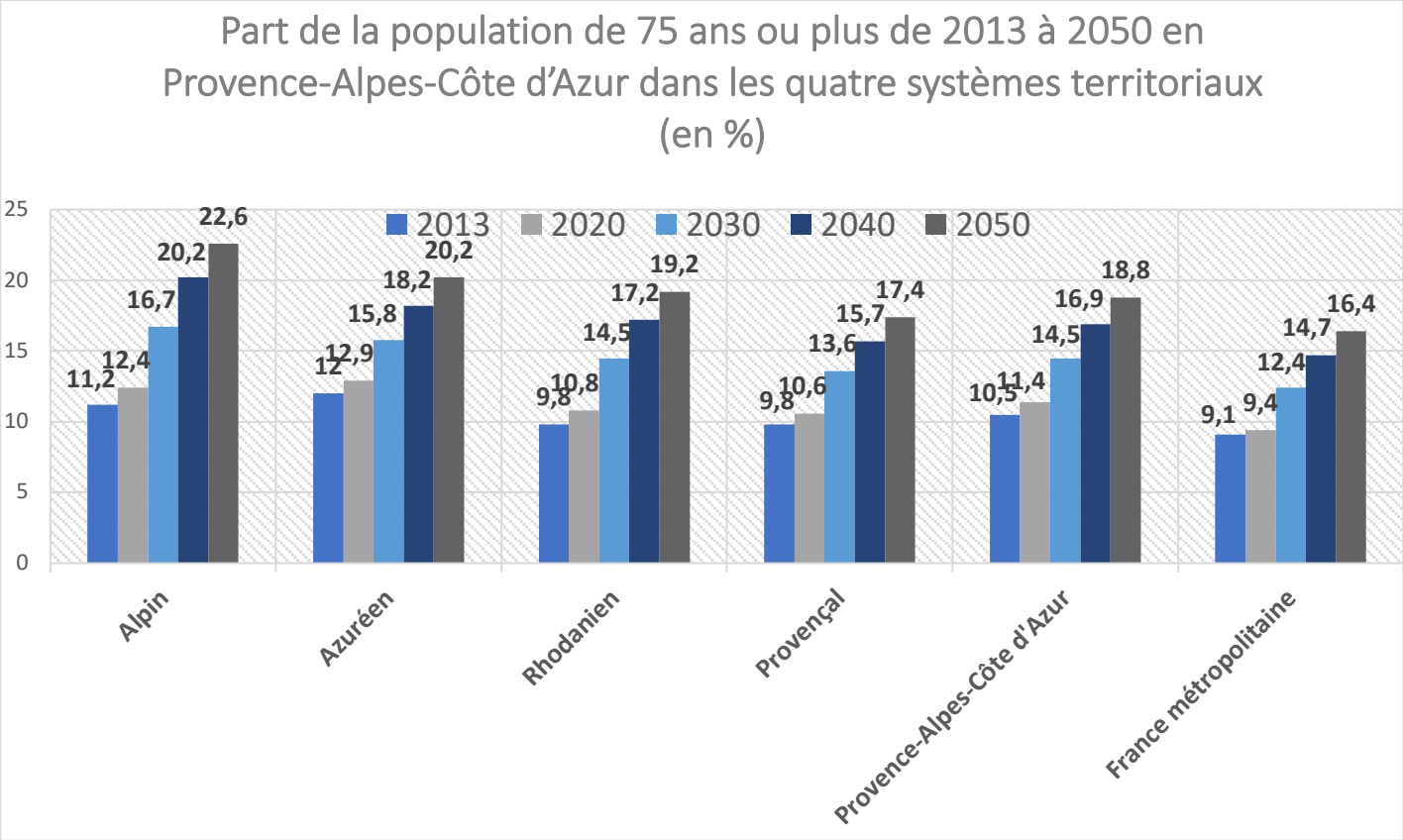


Source : Insee, Recensement de la population 2011

Comme le territoire occitan, l'Aquitaine est un territoire de contraste pour la population des 60 ans ou plus. Face à cette problématique, la Région Aquitaine a lancé en 2014 sa « Silver Région ».

✓ La région PACA

La population de Provence-Alpes-Côte d'Azur vieillit plus qu'ailleurs. Le nombre de seniors devrait s'accroître de 35 % d'ici 2030, soit un surplus de 353 000 personnes de 65 ans ou plus.
Dans le même temps, la catégorie des moins de 20 ans perdra 29 200 jeunes et les personnes dites « en âge de travailler », c'est-à-dire les 20-64 ans, seront 112 000 de moins.
La région Provence- Alpes-Côte d'Azur connaît de fortes similitudes avec le territoire occitan. Bien que deux fois plus petite, elle est composée de grandes métropoles (telles que Marseille, Toulon, Nice…), des territoires ruraux et montagneux, ainsi que d'un littoral dynamique (port de Marseille, deux pôles de compétitivité à zone étendue au Languedoc, tourisme de luxe…).



En 2030, la proportion des plus de 65 ans passera, selon les projections, à 124 pour 100 jeunes de moins de 20 ans (90 pour 100 en 2013)

L'effet soleil joue à plein, notamment sur la Côte d'Azur et dans les Alpes où s'implantent de nombreuses personnes âgées. Plusieurs études de l'Insee régional montrent que ces populations ont tendance à s'éloigner des métropoles trop agitées pour acheter au calme une maison plus grande, le foncier étant moins cher.

En corollaire, le pouvoir d'achat élevé des retraités de Paca a, là comme autour de Bordeaux, un fort impact sur le marché immobilier, rendant l'accès à la propriété difficile pour les salariés, les jeunes actifs et les familles. Les jeunes générations, ne pouvant pas suivre, ont tendance à quitter la région.

Outre les nouveaux services destinés aux seniors aisés, PACA doit affronter les problématiques liées à cette particularité qui freine sa dynamique.

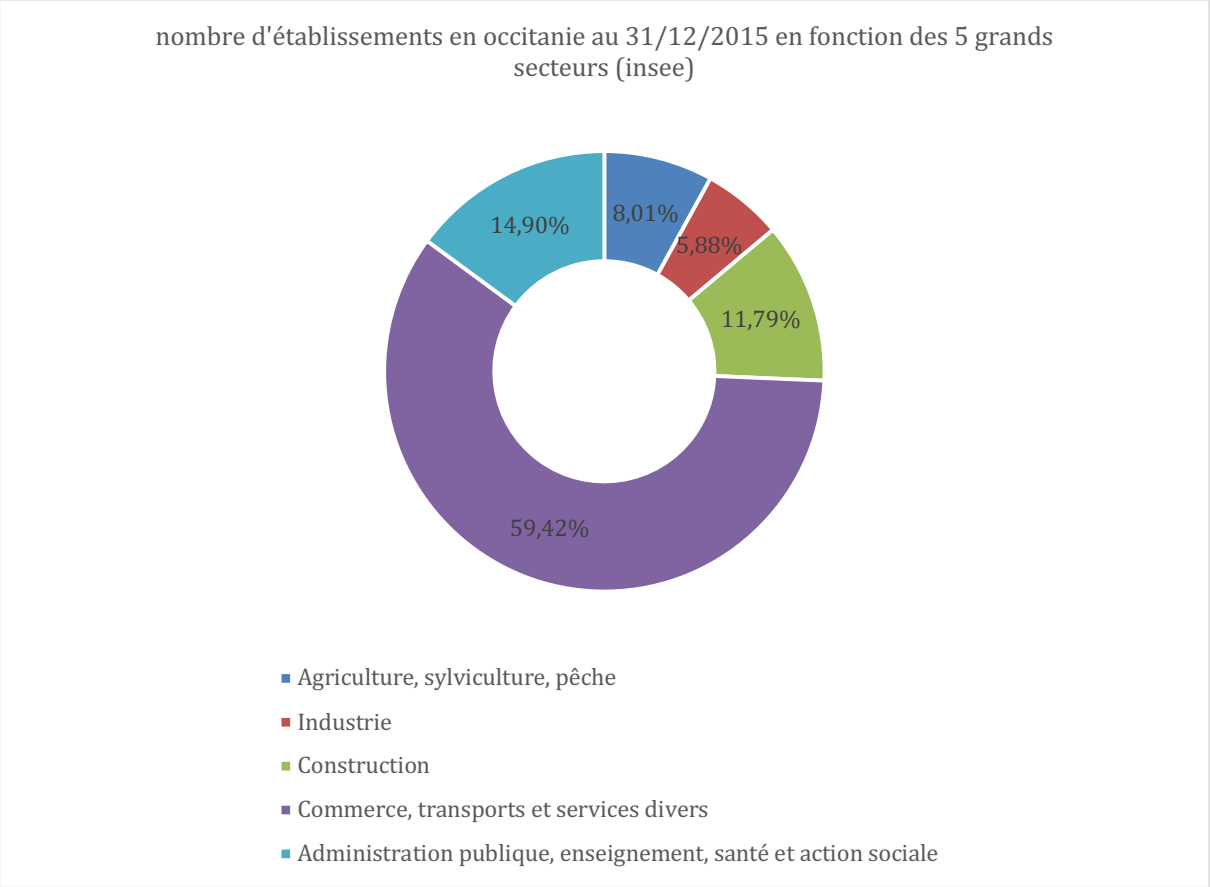
III. 2E PARTIE : L'ECONOMIE OCCITANE

Les chiffres clés de l'Occitanie

L'économie en bref

1 Le tertiaire en tête

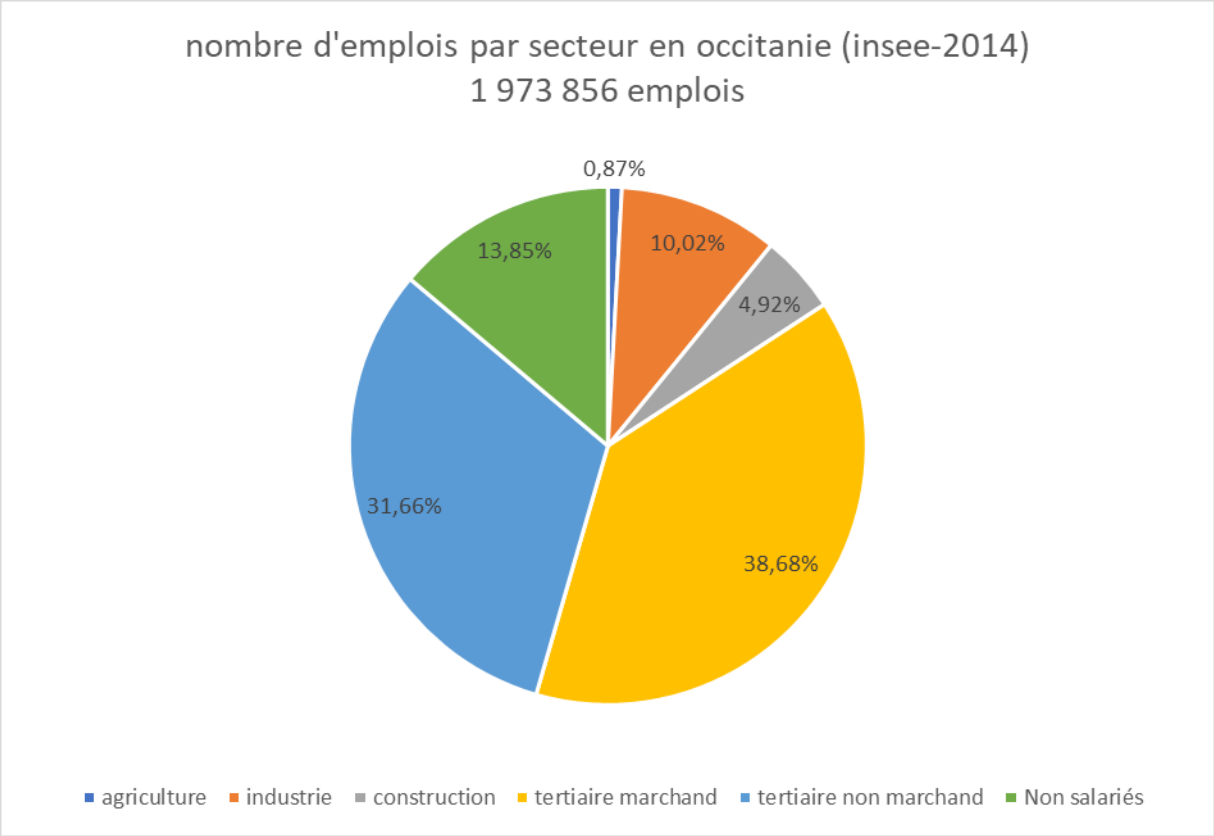
Le secteur tertiaire prédomine en Occitanie. Il est très nettement devant l'industrie en nombre d'établissements.



Par ailleurs, la plupart des établissements sont de petite ou de moyenne taille. Seuls, 1,3 % d'entre eux emploie plus de 100 salariés, soit 2 100 établissements, dont près de 1 000 dans l'administration publique et 290 dans l'industrie.
Renforçant le rôle de la Métropole-capitale et de celle de Montpellier, 40 % des établissements actifs et 50 % des salariés de la région se recensent en Haute-Garonne et dans l'Hérault.

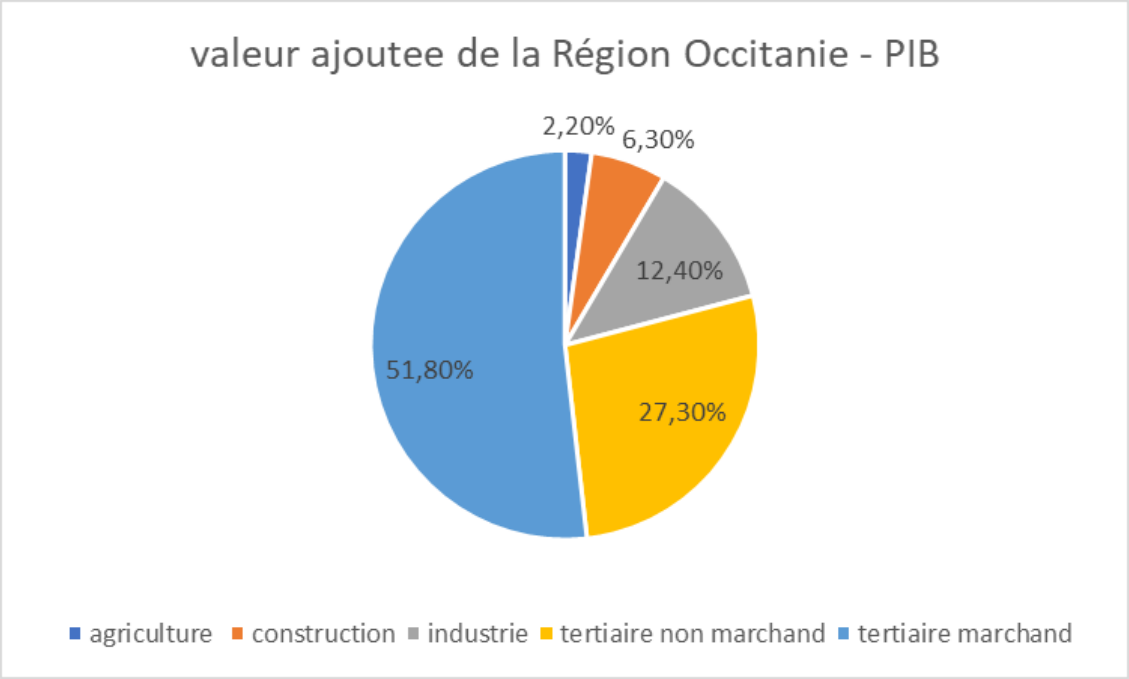
2 L'emploi

Fort logiquement, le tertiaire est le secteur qui regroupe le plus grand nombre d'emplois (70,34 %), répartis ainsi : 38,68 % dans le marchand, 31,66 % dans le non-marchand.
Le secteur industriel pèse 10,02 % de l'emploi, le secteur agricole 0,87 %.



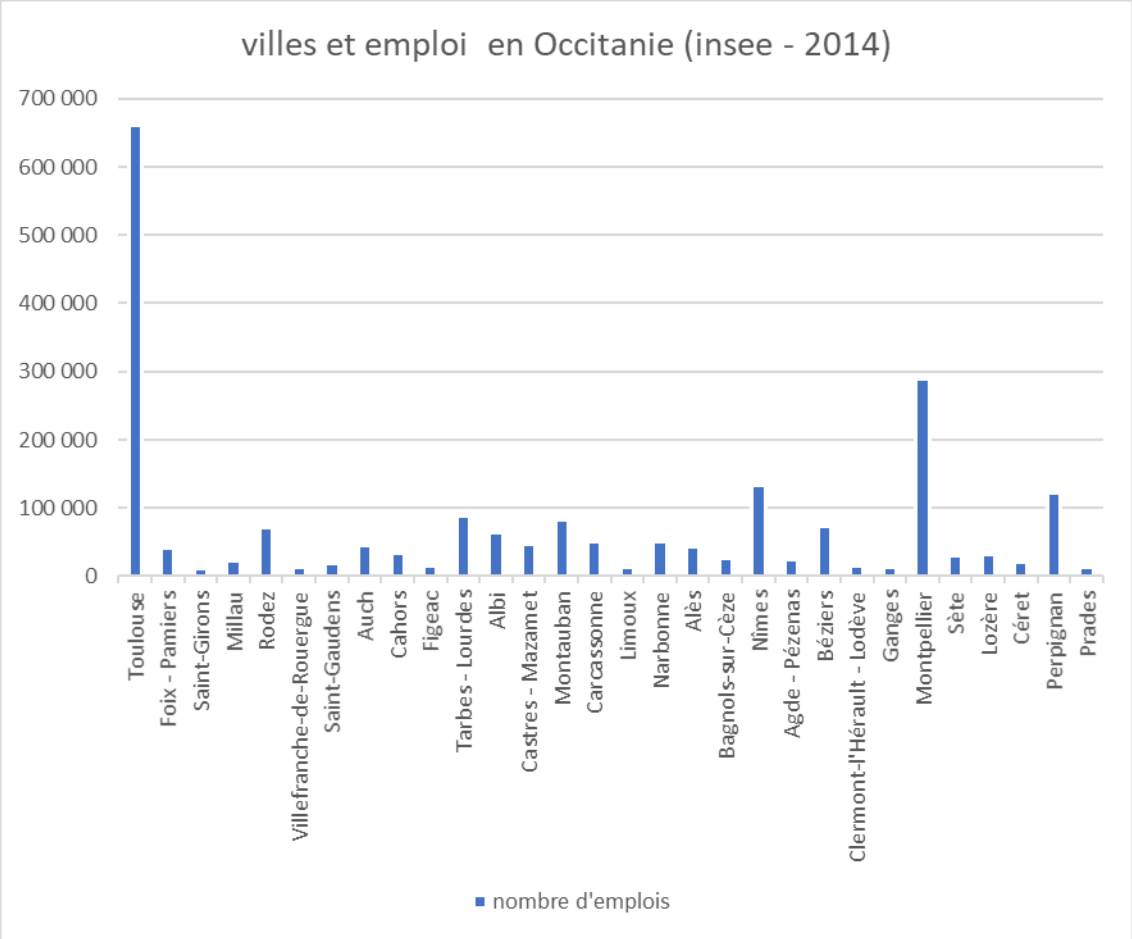
3 Le PIB

Le secteur tertiaire marchand et non marchand est également le principal contributeur au PIB régional, à hauteur de 79,1 %. L'industrie génère 12,40 %. À noter : l'agriculture, avec 2,20%, crée davantage de valeur en Occitanie qu'en moyenne France entière (1,7 %).



4 La répartition de l'emploi entre villes

Le leadership de la Métropole de Toulouse, en termes d'emplois, est écrasant.
En outre, la réalité de la région Occitanie se retrouve ici : entre système urbain mono centrique en ex-Midi-Pyrénées et système urbain polycentrique en ex-Languedoc Roussillon.



L'économie en Occitanie : présentation détaillée

❖ **L'artisanat et l'industrie**

95,2% des établissements recensés comptent moins de dix salariés et près des trois-quarts n'emploient aucun salarié.
Avec 123 000 entreprises, l'artisanat représente 10,6 % de l'artisanat national, 40 % des entreprises ont une activité dans la construction, 30 % dans les services, 13,8 % dans le commerce et 12,9 % dans l'industrie.
Les filières industrielles majeures de la région sont l'aéronautique, l'espace et les systèmes embarqués, le numérique, la santé, l'agroalimentaire, les éco industries et le développement durable. Une inflexion forte est mise sur le développement de startups.
En aéronautique, espace et systèmes embarqués, un pôle de référence mondial à rayonnement international s'est développé, faisant de l'Occitanie la première région avec 62 000 emplois dans l'aéronautique, 10 000 dans le spatial, 20 000 dans les systèmes embarqués. On note une

diversification vers la santé et les aides techniques (véhicules autonomes, domotique de pointe, parcours de santé, etc.)
L'agroalimentaire rassemble près du quart des salariés de l'industrie.
Dans le numérique, on compte 53 000 salariés répartis dans près de 8 500 entreprises. S'ajoutent deux labellisations « Métropoles French Tech », Toulouse et Montpellier, t deux clusters d'entreprises numériques

- **La santé**

La santé représente 240 000 emplois, pour 538 établissements de santé. La région compte trois Centres Hospitaliers Universitaires (Montpellier, Nîmes, Toulouse) et deux projets d'Institut Hospitalo-Universitaires (IHU) déposés en 2017 (Toulouse, Montpellier).
La région accueille également un Gérontopôle et plusieurs laboratoires autour des INM (Interventions Non Médicamenteuses), Fragilité, Chute, capacités cognitives ainsi que cinq *Living Labs* référencés auprès du Forum des *Living Labs* Santé et Autonomie (LLSA).

- **L'agriculture**

Le secteur agricole, agroalimentaire pèse également dans l'économie du territoire. Deuxième région par sa superficie (3,5 millions d'ha de SAU), elle l'est aussi au niveau de l'emploi agricole, même si 85 % du territoire occitan est situé en « zone de handicap naturel » (zone de piémont et de montagne).
Les filières agricoles sont diversifiées et complémentaires. La viticulture, les fruits et légumes et les grandes cultures ont une place prépondérante.
Le secteur agricole emploie 164 300 personnes en 2013, dont près de 86 000 chefs d'exploitation, 17 700 salariés permanents et 16 500 saisonniers.
Malgré le vieillissement global de la population agricole (37 % des chefs d'exploitation ont plus de 55 ans), le taux d'installation des jeunes dans la région ne faiblit pas : en 2014, plus de 1 610 nouveaux agriculteurs se sont installés, dont 1 026 sont âgés de moins de 40 ans. Le taux de remplacement en 2014 s'élevait donc à 63 %, contre 60,8 % dix ans plus tôt.
Les "nouveaux agriculteurs" sont sur des secteurs diversifiés : 33 % choisissent le secteur bovin (viande et lait), 20 % optent pour les cultures permanentes et spécialisées (la viticulture attire 11 % d'entre eux) et 19 % se tournent vers les élevages ovin et caprin (viande et lait).
La région développe également les produits bio : 6 500 exploitations, sur 329 660 ha, ont été certifiées bio en 2015. L'Occitanie concentre un quart des exploitations et des surfaces françaises en agriculture biologique, le Gard venant en tête avec 789 exploitations. Pour une majorité d'entreprises, la situation financière est saine mais reste à surveiller : le remboursement de la dette crée des difficultés chez 14 % des exploitants bio.

- **Le tourisme**

Avec 30 millions de vacanciers accueillis chaque année, dont 8 millions sur le littoral, le tourisme est un atout majeur de l'économie occitane.
Il pèse 110 000 emplois. Il génère 14 milliards d'euros de consommation touristique, soit 10 % du PIB régional, et représente 1,42 milliard d'euros d'investissements par an.
La région se situe au 4ème rang national. Elle est première en termes de capacité d'accueil touristique (3,4 millions de lits touristiques dont 900 000 lits dans les hébergements marchands), première en capacité et en fréquentation de l'hôtellerie de plein-air, quatrième en nombre de chambres d'hôtels.
En outre, l'Occitanie est la première région thermale en nombre d'établissements, avec 166 000 curistes par an, alliant ainsi santé et tourisme.

Les activités de thermalisme en Occitanie : les 20 principaux établissements thermaux

Source : Conseil Régional Direction tourisme / CNTH

Département	Etablissements thermaux	Nombre de curistes en 2015	Evolution 2015/2014 (en %)	Evolution 2015/2012 (en %)
Hérault	Balaruc-Les-Bains	51 803	+12	+18
Pyrénées-Orientales	Amélie-Les-Bains	26 396	-3	+7
Gers	Barbotan	15 139	+3	+9
Haute-Garonne	Luchon	11 489	-5	-9
Hérault	Lamalou-Les-Bains	11 119	-4	+9
Hautes-Pyrénées	Les-Grands-Thermes	7 548	-1	+9
Ariège	Ax-Les-Thermes	6 076	+3	+2
Hautes-Pyrénées	Cauterets	5 656	+1	-4
Aveyron	Cransac	4 843	+5	+28
Pyrénées-Orientales	Molitg-Les-Bains	4 531	+2	+24
Hautes-Pyrénées	Capvern-Les-Bains	4 086	-11	-1
Pyrénées-Orientales	Le-Boulou	4 007	+1	+15
Pyrénées-Orientales	Vernet-Les-Bains	3 148	-2	+17
Pyrénées-Orientales	La-Preste-Les-Bains	3 098	-1	+12
Hautes-Pyrénées	Saint-Lary Soulan	2 571	+1	+18
Hautes-Pyrénées	Barèges-Barzun	2 415	+10	-12
Gard	Les-Fumades	2 149	+8	+45
Hautes-Pyrénées	Luz-Saint-Sauveur	2 117	-3	-4
Hérault	Avène-Les-Bains	2 111	-7	-10
Hautes-Pyrénées	Argelès-Gazosts	1 496	+5	+26

Première destination thermale de France.

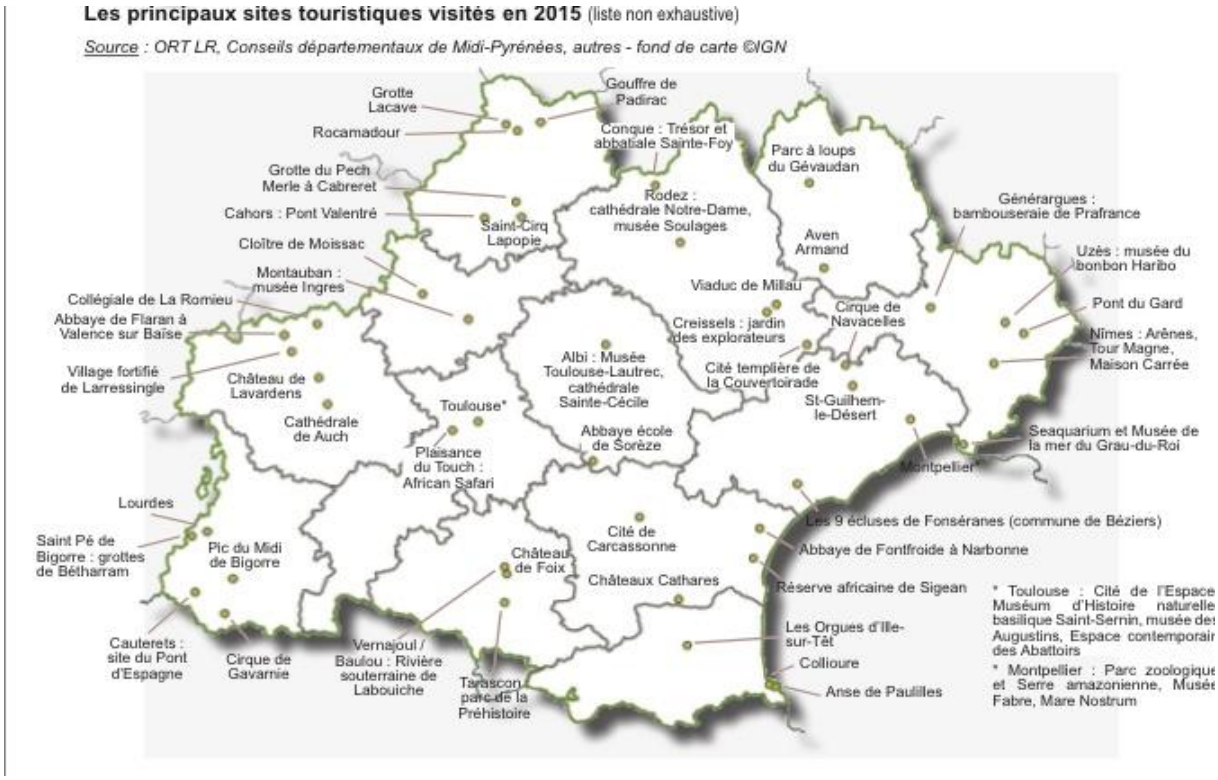
30 établissements thermaux,

29 stations thermales.

180 000 curistes/an.

31% du marché national du thermalisme.

L'Occitanie dispose d'une diversité d'offres touristiques, liée à sa géographie : 215 km de côte, 20 stations balnéaires, 38 stations de montagne, 14 sites labellisés Grands Sites de France, deux parcs nationaux, un parc naturel marin, six parcs naturels régionaux… La région bénéficie d'une fréquentation touristique, été comme hiver.
L'œnotourisme s'y développe, avec plus de 100 domaines ouverts aux visites avec dégustations.
45 chefs étoilés (deux établissements 3* et cinq établissements 2*) portent haut les couleurs de la gastronomie régionale, 76 "bibs Michelin", 272 "Assiettes Michelin".
Le tourisme patrimonial et culturel est un autre atout. L'Occitanie est la première région pour le nombre de sites classés au Patrimoine mondial de l'Unesco, huit au total : Albi et sa cité épiscopale, le Pont du Gard, le Cirque de Gavarnie, la Cité de Carcassonne, les Causses et Cévennes, le Canal du Midi, les Fortifications Vauban, le Chemin de Saint Jacques de Compostelle. Avec plus de 4 500 monuments historiques, la région occupe la troisième. S'ajoutent ses nombreux festivals.



❖ **Le bâtiment**

En Occitanie, le Bâtiment compte 58 777 entreprises. Elles emploient 82 866 salariés et 7 193 intérimaires.
Son chiffre d'affaires atteint 9,7 milliards d'euros.

En 2017, le nombre de mises en chantier est de 37 500, soit 11% des constructions de logements en France.

❖ **L'économie sociale et solidaire (ESS)**

L'Économie sociale et solidaire (ESS) est un secteur qui se développe.
Voici un focus dans son acception la plus large, incluant les entreprises organisées sous forme de coopératives, mutuelles, associations, ou fondations et dont le fonctionnement interne et les activités reposent sur un principe de solidarité et d'utilité sociale :

- 67 Mutuelles représentant 965 établissements employeurs
  - 450 millions d'euros de chiffre d'affaires pour la Mutualité Française Occitanie
  - « Promotion de la santé »
  - Protègent les personnes et financent l'innovation selon leurs axes propres et les axes définis par l'AGIRC-ARCCO
- Les associations sont largement majoritaires : 16 489 associations portant 19 039 établissements employeurs :
  - Médico-social et social
  - Sanitaire et social
  - Tourisme social

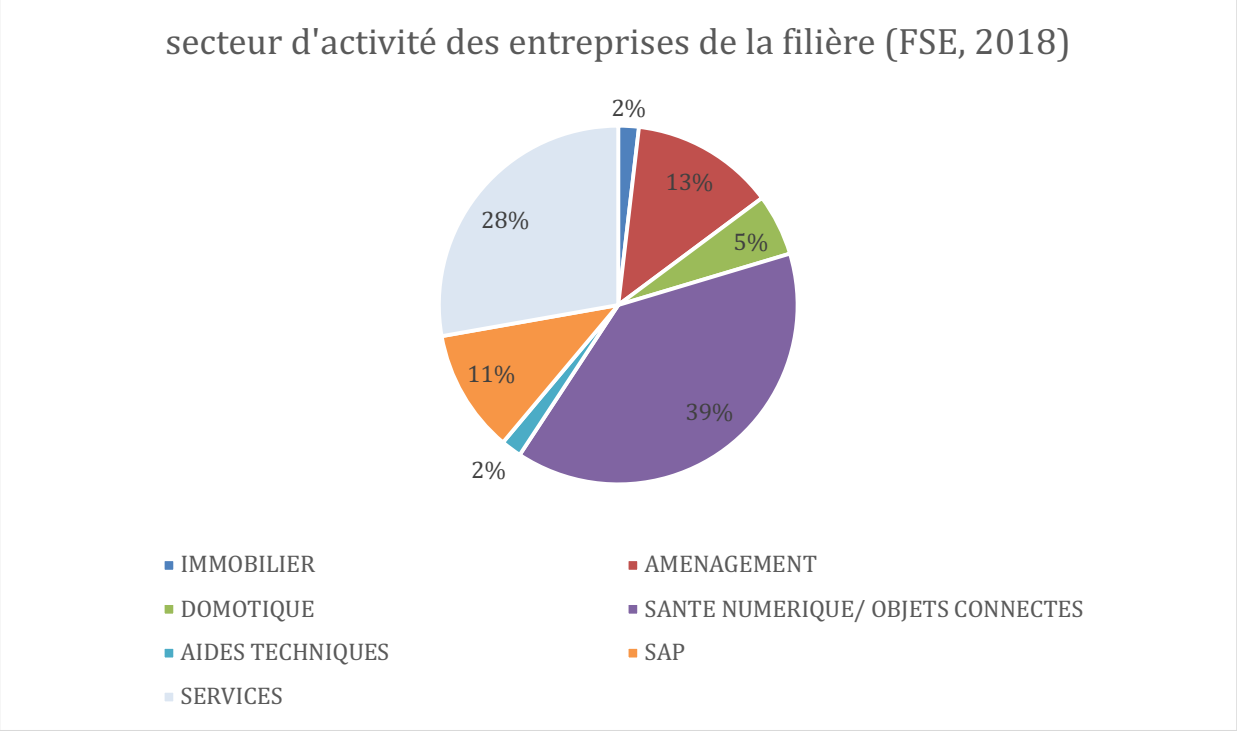
- 213 348 emplois salariés soit 12,1 % du total des effectifs salariés et 16,7 % des effectifs salariés privés soit 183 429 emplois en Équivalent Temps Plein (ETP)
- Sept départements, situés à l'ouest et au nord de l'Occitanie, sont dans les 20 premiers départements de France en termes de poids de l'ESS dans l'emploi total : Lozère (1er), Aveyron (4ème), Tarn (6ème), Lot (12ème), Tarn-et-Garonne (16ème), Gers (17ème) et Hautes-Pyrénées (18ème)
- Les micro établissements (moins de 10 salariés) sont largement majoritaires, en représentant 80 % du total. Les établissements de petite taille (10 à 49 salariés) occupent une place légèrement supérieure dans l'ESS que dans le reste de l'économie privée, aussi bien en termes d'établissements employeurs (15 % contre 10 %) que d'effectifs salariés (35 % contre 30 %). Les établissements de taille moyenne et grande (50 salariés et plus) occupent une place plus importante dans l'ESS que dans l'économie privée hors ESS, en termes d'établissements employeurs (4 % contre 2 %) et, de façon encore plus marquée, en termes d'effectifs salariés (48 % contre 38 %).
- Avec près de 97 000 salariés, le secteur de l'action sociale (avec ou sans hébergement) arrive largement en tête dans le total des effectifs de l'ESS régionale (un peu plus de 45 %)
- Alors que l'action sociale sans hébergement et de l'hébergement médicosocial et social représentent, respectivement, 10 % et 5 % des établissements, ils occupent 30 % et 25 % des effectifs correspondants
- Le secteur du commerce recouvre, pour l'essentiel, des activités de commerce de gros exercées par des coopératives agricoles ou par des centrales de distributeurs sous forme coopérative : il représente un peu plus de 14 % des établissements employeurs et 19 % des effectifs salariés coopératifs.
- L'ESS est largement majoritaire dans trois secteurs d'activité : l'action sociale sans hébergement (près de 67% des effectifs du secteur), l'hébergement médicosocial et social (près de 60%) et le sport et les loisirs (66%).
- Près de 150 000 femmes travaillent dans l'ESS régionale, ce qui représente 70 % de ses effectifs. Dans le domaine de l'aide à domicile, cette proportion s'élève à 96 %.
- Le métier des « aides à domicile, aides ménagères… » est le plus représenté au sein de l'ESS : avec plus de 23 000 postes, il correspond à un peu plus de 11 % du total des emplois de ce champ économique.
-

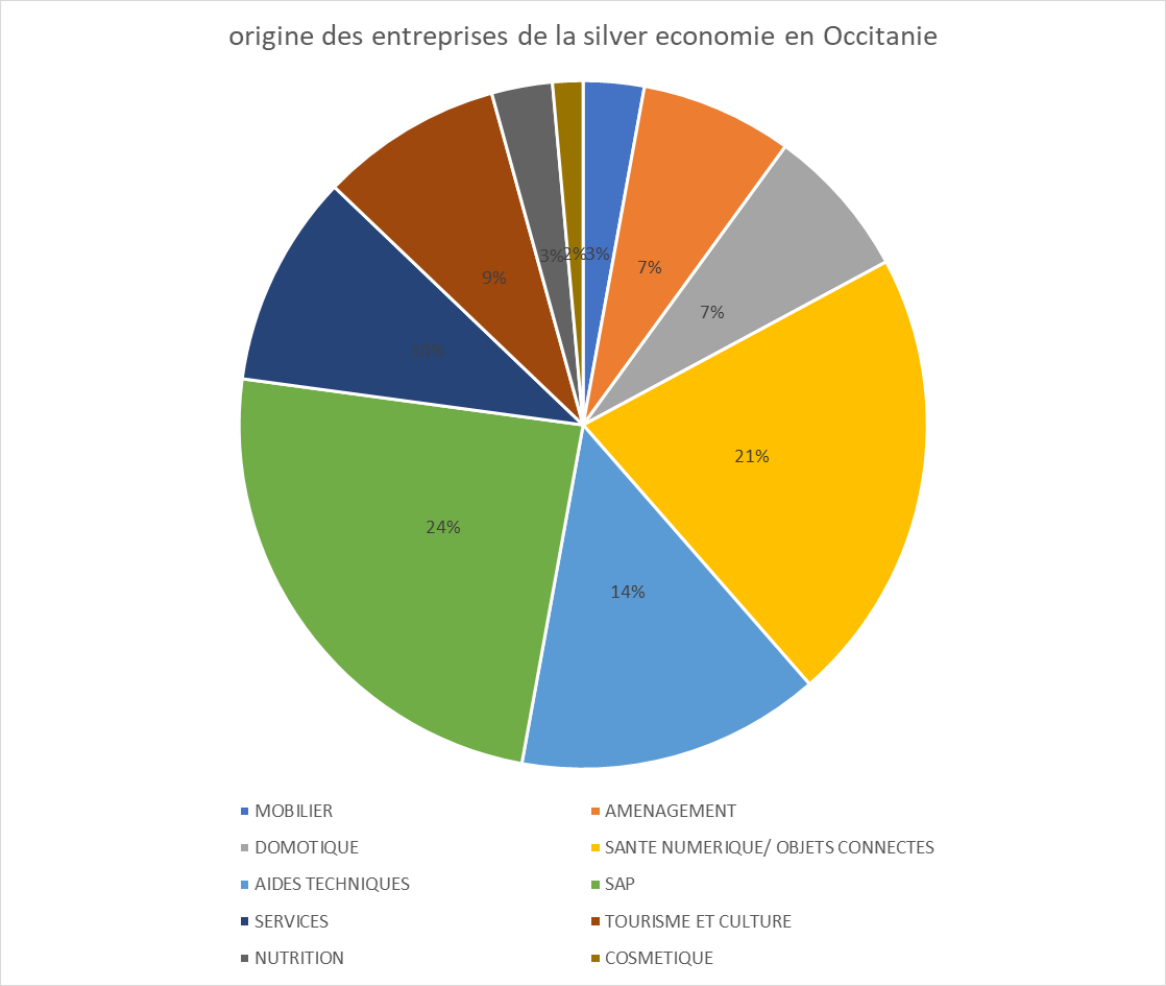
Les entreprises de l'ESS en région seront confrontées dans les années à venir à un mouvement important de départs à la retraite. Selon les projections (et un âge de départ fixé à 62 ans), 69 000 personnes doivent quitter le secteur d'ici à 2028. Il en résultera de nombreuses opportunités d'emplois, notamment pour les jeunes :

- dans les postes d'encadrement de l'action sociale, la santé, la formation, la banque
- dans le métier le plus représenté au sein de l'ESS régionale, celui d'« aides à domicile, aides ménager(ère)s, travailleur(se)s famili(ales)aux ».

IV. 3E PARTIE : UN REGARD SYSTEMIQUE SUR LA SILVER ECONOMIE

La SILVER ECONOMIE





A) Les entreprises se déclarant « silver économie » en France et en Occitanie

Les segments d'entreprises revendiquant un cœur d'activité à destination des seniors ne sont pas exactement les mêmes, selon que l'on se place au niveau national (entreprises adhérant à France Silver Éco) ou au niveau régional (70 entreprises et services ayant fait une déclaration volontaire pour figurer sur l'Annuaire de la Silver Économie). En effet, quelques différences sont à noter.
L'offre en Région Occitanie est plus diversifiée et moins technologique : les objets connectés et le numérique représentent une part écrasante de l'activité des entreprises nationales, moins au niveau local. Certaines entreprises nationales font un effet double, leur adhésion nationale empêchant un déclaratif autonome des déclinaisons en Région (La Poste). Mais leur part pèse moins localement, au profit d'une représentation accrue des SAP (Services A la Personne). Au niveau national, l'équipement de la maison est représenté comme second marché d'influence (domotique, aménagement), suivi par les services (formation, conseil).
En Occitanie, à côté des SAP puis des objets connectés/santé numérique, on recense l'aménagement de la maison (domotique, aménagement) mais aussi la nutrition, les services (formation, conseil), le mobilier, le tourisme et les loisirs, la cosmétique. Un horizon déjà bien diversifié.
A noter les entreprises des Aides Techniques, plutôt bien offensives en Région (14%) qui vont bénéficier du soutien fort des orientations de la CNSA (Caisse Nationale Solidarité Autonomie).

B) Mais qu'est-ce que la silver économie ?

Également appelée Marché des Seniors, la silver économie couvre l'ensemble des produits et services destinés aux personnes âgées de plus de 60 ans. Officiellement, « *il s'agit de tous les produits et services qui devraient permettre d'améliorer l'espérance de vie sans incapacité ou d'aider au quotidien les personnes âgées dépendantes et leurs aidants naturels* ». **En 2013, elle représentait en France un marché global de 92 milliards d'euros[5]. En 2020, elle dépassera 130 milliards d'euros**[6].

Les secteurs concernés recouvrent, entre autres, les structures pour personnes âgées, les services à la personne, l'aide à domicile, l'habitat, la communication, le transport, la sécurité, les loisirs, l'hygiène, les voyages, les mutuelles, les instituts de prévoyance et les assureurs…
Jusqu'ici, au niveau national, la silver économie a été très fortement liée au secteur du grand âge. C'est-à-dire aux secteurs d'activité tels que le maintien domicile, la santé, l'aménagement de l'habitat, services à la personne, etc.
Si on la définit par la notion de marché des Seniors, c'est-à-dire les activités et la consommation de l'ensemble des retraités que ce soit pour des produits qui leur sont spécifiquement dédiés ou des produits pour l'ensemble des générations et consommés également par les retraités, le marché devient nettement plus important.
Car deux visions s'affrontent sur l'étendue du périmètre de la Silver Économie. La première, restrictive, la limite au secteur du grand âge et donc aux seniors les plus âgés, dépendants, voire malades. La seconde l'élargit à l'ensemble des seniors. C'est la vision que défend, par exemple, Frédéric Serrière, un expert de la silver économie et du vieillissement.
Le choix de retenir le périmètre le plus large permet d'appréhender le relais de croissance que ce marché représente pour les entreprises. Car, dans son acception la plus large, il concerne les seniors âgés autant que les seniors plus jeunes, dont la consommation n'est pas en lien avec la perte d'autonomie, mais avec des produits et services recherchés par toutes les autres générations : ameublement, électroménager, automobile, loisirs, sorties, etc. Les plus jeunes d'entre eux consomment en effet davantage que les plus âgés.
Il y aura donc y trois façons de générer de la valeur ajoutée à destination des seniors : maintenir les marchés d'adressage aux personnes les moins autonomes, adapter aux besoins particuliers des seniors l'ensemble des produits consommés par les autres générations et créer des produits qui leur seront spécifiquement dédiés.
La société *McKinsey* a publié une étude en avril 2016 expliquant la hausse de consommation que nous allons connaître d'ici à 2030. Cette hausse sera réalisée par les consommateurs urbains à 90 %. En Europe de l'Ouest, les 60 ans et plus (1), devrait générer plus de 60 % de la hausse de consommation d'ici à 2030. Sans compter, bien-sûr, leur consommation actuelle importante.

Ainsi, toutes les entreprises, même celles qui ne sont pas directement concernées par le marché des seniors, devront prendre en compte le vieillissement démographique, l'élévation de l'âge médian de la population et l'augmentation du nombre de générations.

La grande distribution, le secteur automobile, par exemple, devront adapter leur offre à l'ensemble des générations de clients, y compris les seniors et les plus âgés d'entre eux. L'idée est claire : ce qui est adapté aux plus fragiles profitent à tous (*design for all*).

La silver économie telle que nous devrions la comprendre serait donc :

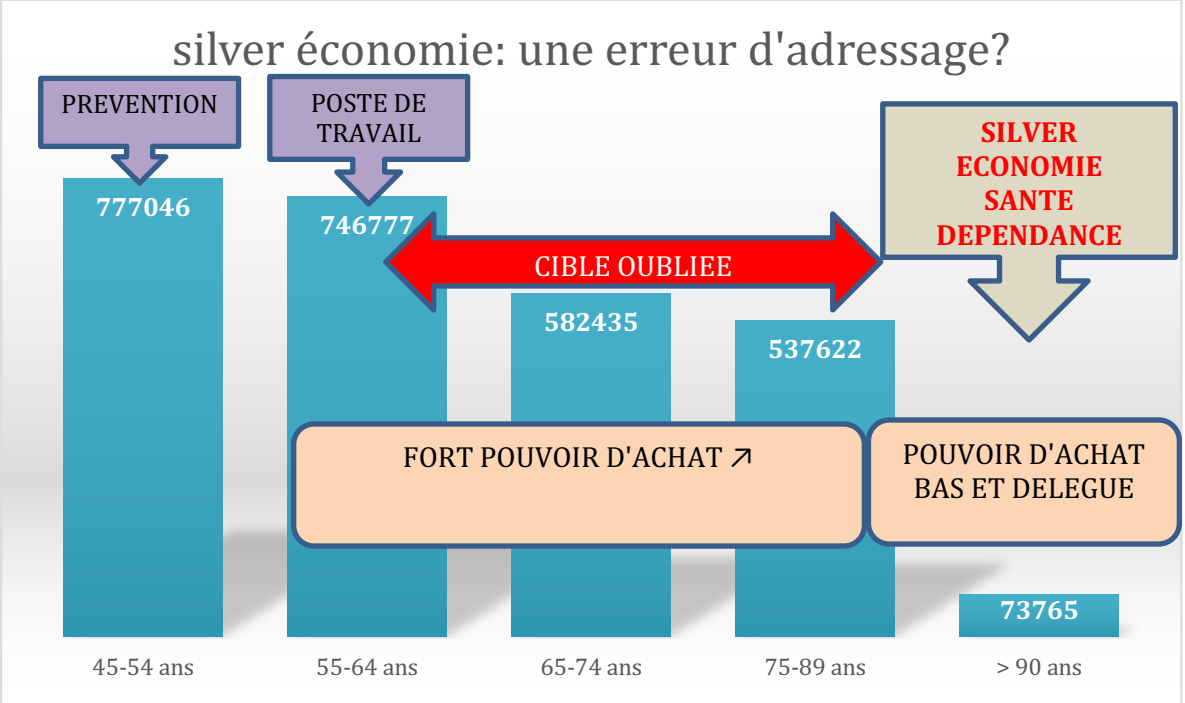
[5] « Produits et services conçus pour les Seniors et consommés par les Seniors (60 ans et plus) en excluant les coûts de santé des six derniers mois de vie », Frédéric Serrière Consulting, 2016.
[6] ibid

- **L'usage de produits et de services destinés aux personnes âgées (l'économie du vieillissement)**
- **La consommation globale des plus de 60 ans que ce soit pour des produits spécifiquement dédiés ou des produits courants utilisés également par les autres générations.**
- **L'adaptation des lieux, services, moyens, etc. aux impacts du vieillissement démographique en prenant en compte les limites et les attentes de l'individu**

C) 2013-2018 : identifier les freins

Le développement de la silver économie est grandement impacté par un ensemble de freins, résultant pour certains de l'organisation même de leur prise en compte au sein de la société. C'est pour cette raison que de nombreuses entreprises de la silver économie peinent à se développer et atteindre leurs objectifs.

- **La quasi-absence de prévention.** La prise en compte des seniors est focalisée sur les soins. C'est une bonne chose, qui occulte néanmoins la culture de la prévention. Les aides techniques sont décidées dans l'urgence. L'aménagement d'une salle de bain, des escaliers, etc. est décidé uniquement après un premier incident, souvent une chute. Rares sont les seniors qui équipent leur logement de manière préventive, anticipant des risques auxquels ils pourraient être confrontés plus tard. La faute au manque d'information qui aurait pu les sensibiliser très tôt à la perte d'autonomie. Des campagnes de prévention, développées auprès des publics de jeunes seniors, pourrait ouvrir des marchés aux entreprises présentes sur ce secteur de l'adaptation des logements à la dépendance. Cette absence les pénalise, elles et les régimes d'assurance-maladie. Car la prévention permettrait de réduire le nombre d'accidents ou de chutes à domicile.
- **La multiplication des acteurs et des payeurs**. Dans le champ de la perte d'autonomie, les acteurs sont dispersés : les Services à La Personne, SSIAD, structures privées ou publiques ou associatives forment une nébuleuse sur chacun des territoires. L'accès aux solutions (équipement de la maison, aides techniques, ergonomie de la vie quotidienne, etc.) procède d'une pluralité de démarches auprès d'acteurs et payeurs. Or, les intervenants peuvent être nombreux : CARSAT, MAIA, services des Conseils Départementaux, mutuelles… Ils agissent chacun à leur niveau. Or, la concertation favoriserait la fluidité des parcours, mais aussi l'innovation qui est actuellement trop parcellisée.
- **La mauvaise compréhension de la donnée démographique**. L'impact du baby-boom est, dans l'imaginaire collectif, perçu comme un phénomène qui serait derrière nous. Or les plus âgés de cette génération, née après-guerre, n'ont que 73 ans et beaucoup d'entre eux ne sont pas concernés par la perte d'autonomie. Pour l'instant. Mais, d'ici 2025, en raison du baby-boom, les chiffres de la dépendance risquent fort de s'envoler. D'où l'importante de prendre en compte la Silver économie dans toutes ses dimensions : EHPAD, maintien domicile, entretien de la santé, alimentation, etc. 2025, c'est demain.



D) Données connexes

Avec le vieillissement démographique, un changement de paradigme est en train de s'opérer : nous sommes passés de la volonté de « *vivre le plus longtemps possible* » à « *vivre le plus longtemps possible en bonne santé* » pour, maintenant « *vouloir vivre le plus longtemps possible en bonne santé pour faire* » des activités, vivre des expériences ou continuer ses loisirs.

Les métiers en 2022 (France Stratégie et Dares, 2015) La hausse du nombre de personnes arrivant à la retraite aura un effet direct sur l'offre d'emplois. Chaque année, 620 000 personnes vont quitter leur poste et libérer donc des emplois. Selon le rapport, pour les 10 ans qui viennent, ces départs représenteront 80% des emplois à pourvoir.

Le rôle des seniors dans la dynamique du marché du travail interviendra aussi très directement dans la création d'emplois via les métiers de la santé, du soin et de l'accompagnement des personnes fragilisées par le grand âge. Parmi les trois métiers qui recruteront le plus dans les 10 ans à venir on retrouve les aides à domicile, les aides-soignants et les infirmiers. Pour accompagner le vieillissement mais également parce que 30% des effectifs de l'ESS vont partir à la retraite et disparaitre en Occitanie d'ici 2050.

E) Une économie au financement complexe

Les sources du financement de la silver économie sont multiples et aucunement en synergie. La R&D des entreprises, l'émergence des start-ups, le financement dans certains cas des études cliniques, la compréhension de l'écosystème du vieillissement constituent un frein en soi.

CNSA, ARS (Agences Régionales de Santé), Conseil Départemental, CPAM (Assurance Maladie), Mutuelles et Prévoyances, compagnies d'assurance, CARSAT, Régions, Métropoles, chambres consulaires interviennent ou sont susceptibles d'intervenir dans la chaine de l'innovation, de la création, du financement, de la distribution des services ou des biens.

L'Économie Sociale et Solidaire, les organismes publics ou mixtes, les structures privées ne se côtoient que difficilement.

1) Exemple 1

Prenons le cas d'une start-up qui développe une aide technique. Elle peut bénéficier des services d'un BIC, d'un incubateur, d'une pépinière, d'un accélérateur, en lien avec les structures de développement économique locaux ou régionaux, voire consulaires. Si son marché est un EHPAD, elle aura à arbitrer entre devenir un Dispositif Médical (financé alors via l'Assurance Maladie et l'ARS) ou un objet de prévention de la Dépendance simple (financé alors par le Conseil Départemental sur son volet Dépendance) voire un objet de confort (financé alors directement par l'établissement). Selon les options, les études et les normes à acquérir sont différentes.

2) Exemple 2

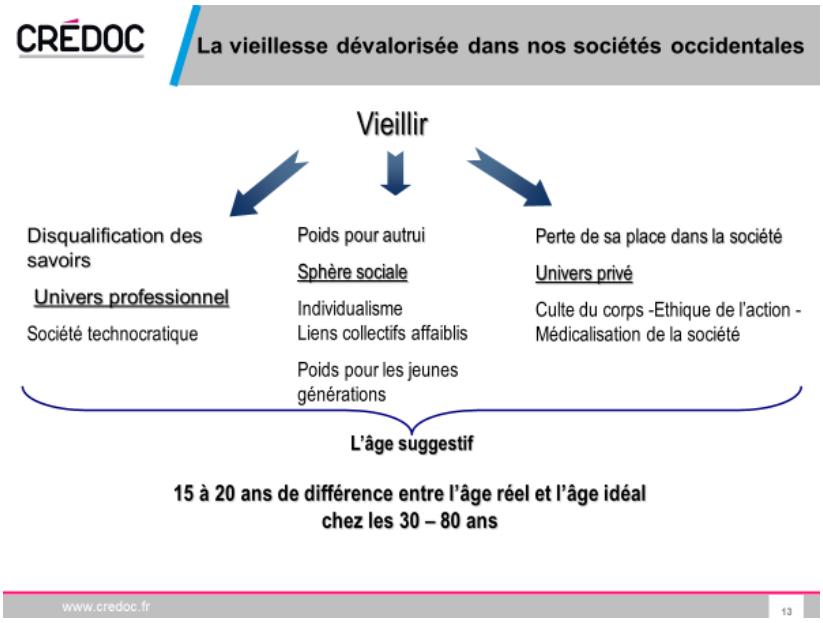
Une personne âgée retraitée achète les objets qui lui conviennent, elle est donc une consommatrice directe, avec un pouvoir d'achat, encore fort pour les vingt prochaines années. Si l'objet dont elle a besoin est prescrit par son médecin, c'est la CPAM (l'Assurance Maladie) qui se substitue, avec la mutuelle ou l'assurance complémentaire. Si c'est une aide technique (CNSA) pour son domicile, elle peut solliciter la CARSAT, ou bien sa Mutuelle ou, sous conditions de ressources, l'ANAH (Agence Nationale de l'Habitat). Sinon, elle finance directement. Si la même personne est plus dépendante (c'est-à-dire qu'elle peine à effectuer certains actes de la vie courante), elle va alors relever, pour le même service mais au travers de l'APA (Allocation Personnalisée Autonomie), du Conseil Départemental. Si le constat est fait après une chute et une hospitalisation, il y a de fortes chances pour que la MAIA (Méthode d'Action pour l'Intégration des services d'aide et de soin dans l'Autonomie) entre en diagnostic et prescrive de nouvelles aides. Et si la personne a plus de 75 ans, c'est l'ARS, via le PAERPA (Parcours santé des Ainés), qui revient dans le jeu.

V. 4ème PARTIE : LES NOUVEAUX SENIORS

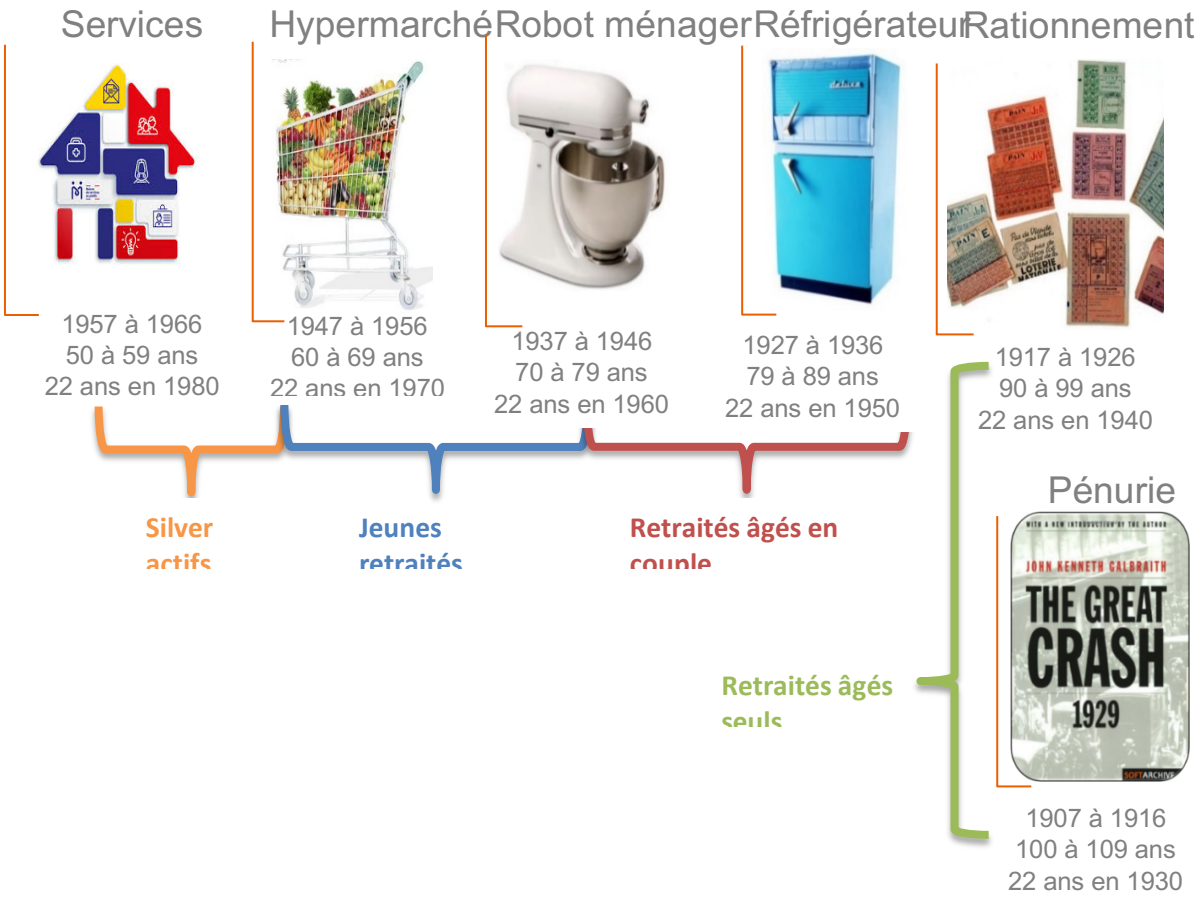
Qui sont ceux que l'on appelle « les seniors » ?

A) Une définition qui évolue

À partir de quel âge devient-on senior ? Vaste question. Car la réponse diffère selon les personnes interrogées. En outre, elle a évolué au fil des époques.
Au sein de notre société actuelle, les moins de 30 ans estiment que la vieillisse démarre avant 70 ans. Les personnes de 60 ans estiment, elles, qu'elle ne commence qu'à partir de 75 à 80 ans. Ce n'est, en fait, qu'à partir de 80 ans que les Français acceptent, pour la plupart, d'avoir basculé dans l'âge de la vieillesse.
D'une manière générale, la vieillesse est dévalorisée dans nos sociétés occidentales, comme le montre le Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie, le Credoc, dans le tableau ci-dessous :



Les définitions du senior n'ont pourtant que peu de relations avec les perceptions sociales. Dans le monde du travail, le terme est employé pour des personnes ayant plus de 45 ans, alors que l'Organisation mondiale de la Santé indique l'âge de 60 ans pour définir la notion de « personne âgée». Reste que l'allongement de l'espérance de vie a introduit la notion de « jeunes seniors ». Ceux-là se distinguent de leurs aînés, non seulement par leur état de santé, mais aussi par l'époque durant dans laquelle ils sont devenus adultes. La population des seniors rassemble ainsi plusieurs générations qui sont traditionnellement catégorisées en quatre groupes, se référant chacun à un symbole de leur période de naissance : le réfrigérateur (1927-1936), les robots ménagers (1937-1946), les hypermarchés (1947-1956) et les services (1957-1966).
Le tableau ci-dessous ajoute une catégorie aux quatre précédentes : le rationnement (1917-1926).



B) L'âge d'entrée dans la vieillesse a sensiblement reculé

Directeur des sciences humaines et sociales au Centre national de la recherche scientifique (CNRS), Patrice Bourdelais montrait, au milieu des années 90, que l'âge d'entrée dans la vieillesse n'avait pas cessé de s'accroître dans la population. Calculé à partir de l'incapacité à réaliser certaines tâches de la vie quotidienne ou par la survenue de problèmes de santé spécifiquement liés au vieillissement, il était de 76 ans chez les femmes, 70 ans chez les hommes.
L'enquête « Conditions de vie et aspirations des Français » va dans le même sens. Elle montre qu'en trente ans, la part d'individus âgés de 60 ans et plus, déclarant un handicap ou une maladie chronique, s'est sensiblement réduite, particulièrement chez les 60-70 ans. Une analyse par génération montre qu'à un âge donné, la part d'individus déclarant de telles maladies chroniques est systématiquement plus faibles pour les générations les plus jeunes. De même, aujourd'hui, la baisse de la part d'individus conduisant une voiture s'amorce après 70 ans, contre 60 ans dans les années 80.

Le vieillissement pourrait donc être catégorisé par une incapacité à réaliser certaines tâches de la vie quotidienne engendré par l'affaiblissement du corps et de ses fonctions.
52 % des personnes âgées de 80 ans et plus sont désormais concernées par au moins une limitation physique (voir, entendre, marcher, monter/descendre un escalier, prendre un objet…), contre 18 % des 60-79 ans.
26 % des personnes âgées de 80 ans et plus sont concernées par au moins une limitation cognitive (difficultés de mémoire, de concentration, d'apprentissage, se mettre en danger…), contre 11 % entre 60 et 79 ans.

Ce qui leur impose au moins une restriction absolue dans des activités courantes, telles que faire les courses, les tâches ménagères, les démarches administratives, préparer les repas, se servir du téléphone, sortir du logement, se déplacer, prendre ses médicaments, etc.
Surviennent aussi des problèmes de mémoire, de sommeil, d'apprentissage, etc.

Répartition des personnes ayant déclaré au moins une limitation ou restriction d'activité selon les groupes d'âge :

	A au moins une limitation …		A au moins une restriction …	
en %	physique absolue	cognitive grave	ADL absolue	IADL absolue
20-39 ans	2	7,9	0,4	1,7
40-59 ans	6,8	9	0,5	3,5
60-79 ans	**17,8**	**11**	**1,9**	**11,9**
80 ans ou plus	**51,6**	**26,2**	**11,9**	**44,1**
20 ans ou plus	10,2	10	1,4	7,1

Limitation physique : voir, entendre, marcher, monter/descendre un escalier, prendre un objet, s'agenouiller, porter un sac …
Limitation cognitive : difficultés de mémoire, de concentration, d'apprentissage, se mettre en danger …
Restriction absolue dans les activités essentielles : se laver, s'habiller, manger, boire, se lever, s'asseoir, se coucher …
Restriction absolue dans les activités instrumentales : faire les courses/les tâches ménagères/les démarches administratives, préparer les repas, se servir du téléphone, sortir du logement, se déplacer, prendre ses médicaments.

C) De plus en plus de personnes âgées dépendantes

Entre 2007 et 2011, le nombre de bénéficiaires de l'APA[7] résidant en France métropolitaine a augmenté de 10 %, passant de 629 000 à 696 000 personnes. La moyenne d'âge des bénéficiaires de cette aide a, quant à elle, augmenté de 0,3 ans.
L'APA s'adresse aux personnes âgées de 60 ans ou plus, confrontées à des situations de perte d'autonomie, qu'elles vivent dans leur domicile ou en établissement. La grille AGGIR les classe en six niveaux de perte d'autonomie : du plus dépendant GIR1 à l'autonome GIR6. L'APA concerne ainsi les GIR1 à GIR4. Cette aide relève de la compétence des Conseils Départementaux.

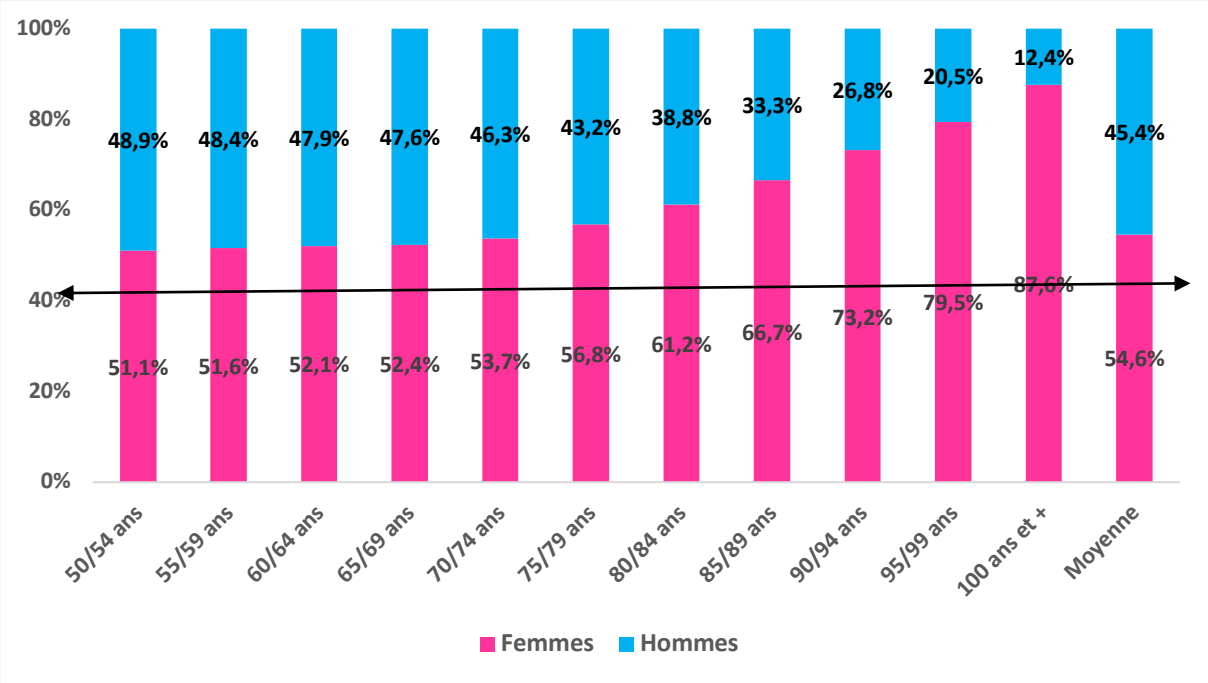
Bénéficiaires de l'APA à domicile selon le groupe iso-ressources (GIR)

En 2011			
	Homme	**Femme**	**Ensemble**
Moyenne d'âge en 2007	82,2 ans	83,8 ans	83,4 ans
Moyenne d'âge en 2011	82,5 ans	84,1 ans	83,7 ans
GIR 1	3%	2%	3%
GIR 2	20%	17%	17%
GIR 3	23%	21%	22%
GIR 4	54%	60%	58%
Ensemble	100%	100%	100%

[7] Allocation Personnalisée Autonomie

Parmi les plus de 85 ans, plus de 60 % vivent seuls. Ce sont, en outre, principalement des femmes.

Répartition par sexe et par classe d'âge de la population des 50 ans et plus en 2016

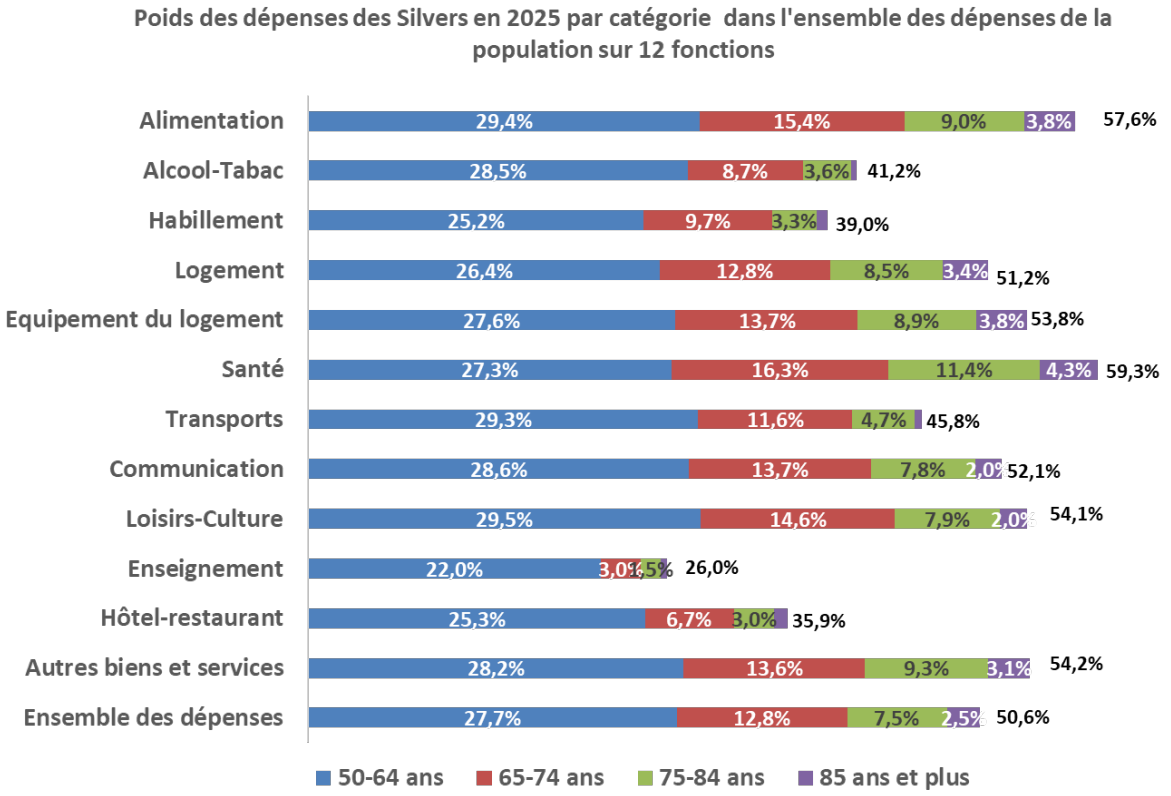


VI. 5ème PARTIE : BESOINS ET ACTES DE CONSOMMATION DES SENIORS

Les séniors et la consommation

A) Une population qui dépense

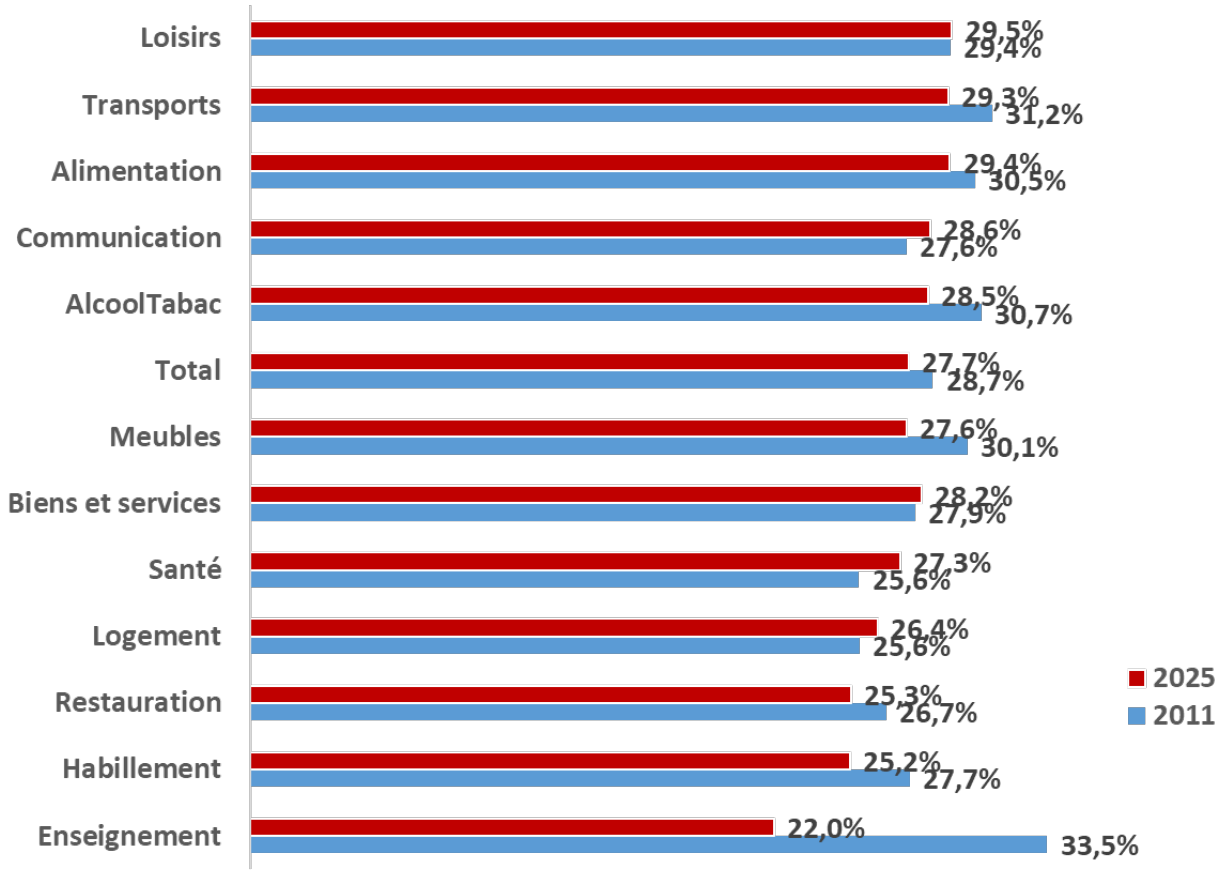
Les seniors (population étendue aux cinquantenaires) pèseront, selon une étude faite en 2017 par le Credoc, 51 % des dépenses de consommation en 2025, soit trois points de plus qu'en 2011.



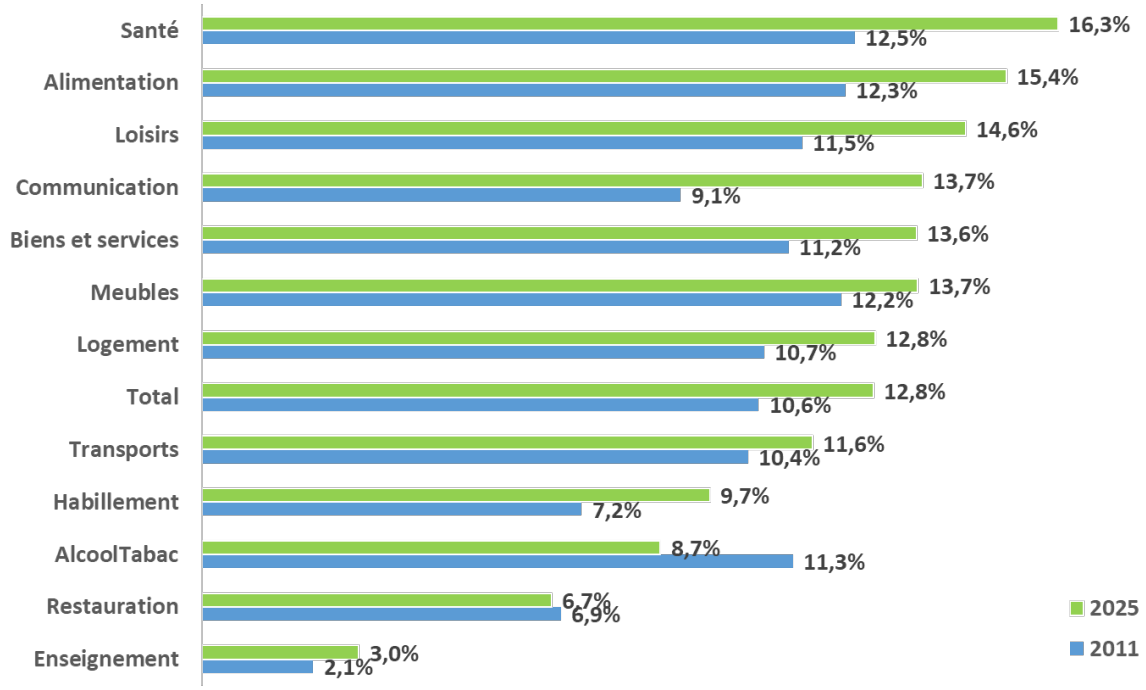
Source : Enquêtes Budget des Familles 1979, 1984, 1989, 1995, 2000, 2005, 2011, exploitation CREDOC

Dans le détail :

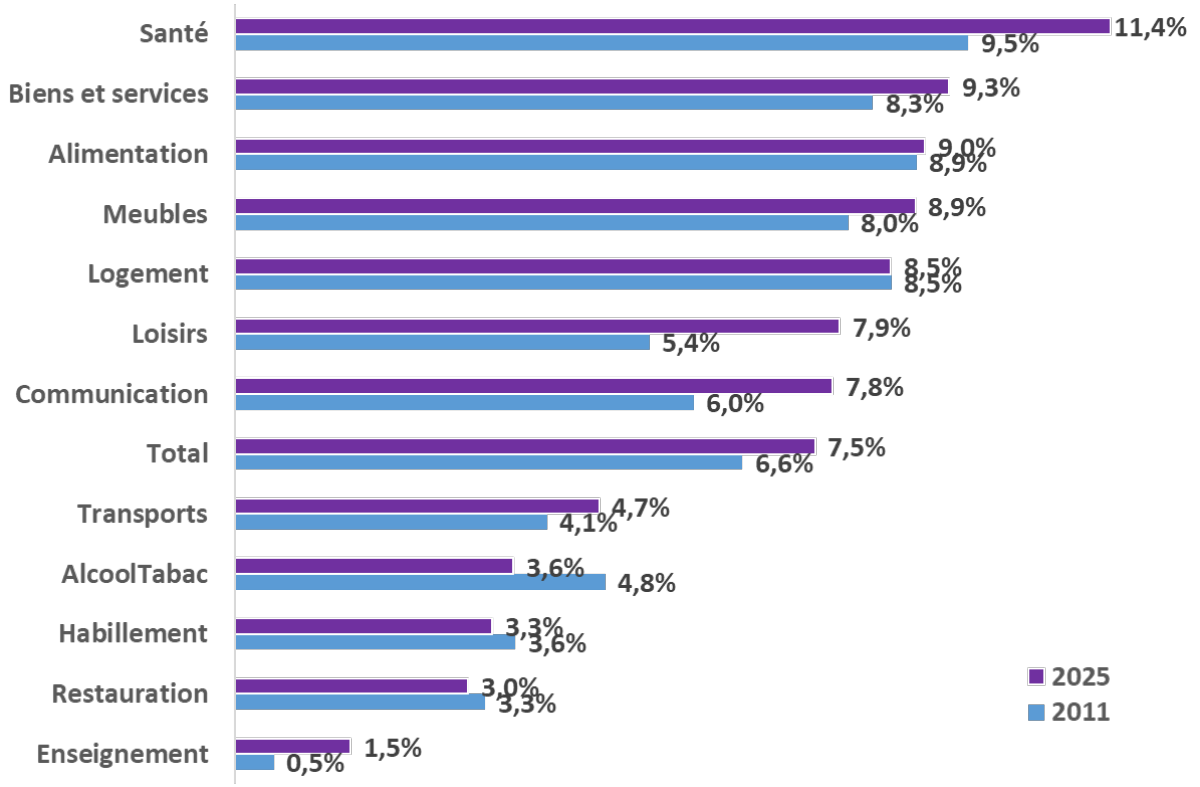
- Les 50-64 ans pèseront 28 % des dépenses de consommation en 2025



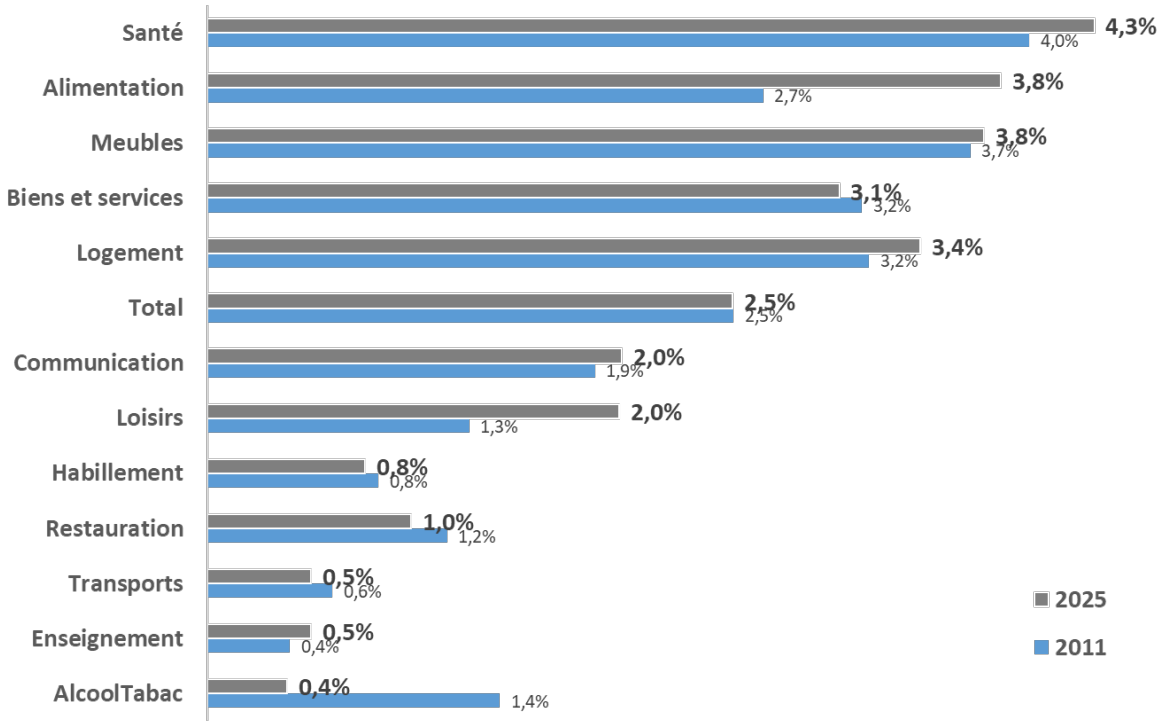
- Les 65-74 ans pèseront 13 % des dépenses de consommation en 2025



- Les 75-84 ans pèseront 13 % des dépenses de consommation en 2025



- Les plus de 85 ans pèseront moins de 3 % des dépenses de consommation directes en 2025

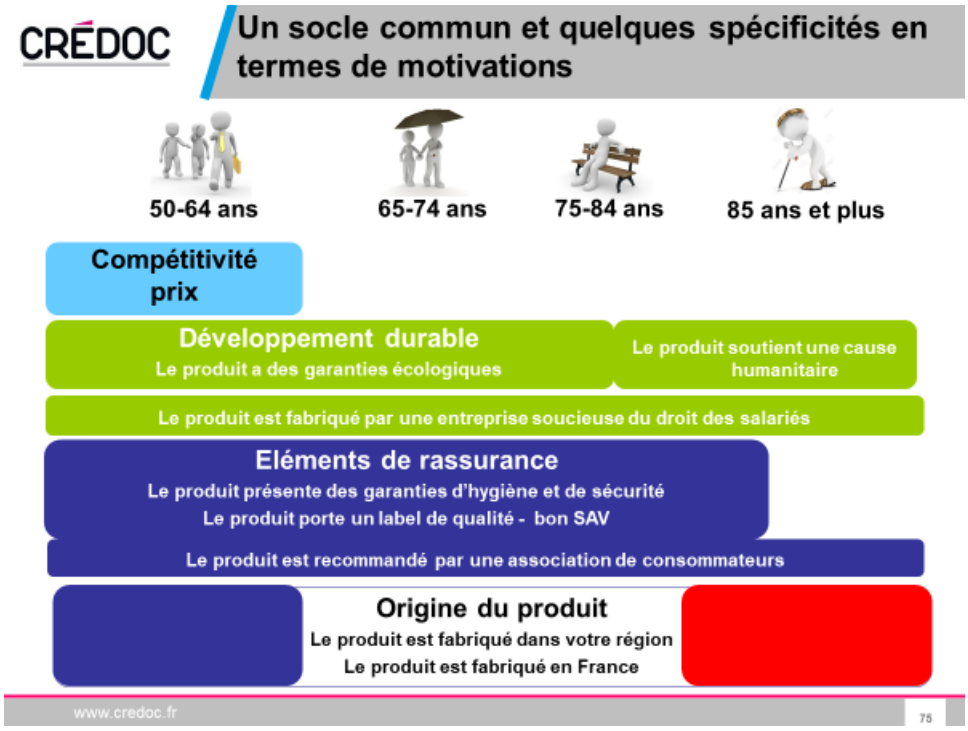


B) Une population sensible aux produits régionaux, de qualité et au bio

Les 70 ans ou plus sont sensibles aux préoccupations environnementales, ce qui se répercute sur leur comportement de consommateur. Cette tendance va s'accentuer dans les prochaines années.

- Quelle que soient la tranche d'âge, les seniors sont attachés à l'origine régionale d'un produit.
- L'intérêt porté au *made in France* croît avec l'âge.
- Les plus de 65 ans semblent, globalement, moins influencés que d'autres générations par l'argument du prix.
- Les garanties d'hygiène et de sécurité sont déterminantes dans leur comportement d'achat.
- L'attrait pour les marques diminue avec l'âge.
- La recommandation des associations de consommateurs et l'avis de leurs pairs (notation, confiance, etc.) influencent leurs achats.

L'âge modifie ainsi les comportements d'achat. Les seniors portent un intérêt tout particulier aux produits et services qui permettent d'obtenir un bénéfice immédiat sur leur état de santé, leur longévité. C'est particulièrement le cas des 75-84 ans. Cette tendance s'amplifiera.



C) Zoom par tranches d'âge

- Les 50-64 ans en 2025

Cette tranche d'âge est particulièrement intéressante pour les marchés de grande consommation. Elle pèsera 28 % de l'ensemble des dépenses de consommation, la rendant particulièrement intéressante en région Occitanie où elle représentait en 2015 près de 20 % de la population (18 % au national). Cette tranche d'âge vit encore en famille ou en couple. Elle compte les plus diplômés des seniors, avec une forte propension pour l'hédonisme, le lien social, la convivialité.

Elle sera un marché captif pour :

- les loisirs
- les transports
- l'alimentation
- la communication
- la santé
- le logement

Cette tranche d'âge est sensible à :

- la découverte de nouveautés
- l'argument des prix
- les éléments de rassurance : labels, SAV, hygiène, sécurité…
- le développement durable, le bio, la garantie écologique
- le *made in France*, le local et le régional

- Les 65-74 ans en 2025

Autre segment important sur le marché de la silver économie, les 65-74 ans, dont le nombre augmente, représenteront 13 % de la population d'Occitanie (11 % en France).

Cette tranche d'âge vit majoritairement en couple.
Ses valeurs sont les mêmes que la génération précédente : hédonisme et sociabilité : rôle important de la famille, des amis, mais avec une notion d'individualisme plus grande.
En 2025, elle s'accaparera 13 % de l'ensemble des dépenses de consommation.
Elle sera un marché captif pour :

- la santé
- l'alimentation
- les loisirs
- la communication
- les autres biens et services

Cette tranche d'âge est sensible à :

- la découverte de nouveautés
- le bénéfice immédiat des produits achetés
- les éléments de rassurance : labels, SAV, hygiène, sécurité
- le développement durable, le bio, la garantie écologique
- le *made in France*, le local, le régional
- la transmission

- Les 75-84 ans en 2025

En légère croissance, la tranche des 75-84 ans représenteront 8 % de la population d'Occitanie (7,3% en France) en 2025. C'est un segment vivant en couple ou seul.
Cette tranche d'âge pèsera 8% de l'ensemble des dépenses de consommation en 2025.
Elle sera un marché captif pour :

- la santé
- l'alimentation
- l'équipement du foyer
- les autres biens et services

Elle est également prête à investir sur les postes Communication et les loisirs.
Cette tranche d'âge est sensible :

- au bénéfice immédiat
- aux éléments de rassurance : labels, SAV, hygiène, sécurité, associations de consommateurs, réparation
- au développement durable, au bio et à la garantie humanitaire
- au *made in France*, au local, au régional
- à la transmission

- Les 85 ans et plus en 2025

Cette tranche d'âge est plus qu'une autre celle des services à la personne et des produits liés à la dépendance. Elle représentera 4,5 % de la population en 2025 en Occitanie (3,5 % en France).
Elle est généralement composée de personnes seules.
En 2025, elle pèsera 3 % de l'ensemble des dépenses de consommation.
Elle sera un marché captif pour :

- la santé
- l'alimentation
- l'équipement du foyer

Cette tranche d'âge est sensible :

- au bénéfice immédiat
- au éléments de rassurance : sécurité, fiabilité, résistance, réparation
- au *made in France*

D) Enseignements

La silver économie concernera de nombreux secteurs d'activité : le confort, la santé, le bien-être, le tourisme, les loisirs, les produits bio et locaux, les transports, les objets connectés et domotiques, les technologies de sécurité, l'alimentation, les services...
Enfants de la société de consommation, expérimentés et lucides, les seniors sont en effet en quête de services et produits adaptés à leur mode de vie. Notamment dans les domaines des transports et de l'habitat[8], dont ils estiment qu'ils ne sont pas adaptés à leurs besoins, respectivement à 34 % et 33 %. L'ajustement donnera naissance à de nouvelles offres, ce qui dopera la filière de la silver économie.
Cela étant dit, l'ensemble des secteurs tirera bénéfice en s'adaptant au marché des seniors. Selon une étude mondiale menée en 2013 par Nielsen[9], 51 % des consommateurs estiment que les publicités et les produits ne sont pas suffisamment adaptés aux attentes et aux besoins des seniors. Une personne sur trois considèrent que les magasins n'offrent pas de rayons dédiés aux produits dont ont besoin les seniors. Quatre sur dix jugent que les emballages sont souvent trop difficiles à ouvrir. Un peu moins d'un tiers d'entre elles (29 %) déplorent l'absence de bancs pour s'asseoir et 36 % regrettent que les supermarchés ne proposent pas d'assistants pour porter les sacs de courses. Plus de 4 sur 10 constatent l'absence d'aliments spécifique à des régimes alimentaires particuliers (45 %), de petites portions individuelles (44 %) et d'informations nutritionnelles clairement étiquetées (43 %). Les consommateurs interrogés éprouvent des difficultés dans la recherche de services tels que le logement (46 %), les transports (44 %), la finance (44 %), l'assurance médicale (39 %) et la livraison de repas (36 %). Autant de pistes à creuser pour développer de nouvelles opportunités de marché !

[8] TNS Sofres/CogedimClub, novembre 2014
[9] Nielsen : « Les consommateurs seniors, cible grandissante et opportunités à travers le globe », Grande consommation et distribution, 05-03-2014

VII. 6e PARTIE : EXPORTER LE SAVOIR-FAIRE OCCITAN

La silver économie, un vrai marché à l'export

Dans le monde, de nombreux pays assistent à une hausse de leur population de seniors. Pour les entreprises françaises relevant de la silver économie, cette réalité démographique est l'opportunité d'enclencher une dynamique à l'export. Tour d'horizon des principaux marchés.

A) La zone Asie

1) Le Japon et la Corée du Sud

Puissamment impactés par le vieillissement de leur population, le Japon et la Corée du Sud constituent les marchés les plus matures de la zone Asie. Dans ces deux pays, les seniors sont sensibles aux nouveautés et technologies. Lorsqu'un produit ou un service les séduit, il est aisément exportable dans les pays voisins où les marchés suivent de près les tendances qui s'imposent au Japon comme en Corée du Sud.

2) La Chine

La Chine est le marché le plus prometteur. Le développement de la silver économie y est encouragé par les pouvoirs publics. La France dispose de bons atouts, pour y proposer ses produits et services, son expertise étant reconnue dans le *Care*, en particulier la prise en charge des aînés. En Chine, le nombre des seniors égale celui de la population française.

En Asie, les savoir-faire attendus ne sont pas les mêmes d'un pays à l'autre. En voici le détail :

a. Au Japon : l'e-santé, les TIC, les technologies simplifiées et adaptées aux seniors et la robotique.
b. En Corée du Sud : la santé et la télémédecine, la maison intelligente, les technologies portables.
c. En Chine : la téléassistance, la vidéo vigilance, la télémédecine, la domotique, les objets connectés, ainsi que la formation des professionnels et des aidants et la construction de résidences médicalisées.

B) La zone Europe

3) L'Allemagne

C'est le pays le plus vieillissant d'Europe. Un quart de sa population a plus de 65 ans et cette part augmentera en passant de 21,7 à 25 millions d'ici 2030. Près de 40 % des Allemands ont plus de 50 ans, part incluant les retraités. Ces derniers ont une particularité : 10 % d'entre eux continuent de travailler. La pénurie de main d'œuvre pousse les entreprises à recruter dans la tranches d'âge comprises entre 50 ans à 65 ans, alors que ces salariés étaient, il y a encore quelques années, poussés vers la sortie. À savoir également : en Allemagne, l'âge de départ à la retraite passera de 63 ans à 67 ans en 2031.

Contrairement à la France, il n'existe pas de loi sur l'adaptation de la société au vieillissement. La silver économie est moins développée que dans l'Hexagone. L'Allemagne est donc peu exportatrice de produits et technologies émanant de ce secteur. À l'inverse, elle importe des produits nordiques (aides techniques, domotique, TIC…), français ou japonais (technologiques).
En Allemagne, les seniors forment une population captive et des relais de croissance pour la silver économie. 84 % de leurs revenus sont consacrés à la consommation des soins de santé, du logement et des loisirs. Le revenu mensuel net des plus de 65 ans net frôle 1 900€.

4) La Suisse

La Suisse est également confrontée au vieillissement de sa population. En 2030, un tiers de sa population aura plus de 60 ans. Les seniors fraîchement arrivés à la retraite, ceux âgés de 65 à 69 ans, gagnent davantage que les jeunes de 25 à 29 ans, en disposant d'un revenu annuel médian de 102 000 francs suisses, contre 96 000 francs suisses pour leurs cadets.
En dépit de cette réalité économique, peu de produits et services sont adaptés au marché et aux besoins des seniors. Depuis 2017, toutefois, des initiatives se font jour autour de la *silver économie* (associations par cantons, universités, colloques, etc.).

En Suisse, les communes gèrent l'organisation de la santé publique (maisons de retraite, maintien au domicile et soins ambulatoires à domicile). Dans le domaine des services à la personne, les associations professionnelles jouent souvent un rôle de prescripteurs notamment en matière d'aides techniques et technologiques, auprès des maisons de retraite, des EHPAD et des consommateurs seniors.
Pour les entreprises françaises, la Suisse est donc un pays intéressant.

5) Les pays nordiques

La population des seniors augmente, là aussi, dans tous les pays. Un doublement du nombre de personnes âgées est attendu à l'horizon 2030/2040. Finançant le système de santé et de prise en charge de la dépendance, les pouvoirs publics et les collectivités locales favorisent l'émergence de nouvelles solutions, face au vieillissement de la population. En quête d'innovation, les autorités publiques créent un environnement propice aux partenariats technologiques.
Ces pays sont précurseurs en Europe en ce qui concerne les dispositifs d'aide aux personnes âgées, les aides techniques, l'aménagement des infrastructures et des lieux publics.

Les expertises attendues sur ces marchés européens :

a. En Allemagne : les nouvelles technologies (domotique et téléassistance) ; produits non stigmatisants
b. En Suisse : les soins à domicile et nouvelles technologies, les aides techniques.
c. Dans les pays nordiques : les technologies et produits innovants au service des seniors (robotique, solutions de e-santé, *smart home*, etc.) ; services d'accompagnement à domicile ou pour les maisons de retraite ; formation du personnel de santé et d'infirmières.

C) Le Maghreb

Le Maghreb enregistre une baisse continue de sa natalité. Une illustration : en Algérie, le taux de fécondité est passé de 7 à 2,7 enfants par femme entre 1975 et 2005, selon une étude de l'ONU. Ce taux continuera de baisser, pour atteindre 1,9 enfant en 2045, soit un chiffre en-dessous du seuil requis pour alimenter un renouvellement naturel de la population.

La part de la population âgée de 60 à 79 ans connaîtra donc une hausse substantielle puisqu'elle passera de 7,4 % de population totale à 20,5 % en 2050, avant de culminer à 28,4 % en 2100.
Dans les pays du Maghreb, l'espérance de vie continue en effet d'augmenter, pour atteindre en moyenne l'âge de 76 ans. Sans précédent, ce vieillissement de la société maghrébine l'amènera à faire face au problème de la dépendance.
Actuellement, les personnes âgées sont souvent démunies et manque bien souvent d'assistance. Ce qui est nouveau. Les liens familiaux de plus en plus distendus, voire inexistants, provoquent en effet la marginalisation de personnes âgées privées d'aides suffisantes pour vivre décemment.
Les foyers pour personnes âgées sont rares et ne peuvent généralement pas assurer une prise en charge médicale. Souvent insalubres, ils souffrent d'un manque de moyens. Les centres hospitaliers disposant d'un service de gériatrie sont, quant à eux, quasi-inexistants.
Au Maghreb, le secteur de la santé sera donc amené à répondre à des besoins qui seront bien différents de ceux d'aujourd'hui. Et, en milieu hospitalier, le corps médical sera confronté au problème de la prise en charge des personnes âgées.
Enfin, les systèmes de retraite au Maghreb, fondés majoritairement sur la logique de la répartition comme dans de nombreux pays européens, seront eux aussi confrontés au vieillissement de la population.

D) Les expertises attendues sur ces marchés du Maghreb :
   a. Ingénierie de base, formation des personnels paramédicaux, émergence d'une culture de soins à la personne âgée
   b. Nouvelles technologies, solutions mobiles de santé (numériques et physiques)
   c. Aides techniques, équipements de base

VIII. 7ème partie : ET DEMAIN ? STRUCTURER ET DYNAMISER

Constat et opportunités identifiées

Toutes les conditions sont donc réunies pour que développe la silver économie. Elle peut en effet devenir une nouvelle filière créatrice de solidarités, de lien social et d'emplois pérennes.
En France comme à l'étranger, les besoins sont tels qu'ils favoriseront l'émergence d'une nouvelle offre de produits et de services, axée sur la satisfaction des attentes des seniors.
Encore faut-il lever les freins qui entravent l'émergence de ce secteur, organiser l'existant.
Cela fait, la silver économie pourra devenir un partenaire utile dans la recherche de solutions aptes à répondre aux défis que nous lance le vieillissement et dans le déploiement d'activités économiques nouvelles là où des territoires sont en déclin.

A) L'urgence de convaincre, de fédérer et d'animer

La silver économie est, à l'heure actuelle, beaucoup trop informelle. Bien qu'elle ait une réalité économique, ses composantes sont dispersées, sans lien structuré entre elles. Cela vaut pour les producteurs de biens autant que pour les donneurs d'ordre, financeurs et les usagers.

1) Des intervenants divers

Économie sociale et solidaire, grands groupes, PME, start-up, associations, coopératives… Les producteurs de biens et de services intervenant sur le secteur de la silver économie sont nombreux. La première mission, complémentaire d'un adressage vers les financeurs, est donc de les fédérer. Le moyen d'y parvenir sera de les sensibiliser et de les convaincre. Une structure chargée de porter cette mission est indispensable. Son animation sera déterminante, tant les secteurs où elle interviendra sont variés : santé, SAP, bâtiment, transports, agroalimentaire, agriculture, hébergements, tourisme, objets connectés, numérique… Tous doivent pouvoir travailler ensemble.
Les méthodes d'animation retenues sont participatives, de type *Living Labs*, pour faire remonter de la plus-value depuis la base en mode « bottom up ».
L'animation doit être régulière, enrichissante, créatrice de mise en relation et de valeur ajoutée. Elle devra innover, épauler les start-ups, les PME-TPE/ETI, agir comme un guichet unique, relayer les directives et recommandations européennes, se déployer dans les territoires…

2) Les financeurs de l'innovation, de biens et de services

Banques, Mutuelles, CNSA, CARSAT, CPAM, ARS, collectivités… Là aussi, les intervenants sont nombreux. Sous l'impulsion de la loi d'Adaptation de la Société au Vieillissement (ASV), les conseils départementaux ont dû mettre en place les Conférences des Financeurs de la Prévention de la Perte d'Autonomie (CFPPA).
Ces CFPPA réunissent ainsi, dans chaque département, le conseil départemental, l'ARS, l'État, la CPAM, l'inter-régime pour la prévention et la préservation de l'autonomie, des EPCI, acteurs publics ou privés, etc. Leur objectif est de soutenir l'innovation, les Aides Techniques… Leur création, à l'initiative du législateur, montre du coup qu'une telle structure manquait cruellement, pour officialiser un dialogue entre ces différents intervenants.
De son côté, le réseau consulaire bouge lui aussi : la chambre de commerce et d'industrie du Gard, celle de l'Hérault et celle de l'Aude ont mis en place des référents « silver économie » et un élu est affecté au niveau de la CCI Occitanie, Samuel Hervé.

La Chambre régionale de l'économie sociale et solidaire (CRESS) et son Observatoire ont lancé une enquête sur l'implication de l'ESS dans l'économie occitane sous l'angle de la silver économie (2018-2020).
Tous ces acteurs, auxquels s'en ajoutent beaucoup d'autres, ont en commun d'intervenir dans le champ des seniors. Or, ces partenaires n'ont pas toujours conscience que leur complémentarité pourrait devenir un exceptionnel atout face aux défis lancés par le vieillissement.

B) Aides Techniques et Services A la Personne : accompagner la structuration d'une rencontre à forte valeur ajoutée

⇨ LES AIDES TECHNIQUES

Les aides techniques, ou produits d'assistance, ciblent la compensation de la survenue des déficits pour les personnes dès qu'elles sont en perte d'autonomie.
On trouve, sous cette appellation, un foisonnement de produits allant des lunettes aux barres de douche et aux prothèses ou exosquelettes les plus élaborés.
Certaines sont soumis aux normes NF ou européennes de première intention alors que d'autres sont des Dispositifs Médicaux.
La CNSA a décidé de faire des Aides Techniques une de ses priorités, épaulée par la plupart des Conseils Départementaux au travers des CFPPA[10] mais également par l'ARS (L'Assurance Maladie remboursant certaines Aides Techniques).

Aujourd'hui, l'innovation est clairement du côté des aides techniques : lunettes à réalité augmentée, cannes intelligentes, fauteuils communicants, nappes de capteurs, piluliers connectés, verres à mesure de la déshydratation, robots compagnons ou de compensation affective, rails de transfert, déambulateurs dynamiques, scooters électriques adaptés, etc

En Occitanie, 14 % des entreprises qui ont demandé leur affiliation à l'Annuaire de la silver économie, relèvent de ce secteur extrêmement technologique et dynamique.

Des sociétés comme Winncare (marque Asklé), Bastide Le Confort Médical, Alter Éco Santé, DLM Créations, Aequophonie, Ergo Santé et des start-ups comme FeelObjekt, le Fauteuil Roulant Français participent au rayonnement de l'Occitanie. Toutes déjà bien implantées et reconnues.

La région dispose en outre d'*« une concentration exceptionnelle »*, souligne la Direccte, de Living Labs en santé et autonomie.

Il pourrait être judicieux d'organiser économiquement, professionnaliser et soutenir le dynamisme de cette filière qui s'adresse (marché, test, innovation) directement aux Services A la Personne, aux Résidences Services et aux EHPAD ou CHU (soins de suite et de réadaptation, longs séjours, etc).

⇨ LES SERVICES À LA PERSONNE

Le développement des services à la personne est indissociable du phénomène de vieillissement. Ces services recouvrent des aides précieuses aussi diverses que le repassage, les petits travaux, le jardinage, les courses, la surveillance de personnes au domicile, les prestations d'esthétique, le portage de bagages, de repas, l'accompagnement… Leur utilité s'accentue avec l'avancée en âge.

[10] Conférence des Financeurs de la Prévention de la Perte d'Autonomie, une par département.

Ce secteur des services à la personne est particulièrement actif en Occitanie où il donne naissance à de nouveaux métiers. Il est pourvoyeur d'emplois, notamment dans l'ESS.

De plus, il a un effet d'entraînement sur d'autres secteurs de la silver économie, qu'il s'agisse des aides techniques ou des solutions connectées. Il constitue également un champ d'innovation en matière notamment de parcours de soin numérique, d'objets connectés, de retours d'expérience, tout en facilitant la communication entre les différents intervenants, aidants familiaux et professionnels.

Il est en amont des solutions d'hébergement (Résidences Services, EHPAD) mais fortement connexe à celles-ci (les SAP interviennent en Résidence Services et font partie d'organes mixtes de rencontre avec les EHPAD)

Pour autant, ce secteur n'est pas fédéré en Occitanie, alors qu'il est au cœur du devenir de la silver économie.

Combiné avec la force des structures et solutions d'hébergement, il pourrait être le carburant d'une économie locale et circulaire au bénéfice des Aides Techniques et solutions de santé : retours d'innovation, tests, prototypage, déploiement.
Il est également, en tant que tel, un marché direct (consommateur de solutions) et indirect (influenceur des aidants et des usagers finaux).

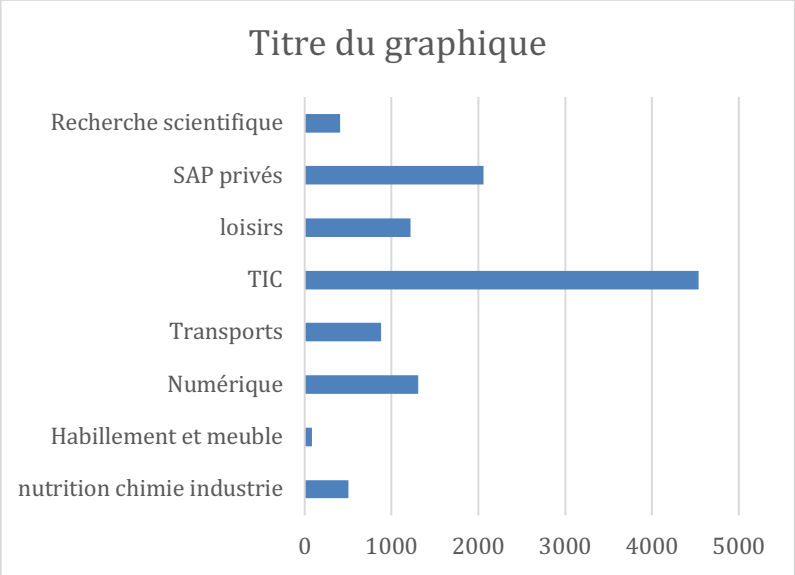
Certaines Régions (PACA, par exemple[11]) ont créé un Pôle des Services A la Personne qui potentialise la valeur cumulée de l'ensemble des acteurs.
Un Pôle des Services A la Personne et des Solutions d'Hébergement (PSAPSH) impliquant des acteurs majeurs de la Région Occitanie (Les Sénioriales, Groupe MBV, UNA, FEP, ADMR, …) pourrait être une des solutions pour apporter vision et sens.

Enfin, ce secteur pèse lourd dans la région. *« Les métiers des services à la personne et à la collectivité sont une composante importante de l'économie régionale »*, confirme Pôle Emploi Occitanie qui ajoute : *« Ils concentrent 14 % des offres d'emploi diffusées par Pôle emploi et ses partenaires sur le site pole-emploi.fr. Trois offres d'emploi sur cinq concernent les métiers de l'aide à la vie quotidienne. »*

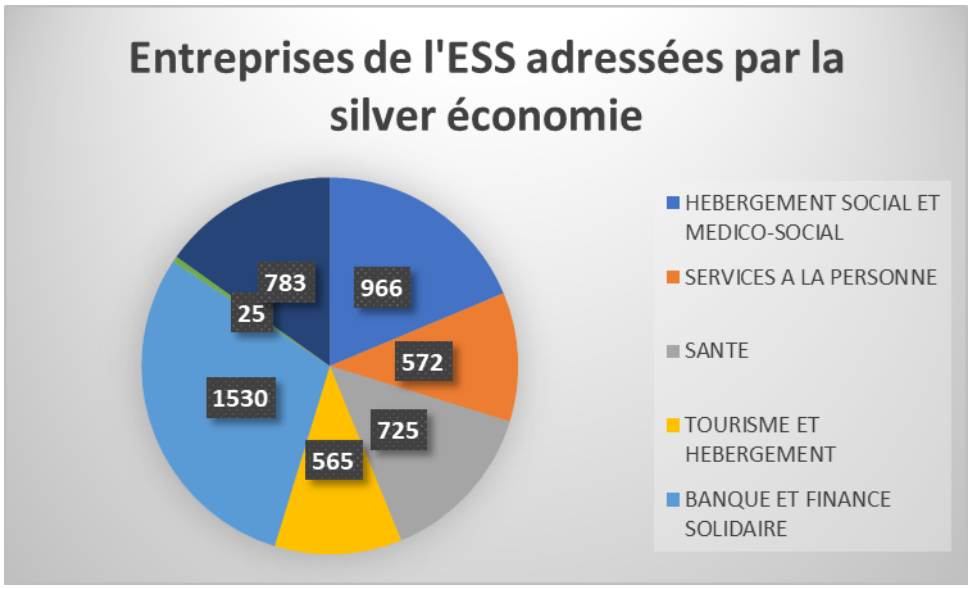
C) 8 domaines de l'industrie et des services et 14 créneaux porteurs de la silver économie occitane

Un adressage orienté « marché des seniors » concernant 11 000 entreprises de toutes tailles, des SAP privés aux grands industriels, **des secteurs publics et privés**, segmentées en 8 groupes d'intérêts variés (voir schéma ci-dessous).
Si l'on rajoute les infrastructures touristiques (21 967 adresses) et l'immobilier (9431 agences de location ou de promotion immobilière), on dépasse les 40 000 entreprises, selon qu'elles intègrent les seniors comme cible de production ou comme cible de service.

[11] l'objet est de *« favoriser la croissance et l'innovation des organisations et de créer/consolider l'emploi »*



Dans **l'Economie Sociale et Solidaire**, 5166 structures sont concernées par un adressage autour du vieillissement, de la prise en charge de la dépendance, de la prévention de la perte d'autonomie mais aussi des loisirs …



⇨ <u>Tourisme, forme, loisirs</u>

Coaching sportif à domicile, e-learning, voyages adaptés… les secteurs des loisirs, du tourisme, du sport et des activités culturelles sont en mesure de répondre parfaitement à ce qu'attendent les plus de 60 ans. La volonté de rester actif le plus longtemps possible ouvre donc un gigantesque marché, dans le cadre d'offres adaptées aux contraintes de l'âge : accessibilité des sites, activités et séjours configurés en fonction des capacités physiques et des déficiences.

a. 1ère tématique : Le tourisme des seniors

Les séniors passent l'essentiel de leurs vacances en France (88 %). Le poids est loin d'être négligeable dans le chiffre d'affaires touristique français. Ainsi, en 2014, les personnes de 62 ans ou plus ont généré

un tiers des nuitées touristiques. Les seniors voyagent seuls ou en couple, davantage via des forfaits, notamment en formule « tout compris ».

Ils dépensent en moyenne 400 € par personne pour un voyage de 7 à 8 jours.
Ils partent fréquemment en dehors de la pleine saison, le mois de septembre étant quasiment équivalent au mois d'août. Séduits par la montagne en dehors des sports d'hiver (60 %), ils apprécient les grands sites culturels et religieux, les festivals où l'on peut s'asseoir.

Ils privilégient les activités associant, par exemple, patrimoine culturel ou religieux, haltes de dégustation (cave, ferme bio, etc) et shopping, le tout à leur rythme (*« less is more »*). C'est un public en recherche de simplicité, de services et de parcours sans obstacle.

Les valeurs du touriste senior sont l'authenticité, le confort, la convivialité.

Des formats pourraient facilement être packagés, incluant également de la remise en forme (parcours accompagnés d'un podomètre numérique, etc.)
Appuyé sur des structures d'innovation (Open Tourisme Lab, etc), des start-ups seraient accompagnées vers ces solutions orientées « services » et « technologie » (podomètres, réalité virtuelle, réalité augmentée, ..)

L'adoption, par la Région Occitanie, de modèles type EDEN (European Destination of ExcelleNce) qui conjuguent sites remarquables par leur beauté et tourisme durable avec services pourrait être une des pistes ouvertes aux catégories socio-professionnelles disposant d'un fort pouvoir d'achat et aux jeunes seniors. A titre d'exemple, la Slovénie compte 7 destinations d'excellence EDEN, toutes montagneuses et rurales, ayant su tirer parti d'un design d'adressage aux seniors.

b. 2ème thématique : Le thermalisme

L'Occitanie dispose d'une offre thermale particulièrement dense et variée, en montagne comme en bord de mer. La thalassothérapie est proposée sur le littoral méditerranéen. Plusieurs stations offrent la particularité de compléter leurs prestations par des lignes de soin renommées : Avène (Pierre Fabre), Cauterets (Galénic).

La vinothérapie est peu présente pour l'instant en Occitanie, alors qu'elle assure en bordelais le succès d'une marque comme Caudalie.

Le thermalisme est lié à la santé. Sa clientèle est majoritairement âgée, les trois-quarts ayant plus de 60 ans dans les lieux consacrés à la rhumatologie. Paradoxalement, le public et ses attentes sont peu connus. Tout au plus, sait-on que 25% se plaignent des délais d'attente et de l'hygiène des locaux. Quant à leurs activités en dehors de la cure, elles ne sont pas connues.

En fait, la clientèle vient sur prescriptions médicales, avec prise en charge par l'Assurance Maladie.

La stratégie consisterait à compléter l'offre de soin par des packages bien-être, à l'attention de publics seniors désireux de s'entretenir.

c. 3ème thématique : Activités Physiques Adaptées

La remise en forme des personnes de plus de 85 ans, maintenues à domicile ou hébergées en EHPAD, est désormais facilitée par l'arrivée de la réalité virtuelle et la multiplication des objets connectés. Les La première crée, au travers de serious games dédiés, les conditions favorables à l'exercice des

personnes à mobilité réduite ; les seconds permettent de mesurer les efforts produits. Apparaissent ainsi de nouveaux métiers : accompagnateur sportif doux, training at home, etc.

Ces nouveaux objets sont de merveilleux outils pour allier remise en forme et visites culturelles, en mesurant l'effort fourni, et du coup le « bien vieillir » au rythme d'un séjour touristique.

La réalité augmentée peut également être utilisée pour immerger le touriste senior dans des reconstitutions historiques, en lien par exemple avec les visites organisées.

Cette offre nouvelle peut rencontrer un vif succès, l'Occitanie réunissant toutes les conditions pour la développer.

⇨ ALIMENTATION - NUTRITION

En matière de produits agroalimentaires, les principaux défis concernent leur adaptation au marché des seniors : packaging, facilité d'ouverture, lisibilité des étiquettes, des marquages en rayon…

En Allemagne, les laitages sont plébiscités par les personnes âgées par la simple installation de loupes à proximité des rayons pour qu'ils puissent lire correctement la composition des produits. Ce qui répond exactement à leur besoin d'être rassurés sur la qualité, les vertus, l'origine locale du produit, etc.

Le Japon est très en avance sur le sujet. Il s'est doté d'un corpus de normes spécifiques à la silver économie, allant jusqu'à mentionner que les pâtisseries traditionnelles doivent être rendues plus souples, de sorte à faciliter la mastication.

d. 4ème thématique : une alimentation adaptée aux pathologies de l'âge

Nous venons de l'aborder : chez les seniors, si les troubles de la déglutition et de la mastication prennent une importance croissante, le risque de dénutrition constitue un autre défi à relever.
Des produits spécifiques pourraient être développés, en tenant compte des pathologies liées au grand âge.

La déshydratation est une menace. La perte d'appétit guette également, tout comme la diminution du goût et la persistance de saveurs particulières.

Des plats cuisinés, confectionnés en vue de garantir l'équilibre nutritionnel, pourraient prendre en compte la notion d'appétence, sans dénaturer ni dégrader la qualité du produit.

Un travail peut être fait sur l'onctuosité, la texture… En somme, il s'agit d'appliquer les règles de la gastronomie française, réputée dans le monde entier, aux besoins particuliers des seniors, pour sublimer goût et plaisir de passer à table.

Des lignes de produits spécifiques pourraient être développées en partenariat avec des grands chefs, nombreux en Occitanie, appelés à mettre leur art au service d'un public d'aînés.

La région abrite aussi quelques pépites des compléments alimentaires, de la nutrition et de la diététique. Figurent parmi elles Nutergia (Aveyron), Dynveo (Gard) et Nutrition & Santé (Haute-Garonne).

Ainsi, l'Occitanie pourrait initier un savoir-faire nouveau, porteur d'innovation culinaire et d'équilibre alimentaire, exportable à l'étranger.

e. 5ème thématique : Bio, local, régional à destination des nouveaux seniors

Les dépenses alimentaires constituent l'un des principaux postes budgétaires des seniors. Elles arrivent en deuxième position dans quasiment toutes les tranches d'âge.

Les seniors attendent un bénéfice immédiat des aliments qu'ils achètent. Ils réduisent leur consommation de viande, adoptent massivement le bio et les produits régionaux, porteurs de qualité et de « mieux être ». Ils sont néanmoins curieux, épris de nouveautés. S'entretenir passe, avant toute chose, par une alimentation de qualité.

Le marché des seniors est donc une belle opportunité pour les producteurs de produits de qualité, les agriculteurs et les industries agroalimentaires en Occitanie

Des lignes de produits bio, issus de l'agriculture raisonnée, misant sur la qualité et le bien-être, insistant sur la proximité (visage de l'éleveur, du producteur sur le packaging) et l'origine régionale identifiable, sont autant de promesses auxquelles sont sensibles les seniors.

Un dialogue avec les Services A la Personne, qui sont les leaders du marché du portage de repas à domicile, est à encourager.

f. 6ème thématique : les emballages, le packaging (design et praticité)

La majorité des packagings à destination des seniors n'est pas adaptée : bouchons à vis incompatibles avec l'arthrose des doigts, désoperculage laborieux de barquettes, canettes à goupilles sont autant d'obstacles à la manipulation autonome de denrées alimentaires.

Ce marché adresse spécifiquement les cabinets de design, les industriels du packaging et de l'emballage, mais aussi des spécialistes de la santé, des usagers. Il pourrait faire émerger une réelle expertise des objets, dans un esprit de *design for all*. En clair, ce qui facilite la vie des plus fragiles facilite la vie de tous.

⇨ TIC, Objets numériques et santé connectée, réalité virtuelle et augmentée

Si ces techniques améliorent la qualité de vie et le bien vieillir, elles nécessitent un accompagnement et une sensibilisation à la révolution numérique, par exemple via des formations ou des interfaces adaptées.

g. 7ème créneau : TIC, réalité virtuelle, serious games, applications mobiles

Les seniors sont friands de nouvelles technologies. Communication sociale avec la famille, les amis, téléphonie, smartphones, applications mobiles, tablettes, domotique connectée, sites de rencontres… Ils se mettent aisément à la page. Leurs usages numériques ne se limitent donc pas aux équipements utilisés dans le cadre de la dépendance. Les seniors forment une population connectée. Les deux-tiers d'entre eux utilisent internet tout autant que les plus jeunes. Le digital est un moyen de se faciliter la vie, pratique, amenant plaisir et détente.

Applications, jeux, interfaces ludiques sont donc à développer à partir des recueils de besoins. Notamment dans la santé, l'entretien des facultés, les exercices physiques, afin d'aider au Bien Vieillir.

En outre, les objets et services connectés leur apportent sécurisation et confort d'usage : tensiomètres, balances, téléconsultation… Le suivi à domicile continuera, lui aussi, à se développer.

Or, en Occitanie, de nombreuses sociétés et start-up brillent dans ces spécialités à fort potentiel de croissance économique, encouragées par les structures de Développement Economiques régionales ou locales.

h. 8 ème thématique : la « *Smart Région* »

Après la *Smart City*, pourquoi ne pas créer la « Smart Région » ? L'impulsion pourrait être donnée, ouvrant le champ de tous les possibles. Tel le cœur du réacteur de la silver économie, cette Smart Région rassemblerait de la donnée, mettrait de l'informations à disposition des seniors, fédérerait autour d'elle des acteurs actuellement trop éparpillés. En somme, elle allierait développement économique et aménagement du territoire. En Occitanie, en effet, de nombreux territoires où vivent des seniors sont en souffrance. La Smart Région pourrait encourager les Smart Villages en dehors des agglomérations et à distance des zones favorisées.

⇨ Bien Vieillir, Santé

i. 9ème thématique : la phytothérapie et les lignes bio-cosmétiques

Ce secteur allie médecine fondée sur les plantes, principes actifs naturel et bio-cosmétique. Complémentaire du thermalisme, il flirte donc avec les secteurs du bien-être et du tourisme.
L'Occitanie est, ici aussi, riche de marques, de grands laboratoires réputés en cosmétologie (comme Pierre Fabre) et de produits naturels, protecteurs de la santé. Les complètent, de manière connexe, des productions locales et régionales très demandées : tisanes drainantes, infusions calmantes, jus de fruits bio détoxifiants…

Les seniors sont grands consommateurs de ces produits auxquels ils attribuent un bénéfice tout aussi immédiat que le bio et les produits régionaux. L'hygiène et l'entretien de soi font écho chez eux et déterminent l'acte d'achat.

La région dispose ainsi d'un autre gisement de croissance dans le cadre d'une filière de la silver économie structurée. Des produits identifiés « dépendance », à destination des EHPAD ou des hôpitaux, pourraient voir le jour : onguents, huiles de massage en prévention, produits hyper-protéinés, etc.

⇨ DEPLACEMENTS - TRANSPORT

Pris sous sa définition la plus large, le secteur des transports dispose d'un immense gisement d'activités à développer autour de la problématique de la mobilité des seniors : accessibilité pour les personnes en fauteuil, en déficience visuelle ou auditive ; aide à la conduite ; ergonomie du véhicule personnel (plateformes élévatrices, caméras embarquées…), transport ferroviaire (accès au train, circulation dans les gares et dans les rames…).

j. 10ème créneau : Les véhicules autonomes

Le véhicule autonome intéresse, en tout premier lieu, le marché des seniors. La mobilité les met à l'abri d'une part de l'isolement social, d'autre part d'un arrêt des activités, dont on sait qu'elles jouent un rôle crucial sur leur maintien en forme.

Le véhicule autonome étant un véhicule connecté, il peut s'envisager de développer en Occitanie de nouvelles offres de produits et de services à bord, grâce à la fois à l'efficacité des dispositifs régionaux d'innovation et au vivier performant des start-up présentes dans la région.

La Région possède un cluster, AUTOMOTECH, qui peut intégrer un domaine d'activité dédié aux publics fragiles et aux seniors.
La Métropole de Toulouse a intégré, dans ses aspects Smart City, les transports en commun autonomes, avec des tests en cours.
Les séniors sont les premiers acheteurs de véhicules neufs et l'isolement va devenir un enjeu fort des territoires ruraux.

⇨ HABITAT – LOGEMENT- URBANISME- VILLES INTELLIGENTES ET RURALITE

L'aménagement des lieux d'habitation comme de l'urbanisme environnant constitue un formidable marché pour les entreprises et les artisans. Faisant appel à de nombreuses spécialités, ces deux domaines sont naturellement créateurs de valeur ajoutée, d'innovations et, de ce fait, d'activités nouvelles.

k. 11 ème créneau : L'habitat et le mobilier adaptés

Cette thématique, en lien avec d'autres ici, intéresse le logement, et généralement l'habitat, qu'il faut adapter aux besoins des seniors. Mettant en action les Livings Labs Occitans, elle a vocation à créer des opportunités, dont les bénéfices se répercuteraient sur les entreprises régionales, ansi Legrand, Schneider Electric, Hager... Mais pas seulement. Car, en plus des alarmes à incendie, portes et fenêtres plus simples à ouvrir, salles de bains équipées ou les commandes automatiques, elle concerne également le mobilier adapté, faisant appel au design notamment.

l. 12 ème créneau : l'urbanisme intelligent

L'habitat adapté ne suffit pas. Il faut également repenser le quartier, l'accès aux loisirs, à la culture... Aujourd'hui, des Chartes « Ville Amies des Ainés » voient le jour. Affiliées au réseau mondial des villes et des communautés amies des aînés de l'Organisation mondiale de la santé (OMS), elles prévoient des fils rouges facilitant la mobilité et l'épanouissement des seniors. Des initiatives innovantes en sont issues : Jardin'âge, chaises favorisant le lien social, parcours sportifs adaptés... Créer des quartiers intégrant la dimension « seniors », tel est le but qui mobilise architectes, urbanistes, enseignants, chercheurs et décideurs. Voilà donc un autre secteur riche d'innovations, dont peut s'emparer l'Occitanie.

⇨ FORMATION

m. 13 ème créneau : les silver parcours en Formation

Intégrer la dimension senior dans les parcours de formation. Certaines écoles s'y essaient en région parisienne mais aucun CFA ne propose de module « nutrition des seniors », pas plus que les BTS Tourisme, les filières techniques (bâtiment, électricité, plomberie…) ou technologiques (domotique, objets connectés…)

La création de « silver campus » ou de « silver parcours » serait donc un vrai plus où la Région Occitanie serait à l'initiative d'innovations.

La richesse créée par les différents créneaux retenus (packaging, tourisme, nutrition, urbanisme, etc) adossée à des mini-pépinières pourrait compléter l'offre universitaire en fonction des grandes thématiques que les COMUE organisent.

Par ailleurs, sur les marchés à l'export, l'ingénierie de formation est particulièrement attendue en Asie mais également sur l'ensemble sud du bassin méditerranéen.

⇨ LES SERVICES FINANCIERS

Livrets bancaires adaptés et placements en viager sont des produits en plein développement. La demande croissante de transparence et de simplification nécessite néanmoins de revoir certains services, pour une meilleure compréhension et lisibilité.

⇨ LIEU DE TRAVAIL

Face à l'allongement de la vie professionnelle, des mesures s'imposent pour accompagner les salariés âgés. C'est le cas concernant l'accessibilité des lieux, l'ergonomie du poste de travail (écrans, fauteuils, machines…). La création d'un statut aux aidants familiaux doit être envisagée par les entreprises, afin de favoriser l'accompagnement des seniors.

n. 14 ème créneau : les exosquelettes de travail

Le nombre des salariés âgés ne fera qu'augmenter. Tous les secteurs sont concernés et, même celui du soin et de l'aide à la personne où le phénomène se développe. Pourtant, des solutions existent pour soulager le port de charges lourdes : les exosquelettes.
En Occitanie, deux sociétés développent cette spécialité : Human Mechanical Technologies (HTM France) épaulée par l'ENIT de Tarbes et Ergosanté à Anduze, qui travaille en test avec la SNCF. Toutes deux ont été identifiées par Frédéric Serrière, consultant réputé en matière de silver économie, comme sociétés à fort potentiel de développement. Ces deux entreprises pourraient être le socle d'une filière dédiée, à forte valeur ajoutée.

o. Une dernière piste

Les seniors sont souvent propriétaires d'un animal de compagnie, dont la présence à leur côté leur apporte de nombreux bienfaits : réconfort, barrage à la solitude, lutte contre le stress... La possession d'un animal de compagnie a également des effets reconnus sur leur santé car il aide le senior à se repérer dans le temps grâce à un cycle de vie fixe : nourrir l'animal, lui donner à boire, le sortir, nettoyer

sa litière ou sa cage. Enfin, les seniors consacrent à leur animal de compagnie un budget non négligeable en aliments, soins vétérinaires, etc.
Les études internationales démontrent que les marchés « animaux » (pet market) croissent fortement avec les courbes de longévité des pays développés.

Cette réalité est à prendre en compte en Occitanie chez tous ceux qui souhaiteraient développer une activité économique en lien avec la population des seniors.

D) Pistes de positionnements et d'ambition

Si l'évidence d'une animation semble s'imposer dans un univers porteur de valeur ajoutée mais dont les financements sont complexes et les zones de compétences disparates, plusieurs choix sont possibles :

- Exemples de pistes de structuration d'une filière :

➢ **Cluster d'entreprises**

Qu'est-ce qu'un cluster ?

Les clusters sont des réseaux d'entreprises constitués majoritairement de PME et de TPE, fortement ancrés localement, souvent sur un même créneau de production et souvent à une même filière. Dans une économie mondialisée, les clusters permettent, en fédérant les énergies, de conquérir des marchés qui n'auraient pas été accessibles par des entreprises seules. Par raccourci, on désigne également par cluster la structure en charge du fonctionnement du réseau.

En bref : le cluster regroupe :

- *des PME en réseau*
- *une activité dominante*
- *un Territoire de proximité*
- *des Coopérations*
- *des Liens avec le territoire*

Selon leur label, les clusters portent des noms différents

- *Label : Pôle de compétitivité (financement Etat-DGE)*
- *Label : Grappe d'entreprise (financement Etat-CGET)*
- *Labels régionaux (financement Régions) : exemple PRIDES PACA, clusters d'Aquitaine…*

⇨ **Avec intégration possible dans un pôle de compétitivité Occitanie**

- Domaine d'Activité Spécifique
- Un pôle de compétitivité rassemble sur un territoire bien identifié et sur une thématique ciblée, des entreprises, petites et grandes, des laboratoires de recherche et des établissements de formation. Les pouvoirs publics nationaux et locaux sont étroitement associés à cette dynamique. Il a vocation à soutenir l'innovation, favorise le développement de projets collaboratifs de recherche et développement (R&D) particulièrement innovants et accompagne également le développement et la croissance de ses entreprises membres grâce notamment à la mise sur le marché de nouveaux produits, services ou procédés issus des résultats

des projets de recherche. En permettant aux entreprises impliquées de prendre une position de premier plan sur leurs marchés en France et à l'international, les pôles de compétitivités sont des moteurs de croissance et d'emplois.

- Les forces en présence au sein d'un pôle de compétitivité sont multiples. Toutes sont nécessaires à l'essor d'écosystèmes dynamiques et créateurs de richesse. Un pôle de compétitivité repose sur un ancrage territorial fort tout en s'appuyant sur les structures existantes (tissu industriel, campus, infrastructures collectives, etc.). Le recours à une politique foncière et de développement urbain propre à assurer un développement cohérent du tissu industriel, des capacités de recherche publique et des établissements d'enseignement supérieur sont des facteurs positifs de développement du pôle de compétitivité et du potentiel de ses membres.

⇨ **Evoluant en méthodologie Living Lab** (Normandie)

- TechSap Ouest créé en 2011 à l'initiative de la CCI d'Alençon, sous la forme d'une association Loi 1901, TechSap Ouest est un cluster normand et un Living Lab, consacré à la silver économie
- Parmi ses missions, l'animation du Réseau (organisation d'évènements, mise en relation), la proposition d'ateliers (design de produits, design thinking, design sensoriel et comportemental), la réalisation d'audits, être un centre ressource (législation, accompagnement, tendances, études), mais aussi accompagner les projets ou les piloter.
- La particularité de Techsap Ouest est de fonctionner en mode Living Lab autour d'une Maison Domotique d'Application Pédagogiques qui regroupe 40 applications et fédère des seniors et aidants via un Club des Utilisateurs.

⇨ **Et/ou intégrant une plateforme immobilière hébergeant une pépinière** (Ile-de-France, Silver Valley)

- la silver valley : l'écosystème francilien de la silver economie : Lancé en 2008, le réseau s'est développé pour devenir Soliage en 2010, puis Silver Valley en 2013. Il rassemble les acteurs franciliens de la silver économie pour mettre en place les conditions propices au développement de projets d'innovation et aux partenariats commerciaux et industriels, pour répondre aux besoins et aux usages des personnes âgées et de leurs proches. La co-localisation d'entreprises innovantes, de compétences, de services disponibles, de foncier et d'infrastructures, de partenaires et fournisseurs potentiels favorise le développement accéléré de solutions, produits et services, à même de répondre au phénomène sociétal crucial du vieillissement.
- Structuré autour d'une association, le réseau fédère 5 types d'acteurs représentant l'ensemble de la chaine de valeur de la filière :
  - Fournisseurs de biens et services - regroupe les entreprises qui développent des solutions pour les seniors et leurs proches : industriels, distributeurs, fabricants, développeurs de services, les acteurs du service à la personne, les établissements d'hébergement (EHPAD et résidences services), etc. Ce collège regroupe aussi bien des créateurs d'entreprises, que des TPE, PME et des grands groupes.
  - Partenaires de l'innovation - intègre les établissements d'enseignement supérieur, les organismes de formation ; les laboratoires, centres de

recherches publics ; les structures publiques de développement économique, syndicats et fédérations.
  - Prestataire de services aux entreprises - intègre les acteurs qui proposent contre rémunération des services de conseil aux entreprises (marketing, évaluation, design, propriété intellectuelle, ingénierie de projet, ingénierie financière...).
  - Partenaire du financement des entreprises - intègre les acteurs qui accompagnent financièrement la croissance et le développement des innovations des entreprises. Il s'agit des véhicules dilutifs et non dilutifs, public et privé.
  - Représentants des Utilisateurs - regroupe les collectivités locales, les hôpitaux et structures de prise en charge sanitaire et/ou sociale contribuant au soutien à domicile, les associations d'utilisateurs, les financeurs de l'autonomie (mutuelles, assureurs, banques).
- Il s'agit ici d'accélérer le développement d'activités économiques innovantes, répondant aux besoins et aux usages des seniors, pour générer de la croissance et de l'emploi en Ile-de-France, d'animer le réseau : mises en relation qualifiées, rencontres d'affaires, matinales thématiques, rencontres privilégiées, clubs internes et de créer le lien entre les acteurs ayant des intérêts régionaux sur la filière. On retrouve de la mise à disposition d'expertises : ingénierie de sélection de projets, diagnostic de projets, accompagnement en gestion et management de l'innovation, formations thématiques, de la mutualisation de moyens : financement, immobilier, visibilité, études, prestation de services (design, marketing, veille)

➢ **Cluster trans-national**
- Franco-espagnol (sur le modèle de la Lorraine, franco-allemand) : Le mercredi 7 octobre 2015, le Conseil Régional de Lorraine a lancé le Comité Stratégique de Filière Régional de la Silver économie (économie du vieillissement) et un cluster régional franco-allemand. La création d'un cluster franco-allemand entre la région de la Lorraine et le Land allemand de la Sarre vise à poursuivre une stratégie industrielle commune entre la France et l'Allemagne pour développer un cluster d'entreprises dans le champ de la Silver économie, illustrer des avancées en structures de soins, d'aides à domicile), des usagers, des hôpitaux, des entreprises, des universités et des collectivités.

➢ **Intégration dans l'Agence régionale de Développement économique**
- Exemple de l'Aquitaine

➢ **GIP D'Innovation en Santé**
- L'arrêté de création du GIP Autonom'Lab (ex-Limousin, Nouvelle Aquitaine) a été publié par la préfecture de la région Limousin le 21 janvier 2015. Organisé sous forme de groupement d'intérêt public, Autonom'Lab associe 6 collèges :
  - les financeurs publics
  - les usagers et professionnels
  - les acteurs économiques
  - la recherche et la formation
  - les territoires

        - le sanitaire et social
    - En sus des instances traditionnelles – assemblée générale, conseil d'administration et présidence-, Autonom'Lab s'est doté d'outils spécifiques conformes à son fonctionnement de living lab soit une présidence exécutive, un comité mensuel de suivi des projets, présidé par un représentant du collège des usagers et des professionnels, ouvert à tous les membres et chargé de préparer les décisions du conseil d 'administration dans l'instruction et le suivi des différents projets, ainsi qu'un comité trimestriel scientifique et technique, présidé par un représentant du collège des acteurs économiques, lui aussi ouvert à tous les membres et destiné à faciliter l'accès aux ressources expertes de la recherche et la diffusion des résultats des travaux du living lab.
    - Le financement de la structure est assuré de façon pérenne par le collège des financeurs publics à travers un contrat pluriannuel d'objectifs et de moyens triennal. Ce collège rassemble l'Agence régionale de Santé Nouvelle Aquitaine , la Région Nouvelle Aquitaine, la Caisse des dépôts et consignations, les Départements de la Corrèze, de la Creuse et de la Haute-Vienne. Conformément à la règlementation, la majorité des droits de vote est détenue par les financeurs publics soit 75%.
    - Les autres membres participent via une cotisation. Il sont répartis dans les différents collèges et, afin de permettre un nombre d'adhérents large, garant de l'intérêt et de la dynamique des projets collaboratifs, les droits de vote sont collectifs et fixés conventionnellement à 5% par collège.
    - Des financements complémentaires peuvent être apportés soit à l'occasion d'appels à projets, soit via des engagements particuliers de certains membres.

➢ **Exemples de statuts potentiels :**

    - Association
    - Fondation et structure associée (SCIC ou SAS)
    - Structure mixte relevant de

E) Un socle existant

- **70 entreprises se déclarent spontanément comme entreprises « silver économie »** occitane sur l'annuaire de la silver économie en 2018, constituant un socle dynamique. Parmi ces entreprises, NUTERGIA, LES SENIORIALES, LA CAISSE D'EPARGNE, WINNCARE, BASTIDE LE CONFORT MEDICAL, DLM CREATIONS, LA VALERIANE, TELEGRAFIK, ANISEN, AG2R LA MONDIALE, etc. Autant d'enseignes pouvant accompagner une animation de filière.
- **5166 structures de l'ESS** sont concernées par les activités autour des Seniors. Sur 213 000 salariés employés par l'ESS en Occitanie, **96 900 salariés** sont reliés au vieillissement (hébergement et maintien à domicile). **15 000 emplois** à la personne partiront à la retraite d'ici 2029 alors même que le volume de personnes dont il faudra prendre soin augmentera.
- **11 000 entreprises, associations, PME** pourraient être directement concernées par la silver économie.

IX. FORCES/FAIBLESSES/OPPORTUNITES/MENACES

Forces	Faiblesses
Première partie : - 4ème région la + vieille ; phénomène en croissance (20% en 2013 => 27 en 2050) - Attractivité (héliotropisme- « retour au pays ») - Solde migratoire de personnes âgées excédentaires - Jeunes seniors au fort pouvoir d'achat	Première partie : - Diversité du territoire (métropole ; péri-urbain ; rural ; montagne ; littoral) avec de grandes spécificités pour chacun - Inégalité des besoins et des accès aux services en fonction du territoire d'habitation des séniors. - Un accès aux services dans les villes moyennes (Perpignan ; Alès ; Carcassonne) complexe - Un territoire parmi les plus pauvres de France
Partie 2 : - Existence d'une Silver Région Midi-Pyrénées - La SRI a inscrit la silver économie dans ses axes « santé et médeine du futur » - La Région a un élu « silver économie » et un « monsieur silver économie » - Des départements soutiennent un axe silver économie en interne - La CRESS OCCITANIE a décrété la « silver économie » comme une priorité - La CCI Occitanie a délégué un élu à la Silver Economie - Plusieurs entreprises adhèrent spontanément à l'annuaire de la silver économie - Des Living Labs d'usage se fédèrent et plusieurs font référence au vieillissement - Existence d'un Gérontopôle - Existence d'un Institut Régional du Vieillissement - Projet INCLUS-SILVER autour de la nutrition, mené par Agropolis - Projet de AeroHealth Valley à partir de l'AeroSpace Valley - CBS, Pôle de compétitivité revendique un DAS autour du vieillissement - 1ère région thermale de France - Tourisme dynamique - ¼ des exploitations biologiques Française dans le Gard	Partie 2 : - Peu d'entreprises à caractère technologique et identifiées en interne comme actrices de la Silver Economie en Occitanie - Pas d'inflexion « silver économie » dans les Pépinières, accélérateurs, etc - Les acteurs voient le phénomène comme une contrainte et non une opportunité - Les grandes entreprises qui pourraient jouer les leaders de ce marché se tiennent en retrait : ce sont majoritairement des PME, Mutuelles, TPE qui revendiquent le statut de silver économie - Difficulté de discours économique homogène entre les secteurs commerciaux classiques et l'ESS

- Région avec le plus grand nombre de sites classés à l'UNESCO - Importance de l'ESS dans les territoires isolés, facteur de richesse (28% de la richesse totale en Lozère). - L'ESS facteur d'emploi dans les territoires plus isolés (13,3% de l'emploi hors territoires de métropoles). - 8 pôles de compétitivité dans des domaines divers : ✓ Médical ; biotechnologie ; e-santé ✓ Aéronautique ; l'espace ; TIC ; systèmes embarqués ✓ Optique ; photonique ; imagerie ✓ Bâtiment ; énergies vertes ✓ Numérique ✓ Automobile - En considérant la silver économie dans sa transversalité, elle adresserait environ 50 000 acteurs (artisans, ESS, PME, start-ups, institutions) sur le territoire.	
	Partie 3 : - Repenser les espaces en prenant en compte les difficultés liées au vieillissement (accessibilité, déficience, …). - Les Services A la Personne et les lieux d'hébergement (EHPAD, Résidence Service) qui sont vecteurs d'innovation et consommateurs de silver économie ne sont pas organisés sur le territoire occitan - Les Aides Techniques sont au cœur de la production de plusieurs entreprises occitanes qui comptent : le secteur lui-même (contrairement aux Dispositifs Médicaux) n'est pas adressé.
Opportunités	Menaces
Première partie : - Vieillissement des générations « Baby-boom » - Augmentation de l'espérance de vie - Un littoral attractif en termes de condition de vie	Première Partie : - Une Silver Région Aquitaine et un voisin provençal avec des similitudes démographiques mais pas économiques (les séniors sont plus riches)
Partie 2 : - Un marché à l'export en technologie et en formations sur lequel la France bénéficie d'une aura positive (Chine, Maghreb, Espagne, ..) et qui est encouragé par le Gouvernement	Partie 2 : - Un discours gouvernemental fort insistant sur l'importance de la silver économie tarde à se faire entendre.

- La ministre de la santé présentera un plan global relatif au vieillissement « avant l'été » - Un des cabinets les plus influents en matière de silver économie (Frédéric Serriere Group) a identifié en 2018 l'Alimentation et les TIC comme marchés aux perspectives les plus lucratives. - Plusieurs initiatives européennes ou prix vont concerner le vieillissement - Perspectives d'innovations importantes dans des domaines clés de la Silver économie (Santé ; numérique ; domotique ; aides techniques) grâce aux pôles de compétitivité déjà présents. - Développement d'offres adaptées en matière de thermalisme pour les séniors. - Devenir le territoire du bio en France, label préféré des jeunes seniors - Adapter une offre tourisme à la cible sénior et à son pouvoir d'achat - Changement de mentalité avec l'arrivée des Baby Boomers, ouvrant la Silver économie à de multiples domaines : notion de « vouloir vivre le plus longtemps possible en bonne santé pour faire » des activités, vivre des expériences, continuer ses loisirs. - Fort taux de départ à la retraite => emplois libérés dans la région+ création de demande supplémentaire en matière de santé, d'accompagnement et de soins+ création d'une demande nouvelle de cette nouvelle « tranche » de retraités. - Toute la connaissance autour de la silver économie pourrait enrichir une nouvelle offre de formations, en direction de l'enseignement, des artisans et de l'export. - Les « jeunes séniors » (50-64 ans ; 20% de la population française en 2025) ont un pouvoir d'achat élevé et cela sera la cas sur les dix prochaines années - L'Europe, l'Asie et la Maghreb ont besoin d'expertises « vieillissement »	- La silver économie n'est souvent considérée que comme s'adressant aux personnes en grande dépendance et atteintes de maladies chroniques, rétrécissant son champ d'adressage aux populations les moins nombreuses et au plus bas potentiel d'achat - Les payeurs de l'innovation ou les financeurs sont nombreux, ont du mal à se parler ou à homogénéiser leurs actions sur un même territoire - Difficulté de structuration et d'animation d'une silver economie cohérente ; efficace et fédératrice - Prendre en compte la perception de l'âge d'un sénior et de ses habitudes de consommations (Plus nous vieillissons plus nous repoussons l'idée d'être un sénior). - Japon et Corée du Sud en avance sur les exosquelettes, la e-santé, TIC, santé, …
Partie 3 : - La création des CFPPA (Conférence des Financeurs de la Perte d'Autonomie » par la loi ASV génère des moyens financiers à destination des Aides Techniques, de la	Partie 3 : - Difficultés à fédérer, convaincre et animer les différents acteurs directs ou indirects aux marchés séniors (politiques, financeurs,

Domotique et de la prévention du vieillissement - La Caisse Nationale de Solidarité Autonomie (CNSA) a positionné le soutien aux Aides Techniques comme axe majeur	entreprises, acteurs publics, utilisateurs final, …)

X. REMERCIEMENTS ET CONTRIBUTIONS

Pour leur contribution à cette étude, la Fondation i2ml remercie :

- Michel BOUSSATON, Conseiller Régional
- Pierre BENAIM, SRI
- Stéphane BLANCHARD, AD'OCC
- Franck LEHUEDE, CREDOC
- Frédéric SERRIERE, FS Consulting
- Samuel HERVE, Chambre de Commerce et d'Industrie Occitanie
- Muriel NIVERT-BOUDOU, CRESS Occitanie
- Thierry ROUSSET, DIRECCTE Occitanie
- Serge GUERIN, sociologue

Mais également Djamal BOUKAIS, Emeline MEILHAC, Pr Louis CASTEILLA, Christian CARLES, Christian DESMOULINS, Simon LEGUIL, Benjamin LEROUX, Hélène CLUET, Richard CARRAT, Aurore BRION, Benjamin MISERY, Marie-Cécile BRIDIER, Benoit VEYRINES, Hervé PINGAUD, Maxime DOLLE, Sylvain BONNET, Françoise MALLEGOL-SCARAZZINI, Anne-Emmanuelle ROUSSEAU, Gilles LABARTHE, Didier SAPY, Valérie SAHUC, Eric LE BRIS-REDE, Paxti CASTANET, Fabrice BROUTIN, Daniel THEBAULT, Gérard PINNEBERG, Jean-François MANLHIOT, l'INSEE Occitanie, la DIRECCTE Occitanie, l'ARS Occitanie, le Gérontopôle de Toulouse, la DARES, la CARSAT MIDI-PYRENEES, L'IRV (Innover pour Réussir son Vieillissement), AGROPOLIS, Le Groupe La Poste, Nutergia, Malakoff-Médéric, Les Sénioriales, Les Mutuelles du Bien Vieillir, Harmonie Mutuelle, FNAQPA, SCHNEIDER-ELECTRIC, la Caisse d'Epargne Languedoc -Natixis, BRL, WINNCARE, BASTIDE-MEDICAL, Openîmes, Open Tourisme Lab, Gard Digital, Thermes de BALLARUC, ALTRAN, BERGER-LEVRAULT, AEROSPACE VALLEY, IOT VALLEY, OPTITEC, le Conseil Local de Santé de Florac (48), du Lodévois (34), ARIEGE EXPANSION, la Métropole de Toulouse, la Métropole de Montpellier, l'Université de Perpignan, Nîmes-Métropole, le Conseil Départemental du Gard, le Conseil Départemental du Lot, le Conseil Départemental de l'Aveyron, la Mutualité Occitanie

Etude menée par la Fondation i2ml, Nîmes :

- Quentin FAGES, I2ML – IFAG
- Jean-Marc BLANC, I2ML