

Grande distribution : des adaptations encore timides face au vieillissement de la population

La Belgique connaît un vieillissement marqué : plus de 20 % de la population a plus de 65 ans, et la proportion des plus de 80 ans augmente fortement. Les seniors disposent d'un pouvoir d'achat important et dépensent davantage que les plus jeunes, notamment dans la santé et l'alimentation. L'OCDE estime que les plus de 60 ans représenteront plus de la moitié de la croissance économique des quinze prochaines années.

Malgré ce potentiel, la grande distribution belge reste en retard par rapport à d'autres pays comme le Québec. Les seniors constituent pourtant une clientèle fidèle, disposant de temps, de moyens financiers, préférant les contacts humains et se montrant prudents dans leurs choix. Ils n'aiment toutefois pas être considérés comme « vieux » et ne réclament des aménagements que lorsqu'un obstacle se présente.

Dans les rayons, l'adaptation se concentre surtout sur la santé. Les sections de parapharmacie se développent, avec compléments alimentaires pour les plus de 50 ans, produits liés aux articulations, au cœur, ou à la ménopause, ainsi que des protections pour incontinence, dont les ventes explosent. Colruyt, Carrefour, Aldi ou Lidl élargissent leur offre, proposent des formats plus petits (pour une ou deux personnes), des emballages faciles à ouvrir ou des articles utiles aux seniors (loupes, lunettes de lecture, tabourets de douche).

L'accueil et l'aménagement des magasins évoluent également : certaines enseignes mettent des loupes à disposition, maintiennent des caisses traditionnelles ou créent des « caisses bavardage » pour encourager les interactions sociales. Les allées sont parfois élargies pour faciliter le passage des rollators et voiturettes. Carrefour installe aussi des bancs pour permettre des pauses durant les achats.

Les commerces de proximité, très utilisés par les seniors pour leur accessibilité et leurs achats en petites quantités, se développent mais restent insuffisants, surtout dans les zones rurales où les services disparaissent. Les livraisons à domicile risquent d'exclure certains seniors peu à l'aise avec le numérique. Des associations suggèrent de développer des initiatives communales et même un label « senior friendly » pour mieux répondre à leurs besoins.