

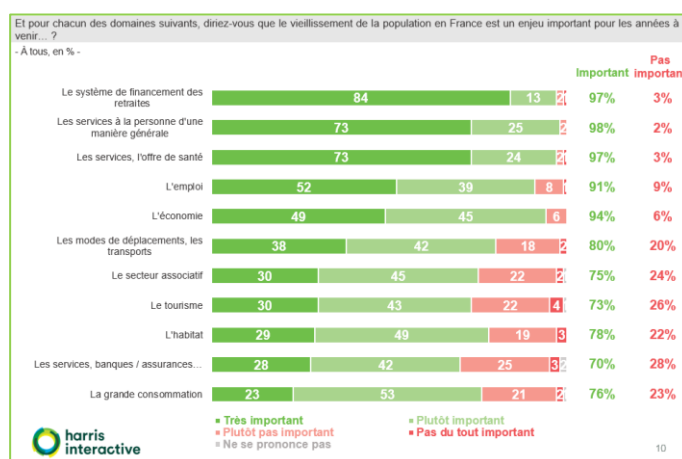
Que retenir de cette enquête ?

- **Les dirigeants des entreprises de 50 salariés et plus**, majoritairement convaincus du fait qu'à l'horizon 2050, les consommateurs seront différents de ceux d'aujourd'hui (63%) et que la population sera plus âgée (60%), identifient clairement **le vieillissement démographique comme un enjeu important pour les années à venir (94%), et pour leur entreprise en particulier (70%).**
- Pour une grande majorité d'entre eux, le vieillissement de la population affectera la plupart des secteurs de l'économie, et apparaît plus particulièrement comme un **enjeu « très important » pour le financement des retraites (84%), les services à la personne (73%) et l'offre en matière de santé (73%).**
- Malgré la conscience de cet enjeu, les entreprises y semblent encore assez mal préparées : **60% des dirigeants déclarent qu'il est difficile pour les entreprises de l'anticiper, et 65% d'y répondre de manière adaptée. Seuls 28% d'entre eux déclarent que leur entreprise a déjà mis en place une stratégie** pour s'adapter à cette évolution dans les années à venir. L'action la plus réalisée ou envisagée consiste à développer de nouvelles gammes ou offres dédiées aux consommateurs seniors (34%).
- Au final, la plupart des dirigeants estiment que le vieillissement démographique constituera avant tout **une difficulté pour l'économie dans son ensemble (56%). En revanche, ils n'y voient pas plus une difficulté (21%) qu'une opportunité (20%) pour leur entreprise**, la majorité d'entre eux estimant que cela n'aura pas une grande incidence sur leur activité (58%).

venir, tendance à diminuer. Le financement des retraites aurait ainsi pour effet une augmentation des cotisations salariales, ce que certains déplorent. D'autres évoquent plutôt leurs craintes pour les générations futures, qui risquent d'être dans une situation plus délicate avec un allongement de la durée de cotisation pour un revenu à la retraite inférieur à celui qu'ils peuvent connaître actuellement. De manière plus marginale, certains se montrent toutefois optimistes, et évoquent un allongement de l'espérance de vie ou des progrès dans le secteur de la santé.

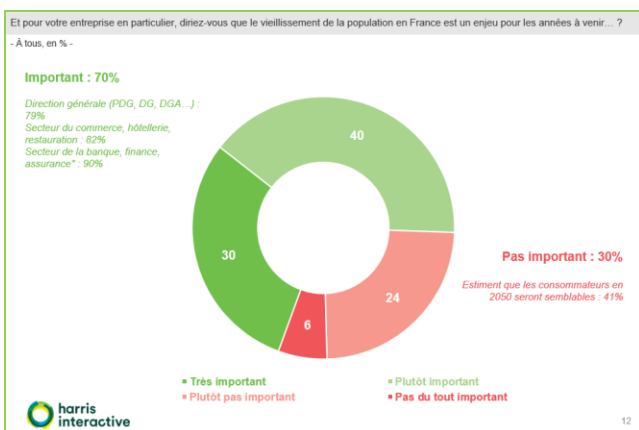
- **Les dirigeants d'entreprises anticipent ainsi une évolution démographique vers un vieillissement de la population et la quasi-totalité d'entre eux juge qu'il s'agit d'un enjeu important (94%) pour les années à venir, voire très important pour 48% d'entre eux.** Dans le détail, ces dirigeants estiment très

majoritairement que le vieillissement de la population sera un enjeu important dans l'ensemble des domaines de l'économie. C'est plus particulièrement le cas pour le **système de financement des retraites, pour lequel plus de 8 dirigeants sur 10 estiment que le vieillissement de la population sera un enjeu « très important » (84%) pour l'avenir.** Par ailleurs, près des 3/4 des



dirigeants estiment que cette évolution démographique sera également un enjeu très important pour **l'offre en matière de santé (73%), ainsi que pour l'adaptation et le développement des services à la personne (73%).** A noter que les dirigeants des plus grandes entreprises (500 salariés ou plus) sont particulièrement sensibles à l'enjeu du vieillissement pour ces deux derniers domaines de la santé et des services à la personne (pour chacun d'entre eux, 84% le jugent « très important » contre 73% en moyenne). Les autres secteurs cités (l'emploi, l'économie, les transports, le secteur associatif, le tourisme, l'habitat, etc) suscitent le même type de jugement, bien que légèrement moins unanime : pour chacun de ces secteurs, 7 à 9 dirigeants sur 10 considèrent que le vieillissement de la population est un enjeu important pour les années à venir.

- Lorsque l'on resserre la focale sur la situation de leur propre entreprise dans ce contexte de vieillissement de la population, **7 dirigeants d'entreprises sur 10 anticipent que ce sera un enjeu important dans les**

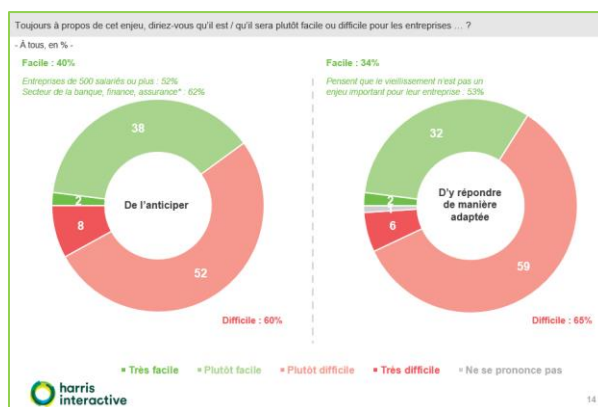


années à venir, dont près de la moitié disent même qu'il sera « très important ». 30% estiment au contraire que cela ne sera pas un enjeu important pour leur entreprise, notamment parmi les dirigeants qui déclarent que les consommateurs en 2050 seront identiques à ceux que nous connaissons actuellement (41%). On observe ainsi une certaine différence d'appréciation entre les

points de vue : d'une manière générale, le vieillissement de la population en France est perçu par la quasi-totalité des dirigeants des entreprises comme étant un enjeu majeur, alors que du point de vue de leur propre entreprise, « seulement » 7 sur 10 estiment que ce sera un enjeu important.

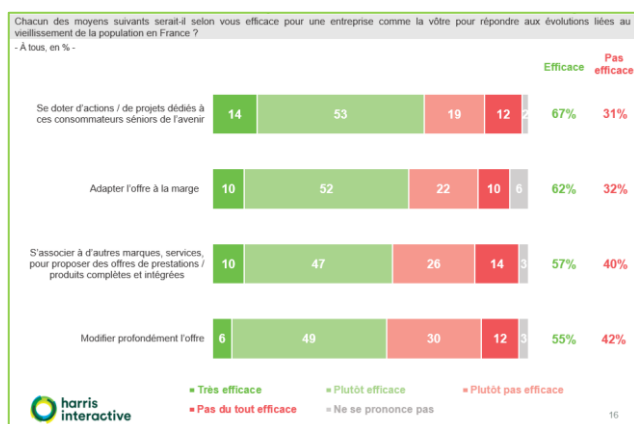
Le vieillissement de la population : un enjeu présent à l'esprit... mais pas encore suffisamment anticipé par les entreprises

- S'ils estiment que le vieillissement de la population sera un enjeu important pour leur entreprise, les dirigeants interviewés se montrent en revanche plus partagés quant à la facilité d'anticiper ce changement ou encore d'y répondre de manière adaptée. En effet, seulement 4 dirigeants d'entreprises sur 10 estiment qu'il est facile d'anticiper cet enjeu démographique (contre 60% qui pensent l'inverse), et à peine plus d'un tiers (34%) indiquent qu'il sera facile d'y répondre de manière adaptée (contre 65%). De fait, seulement 28% des dirigeants déclarent avoir déjà développé une stratégie spécifique pour s'adapter au vieillissement de la population et des consommateurs, et 26%



déclarent avoir l'intention de le faire à court terme, mais sans avoir à l'heure actuelle d'action précise en tête. À l'inverse, un quart des dirigeants d'entreprises indiquent ne pas y avoir encore pensé (24%), les

professionnels du secteur du commerce, de l'hôtellerie ou de la restauration étant plus nombreux que la moyenne à l'admettre (33%).



Quelle orientation serait, selon eux et pour leur entreprise, la meilleure et la plus efficace pour faire face au vieillissement de la population ? **Plus des 2/3 des dirigeants interrogés déclarent que développer des projets dédiés aux consommateurs seniors serait efficace (67%), et 62% qu'adapter son offre à la marge le serait également.** Le fait de s'associer à

d'autres marques ou services pour proposer des prestations complètes et intégrées est jugé efficace par 57% des dirigeants. En revanche, ils se montrent plus partagés quant à l'efficacité d'une modification profonde de l'offre qu'ils pourraient proposer, 55% jugeant cela efficace, 42% pas efficace. Les dirigeants d'entreprises appartenant à un groupe sont cependant plus nombreux que la moyenne à juger cela efficace (62%).

Une mobilisation interne encore émergente autour de l'enjeu du vieillissement démographique

- Les dirigeants des entreprises de 50 salariés ou plus se montrent ainsi conscients de l'enjeu démographique auquel ils vont devoir faire face dans les décennies à venir. Cependant, on observe que la mobilisation interne pour s'y adapter n'est pas encore très développée. En effet, une liste d'actions concrètes a été soumise aux dirigeants interrogés, et seulement une minorité d'entre eux déclare avoir l'intention de mettre en place chacune d'entre elles dans son entreprise. Ainsi, 34% d'entre eux disent avoir développé de nouvelles gammes ou offres dédiées aux consommateurs seniors ou projeter de le faire, quand 65% n'envisagent pas de le faire ou n'y ont pas pensé. Les autres types d'actions suscitent encore plus de distance, en particulier le fait de recruter des collaborateurs spécialistes des seniors (22% déclarent l'avoir fait ou envisager de le faire, quand 78% ne l'envisagent pas).

Harris Interactive France est un acteur historique du marché des études.

Dirigé par ses fondateurs Nathalie Perrio-Combeaux et Patrick Van Bloeme, l'institut propose des approches innovantes, qualitatives et quantitatives, en France comme à l'international.

Harris Interactive repense le marché en alliant innovation technologique et accompagnement d'experts au-delà des études. Pour aider ses clients à prendre les meilleures décisions, avec un temps d'avance.

Depuis juillet 2014, Harris Interactive Europe (regroupant Harris Interactive France, Allemagne et UK) a rejoint ITWP permettant ainsi à ce groupe international d'étendre sa présence dans la filière études.

Suivez l'actualité de Harris Interactive sur www.harris-interactive.fr, [Facebook](#), [Twitter](#) et [LinkedIn](#).

Contacts Harris Interactive en France :

Laurence Lavernhe - 39 rue Crozatier - 75012 Paris – Tel : 01 44 87 60 94 - 01 44 87 60 30 - llavernhe@harrisinteractive.fr

Jean-Daniel Lévy - Directeur du Département Politique & Opinion - 01 44 87 60 30 - jdlevy@harrisinteractive.fr