

Le Marché de la Gérontologie Mythe et Réalités

Depuis plus de dix ans les médias se sont faits très largement l'écho des potentialités du "Marché" que représentent les retraités et personnes âgées. Fondée sur les perspectives démographiques attestant d'un vieillissement accru de la population et sur l'amélioration sensible des ressources financières de la population âgée de plus de 60 ans, la perception du marché des Seniors s'est propagée dans toutes les strates de l'appareil économique-politique français au point d'être désormais identifié comme un des moteurs potentiels de la relance économique.

De l'exclusion qui était leur sort depuis l'avènement et le déclin de la société industrielle, les vieux se voient réhabilités dans une fonction "*d'homo economicus*" exaltant leur pouvoir de consommation de biens, de produits et de services. On pourrait disserte longuement sur l'illusion d'intégration sociale qu'entretient tout ce discours développé autour de la réduction du citoyen âgé à la valorisation de son seul pouvoir d'achat ; il conviendrait également de s'insurger contre la représentation caricaturalement uniformisée des réalités multiples des populations âgées. La personne âgée pas plus que le Senior que nous proposent les médias au-travers de quelques indicateurs statistiques n'existe aujourd'hui que par abstraction ; ainsi le revenu moyen des retraités de plus de 60 ans a été établi à 9 300 Frs par mois dont 6 000 Frs de retraite (année de référence 1993 - source CERC), mais dans le même temps près de 10 % de retraités percevaient moins de 1 300 Frs par mois et 10 autres retraités sur 100 percevaient plus de 10 600 Frs. A la même période près d'un million de personnes âgées de plus de 60 ans étaient titulaires du Revenu Minimum Vieillesse soit un peu plus de 3400 Frs mensuels. Que penser de telles disparités ? A

Alain Villez

**Conseiller Technique à
l'UNIOPSS**

minima, la plus grande prudence s'impose et rien ne permet aujourd'hui d'étendre à toute une classe d'âge les constatations effectuées auprès d'une cohorte présentant une extension certes constante mais pas au point d'en faire le phénomène de société que certains voudraient nous imposer. Une certaine réserve scientifique exigerait tout au plus d'évoquer un effet de génération conjoncturellement déterminée. Non les retraités ne sont pas en soi une génération dorée, comme le titrait encore le Monde des Débats en Avril 1995 ; rien ne sert donc de les jeter en pâture tantôt à la vindicte populaire au motif qu'ils tireraient abusivement profit de la répartition des fonds de l'Assurance Vieillesse, tantôt aux sollicitations insistantes du Marché sans autres protections pour les plus dépendants que de timides mécanismes d'encadrement de l'offre.

Le "*Marketing Senior*" se serait-il trompé ? Le marché des seniors ne serait-il qu'un leurre ? Rien n'est moins sûr, reste en effet à écremer le potentiel des franges les plus solvables de la population des retraités et à élaborer les stratégies et la communication adaptées à des personnes vieillissantes qui ne pouvaient plus s'identifier à l'image hyper-valorisée de la jeunesse que véhiculent les médias. Le phénomène nouveau en définitif tient davantage dans la construction d'un objet commercial autour de l'avance en âge et de la vieillesse. Ce qui était encore inconcevable il y a dix ans, se répand désormais dans la publicité et les médias : la maturité, le temps libéré de la retraite sont les cibles privilégiées de toute une gamme de produits spécialisés (cosmétiques, assurances, voyages), l'ancrage dans la tradition et dans l'histoire devient un gage de sérieux et de fiabilité, dès lors rien de mieux qu'une grand-mère pour faire vendre de l'électroménager. Mais cette vieillesse là, apparemment « inoxydable », ne doit pas faire peur, elle est conçue au contraire pour rassurer le consommateur sur toutes les possibilités qu'elle offre le "*bien vieillir*". A ce titre, tous les produits et services destinés au grand âge et à la dépendance font l'objet d'un traitement plus discret dans les sphères plus ciblées des revues spécialisées ou professionnelles assorties le plus souvent d'une iconographie aseptisée.

L'ouverture du monde de la vieillesse aux lois et stratégies du marché, constitue, sans aucun doute, une des évolutions économiques les plus marquantes de la dernière décennie. La déclinaison de lignes de produits et de services spécialisés a très largement bousculé la tradition d'un secteur d'activités qui restait très largement dominé par une offre réglementée et une demande de services solvabilisée par les financements socialisés (Aide sociale, Action sociale des Caisses de Sécurité Sociale). De façon assez symptomatique c'est bien le tarissement de ces ressources qui a accéléré l'ouverture au marché, dans un premier temps, des établissements d'hébergement avec en corollaire la loi du 6 Juillet

"La maturité, le temps libéré de la retraite sont les cibles privilégiées d'une gamme de produits spécialisés"

1990 qui en actait le principe par l'instauration d'un contrôle d'évolution de prix et, plus récemment, les services aux personnes à domicile par la loi du 26 Janvier 1996 qui rendait possible la gestion de tels services par des entreprises.

Cet élargissement du marché a eu surtout pour effet d'inscrire dans une dynamique concurrentielle des prestataires qui jusqu'alors fonctionnaient sur d'autres logiques plus centrées sur la réponse à une programmation des collectivités publiques ou privées que sur la stimulation d'une demande implicite sur un territoire donné.

Mais à ce jour, force est de constater que la concurrence s'est développée essentiellement à l'égard de la frange la plus solvable des retraités à l'initiative de grandes sociétés ou groupes financiers et commerciaux.

Ce sont les services aux personnes à domicile qui fournissent le meilleur exemple de cette stratégie du secteur commercial. Au-delà des effets d'annonces du CNPF qui avait déclaré « urbi et orbi » que les entreprises s'implanteraient sur un secteur dont-elles avaient été trop long-

temps exclues par le monopole conféré aux associations et aux collectivités publiques, l'impact des entreprises dans ce secteur demeure assez confidentiel. Ne pouvant intervenir qu'en prestation de service, les entreprises se heurtent en effet au délicat problème de la solvabilisation, comment imaginer en effet qu'à un coût de 80 ou 90 Frs de l'heure, même atténué d'éventuelles exonérations fiscales, la clientèle concernée puisse s'étendre au-delà d'un certain périmètre.

"La concurrence entre prestataires concerne essentiellement la frange la plus solvable des retraités"

Au lendemain de la première campagne d'agrément « qualité » instruit dans le cadre de la procédure prévue par la loi du 26 janvier 1996 pour les organismes intervenant auprès de populations fragiles (personnes âgées de plus de 70 ans, malades, handicapées ou dépendantes), il ressort essentiellement au titre du secteur commercial les initiatives de filiales de la Générale Santé, elle-même filiale de la Compagnie Générale des Eaux qui à proposé dans la plupart des départements urbanisés un projet sous le label « Domus Vivendi ».

Les autres groupes tels que la Lyonnaise des Eaux ou la Sodexho ont préféré se placer sur le terrain de la structuration de l'offre existante avec des projets de plate-forme d'information et de coordination locale sur les services existants. C'est à cet objectif que répond notamment des projets comme Cité-Service de la SDESE et CONNEX'CITE soutenu respectivement par l'une et l'autre.

A ce jour, contrairement à ce qui avait été prédit, le secteur de l'aide à domicile n'est pas encore le théâtre d'une concurrence acharnée entre

les grandes fédérations associatives et les entreprises de services agréées qui se sont contentées pour le moment de prendre pied sur un marché dont la valorisation est encore à venir. La Prestation Spécifique Dépendance que beaucoup considérait comme la "*manne financière*" nécessaire au développement de ce marché, n'a pas tenu ses promesses en configurant son champ d'intervention autour des personnes les plus dépendantes et démunies dans le cadre très stricte de l'Aide Sociale.

Dans ce contexte, le CNPF continue sa dénonciation de ce qu'il qualifie de distorsion de concurrence compte tenu des avantages jugés exorbitants qui seraient maintenues aux associations : exonération de T.V.A., monopole de gestion des services de placement de main d'oeuvre (services mandataires), absence de professionnalisation et de qualification du service rendu. L'objectif est clair : déstabiliser l'offre associative pour mieux légitimer la présence des entreprises sur ce secteur. Toutes les caractéristiques d'une guerre de position seraient réunies si les troupes de l'un des belligérants ne faisaient pour le moment défaut.

De ces mouvantes stratégies, les secteurs associatif et public devront retenir l'absolue nécessité de mieux communiquer et rendre plus accessible leur offre de services en justifiant de leur savoir-faire et de leur professionnalisme en direction de toutes les populations à leur domicile, non seulement les plus dépendantes et démunies mais aussi celles qui souhaitent simplement se décharger de certaines tâches domestiques ou familiales.

Dans le domaine des établissements d'accueil la percée du secteur commercial bien que plus ancienne a correspondu aux mêmes impératifs. En 1986 l'offre commerciale ne représentait que 6 % des capacités d'accueil en maison de retraite, devant l'accroissement des besoins et de la demande les initiatives se sont multipliées et ont porté cette offre à 17%, soit à peu près 60 000 places. Tout porte à croire qu'en l'absence de la mise en oeuvre de la réforme de la tarification instaurée par la loi du 24 Janvier 1997, la croissance du secteur va connaître une certaine pause renforcée par un fléchissement de la demande dû à l'arrivée au grand âge des classes creuses du conflit mondial 1914-1918.

Deux familles d'acteurs se sont partagées les fruits de cette prise de position dans les structures d'hébergement : les grands groupes d'une part, tels que ACCORD avec HÔTELIA de sa filiale MEDOTELS, la LYONNAISE DES EAUX avec ses MAPI, qu'elle vient de revendre au groupe BUREL, la GÉNÉRALE DES EAUX avec les résidences TIERS TEMPS de sa filiale GÉNÉRALE DE SANTÉ qui elles aussi viennent d'être revendues à un groupe anglais, il faudrait citer aussi

**"L'objectif est clair :
déstabiliser l'offre
associative pour mieux
légitimer la présence des
entreprises sur ce secteur"**

ORRPEA et les résidences CLAIREFONTAINE (repreneur des MAPI), et d'autre part une multitude de petites S.A.R.L., et d'E.U.R.L. (entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée) qui proposent des petites unités d'accueil de 15 à 60 lits dont les prestations se distinguent très nettement de l'autre famille par leur grande disparité du point de vue de la qualité et des niveaux de prix. Autant les grands groupes mettent un point d'honneur à proposer un standard de prestations les inscrivant définitivement dans le haut de gamme, autant les autres s'attachent à drainer la clientèle de ceux qui ne peuvent ou ne veulent recourir aux établissements publics ou privés à but non lucratif par manque de places disponibles ou par refus des répercussions des prises en charge des frais de séjour par l'aide sociale (recours à l'obligation alimentaire des proches parents et récupération des sommes versées sur la succession et sur les ressources de la personne).

Les effets de la concurrence se ressentent essentiellement aux marges du marché, en direction des personnes âgées les plus solvables et les plus dépendantes dans un contexte qui expose les personnes les plus fragiles aux aléas d'une offre de services relativement peu contrôlée du

**"Bien des promoteurs
ont bénéficié d'une
certaine bienveillance
dans la délivrance
d'autorisations"**

point de vue de la qualité du service rendu. Certes les procédures d'autorisation d'ouverture des établissements placés sous la responsabilité des Présidents de Conseil général par la loi du 30 juin 1975 ont assuré une certaine régulation. Mais force est de constater que bien des promoteurs ont bénéficié d'une certaine bienveillance dans la délivrance des autorisations au motif que leurs prestations ne coûtaient rien à la collectivité publique, tandis que quelques autres contournaient systématiquement la loi, plaçant ainsi l'autorité compétente devant le fait accompli sans autre solution que la régularisation.

Sans vouloir généraliser la portée de ces pratiques, elles ont contribué toutefois à démontrer l'insuffisance du cadre réglementaire et les risques inhérents au développement d'un secteur commercial exempt de contrôle qualité au motif qu'il n'émerge pas sur les financements socialisés et qu'il aurait vocation de ce fait à ne concerner que la frange de population retraitée la plus solvable. Les pratiques enregistrées depuis plus de dix ans se sont chargées d'invalider une approche aussi manichéenne et réclament un traitement réglementaire ; l'offre commerciale de services aux personnes âgées fait désormais partie du paysage gérontologique, elle doit désormais s'organiser de manière à satisfaire les mêmes exigences que celles imposées au secteur public et conventionné, en contrepartie ils pourront sans doute accéder plus facilement aux financements forfaitisés de l'Assurance Maladie et à ceux de l'Aide Sociale (prestation spécifique dépendance et aide sociale hébergement) dans le cadre de la future réforme de la tarification dont la mise en oeuvre paraît toutefois repoussée à une échéance

plus lointaine que le 31 décembre 1998 annoncée par la loi du 24 janvier 1997.

En l'attente, le secteur commercial s'organise pour mieux se positionner : trois syndicats professionnels regroupent désormais les établissements commerciaux : l'U.N.E.P.P.A., la F.F.E.H.P.A., et l'A.D.I.M., la C.R.R. qui ont récemment fusionné ; l'U.N.E.P.P.A. par ailleurs a obtenu un siège au Comité National de Coordination Gérontologique instauré par la loi du 24 janvier 1997 pour superviser la mise en place du Dispositif Spécifique Dépendance. Les organisations précitées font également pression sur le Ministère des Affaires Sociales et les Préfets pour être représentées dans les Comités régionaux d'organisation sanitaire et sociale (CROSS) chargés d'émettre des avis d'opportunité sur les ouvertures d'établissement et la délivrance des agréments "qualité" aux services aux personnes.

La diversification de l'offre de services pour les personnes âgées dépendantes est donc désormais entrée dans les faits, quand bien même la concurrence ne se déchaîne-t-elle pas encore, il faut veiller à ce que la mise en oeuvre progressive de mécanismes de solvabilisation individuelle (type Prestation Dépendance) ne s'accompagne pas d'un renoncement des pouvoirs publics à exercer un contrôle de qualité du service rendu et une régulation forte des autorisations d'ouverture qui ne peuvent obéir aux seules lois du marché. S'agissant de personnes fragilisées par le grand âge et la dépendance qui représentent souvent une clientèle captive, le libéralisme absolu ne peut que les exposer aux abus et à la maltraitance. L'éthique constitutive du secteur gérontologique proscrit en effet de réduire la relation qui se noue entre une personne dépendante et un prestataire de service quel que soit son statut à un simple rapport client-fournisseur, ne serait-ce qu'en raison des distorsions de concurrence et de l'insuffisante solvabilité de la demande. Ainsi les prestations de services offertes aux personnes âgées et dépendantes sont vouées à évoluer dans un régime d'hybridation des logiques économiques : une dose de solidarité, une dose de socialisation (des financements et du contrôle). Dans cette approche, il y a place pour une pluralité d'acteurs, mais chacun d'entre eux doit être assujéti aux mêmes règles et afficher clairement ses buts en contractualisant dans la plus grande transparence avec ses usagers-clients les modalités des prestations qu'il assure.

Il restera néanmoins à définir qui est le client : la personne âgée, son entourage et/ou les autorités compétentes (collectivités publiques) ? Dans cette hybridation des genres il ne faudrait pas qu'une certaine opacité vienne renforcer le processus d'aliénation dont sont le plus souvent victimes les personnes dépendantes.

"L'éthique constitutive du secteur gérontologique proscrit de réduire la relation à un simple rapport client-fournisseur"