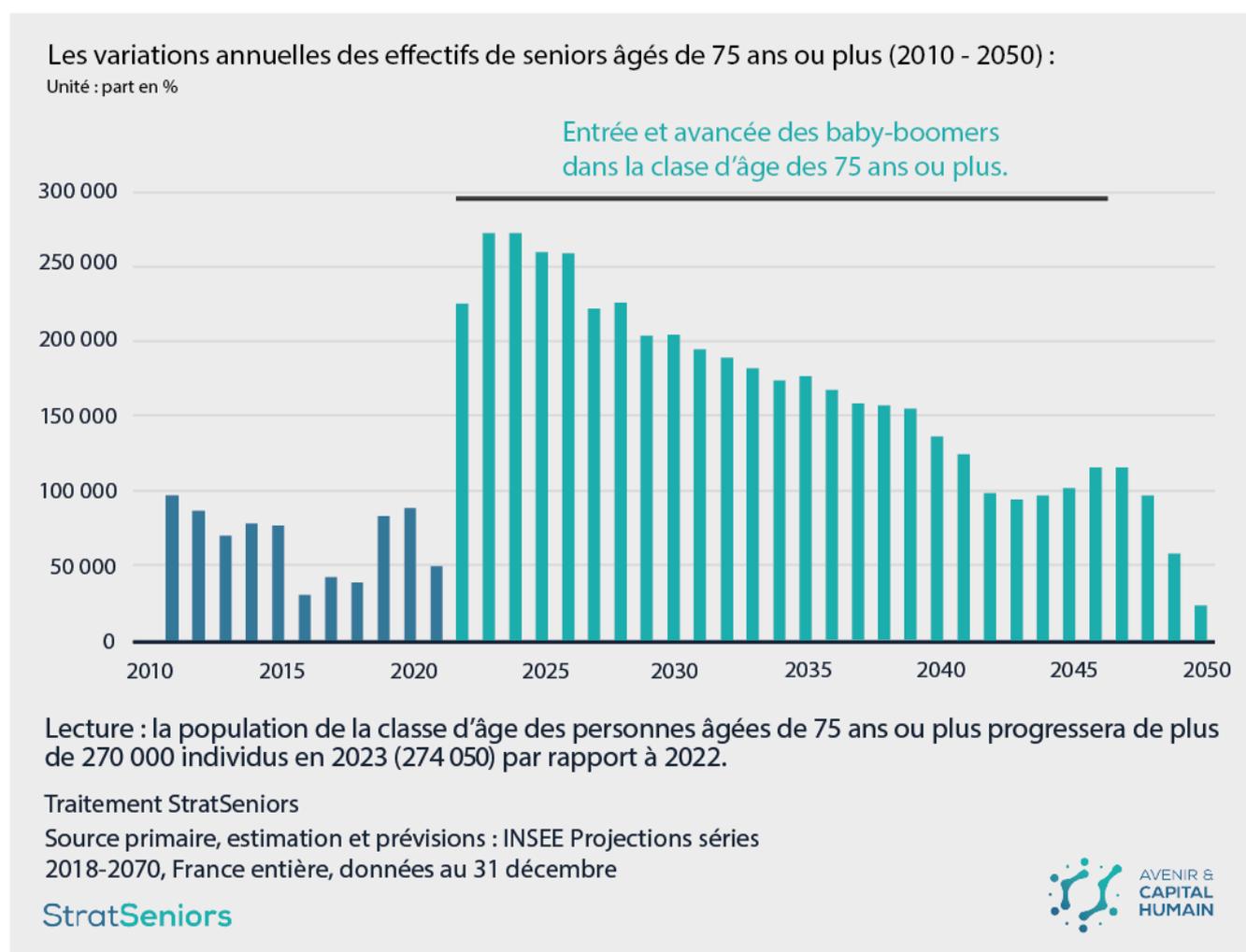


“Le grand papy-boom” : L’arrivée massive des baby-boomers à l’âge de 75 ans ou plus

Par : Silvia Campo Villamizar et Jean-Christophe Briant (StratSeniors)

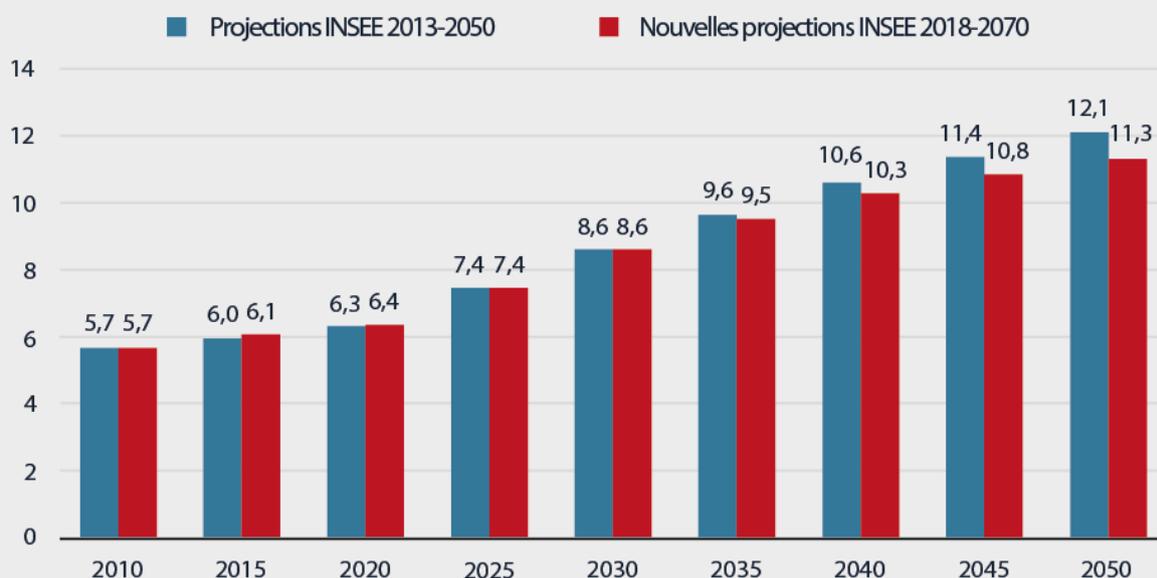
Après plusieurs années de progression mesurée, le nombre de seniors âgés de 75 ans ou plus progressera de **160 000 individus chaque année entre 2022 et 2050** pour passer de 6,91 à 11,35 millions. Ce phénomène est avant tout le fruit de l’entrée (continue de 2021 à 2039) et l’avancée de la génération nombreuse des baby-boomers (personnes nées entre 1946 et 1964) dans cette classe d’âge.



Les données présentées dans cet article sont issues des toutes dernières projections de population publiées par l’INSEE (Projections séries 2018-2070, scénario « central »). Des données qui diffèrent sensiblement de celles bien connues des observateurs et acteurs des marchés seniors et de la silver économie (Projections séries 2013-2050, scénario « central »). Elles sont en effet fondées sur des hypothèses moins optimistes en matière d’espérance de vie à la naissance des femmes (90 ans en 2070 contre 93 ans initialement) et des hommes (87,5 ans en 2070 contre 90,1 ans).

Comparatifs de modèles de projections de l'INSEE concernant l'évolution des effectifs de seniors âgés de 75 ou plus (Séries 2013-2050 et 2018-2070)

Unité : million de seniors âgés de 75 ans ou plus



Lecture : 11,3 millions de personnes seront âgées de 75 ans ou plus en 2050 selon les dernières projections de l'INSEE (Projections séries 2018-2070) contre 12,1 millions selon les projections antérieures (Projections séries 2013-2050).

Traitement StratSeniors

Source primaire, estimation et prévisions : INSEE Projections séries 2013-2050 et séries 2018-2070, France entière, données au 1er janvier 2023.

StratSeniors

AVENIR &
CAPITAL
HUMAIN

Cet ajustement a pour conséquence une minoration des projections de population âgée de 75 ans ou plus à l'horizon 2050. **Le nombre de seniors âgés de 75 ans ou plus à cette date ne serait plus de 12,11 millions** (Projections séries 2013-2050, scénario « central ») **mais de 11,35 millions** (Projections séries 2018-2070, scénario « central »).

Cependant, l'impact de cette génération ne sera pas seulement quantitatif. Ces papy-boomers sont également dotés de caractéristiques sociologiques très différentes de celles des seniors de la génération « silencieuse » (seniors nés entre 1925 et 1945). Ils se distinguent notamment par leur rapport à la consommation (volume et modalités), leur volonté d'exercer leur libre choix et des appétences plus fortes pour les services, la technologie, ou la mobilité résidentielle (vision élargie du domicile). Autant de caractéristiques qui définissent une génération plurielle aux besoins particulièrement hétérogènes mais composée d'une majorité de seniors déterminés à préserver leur autonomie même en situation de dépendance.

Ce « grand papy-boom » constituera une opportunité unique pour les acteurs des marchés spécifiques de la Silver économie autant que pour les territoires. Les marchés

et quasi-marchés fortement localisés de l'adaptation des logements, des services à domicile (services de confort, SAAD, SSIAD, SPASAD en attendant les futurs Services Autonomie à Domicile (SAD)), des hébergements intermédiaires seniors (résidences services seniors, résidences autonomie, habitats partagés, etc.), de la prévention et du soin mais aussi ceux des services numériques (coordination, prévention, lien social, E-santé...) seront en première ligne.

Il représentera également un défi pour certains territoires confrontés à un déséquilibre grandissant entre leur population active potentielle et leur population de seniors. De même que pour les acteurs de l'offre évoluant sur des marchés très perfectibles (les modèles de financement et de tarification ne prenant pas en compte la réalité des coûts, la valorisation et l'attractivité des métiers, les restes à charge).



Les organisations qui proposent des produits et des services adaptés à cette population grandissante, vont être confrontées à des problématiques de positionnement sur des marchés de plus en plus incertains (sur le plan légal, économique mais également au regard des attentes très hétérogènes de cette nouvelle génération).

Les entreprises font également face aux enjeux liés à la diversification et à l'adaptation des services, à l'élargissement territorial, à la gestion et au maintien de la qualité de services et à la pérennité des modèles économiques dans un contexte de croissance. Un contexte qui se complexifie davantage quand, en parallèle, il faut répondre à des



problématiques d'accompagnement, de formation des collaborateurs et aux besoins pressants en termes de recrutement.

Comment répondre à une demande exponentielle avec des exigences plus fortes et plus nombreuses sur la qualité des prestations, des relations humaines, avec des équipes dispersées territorialement et qui cherchent de plus en plus du SENS dans leurs missions, en interne et en externe de leur entreprise ?

Autant de questions que d'opportunités pour réinventer les modèles, les façons de faire, pour s'inscrire dans une dynamique différenciante et pleine de valeur économique et HUMAINE.

StratSeniors

Offre exclusive de services pour les organisations adressant les publics séniors.

StratSeniors propose des études, des diagnostics et des accompagnements sur mesure pour tout type d'organisation souhaitant se positionner, transformer stratégiquement son entreprise et faire la différence par la création de valeur économique et humaine, pour ses collaborateurs et pour ses clients.

stratseniors.com

