

# Vigie Consommation

Office de la protection du consommateur

## Vieillesse de la population Les aînés, des consommateurs actifs

**L**e marché gris est en pleine expansion. D'ici quelques années, les personnes âgées auront à leur disposition un marché qui leur sera exclusivement dédié, avec produits et services conçus et mis en marché pour combler leurs moindres désirs. De consommateurs invisibles, les personnes âgées sont devenues une clientèle cible pour les gens de l'industrie qui déploient maintenant des efforts considérables pour les séduire. Qu'est-ce qui pousse l'industrie à de tels efforts pour séduire ce segment de la population qu'elle ignorait jusqu'à tout récemment ? L'avènement du marché gris est-il annonciateur de nouveaux enjeux en matière de protection des consommateurs ?

### Un nouveau groupe de consommateurs

Les aînés d'aujourd'hui ne sont plus les vieux d'hier. Ils représentent déjà un groupe de consommateurs qui prend de l'importance ; ils sont plus nombreux et vivent plus longtemps qu'auparavant. En effet, l'espérance de vie des personnes âgées est estimée actuellement à 83 ans, soit trois années de plus qu'en 1971. Le phénomène démographique du vieillissement de la population, qui décrit l'augmentation de l'espérance de vie et la baisse du taux de natalité, explique donc, lui aussi, le grossissement du rang des aînés : de 13 % en 2000, ils composeront près de 25 % de la population en 2026.

Autrefois soutenues par leurs enfants, les personnes âgées sont, de nos jours, indépen-

dantes. Autonomes sur le plan financier, elles ont leur propre toit et exercent les activités qui leur conviennent.

En 1980, 34 % des personnes âgées étaient considérées comme étant à faible revenu. De nos jours, le nombre a considérablement diminué puisque 19 % des aînés entrent dans cette catégorie.



Avec la mode des départs à la retraite anticipée, le groupe des aînés, autrefois désigné comme réunissant les personnes de 65 ans et plus qui sont à la retraite, voit sa taille grossir considérablement. Le bas-

sin de clients potentiels augmente donc proportionnellement. Le mode de vie des aînés ayant évolué au cours des dernières années, ils sont devenus propriétaires immobiliers, ils s'octroient des loisirs et ils forment un groupe qui est un marché florissant pour les entreprises.

### Des produits et des services personnalisés

Toujours à l'affût d'un nouveau marché et de nouveaux profits, l'industrie a rapidement entrevu les possibilités que lui offrait le vieillissement de la population. Adaptant ses produits et services en fonction des personnes âgées, elle a su devancer les changements démographiques, et s'approprier la situation pour qu'elle devienne un avantage concurrentiel.

(suite à la page suivante)

Volume 2, n° 1  
Novembre 2003

### Dans le présent numéro :

<i>Les aînés, des consommateurs actifs (suite)</i>	2 et 3
<i>Les revenus des aînés</i>	3
<i>Les abus envers les aînés</i>	4
<i>Les aînés, qui sont-ils ?</i>	4
<i>Liens utiles</i>	4

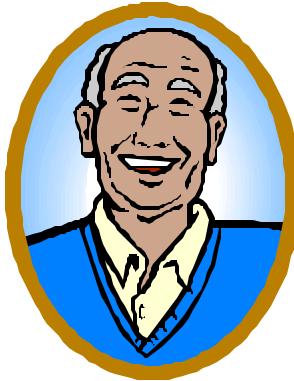
ISSN 1499-1748



...suite

## Les aînés : des consommateurs actifs

Les *baby-boomers* aiment le confort, la mode et l'esthétique. Fini le bas de laine et vive la consommation active ! En conséquence, selon la publicitaire Anne Darche\*, les domaines de la santé et de l'alimentation, de même que l'industrie du vêtement et de l'automobile devront faire évoluer leur offre en fonction des besoins de leur clientèle, tout en définissant des concepts qui donneront l'impression de ne pas être pensés en fonction du vieillissement pour ne pas froisser les esprits. « Ces changements seront présentés comme une évolution du design, pas comme une adaptation à la vieillesse. » Dans le domaine des communications, des médias et du marketing, on adaptera avec autant de subtilité les présentations pour capter l'attention des yeux et des oreilles en perte d'acuité : une typographie plus grosse, des couleurs aux contrastes accentués, des messages auditifs mieux articulés pourront atteindre les publics de tous âges, sans discrimination apparente.



### Consommer, synonyme de difficultés ?

Les changements sociologiques découlant du vieillissement de la population entraîneront-ils des modifications dans les problèmes de consommation auxquels se heurtent actuellement les aînés ?

Pour le moment, les principaux problèmes que les personnes âgées doivent affronter sont les abus sur le plan financier. Perpétrés habituellement par des proches ou des connaissances de la famille, ils sont malheureusement peu rapportés par les victimes ayant peur des représailles. Il n'y a pas seulement les abus financiers que les aînés ne rapportent pas, la proportion de plaintes adressées à l'Office de la protection du consommateur (OPC) par les aînés est disproportionnée en comparaison de leur poids démographique. En effet, un sondage effectué en 2003 auprès de

la clientèle de l'Office révèle que le pourcentage des plaintes provenant des aînés (6 %) est inférieur à leur représentation dans la population (16 %). Deux situations peuvent expliquer cette sous-représentation : soit que ce sont les proches des aînés qui appellent pour porter plainte à leur place, soit que les aînés ne rapportent pas les problèmes auxquels ils sont confrontés.

Cependant, il faut prévoir que les personnes âgées de demain seront des consommateurs plus combattifs que ceux d'aujourd'hui. Plus scolarisés qu'autrefois et connaissant mieux leurs droits et recours légaux, ils auront les ressources et le temps nécessaires pour imposer le respect. Un sondage mené par l'Office en 2003 démontre d'ailleurs que les *baby-boomers* représentent 36 % de la clientèle, alors qu'ils ne composent que 30 % de la population du Québec. Tout porte à croire qu'ils garderont leurs bonnes habitudes dans l'avenir.

Le marché gris étant en pleine évolution, de nouveaux enjeux en matière de protection du consommateur se dressent à l'horizon. Les pratiques commerciales s'adaptant déjà à cette réalité, un regard attentif devra être posé sur ce marché spécialisé. L'Office devra adapter son offre aux besoins de cette clientèle grandissante. Serait-il intéressant d'envisager de grossir la typographie dans les médias écrits utilisés par les personnes âgées (site Internet, dépliants) ? Diffuser de l'information sur les produits et services destinés à cette clientèle ? Former le personnel pour répondre à une clientèle déjà avisée ?

L'Office doit donc, dès aujourd'hui, préparer l'avenir en fonction de ces nouvelles réalités.

Annie Bergeron

## Plus en détails... Les revenus des aînés d'aujourd'hui



Les personnes âgées d'aujourd'hui sont moins pauvres qu'elles ne l'étaient il y a vingt ans. En 1997, un aîné sur cinq, soit 19 % de la population âgée de 65 ans ou plus, était toujours considéré comme étant une personne à faible revenu. S'élevant à 34 % en 1980, ce pourcentage a donc nettement diminué depuis quelques années. Cette baisse est attribuable à la hausse des revenus des personnes âgées.

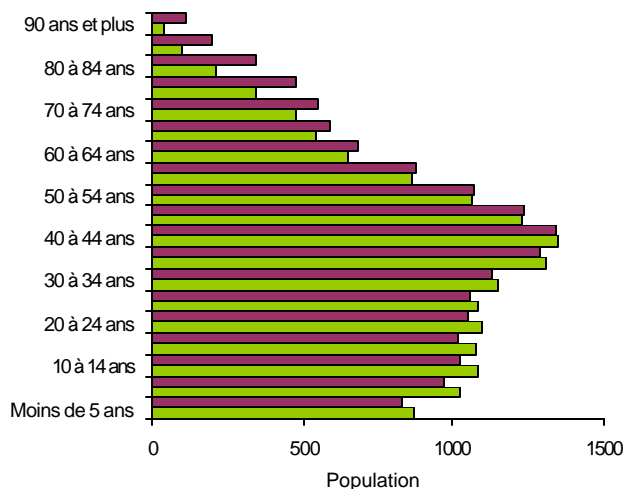
Depuis les années 80, les revenus des personnes âgées au Canada ont augmenté à un rythme plus rapide que ceux des personnes de moins de 65 ans. Compte tenu de l'inflation, le revenu des personnes de 65 ans s'est accru de 22 %, entre 1981 et 1998. En comparaison, le revenu des personnes de 16 à 64 ans a augmenté de seulement 2 % durant la même période. Cependant, le revenu moyen des personnes âgées de 65 ans ou plus demeure plus bas que celui des personnes âgées de 16 à 64 ans. En effet, en 1998, le revenu moyen des personnes âgées était d'un peu plus de 21 000 \$, tandis qu'il était de 35 000 \$ pour les personnes âgées de 35 à 54 ans et dépassait les 27 000 \$ pour celles qui étaient âgées de 25 à 34 ans et de 55 à 64 ans.

Par ailleurs, les revenus des aînés sont aujourd'hui beaucoup plus diversifiés qu'ils ne l'étaient il y a une cinquantaine d'années. L'arrivée des régimes enregistrés d'épargne-retraite (REER) et des régimes de retraite ont complètement modifié, en 1997, le profil des revenus des retraités. En effet, les revenus des aînés provenaient dans une proportion de 29 % du Programme de la sécurité de la vieillesse (PSV), 21 % avaient leurs sources dans les régimes de retraite privés, et 21 % dans le Régime de pensions du Canada et du Régime des rentes du Québec (RCP/RRQ). Finalement, 12 % venaient d'investissements autres que ceux d'un REER, 8 % d'un emploi et 5 %, d'un REER. L'augmentation du revenu moyen global est attribuable, en grande partie, à des régimes de retraite liés à l'emploi.

Ces revenus permettent donc aux consommateurs aînés de demeurer des consommateurs actifs.

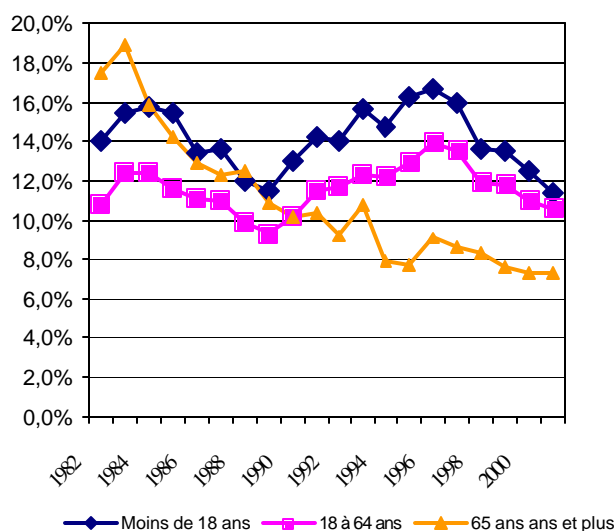
Source : Statistique Canada, *Un portrait des aînés au Canada*, 1999.

Pyramide des âges



Source : Statistique Canada, *Estimations de la population*. Dernière mise à jour novembre 2002.

Personnes ayant un faible revenu après impôt



Source : Statistique Canada.



## Liens utiles

### Portail des aînés

Le Portail des aînés du Québec est un résumé des meilleures ressources que contient Internet, répertorié et commenté par des aînés et pour des aînés. On y trouve de nombreux liens vers des articles, des dossiers et des sites Internet provenant de toutes les régions du Québec. [www.aines.qc.ca](http://www.aines.qc.ca)

### Conseil des aînés

Créé à la demande des regroupements d'aînés, le Conseil des aînés est un organisme gouvernemental dont la principale fonction est de promouvoir les droits des aînés, leurs intérêts et leur participation à la vie collective ainsi que de conseiller le ministre sur toute question qui concerne ces personnes. [www.conseil-des-aines.qc.ca](http://www.conseil-des-aines.qc.ca)

### Fédération de l'âge d'or du Québec

La Fédération de l'âge d'or du Québec (FADOQ), aussi appelée le Mouvement des aînés du Québec, est un réseau composé d'organismes affiliés dont la mission est de regrouper les personnes de 50 ans ou plus, de les représenter en toutes circonstances nécessitant la reconnaissance de leurs droits et de leurs besoins, d'organiser des activités et d'offrir des programmes et des services répondant à leurs besoins, afin de favoriser leur qualité de vie et leur épanouissement. [www.fadoq.ca](http://www.fadoq.ca)

### Info-Aînés Canada

Info-Aînés Canada est un guichet d'information permettant l'accès à des renseignements et services destinés aux 55 ans ou plus, à leurs familles, aux professionnels de la santé et plusieurs organisations fournissant des services aux aînés. [www.aines.gc.ca](http://www.aines.gc.ca)

### Division du vieillissement et des aînés de Santé Canada

La Division du vieillissement et des aînés de Santé Canada travaille sur les questions relatives au vieillissement et aux aînés. [www.hc-sc.gc.ca/seniors-aines/index.htm](http://www.hc-sc.gc.ca/seniors-aines/index.htm)

## Plus en détails... Les abus chez les aînés

Les personnes âgées constituent le groupe le plus visé par les fraudeurs. Vivant seules, étant parfois sans appui de la part de leur famille et ayant à l'occasion une santé défaillante, elles représentent des cibles de choix pour les fraudeurs. De plus, en général, elles ont tendance à croire que les autres connaissent mieux leurs besoins qu'elles-mêmes et n'osent pas refuser les produits qui leur sont proposés. Les fraudeurs connaissent bien ces particularités et ils les exploitent. À titre d'exemple, en 2001 au Canada, 90 % des victimes de télémarketing frauduleux étaient des personnes de 65 ans ou plus.

Par ailleurs, plusieurs types d'abus sont commis envers les aînés. Parmi les principaux, signalons l'abus physique, l'exploitation financière ou matérielle, souvent commise par des proches de la victime, et la violation des droits. L'abus le plus fré-

quent envers les aînés est la fraude financière, c'est-à-dire le vol d'argent, de chèques, de bijoux et la fixation du loyer à un prix exorbitant. Notons qu'une personne est rarement victime d'un seul type d'abus à la fois. Ainsi, une personne, est fréquemment victime de fraude financière, d'exploitation psychologique et d'abus physique en même temps.

À la lumière de ces faits, il est étonnant de constater que les aînés signalent moins de problèmes que les autres groupes d'âges.

#### Sources :

PhoneBusters, *Statistiques sur la fraude téléphonique*, 2001.  
Santé Canada, *L'exploitation financière des aînés*, 2001.  
Conseil des aînés, *Avis sur les abus exercés à l'égard des personnes aînées*, 1995.

## Les aînés, qui sont-ils ?

- Depuis 1981, le Canada connaît une hausse de 57 % de sa population de 65 ans ou plus. En 1921, ce groupe représentait 5 % de la population canadienne, en 1981, 10 % et en 1987, 12 %.
- Le groupe formé par les aînés est, en majorité, composé de femmes, lesquelles représentent 57 % des gens âgés de 65 à 70 ans et 70 % de ceux âgés de 85 ans ou plus.
- Dix-huit pour cent des aînés demeurent en Colombie-Britannique, où l'on trouve la plus forte concentration de personnes âgées au Canada.
- En majorité les aînés décrivent leur santé en termes positifs, même si 82 % signalent au moins un problème de santé qui a été diagnostiqué.
- En ce qui a trait à leurs occupations professionnelles, en 1998, 6 % de l'ensemble des aînés faisaient encore partie du marché du travail et 23 % d'entre eux faisaient du bénévolat structuré.
- Finalement, en 1996, 27 % des aînés au Canada étaient des immigrants, alors que ceux-ci ne représentaient que 17 % de l'ensemble de la population canadienne.

Source : Statistique Canada, *Un portrait des aînés au Canada*, 1999.