

## La Silver Economie

### Faire jouer le dynamisme et l'esprit d'innovation : les grands défis liés à la Silver Economie

La nouvelle étude réalisée par **Xerfi** décrypte les moyens à mettre en œuvre par les acteurs de la Silver Economie pour un décollage massif de la filière : structurer l'offre et stimuler la demande apparaissent comme des défis cruciaux pour tirer pleinement partie de la dynamique de la Silver Economie. En parallèle, les opérateurs privés devront prendre le virage numérique et saisir les opportunités offertes par les objets connectés et le Big Data, particulièrement nombreuses sur les marchés des seniors. Cette étude présente les marchés clés et les acteurs des principaux segments issus d'horizons divers.

Grâce à cette analyse complète et opérationnelle, vous disposerez d'un véritable outil pour stimuler votre réflexion. Nous sommes à votre disposition pour vous apporter des compléments d'information concernant cette étude de référence dont vous trouverez ci-joint la présentation. Pour la recevoir, il vous suffit de nous retourner le bon de commande au verso de la plaquette ou de vous rendre directement sur notre site internet pour la télécharger immédiatement.



Téléchargez immédiatement  
cette étude sur Xerfi.com

Avec le code étude 6SME36

**Thomas Roux**  
Directeur d'études  
**Precepta**

# La Silver Economie

## Faire jouer le dynamisme et l'esprit d'innovation : les grands défis liés à la Silver Economie

Edition Décembre 2016  
220 pages

### Structurer l'offre, stimuler la demande et prendre le virage numérique

La Silver Economie regorge d'opportunités. Mais le décollage de la filière dépendra du dynamisme et de la capacité d'innovation du secteur privé. Plusieurs défis se dressent pour les opérateurs privés afin de saisir les gigantesques perspectives de croissance offertes par la Silver Economie. Structurer l'offre apparaît tout d'abord inévitable dans une filière aussi tentaculaire. Pour ce faire, les stratégies partenariales et écosystémiques doivent prendre le pas sur les logiques concurrentielles traditionnelles. Les professionnels doivent ensuite stimuler une demande senior extrêmement hétérogène. Plusieurs leviers s'offrent à eux : cibler les prescripteurs, miser sur les offres de bouquets, renforcer les dispositifs de jugement, passer du transactionnel au serviciel, développer la co-création. Enfin, le virage numérique apparaît aujourd'hui comme une obligation, tant les opportunités offertes par les objets connectés et le Big Data sont nombreuses sur les marchés des seniors.

### Les points clés de l'étude

- **Stimuler la demande et structurer la Silver Economie**

Pour saisir les opportunités colossales offertes par la Silver Economie, les acteurs privés doivent participer à la structuration de cette filière, grâce notamment à l'adoption de visions écosystémiques et partenariales. Stimuler la demande passera également par plusieurs défis.

- **La Silver Economie face à la révolution numérique**

La révolution numérique démultiplie les perspectives des marchés des seniors : e-santé, télésanté, connectivité de l'habitat, bien-être. Objets connectés et Big Data doivent impérativement être intégrés aux offres adressées aux seniors, quel que soit leur segment de marché.

- **L'analyse détaillée des segments clés de marché et de leurs acteurs**

L'étude présente de manière détaillée les grands segments de marché de la Silver Economie ainsi que les principales sociétés : services à la personne, résidences seniors, e-santé, télésanté, solutions liées à l'habitat, banque, assurance. Les positions des acteurs étant loin d'être figées.

## « Décrypter le marché et la concurrence »

La collection Xerfi Precepta vous propose des études approfondies sur une sélection de secteurs et marchés clés de l'économie française. Chaque titre poursuit un double objectif : dresser un panorama complet du jeu concurrentiel et analyser la dynamique du marché et de l'activité des entreprises à court et moyen termes.

## NOS PREVISIONS

Xerfi vous propose son analyse ainsi que sa vision prospective de la Silver Economie. L'étude présente les prévisions démographiques à horizon plus ou moins lointain afin de cerner le potentiel de croissance des marchés des seniors. Mais la croissance des acteurs dépendra aussi en grande partie de leur capacité à élargir leurs offres grâce notamment aux bouquets de services, à développer les partenariats stratégiques et enfin à prendre le virage numérique (objets connectés, Big Data).

## Table des matières et contenu de l'étude

### SYNTHÈSE & CONCLUSIONS STRATÉGIQUES

*Cette synthèse attire l'attention sur les grands enjeux et défis des acteurs de la Silver Economie. Les perspectives du (des) marché(s) des seniors sont colossales à moyen et long terme en France. Mais pour les saisir, les acteurs privés devront mettre en place des stratégies de croissance innovantes et des business models cohérents. Une chose est certaine, la structuration de l'offre et la stimulation de la demande, enjeux clés pour faire décoller la filière, dépendra du dynamisme et de l'esprit d'innovation du secteur privé. De fait, les défis sont de taille pour les acteurs de la Silver Economie et les positions sont loin d'être figées.*

### ENJEUX STRATÉGIQUES DE LA SILVER ECONOMIE

#### 1. STRUCTURER L'OFFRE ET STIMULER LA DEMANDE

##### 1. ALLER VERS LA DEMANDE EN LA STIMULANT

- Appréhender la complexité de la cible « seniors »
- Adapter son offre et son discours
- Cibler les prescripteurs
- Passer du transactionnel au serviciel
- Optimiser la valeur d'usage des offres
- Miser sur les offres de bouquets
- L'exemple d'Axa : des services extra « assurance »
- Renforcer les dispositifs de jugement
- Développer la co-création

##### 2. DEVELOPPER UNE VISION ECOSYSTEMIQUE

- Les écosystèmes de la Silver Economie
- Les grands principes liés aux écosystèmes d'affaires
- Qui pour diriger la filière de la Silver Economie
- Exemples d'initiatives de l'Etat
- La coopétition : nouveau paradigme
- Les partenariats dans la Silver Economie
- Les écosystèmes et les bouquets de services

#### 2. LA FILIERE FACE A LA REVOLUTION NUMERIQUE

##### 1. SAISIR LES OPPORTUNITES DES OBJETS CONNECTES

- Les besoins des seniors
- Les objets connectés face à la fracture numérique
- Les objets connectés liés aux seniors
- Les objets connectés pour le bien-être

- Focus sur les traqueurs d'activité
- Focus sur la santé et les dispositifs d'assistance connectée
- La connectivité de l'habitat
- Vers la domotique nouvelle génération
- Le numérique et la dimension « servicielle » de l'habitat

##### 2. EVALUER LE POTENTIEL DU BIG DATA

- Big Data et économie de la connaissance
- Les promesses du Big Data dans la santé et le bien-être
- L'exemple de l'assurance seniors : améliorer les modèles existants et optimiser la connaissance client
- La problématique de l'utilisation des données

### MARCHÉ & CONCURRENCE

#### 1. LES FORCES EN PRESENCE

##### 1. LES SERVICES A LA PERSONNE

- Adecco à domicile, Adhap Services, Advitam, Age d'Or Services, AidADomi, Apef Services, Axeo Services, Azaé, Bien à la maison, Confiez-nous, Coviva, Groupe Destia, Domidom, DomusVi Domicile, Junior Senior, Millepatte, O2, Senior Compagnie, Tout à dom Services, Vitalliance, Vitame

##### 2. LES RESIDENCES SENIORS

- Résidences Cogedim Club, Domitys, DomusVi, Espace & Vie, les Essentielles par Soi Santé Plus, les Girandières, les Hespérides, les Jardins d'Arcadie, les Senioriales, les Villages d'Or

##### 3. L'E-SANTE ET LA TELESANTE

- Archos, Blue Linea, Fitbit, Garmin, H2AD, H4D, iHealth, Jawbone, Misfit, Netatmo, Orange, Polar, Terrailon, Visiomed, Withings, Yumi Technology

##### 4. LES SOLUTIONS LIEES A L'HABITAT

- Assystel, AxeaVita, Chêne Vert, Doro, Easyshower, Filien, Géria Contract, G-Activ, Hom'Eye, Indépendance Royale, Intervox, Link Care Services, Senior A dom, Senior Alerte, Seniorhome, Solem, TaVie, VAC, Vivago

#### 2. LES MARCHES DE LA SILVER ECONOMIE

##### 1. LES FONDAMENTAUX

## LE JEU CONCURRENTIEL

Plus qu'un secteur, la Silver Economie est une filière rassemblant un nombre très important d'acteurs issus d'horizons divers : services à la personne, résidences seniors, EHPAD, services bancaires et assurantiels, domotique, e-santé, etc. Les logiques d'écosystèmes vont se renforcer dans l'économie des seniors. Ainsi, les relations concurrentielles traditionnelles sont amenées à s'estomper au profit de rapports plus partenariaux axés autour de la coopération. L'objectif final étant de proposer à cette clientèle des offres de plus en plus globales.

## LES AXES DE DEVELOPPEMENT

Pour compléter l'analyse, Xerfi a identifié et décrypté les enjeux auxquels sont confrontés les acteurs de la Silver Economie pour s'imposer sur leurs marchés. Parmi ceux-ci : aller vers la demande en la stimulant, cibler les prescripteurs, miser sur les offres de bouquets, renforcer les dispositifs de jugement, développer la co-création, développer une vision écosystémique et les partenariats, exploiter les objets connectés et le Big Data dans les domaines de la santé, du bien-être et de l'habitat, etc.

- Le concept de Silver Economie et les différentes activités, la Silver Economie en grands chiffres, les différentes catégories de seniors, la mobilité et les choix résidentiels des seniors, indicateurs de chiffre d'affaires et d'emploi

## 2. LES DONNEES SUR LES SENIORS

- L'espérance de vie à 60 ans, le vieillissement de la population à l'horizon 2060, le dynamisme de population par catégorie de seniors, la répartition des personnes âgées par région, l'impact du vieillissement sur les territoires d'ici 2030, les revenus des seniors, le montant moyen des retraites, le taux d'emploi des seniors, le patrimoine immobilier et financier

## 3. LES MARCHES CLES : LES SOLUTIONS POUR L'HABITAT

- Les dispositifs de financement et les aides aux particuliers, la téléassistance

## 4. LES MARCHES CLES : L'E-SANTE ET LA TELESANTE

- L'E-Santé selon Xerfi-Precepta, le « patient-client » et l'E-Santé, le professionnel de santé et l'E-Santé, la structure sanitaire/médico-sociale/sociale et l'E-Santé, l'écosystème de l'E-Santé
- La définition et le périmètre de la télésanté, les activités de télésanté régulées/peu régulées, zoom sur la télémédecine

## 5. LES MARCHES CLES : LES SERVICES A LA PERSONNE

- Les trois grandes familles de services à la personne, les modes de recours aux services à la personne, les agréments, les dispositifs d'aide au financement, le socle des avantages fiscaux, le nombre total d'heures, les volumes d'heures prestataires, le nombre d'intervenants, le nombre de particuliers employeurs

## 6. LES MARCHES CLES : L'HEBERGEMENT COLLECTIF

- L'offre immobilière seniors, les chiffres clés des résidences seniors à fin 2016, le parc de résidences seniors actuel et à l'horizon 2020, la concentration du marché, les parts de marché des principales enseignes de résidences seniors

## 7. LES MARCHES CLES : LA BANQUE ET L'ASSURANCE

- Les crédits immobiliers, les crédits à la consommation, le surendettement des seniors, l'assurance-vie, l'épargne-retraite, l'assurance santé, l'assurance dépendance, l'assurance obsèques

## LES PRINCIPAUX GROUPES CITÉS DANS L'ETUDE (\*)

- |                     |  |                              |
|---------------------|--|------------------------------|
| • ADECCO A DOMICILE | • FSN                                    | • POLAR                      |
| • ADHAP SERVICES    | • G-ACTIV                                | • POLYCOM                    |
| • ADVITAM           | • GARMIN                                 | • RESIDENCES<br>COGEDIM CLUB |
| • AFNOR             | • GERIA CONTRACT                         | • SENIOR A DOM               |
| • AGE D'OR SERVICES | • GOOGLE                                 | • SENIOR ALERTE              |
| • AIDADOMI          | • GROUPE DESTIA                          | • SENIOR COMPAGNIE           |
| • ANAH              | • H2AD                                   | • SENIOR HOME                |
| • APEF SERVICES     | • H4D                                    | • SILVER ECO                 |
| • APPLE             | • HARMONIE<br>PREVENTON                  | • SILVER NORMANDIE           |
| • ARCHOS            | • HOM'EYE                                | • SILVER VALLEY              |
| • ARKEA ASSISTANCE  | • IHEALTH                                | • SOLEM                      |
| • ASIPAG            | • ILEA                                   | • TA VIE                     |
| • ASSYSTEL          | • INDEPENDANCE<br>ROYALE                 | • TERRAILLON                 |
| • AXA               | • INOVELAN                               | • TOUT A DOM<br>SERVICES     |
| • AXEAVITA          | • INTERVOX                               | • VAC                        |
| • AXEO SERVICES     | • JAWBONE                                | • VISIOMED                   |
| • AZAE              | • JUNIOR SENIOR                          | • VITALLIANCE                |
| • BAZILE            | • LA BANQUE<br>POSTALE                   | • VITAME                     |
| • BEPATIENT         | • LEGRAND                                | • VIVAGO                     |
| • BIEN A LA MAISON  | • LES ENSENTIELLES<br>PAR SOI SANTE PLUS | • WITHINGS                   |
| • BLUE LINEA        | • LES GIRANDIERES                        | • YUMI TECHNOOGIES           |
| • BPIFRANCE         | • LES HESPERIDES                         |                              |
| • CHENE VERT        | • LES JARDINDS<br>D'ARCADIE              | (*) Liste non<br>exhaustive  |
| • CNAMTS            | • LES SENIORIALES                        |                              |
| • CNAV              | • LES VILLAGES D'OR                      |                              |
| • CNSA              | • LINK CARE SERVICES                     |                              |
| • CONFIEZ NOUS      | • LUDOMEDIC                              |                              |
| • COVIVA            | • MEDETIC                                |                              |
| • DESIDEO           | • MICROSOFT                              |                              |
| • DOCTISSIMO        | • MILLEPATTE                             |                              |
| • DOMIDOM           | • MISFIT                                 |                              |
| • DOMITYS           | • MONDIAL<br>ASSISTANCE                  |                              |
| • DOMUSVI           | • NETATMO                                |                              |
| • DOMISVI DOMICILE  | • NOVASIGHT                              |                              |
| • DORO              | • O2                                     |                              |
| • EASYSHOWER        | • ORANGE                                 |                              |
| • ESPACE & VIE      |  |                              |
| • EUROP ASSISTANCE  |  |                              |
| • FAMILIO           |  |                              |
| • FILIEN            |  |                              |
| • FITBIT            |  |                              |

Pour recevoir votre étude **IMMEDIATEMENT**,  
**COMMANDEZ** directement sur : **XERFI.COM**

- ❶ Rentrez le code **6SME36** dans la barre de recherche pour la retrouver
- ❷ Achetez l'étude directement par carte bancaire
- ❸ Recevez votre étude en format pdf sur votre compte client xerfi.com

Pour toutes **PRESTATIONS PERSONNALISEES** (présentation, étude sur mesure, etc.), contactez Laurent Marty, Directeur Associé, [lmarty@xerfi.fr](mailto:lmarty@xerfi.fr)

### Ces études pourraient également vous intéresser

- **Les stratégies de banques et assureurs sur le marché des seniors**  
6ABF52 – Mars 2016
- **Les résidences seniors**  
6BAT53 – Septembre 2016

Retrouvez sur le site [xerfi.com](http://xerfi.com) le plus vaste catalogue d'études sur les secteurs et les entreprises



**BON**DE  
**COMMANDE**

A retourner à :  
Groupe Xerfi 13-15 rue de Calais 75009 Paris  
Téléphone : 01 53 21 81 51  
Email : [commande@xerfi.fr](mailto:commande@xerfi.fr)

Réf : 6SME36 / PTAX / Cial

#### INFORMATIONS CLIENT

Nom : \_\_\_\_\_  
Prénom : \_\_\_\_\_  
Fonction : \_\_\_\_\_  
Société : \_\_\_\_\_  
Adresse : \_\_\_\_\_  
Code postal : \_\_\_\_\_  
Ville : \_\_\_\_\_  
Adresse email : \_\_\_\_\_  
Téléphone : \_\_\_\_\_  
TVA Intra : \_\_\_\_\_  
N° SIRET : \_\_\_\_\_

Facture avec la livraison. Le taux de TVA applicable est celui en vigueur à la date d'émission de la facture. En cas de litige, il est fait attribution exclusive au Tribunal de Commerce de Paris.  
Tarifs valables jusqu'au 30/06/2017 (TVA 20,0%).

## La Silver Economie

Faire jouer le dynamisme et l'esprit d'innovation : les grands défis liés à la Silver Economie

Version papier (classeur)	Version électronique (fichier pdf)	Version électronique + version papier
<b>2 500 € HT</b>	<b>2 400 € HT</b>	<b>2 795 € HT</b>
2 637,50 € TTC	2 880 € TTC	3 354 € TTC
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

#### MODE DE REGLEMENT CHOISI

- dès réception de l'étude et de la facture
- par carte bancaire sur [www.xerfi.com](http://www.xerfi.com)
- par chèque joint à l'ordre de XERFI-DGT

Date, signature et cachet :

XERFI-DGT SAS au capital de 5 786 051 euros - 13-15 rue de Calais 75009 Paris - RCS Paris  
B 523 352 607 - TVA intracommunautaire : FR22523352607