



Pouvoir d'achat : les occasions manquées des retraités

Selon une enquête que nous dévoilons, ils n'utilisent que très peu les plates-formes d'échange de biens et de services.

MAXIME GAYRAUD

AIRBNB, BLABLACAR, OuiCar... Les retraités naviguent en plein brouillard face à ces fleurons de l'économie numérique. Malgré leurs craintes de l'avenir, ils utilisent peu ces outils pour améliorer leur pouvoir d'achat. C'est ce qui ressort d'une étude Silver Alliance, première fédération d'entreprises du bien-vieillir à domicile, réalisée en partenariat avec CSA et que nous dévoilons en exclusivité.

■ De gros épargnants... qui ont peur de l'avenir

Les foyers de retraités de plus de 65 ans ont un revenu moyen de 2 199 € mensuels (1 563 € pour une personne seule et 2 625 € pour un couple). Mais ils ne dépensent que 1 524 € par mois. Ainsi, même si les situations sont très disparates, la moitié des retraités met de l'argent de côté, à hauteur d'environ 3 137 € par an. Comment expliquer un tel niveau d'épargne ? « Ils concentrent l'essentiel du patrimoine, notamment immobilier », pointe Xavier Terryn, directeur du pôle Connect chez CSA, qui précise que 69 % d'entre eux sont propriétaires et la quasi-totalité ont fini de rembourser leur prêt.

Une situation patrimoniale que leur envieraient de nombreux actifs. Pourtant, sept retraités sur dix estiment que leur pouvoir d'achat a diminué depuis la fin de leur carrière. Pis, 61 % pensent que cela ne va faire qu'empirer. « Ils sont pessimistes, appuie Xavier Terryn. Ils s'attendent à

Les plus de 65 ans, pas fans de l'économie du partage

Afin d'augmenter votre pouvoir d'achat, seriez-vous intéressé par (propositions ayant recueilli le maximum et le minimum de suffrages) :

Total des personnes plutôt ou très intéressées



LP/INFOGRAPHIE.

Méthodologie : étude Silver Alliance avec CSA Consumer Science & Analytics réalisée entre le 17 et le 25 mars 2021, sur la base d'un questionnaire en ligne, auprès d'un échantillon de 604 retraités français âgés de 65 ans ou plus, vivant seuls ou en couple.

une augmentation des dépenses, des impôts... » Alors que les pensions de retraite, elles, ne sont pas orientées à la hausse...

■ Promos et soldes plutôt que plates-formes numériques

Près d'un tiers des retraités interrogés affirment pourtant ne recourir à aucune pratique pour améliorer leur pouvoir d'achat. Un choix pour certains qui sont à l'aise financièrement. Pour les autres, le numérique est une vraie barrière : ils n'ont jamais utilisé ces outils dans leur vie professionnelle et ne s'y habitueront sans doute jamais, ils sont parfois sous-équipés... Ainsi, les deux tiers restants sont plutôt adeptes des vieilles recettes : les programmes fidélité

(52 %), les soldes et ventes privées (35 %), les codes promos et réductions (33 %) sont plébiscités. Dans une moindre mesure, les comparateurs de prix (Liligo, Kayak...) et les vide-greniers sont aussi utilisés.

En revanche, ils ont tendance à fuir les plates-formes de l'économie collaborative qui reposent sur des échanges de biens et de services entre particuliers. « C'est une génération qui a encore pas mal d'appréhension face au numérique et à l'économie du partage : rentrer son code de carte bancaire sur un site Internet ou louer quelque

chose à quelqu'un qu'on ne connaît pas, c'est source d'inquiétudes », explique Benjamin Zimmer, directeur délégué associé de Silver Alliance. Selon l'étude, seulement 15 % des personnes interrogées ont déjà vendu des produits d'occasion (Leboncoin, eBay...), 8 % ont déjà pratiqué le covoiturage (BlaBlaCar) et 6 % le prêt de matériels entre particuliers.

■ Les baby-boomers, plus familiers des nouvelles technologies

Et à l'avenir, qu'est-ce que les plus de 65 ans seraient prêts à essayer pour gagner en

pouvoir d'achat ? Pas grand-chose de révolutionnaire : seulement 3 % se déclarent ouverts à l'échange de véhicules ou la colocation entre particuliers... « A cet âge, la voiture, que l'on a souvent achetée neuve et payée comptant, reste la dernière chose que l'on a envie de partager », note Xavier Terryn. « Dès que les pratiques impliquent la mutualisation d'un bien, il n'y a pas un intérêt énorme », résume Bénédicte Laffrat, directrice d'études chez CSA. Par exemple, très peu de plus de 65 ans sont prêts à mettre en location un bien immobilier sur Airbnb, Aritel... Alors que 14 % d'entre eux possèdent une résidence secondaire et que ce serait le moyen idéal pour participer aux frais d'entretien.

« Il y a un choc des générations entre l'une qui a accumulé des biens et l'autre qui achète de l'usage, pointe Benjamin Zimmer. C'est dommage car les retraités ne tirent pas tous les bénéfices de l'économie digitale pour valoriser leur patrimoine. »

Mais tout n'est pas perdu car les gens qui arrivent à la retraite sont davantage familiers des nouvelles technologies. « Les baby-boomers vont vouloir aller chercher des points de pouvoir d'achat car ils ont envie de continuer à se faire plaisir, analyse Benjamin Zimmer. Cela représente d'énormes relais de croissance pour toutes les entreprises du secteur. » A elles maintenant de lancer une grande opération séduction.



Il y a un choc des générations entre l'une qui a accumulé des biens et l'autre qui achète de l'usage

BENJAMIN ZIMMER, DIRECTEUR DÉLÉGUÉ ASSOCIÉ DE SILVER ALLIANCE

ZOOMS SUR... LE PAIEMENT ÉCHELONNÉ

PayPal offre davantage de flexibilité

LE PAIEMENT échelonné a le vent en poupe. Il représente environ 15 % du chiffre d'affaires de la vente en ligne de produits, selon la Fédération du e-commerce et de la vente à distance. PayPal l'a bien compris, et a décidé, à partir de ce matin, de supprimer pour ses 12,8 millions d'utilisateurs les frais sur le paiement en quatre fois.

Une bouffée d'oxygène en ces temps de crise sanitaire et économique pour des Français au budget parfois exsangue et qui cherchent da-

vantage de flexibilité. La plateforme de paiement en ligne offre déjà depuis juin dernier la possibilité de fractionner son règlement en quatre échéances. Mais des frais de 2,1 % s'appliquaient au consommateur (plafonnés à 20 €). Ainsi, pour un achat de 500 €, le client qui choisissait cette option déboursait 510,50 €.

« Il y a eu un très fort engouement, explique Francis Barel, directeur de PayPal en France. Nous avons donc décidé de rendre ce service gratuit aussi bien pour les con-

sommateurs que pour les e-commerçants, une première en France. »

Limiter le risque

Concrètement, tous les achats de 50 à 2 000 € sont éligibles au paiement en 4 fois sans frais. Les sites marchands concernés sont aussi bien français qu'étrangers. Le remboursement fractionné se fait en quatre échéances réparties sur trois mois. Par mesure de sécurité, les nouveaux inscrits sur la plate-forme n'ont pas tout de suite accès à cette



Depuis ce matin, les achats peuvent être réglés en quatre fois sans frais.

fonctionnalité. « On la propose à des clients sur lesquels on a assez d'informations pour offrir ce service sans qu'il y ait un risque pour eux ou pour nous », précise Francis Barel. Pour leur sensibilisation, les utilisateurs voient apparaître

l'encours de leur paiement échelonné dès qu'ils se connectent à leur compte PayPal.

Côté e-commerçants, le paiement en quatre fois sans frais est une aubaine, en particulier pour les petites structures, qui, contrairement à

beaucoup de mastodontes du secteur, étaient dans l'impossibilité technique et financière de proposer cette fonctionnalité. Ils renforcent leur attractivité, reçoivent l'intégralité du paiement et, selon PayPal, ils augmentent leurs ventes, le tout sans déboursier un euro.

« Nous prenons en charge tous les frais de ce service », appuie Francis Barel, pour qui cette offre est un excellent moyen de faire découvrir les autres services de la plateforme, cagnotte en ligne, envoi d'argent à l'étranger ou encore paiement entre particuliers.

M.G.