SOS consommateurs : vos petits sous nous intéressent!

Objekttyp: **Group**

Zeitschrift: **Aînés : mensuel pour une retraite plus heureuse**

Band (Jahr): **13 (1983)**

Heft 5

PDF erstellt am: **01.06.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

SOS consommateurs

Vos petits sous nous intéressent!

Eh oui, eh oui, chers aînés, vos petits sous intéressent beaucoup de monde et pour beaucoup de raisons. Certaines tout à fait légitimes, d'autres un peu moins!

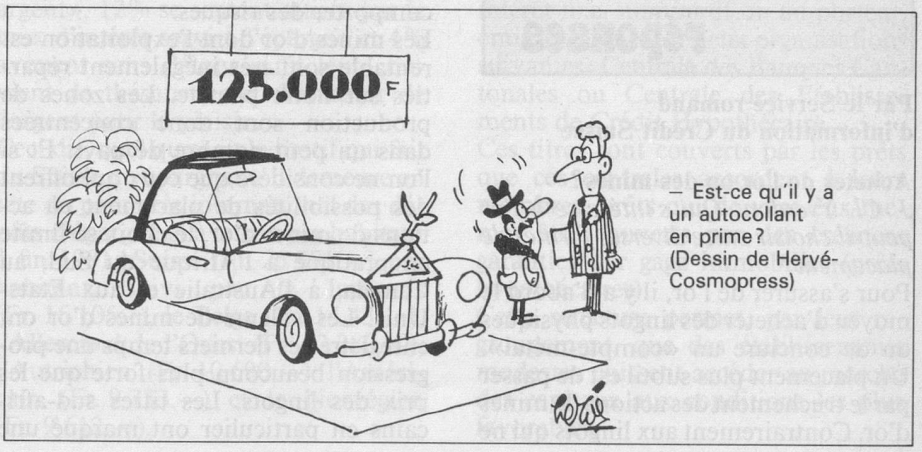
Quelques chiffres...
La population vieillit. La classe d'âge des plus de 65 ans augmente; elle est passée de 10,8% en 1960 à 15,3% en 1980, et on en sera à 16% à la fin du siècle. Il y aura environ 900 000 plus de 65 ans autour de l'an 2000 et l'auteur de cet article en fera partie! Et à cela s'ajoute le taux de longévité de la Suisse, un des plus élevés (nous venons en 3e position juste après les Pays-Bas et le Danemark pour les hommes, et en 4e pour les femmes... c'est-à-dire que l'espérance de vie est de 70,3 ans pour les premiers et de 76,2 pour les secondes).
En plus, tout ce monde jouit de rentes, modestes parfois, mais néanmoins bien là, y compris l'AVS.
Tout cela, vous le comprendrez aisément, constitue un «marché» de plus en plus intéressant où la jeunesse ne tient pas la première place. Alors que les associations de consommateurs s'inquiètent depuis plus de 20 ans des besoins spécifiques des personnes âgées et de la place, bonne ou mauvaise, qui leur est faite dans l'économie de consommation, il me semble que ce ne soit que maintenant que certains économistes et spécialistes du marketing prennent conscience de l'importance de cette classe d'âge. Après le juteux marché des bébés, vivent les grands-pères et grands-mères!

Un marché invisible, le troisième âge...
C'est ainsi qu'était titré un article sur ce thème dans une revue spécialisée. Un récent symposium sur le marketing du 3e âge a été récemment organisé à Lausanne et ces messieurs y ont appris (!) ce que nous savions déjà: à savoir que «la cible» des 0-15 ans diminuait, cependant que celle des 60 ans et plus augmentait.
Or, dans notre système rien n'est encore pensé pour cette catégorie de consommateurs qui disposent à eux tous d'un pouvoir d'achat non négligeable. Même si l'on n'a que son AVS et sa complémentaire, il faut bien manger, se vêtir, faire fonctionner quelques appareils ménagers, se laver et laver son linge, prendre le bus, le tram, aller dans des magasins. Or, de plus en plus tout est fait, pensé, imaginé, pour des gens jeunes (voir la publicité). Les escalators, les gros chariots, les petits magasins qui disparaissent, les seuils de trams, de bus, de trains, les pancartes dans les libres-services, les étiquettes d'entretien dans les vêtements, les explications sur les emballages, présupposent une agilité physique et mentale que certains n'ont plus toujours.
Tout est en grosses portions; les jolis habits pas chers sont souvent en tailles au-dessous du 42 (pas partout heureusement, et nous vous informerons sur ce sujet dans un prochain article), certains produits pratiques et traditionnels disparaissent des rayons, et les personnes âgées qui ont parfois de petits revenus ne peuvent pas profiter de prix baissés parce qu'on les voit mal transporter un baril de lessive de 5 kilos, ou 10 rouleaux de papier WC en sac!
Selon un spécialiste, «le marché des personnes âgées n'est pas exploité de manière optimale, loin de là» et les chefs d'entreprises sérieuses n'ont malheureusement pas pris encore conscience des besoins (rentables...) de cette catégorie de consommateurs. Un de nos amis ajoutait: «Les petites portions pour les chiens et chats... on les trouve. Pour les humains c'est parfois plus difficile».
Et pourtant tout le monde le reconnaît, il suffirait de peu de choses pour que les consommateurs du 3e âge soient entièrement satisfaits. Un siège par ci, par là, des emballages plus faciles à ouvrir, des textes plus gros, toutes ces petites choses et bien d'autres devraient être entièrement repensées.

... tels les crocus au printemps...
Ils refleurissent, ceux-là, c'est-à-dire ceux qui aiment aussi vos petits sous, mais d'une manière bien moins sincère. Les escrocs de tout poil, eux, n'ont pas attendu les grandes réunions de spécialistes et l'étude du marketing du 3e âge, pour exploiter vos besoins. Et tels les crocus et les primevères, les revoici, les organisateurs de courses-ventes, les faiseurs de miracle. On vous le rappelle, une fois de plus. Attention. Ils savent prendre l'argent des aînés, là où il se trouve, dans votre porte-monnaie, en échange d'objets aux prix plus que prohibitifs.
Allons, chers aînés, l'avenir est à vous! Achetez raisonnablement, faites-nous part de vos remarques, expériences, si vous en avez, mais n'espérez pas trop vite voir de bons grands-papas et de coquettes grands-mamans remplacer les jolis mannequins dans les pages publicitaires. Le marché du 3e âge est encore trop invisible pour beaucoup.

Prochain article:
«S'habiller grandes tailles.»

Assemblée générale de la FRC
mardi 31 mai, salle des cantons, Buffet de la Gare, Lausanne, à 14 h. Tout le monde est invité. Thème: «Petits détaillants, grandes surfaces, quel choix pour l'avenir?». Un sujet qui nous concerne tous: les prix, l'emplacement et la disparition des magasins, les heures d'ouverture, etc...



– Est-ce qu'il y a un autocollant en prime? (Dessin de Hervé-Cosmopress)