



BAROMÈTRE ÉCONOMIQUE DE LA SILVER ÉCONOMIE EN RÉGION ILE-DE-FRANCE

BAROMÈTRE 2016

Publiée le 30 juin 2016 - étude réalisée par

SILVER
VALLEY

Les rapports sur la filière de la Silver économie traitant la question de l'emploi et évoquant son potentiel économique sont nombreux.

Toutefois, ils sont assez peu à :

- Donner des **métriques et des indicateurs de performance** pour apprécier et mesurer les **tendances économiques en cours**,
- Quantifier la **performance des entreprises** de cette filière en termes de **création de valeurs économiques** (emplois créés, chiffres d'affaires réalisé, levées de fonds),
- Identifier les **stratégies d'innovation** mises en œuvre pour atteindre ces niveaux de performance.

Ainsi, **Silver Valley, un écosystème représentatif des acteurs de la Silver économie en Ile de France**, a souhaité approfondir ce champ et obtenir ces données à l'aide d'une enquête réalisée auprès de ses adhérents (plus de 250) dont les **deux principaux objectifs** étaient :

- De recueillir **des données économiques**,
- Et, à terme au travers des résultats du baromètre, de les éduquer à nous fournir annuellement ces données **pour suivre la progression de leur performance dans le temps dans cette filière.**



Méthodologie

	Ancrage en Ile-de-France	Sans ancrage en Ile-de-France	Total
Nombre de participants à l'enquête	109	21	130
Nombre de participants pris en compte dans notre échantillon		49	

- L'enquête a été réalisée par Silver Valley entre le 11 janvier et le 20 avril 2016.
- Les participants à cette enquête ont été recrutés lors d'une campagne par mail.
- Ils ont ensuite été interrogés au travers d'un entretien individuel réalisé par téléphone ou physiquement.

Typologie des résultats

1 BAROMÈTRE DES DONNÉES ÉCONOMIQUES DE LA SILVER ÉCONOMIE EN ILE-DE-FRANCE

- Evolution du chiffre d'affaires des entreprises
- Evolution du chiffre d'affaires des entreprises à l'international
- Evolution de l'emploi des entreprises
- Analyse des levées de fonds

2 STRATÉGIES D'INNOVATION MISES EN OEUVRE PAR LES ENTREPRISES

- Nature des innovations
- Profil des innovateurs
- Stratégies d'innovation
- Types de canaux de distribution

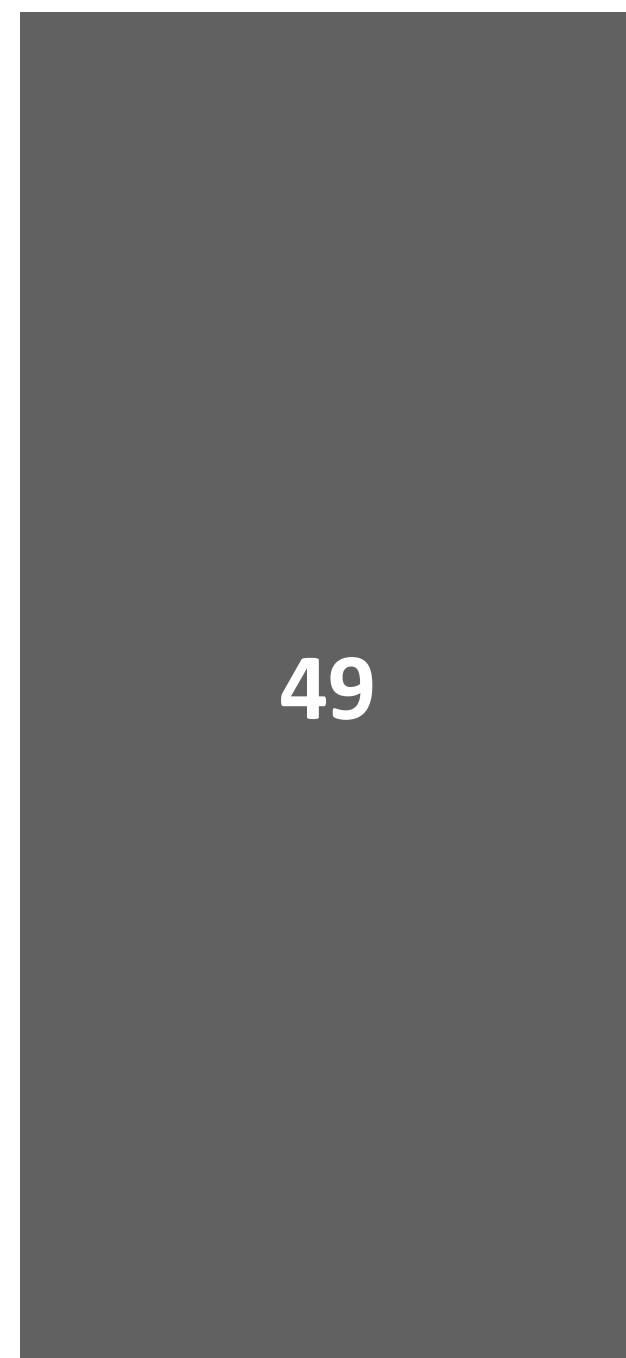
Composition de l'échantillon

Echantillon : 49 entreprises

5

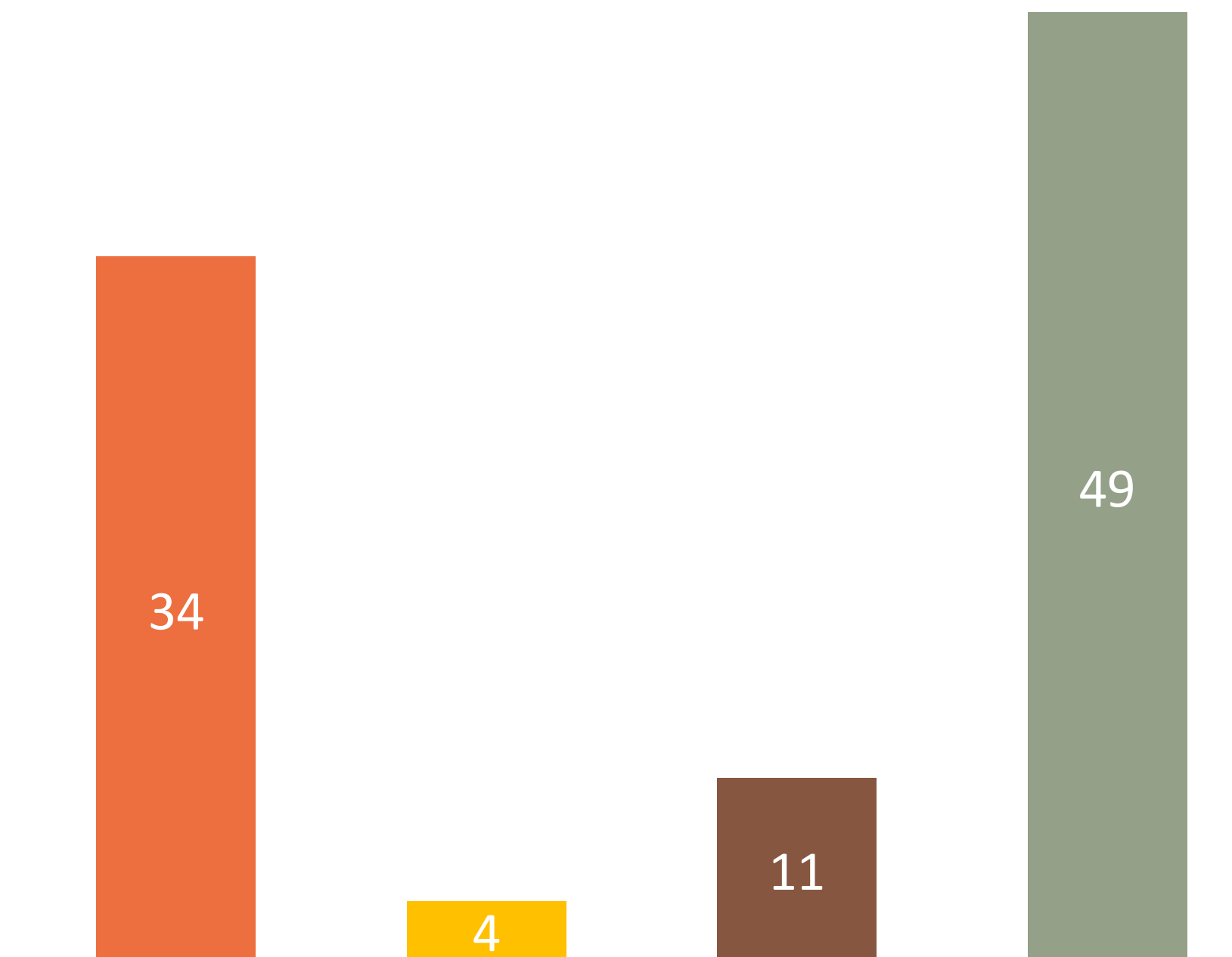
La transversalité des secteurs d'activité de la filière de la Silver économie est illustrée au travers de cet échantillon composé uniquement de **49 structures ancrées en Ile-de-France**. Ces entreprises ont été sélectionnées parmi les 130 structures ayant répondues à notre enquête. Ces entreprises ont toutes été créées en **2013 ou avant**. Elles ont toutes déclaré un **chiffre d'affaires en 2013 et après** et déclaré le **nombre de salariés en 2015 et les perspectives d'embauche en 2016** dans la Silver économie.

Ancrage géographique



Structure avec un ancrage en Ile-de-France

Distribution par collègue



Fournisseurs de biens & services

(ex : industriels, distributeurs, établissements d'hébergement, ...)

Partenaires de l'innovation

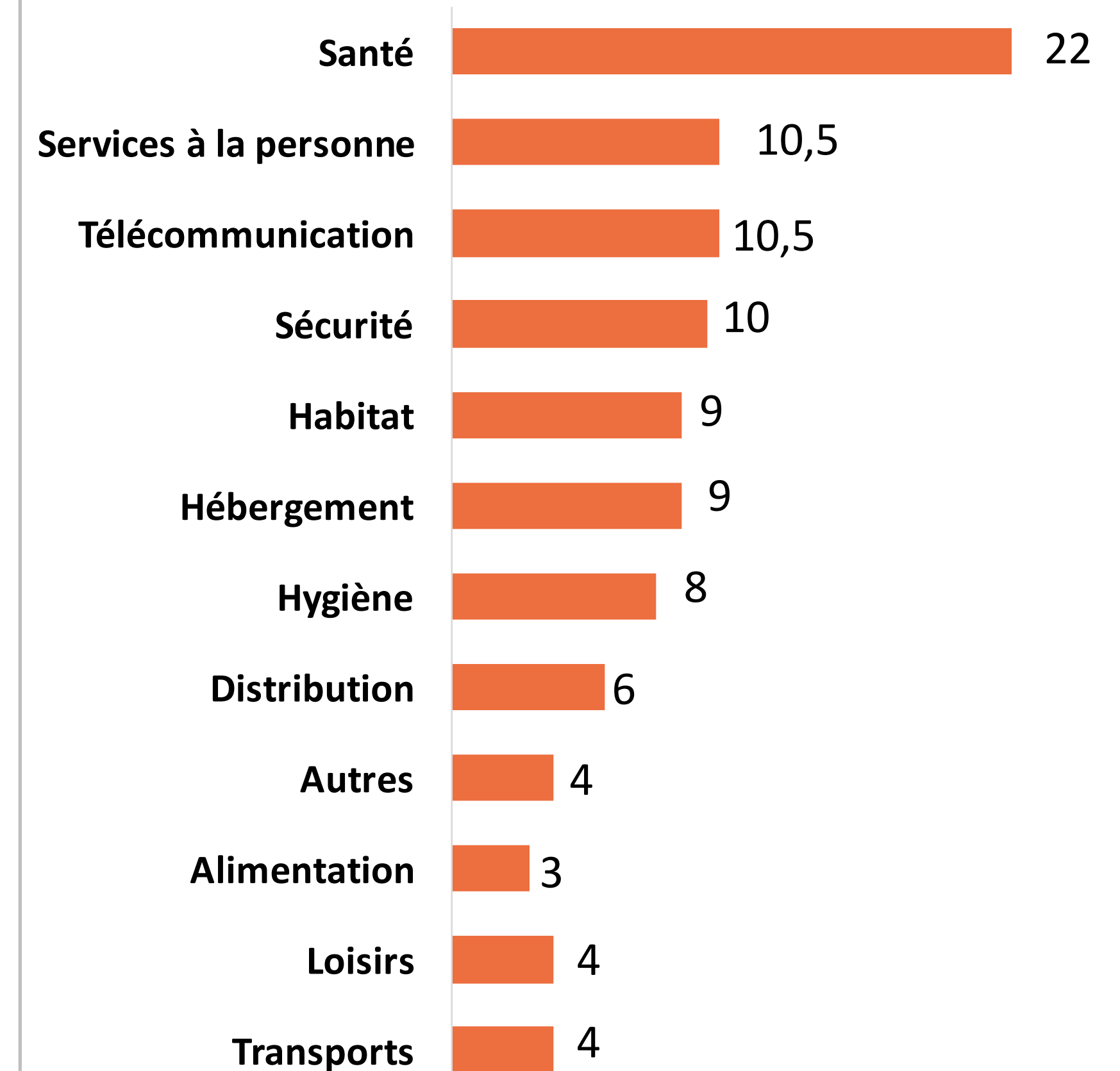
(ex : établissements d'enseignement supérieur, laboratoires, syndicats et fédérations, ...)

Représentants des clients

(ex : collectivités locales, hôpitaux, associations d'utilisateurs, ...)

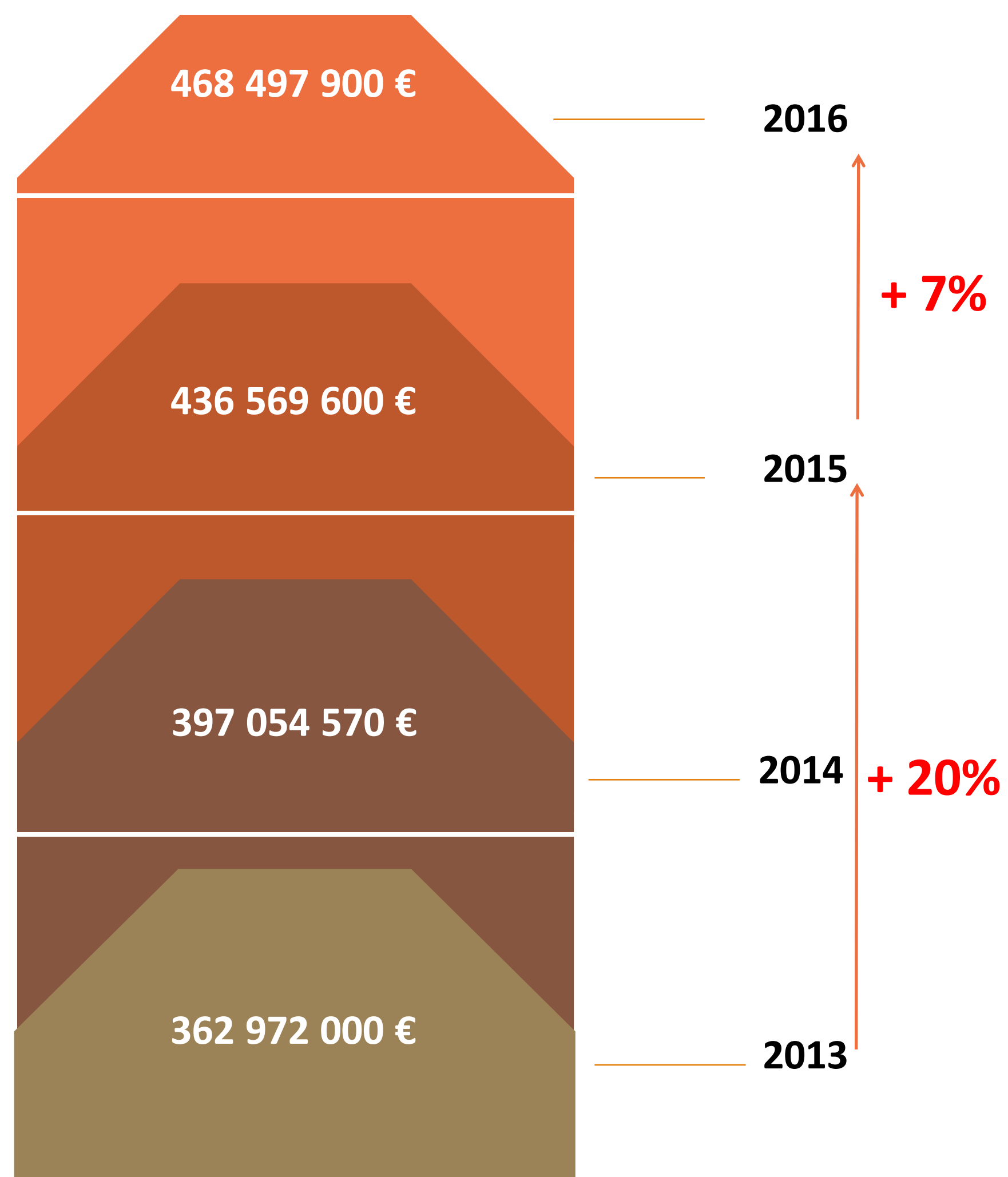
Total

Secteurs d'activité en %



Evolution du chiffre d'affaires des entreprises entre 2013 et 2016

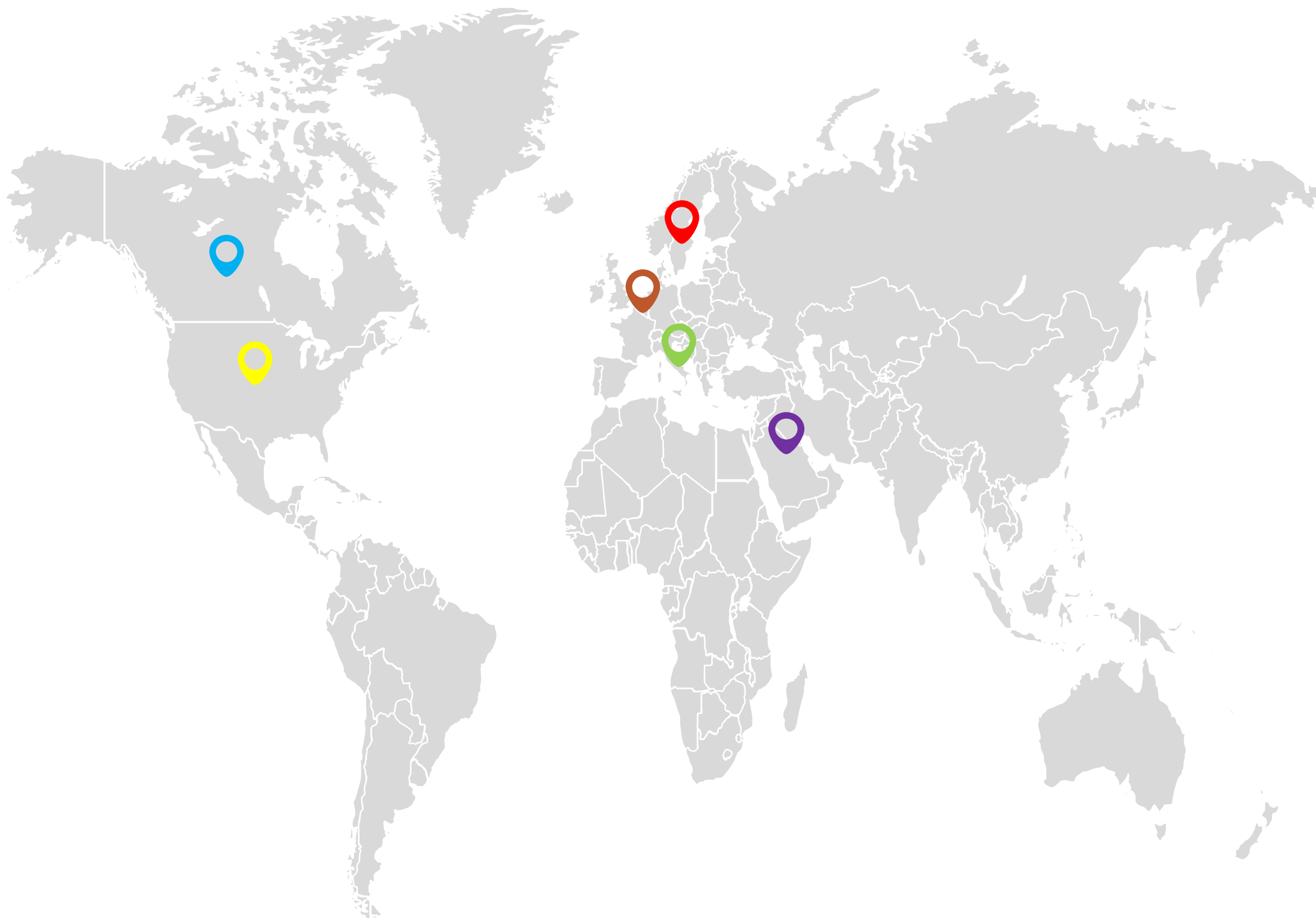
Total du chiffre d'affaires dans la Silver économie des entreprises franciliennes en euros



Chiffres clés

- En 2015, **18%** des entreprises de notre échantillon réalisaient un chiffre d'affaires supérieur à 10 millions d'euros alors qu'elles n'étaient que **10%** en 2013.
- En 2015, **18%** des entreprises de notre échantillon réalisaient un chiffre d'affaires supérieur à 5 millions d'euros alors qu'elles n'étaient que **14%** en 2013.
- En 2015, **29%** des entreprises de notre échantillon réalisaient un chiffre d'affaires supérieur à 1 million d'euros alors qu'elles n'étaient que **27%** en 2013.
- En 2015, **243 millions d'euros** de chiffre d'affaires ont été générés par **2 grands groupes** de la Silver économie.

Evolution du chiffre d'affaires des entreprises entre 2013 et 2016 à l'international



73%

73 % des structures interrogées déclarent vouloir se développer à l'international (Belgique, Suisse, Luxembourg, Italie, Scandinavie, Canada, Etats-Unis, Moyen-Orient...).

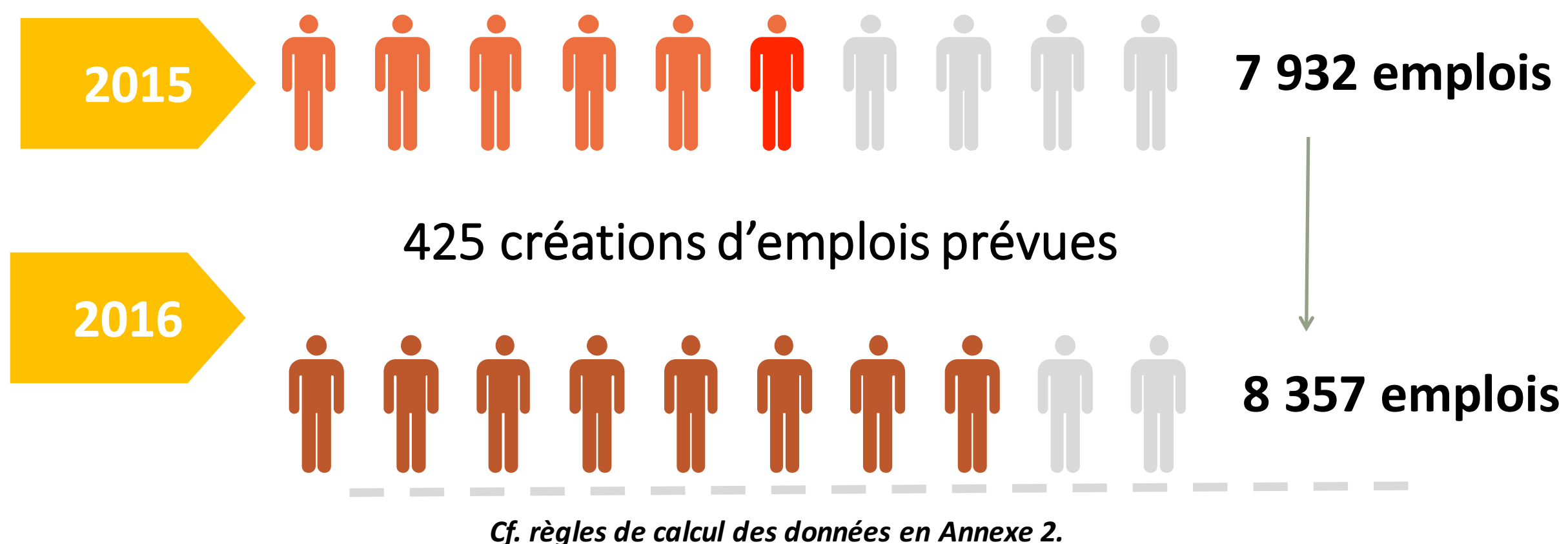
11

En 2015, 11 structures réalisent déjà du chiffre d'affaires dans la Silver économie à l'étranger pour un montant de 31,5 millions d'euros.

Ce ne sont pas seulement les fournisseurs de biens et services qui s'internationalisent : un prestataire de services a par exemple ouvert une agence au Canada depuis l'enquête.

Evolution de l'emploi des entreprises entre 2015 et 2016

Création d'emplois ancrés en Ile-de-France en 2016



70% des entreprises déclarent vouloir embaucher en 2016.

Le nombre d'emplois en 2016 correspond à la somme des emplois déclarés en 2015 et des prévisions d'embauche en 2016.

A noter : tout comme le chiffre d'affaires, il s'agit de l'emploi créé par les participants de notre échantillon avec un ancrage en Ile-de-France.

Tous ces emplois ne sont pas localisés uniquement en Ile de France.

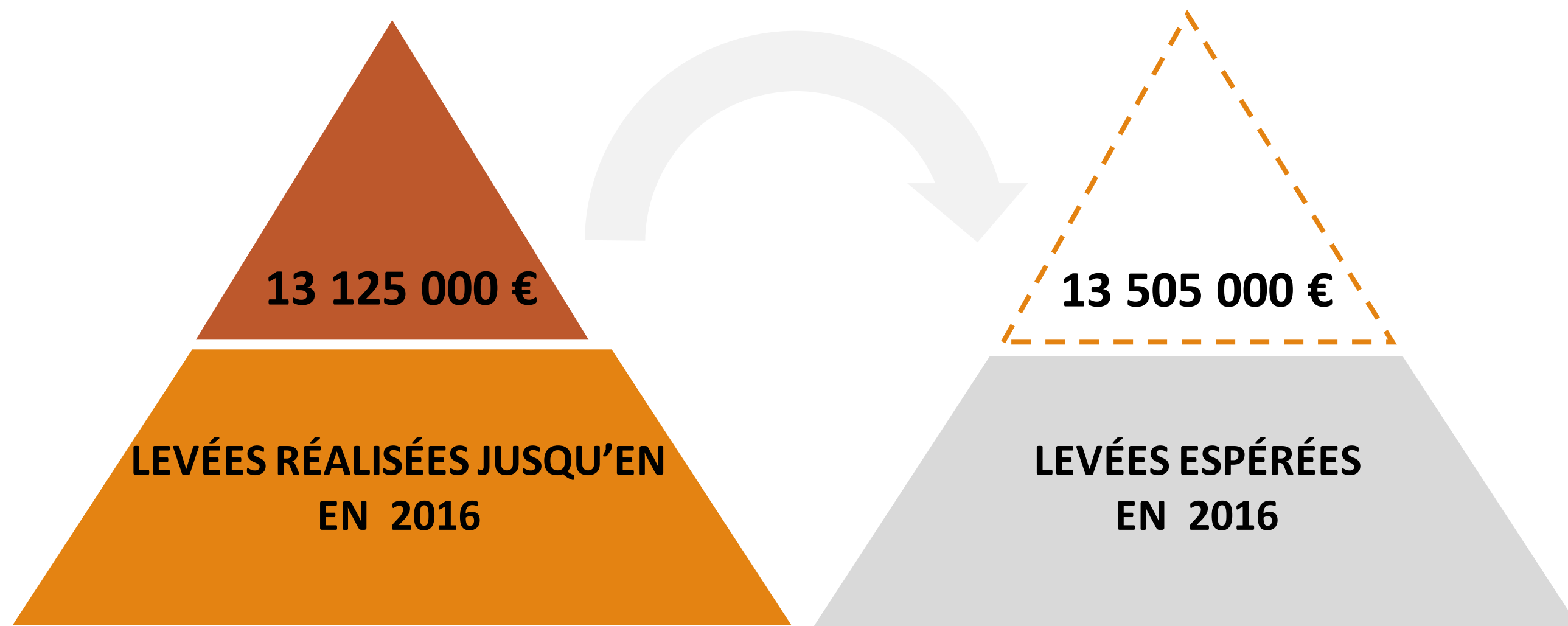
Typologie des postes à pourvoir au sein de la Silver économie

Ingénieur produit
 Responsable des ventes
 Designer
 Responsable marketing
 Responsable commercial
 Chef de produit
 ...

A titre d'exemple, Silver Innov' (plateforme immobilière de la Silver économie) a connu une croissance de son nombre d'emplois de plus de 56 % (de janvier 2016 à avril 2016). Cette croissance illustre pleinement le dynamisme territorial avec aujourd'hui plus de 50 salariés dans cette plateforme.

Analyse des levées de fonds des entreprises

Analyse des levées de fonds des entreprises de moins de 20 salariés avec un ancrage en Ile-de-France



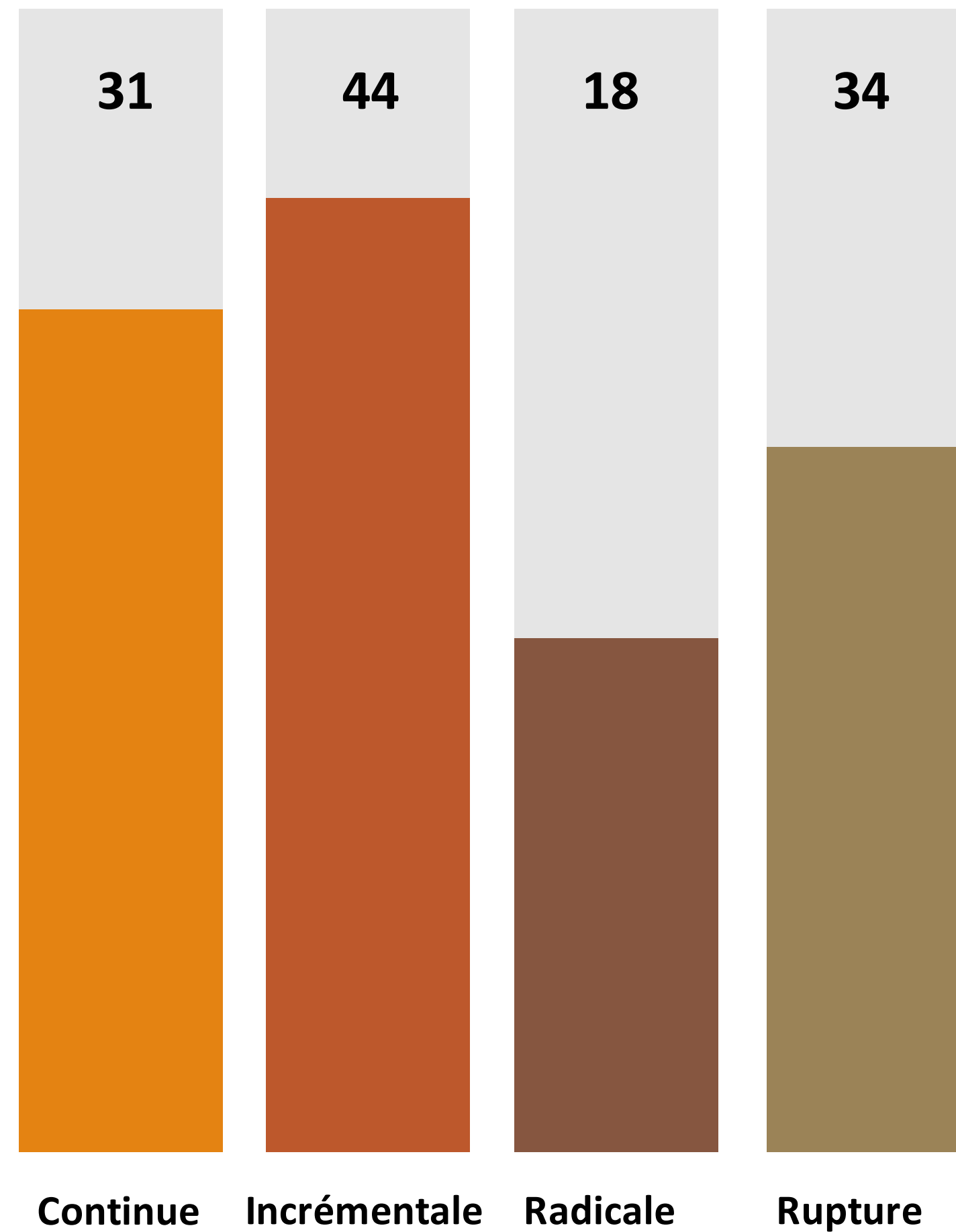
Chiffres clés

- 33 entreprises de notre échantillon (49) sont des entreprises de moins de 20 salariés.
- Montant moyen des levées de fonds (en dilutif et non dilutif) : 1 million d'euros
- 45 % de nos entreprises de moins de 20 salariés ont levé des fonds.
- 52 % veulent lever des fonds en 2016 et parmi elles, 59% à avoir déjà levé des fonds en 2015.

Cohabitation des logiques d'exploitation et d'exploration

Echantillon : 49 entreprises

Nature des innovations



Ces résultats indiquent que les deux logiques bien connues dans le management de l'innovation sont à l'œuvre dans la Silver économie.



La **logique d'exploitation** (innovations continues et incrémentales) qui consiste à apporter de la nouveauté aux clients par de nouveaux usages sans modifier la technologie (c'est l'exemple du téléphone portable avec des grosses touches).

Ces innovations sont moins risquées que celles de la logique d'exploration et donc elles rapportent moins.



La **logique d'exploration** (innovations radicales et ruptures) qui consiste à modifier l'usage, via une nouvelle technologie, et parfois le modèle économique (c'est l'exemple du tensiomètre qui suit votre tension tous les jours et qui vous est loué).

*les chiffres présentés ici sont des déclarations des entreprises. L'entreprise avait la possibilité de répondre à plusieurs choix.

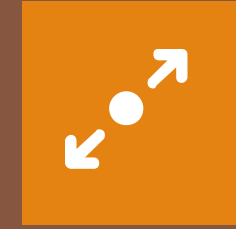
Echantillon : 49 entreprises

Profil des innovateurs



*les chiffres présentés ici sont des déclarations des entreprises. L'entreprise avait la possibilité de répondre à plusieurs choix.

Caractéristiques des innovateurs



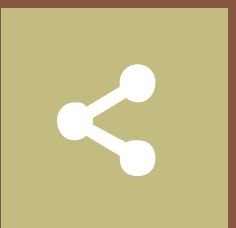
Les résultats indiquent également que dans la Silver économie nous avons davantage d'innovation par les usages produits par les « **need seeker** ». Il s'agit des entreprises qui sentent les nouvelles attentes des clients d'un marché existant. **Ces entreprises identifient les besoins non formulés et non satisfaits en sollicitant la compréhension des premiers utilisateurs** et s'efforcent d'être les premières sur le marché avec des produits et des services révolutionnaires au niveau des usages.



Ensuite, nous avons la catégorie **des entreprises qui poussent à l'émergence d'un nouveau marché**, celles qui stimulent l'innovation via la prouesse technologique en s'appuyant sur des percées inventives à partir d'efforts de recherche et de développement internes, et qui cherchent à répondre aux besoins mal intégrés des clients. Il s'agit des « **technos driver** ».



Nous avons enfin **des entreprises qui décryptent les nouvelles tendances d'un marché existant**, c'est-à-dire qui surveillent leurs clients et concurrents attentivement en se concentrant principalement sur la création de valeur par le changement incrémental et en capitalisant les tendances avérées du marché. Les entreprises de cette catégorie adoptent une stratégie dite de « **fast follower** » – que l'on pourrait traduire par « **adaptation rapide** ».



Nous en retiendrons qu'il y a presque autant de stratégies d'innovation qu'il existe **d'entreprises dans la Silver économie**, vu l'hétérogénéité de la cible, le nombre de secteurs d'activités et la différence de culture du risque d'un entrepreneur à un autre.

Diverses formes prises par l'innovation dans la Silver économie

Même si dans notre échantillon il y a plus d'innovations de service, il n'en demeure pas moins que les formes des innovations dans la Silver économie sont multiples :



Innovation de produit

L'exemple : performances accrues et miniaturisation des accéléromètres d'un système de détection de chute.



Innovation de service

L'exemple : une offre de taxis.



Innovation de procédé industriel

L'exemple : suppression d'une baignoire et installation d'une douche en une journée.



Innovation d'usage

L'exemple : simplification des fonctionnalités d'un téléphone portable.



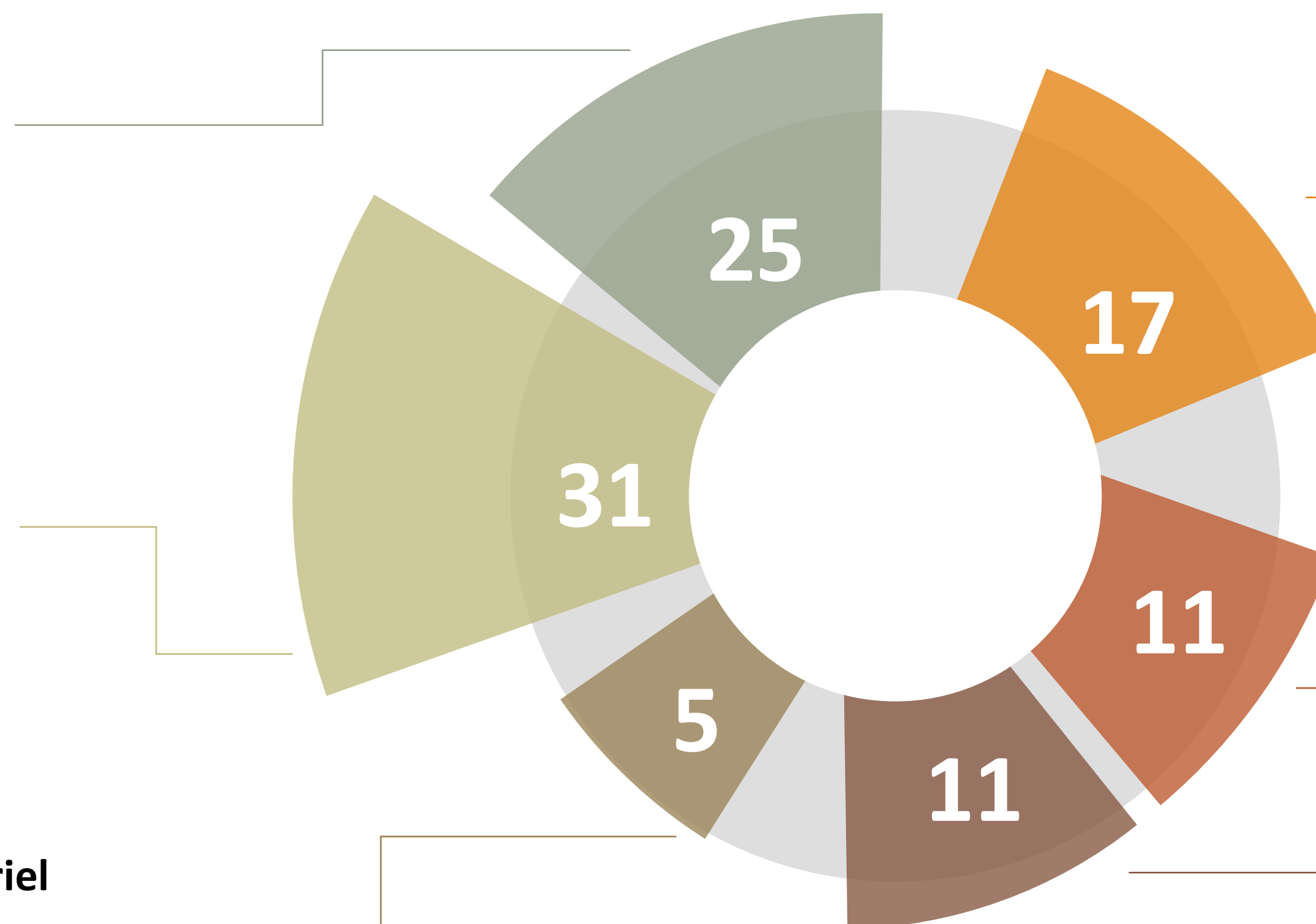
Innovation dans le modèle économique

L'exemple : optimisation des dépenses d'un retraité pour lui donner plus de pouvoir d'achat



Innovation d'organisation

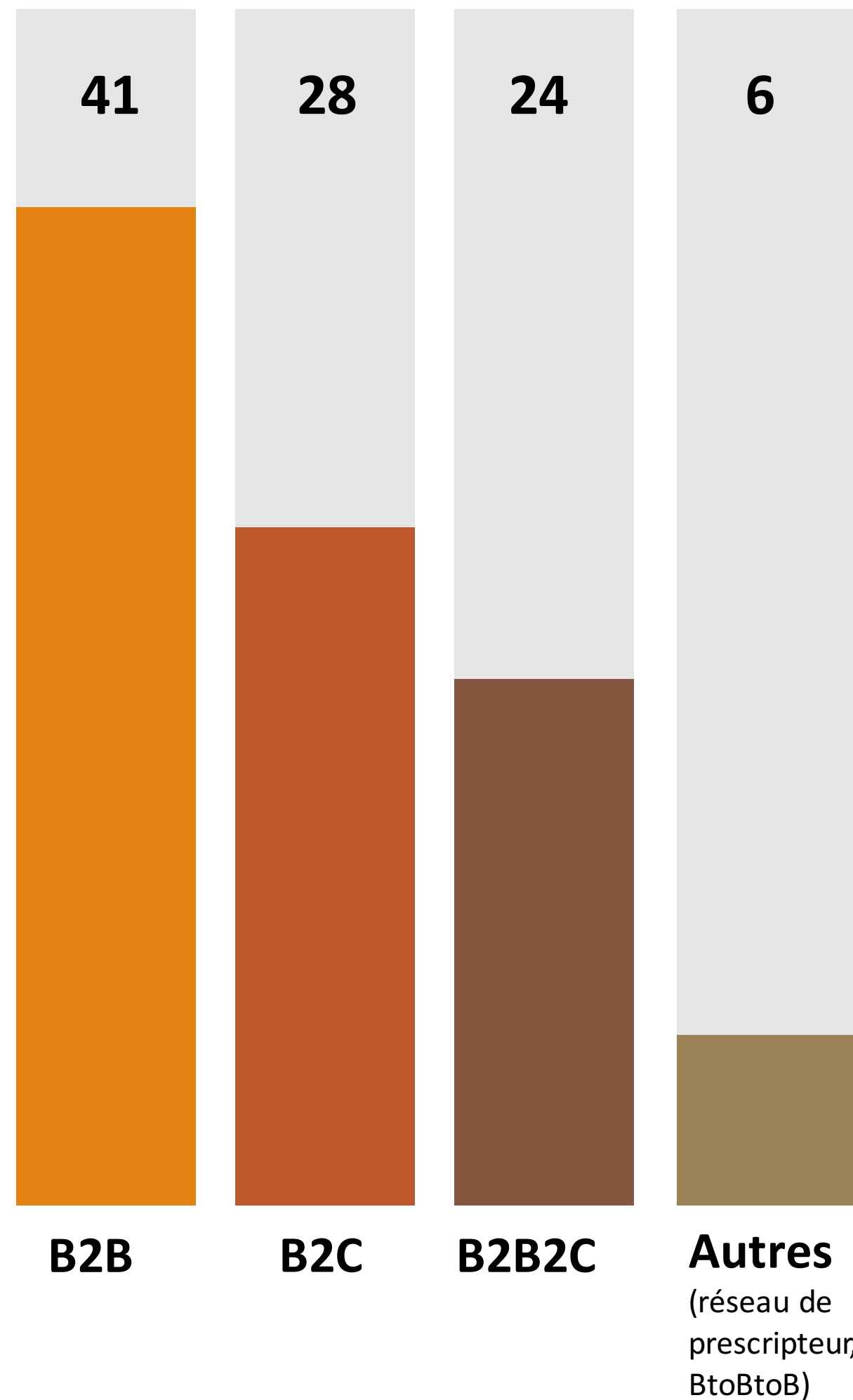
L'exemple : nouveau canal de distribution



*les chiffres présentés ici sont des déclarations des entreprises. L'entreprise avait la possibilité de répondre à plusieurs choix.

Echantillon : 49 entreprises

Types de canaux de distribution



STRATÉGIE D'INNOVATION MISES EN OEUVRE PAR LES ENTREPRISES

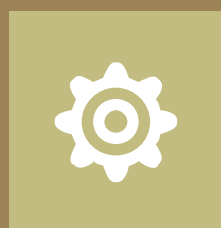
Distribution multicanal adoptée dans la Silver économie



Au vue de l'échantillon de 49 entreprises et de la multiplicité des canaux de distribution affirmés, il en résulte que les entreprises de la Silver économie appliquent **en grande majorité une stratégie de distribution multicanal.**



On constate que la grande majorité des acteurs (41 structures sur 49) ont notamment une approche B2B et la moitié développe également un canal B2B2C.



Ce résultat s'explique par un nombre élevé de startups dans notre échantillon. Cela confirme la difficulté pour les acteurs de la filière à identifier un modèle économique pérenne, des usagers finaux difficiles à cibler et le tâtonnement des entrepreneurs pour trouver les bons partenaires de distribution.

*les chiffres présentés ici sont des déclarations des entreprises. L'entreprise avait la possibilité de répondre à plusieurs choix.

Les enseignements de cette enquête



Globalement, les résultats économiques de ce baromètre tendent à montrer que **cette filière est promise à un bel avenir en termes de performance économique** étant donné la croissance observée depuis 2013 en particulier pour le chiffre d'affaires.

Cette filière devrait permettre aux entreprises de **gagner ou conserver des parts de marché dans tous les secteurs d'activité**, en France ou à l'international, et de **créer des emplois durables sur nos territoires**.



Ces résultats montrent également **qu'obtenir des données fiables et tangibles restent complexes dans cette filière**.

Hormis les purepayers qui font 100% de leurs activités dans la Silver économie, **les entreprises raisonnent encore de manière globale en termes d'emplois créés ou de chiffre d'affaires**. Elles ne distinguent pas encore suffisamment le nombre d'emplois créés ou le chiffre d'affaires spécifiquement réalisés dans la Silver économie.



Localement, nous constatons qu'en Ile-de-France, **la filière devrait connaître une croissance de 7% de son chiffre d'affaires total en 2016**, le portant à plus de **460 millions d'euros**.

Elle devrait permettre l'embauche de **425 salariés en 2016** ayant des profils majoritairement issus de la R&D et du commerce.



Même si cette filière est encore jeune, comme le démontre la taille de notre échantillon, il n'en demeure pas moins que de belles performances économiques sont déjà au rendez-vous et que **les possibilités de lever des fonds sont de plus en plus nombreuses grâce probablement à l'émergence de véhicules publics et/ou privés dédiés à la Silver économie (prêt d'honneur de la Silver économie)**.



L'innovation est l'ADN de la filière comme l'illustrent les résultats sur les stratégies d'innovation mises en œuvre.

Elle est au cœur du processus de transformation de notre société, de nos entreprises, pour faire face à notre transition démographique.

Nous remarquons également que certains prennent **des risques à venir concevoir des modèles disruptifs avec une logique d'exploration**.

SILVER VALLEY

54 rue Molière
94200 Ivry sur Seine

www.silvervalley.com

 contact@silvervalley.fr

 [Twitter](#)

 [Facebook](#)

Contact Presse
Marion Deshays
0144949573
marion@escalconsulting.com