



Economia *silver* a Catalunya

Abril 2018

Informe Sectorial

ACCIÓ



**Generalitat
de Catalunya**

Estratègia i Intel·ligència Competitiva

Economia *silvera* Catalunya: Informe Sectorial

ACCIÓ
Generalitat de Catalunya



Els continguts d'aquest document estan subjectes a una llicència *Creative Commons*. Si no se n'indica el contrari, se'n permet la reproducció, distribució i comunicació pública sempre que se'n citi l'autor, no se'n faci un ús comercial i no se'n distribueixin obres derivades. Podeu consultar un resum dels termes de la llicència a:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

Realització
Unitat d'Estratègia i Intel·ligència Competitiva d'ACCIÓ

Barcelona, Abril de 2018

Índex

1. Resum executiu	04
2. Economia <i>silver</i> : definició	07
3. Principals dades mundials	18
4. Economia <i>silver</i> a Catalunya	28
5. Tendències tecnològiques i de negoci	40
6. Oportunitats d'internacionalització per a l'empresa catalana en l'economia <i>silver</i>	51
7. Annexos	68

1. Resum executiu



Economia *silver* a Catalunya

Resum executiu

- L'economia *silver* genera una sèrie d'oportunitats econòmiques derivades de l'envelliment de la població i les seves necessitats específiques a partir dels 55 anys. Es poden definir dos tipus de *silver*: actius i dependents.
- Les oportunitats a l'economia *silver* sorgeixen derivades de l'**augment del poder adquisitiu d'aquest col·lectiu** i de l'envelliment generalitzat de la població mundial.
- La riquesa i el benestar dels *silver* és superior a la mitjana de la població i **es preveu que el seu poder adquisitiu creixi, de mitjana, un 5,1%** fins al 2021.
- **Actualment, més del 17% de la població mundial és més gran de 55 anys; el 2050, passarà a ser al voltant del 25%**. El grup d'edat entre els 55-69 anys creixerà un 34% fins al 2030, mentre que el de +70 ho farà un 60%.
- A Catalunya, **la despesa mitjana anual dels jubilats ha augmentat un 4,6%** en els últims 5 anys. Pel que fa a l'envelliment, més del 30% dels catalans tindran més de 65 anys el 2050.

Economia *silver* a Catalunya

Resum executiu

- **Aquest estudi identifica 545 empreses* a Catalunya que es dediquen a l'economia *silver*.** La facturació agregada relacionada és de 9.003 milions d'euros (el 4,0% del PIB de Catalunya) i dóna ocupació a 122.007 treballadors.
- El 55% de les empreses són petites (menys de 50 treballadors), el 33% són mitjanes empreses (entre 50 i 249 treballadors) i el 12% són grans empreses (més de 249 treballadors). **Gairebé la meitat de les empreses identificades en el mapeig exporten els seus productes i/o serveis a l'exterior (45%).**
- **Barcelona és la província que concentra una presència més gran d'empreses que es dediquen a l'economia *silver*** (un 85% del total). La segueixen Girona (6%), Tarragona (5%) i Lleida (4%).
- S'han identificat **quatre segments de negoci dins l'economia *silver*: salut, qualitat de vida, assistència i vida activa.** Les empreses dedicades al segment salut concentren la major part de la facturació del total del sector (38,4%), seguit de les empreses dedicades a assistència (33,5%). El segment que concentra un nombre més gran d'empreses és el d'assistència (212), seguit del de qualitat de vida (178).
- Segons un estudi metòdic de diferents economies, s'han seleccionat una sèrie de **països en què el sector presenta oportunitats de creixement: Alemanya, Bèlgica, Dinamarca, França, Itàlia, Regne Unit, Austràlia, Hong Kong, Índia, Japó, Singapur, Xina, Canadà i Estats Units.** En aquests països, els ingressos per càpita dels *silver* i la taxa de dependència** augmentaran un 20,9% i un 10,7%, respectivament, entre el 2017 i 2030.
- El sector de l'economia *silver* presenta **tendències globals en noves tecnologies, dispositius mèdics, *fitness* cerebral, cohabitatge sènior, pràctica esportiva, mobilitat, salut electrònica, ús de les TIC i apps de salut.**

*Empreses actives amb més de 10 treballadors i una facturació mínima d'1 milió d'euros

**La dependència és el nombre de persones grans (+65 anys) en relació a les persones en edat de treballar.

2. Economia *silver*: definició



Introducció i conceptualització

Anàlisi estratègica i participació dels principals actors

L'objectiu d'aquest informe sectorial és definir l'economia *silver*, així com identificar els agents de l'ecosistema català i les oportunitats sectorials a tercers països.

Per aquest motiu, s'ha procedit a:

- **Definir el sector de l'economia *silver*.** S'ha partit de les definicions de la literatura existent a l'àmbit europeu i s'han identificat aquells segments de negoci que tenen relació amb el desenvolupament de l'economia *silver*.
- **Realització del mapeig i la quantificació del sector a Catalunya.** A partir de la definició prèvia dels segments de negoci, s'ha fet una anàlisi de les empreses establertes a Catalunya que tenen un rol actiu en l'economia *silver*. El mapeig* inclou aquelles empreses actives amb més de 10 treballadors i una facturació mínima d'1 milió d'euros.
- **Analitzar tendències a l'entorn global.** Com que és un sector en ple desenvolupament, s'identifiquen aquelles tendències disruptives que tenen un potencial de creixement més important perquè estan en un cicle de vida de creixement del producte.
- **Identificar oportunitats sectorials a tercers països.** Segons un estudi metòdic de diferents economies en què s'han estudiat l'envelliment i el poder adquisitiu present i futur dels *silver*, s'han seleccionat una sèrie de països en què el sector té capacitat de creixement.

D'aquesta anàlisi s'extreu el potencial que té el sector de l'economia *silver*. L'envelliment generalitzat de la població, juntament amb l'increment del poder adquisitiu de la població més gran de 55 anys, fa que s'obrin nínxols de negoci fins ara poc explotats.

*Estimacions de facturació i treballadors del sector economia *silver* a l'Annex 1.

Introducció i conceptualització

L'economia *silver* genera oportunitats econòmiques derivades de l'envelliment de la població i les seves necessitats específiques a partir dels 55 anys.



CONSUMIDORS

- Els adults d'avui en dia són menys conservadors que els seus predecessors: no volen adoptar una actitud passiva envers l'envelliment i **intenen mantenir-se joves, saludables i enèrgics.**
- Els consumidors veuen en l'envelliment un **procediment holístic**, per la qual cosa paren **atenció al benestar de la ment** i el cos per mantenir-se en forma i saludables durant més temps.
- Els *silver* se senten més joves del que són: els enquestats d'un estudi de la University College London tenien una edat mitjana de 66 anys, però **la seva edat mitjana percebuda era de 57 anys.**



EMPRESES

- **Les empreses responen a les necessitats de la població *silver*** amb la creació de nous productes o adaptant-los, oferint més personalització i ajustant-se a nous requeriments.
- El desig de retardar l'envelliment garanteix als fabricants la possibilitat d'**adaptar i segmentar els seus productes per satisfer les diferents necessitats i expectatives.** S'obre així un mercat gran i creixent per a productes de tot tipus.
- Els *silver* **no volen ser tractats com un grup homogeni** per part de les empreses. Trobar el llenguatge correcte per dirigir-s'hi pot ser complicat: estudis mostren que paraules com "sènior", "envelliment" i "jubilat" reben una resposta negativa.

Font: Euromonitor, 2017. "Old Is the New Young: How Global Consumers are Challenging Ageing".

Què vol dir fer-se gran?

○ L'envelliment és el **canvi sistèmic de la capacitat de funcionament del cos, de la ment i dels sentits** causat pels canvis relacionats amb l'edat.

○ Es poden identificar **dos tipus de persona silver**:



ACTIUS

Corren maratons, llegeixen sense necessitat d'ulleres o escalen muntanyes.

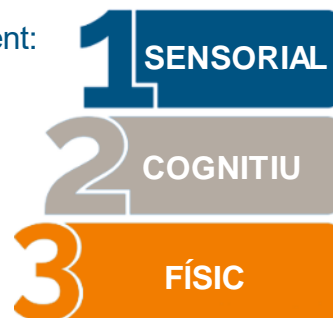


DEPENDENTS

Tenen mobilitat limitada o comencen a patir demència.

○ L'**economia silver** sorgeix per cobrir les **necessitats derivades de l'envelliment** generalitzat de la població, però, sobretot, dels seus canvis d'hàbits.

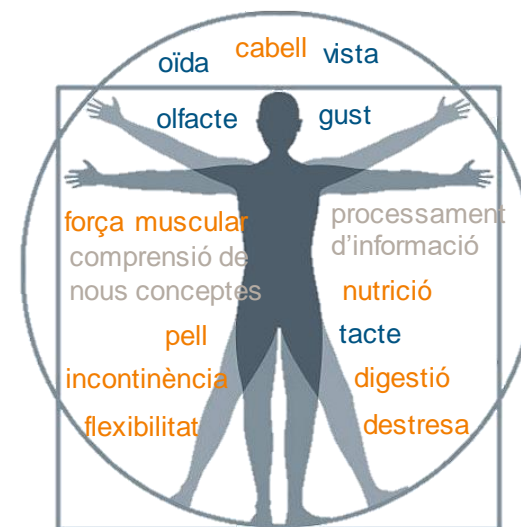
○ Es poden definir tres àrees d'envelliment:



Canvis en les capacitats dels sentits.

Canvis en la forma de reaccionar als estímuls i processar la informació.

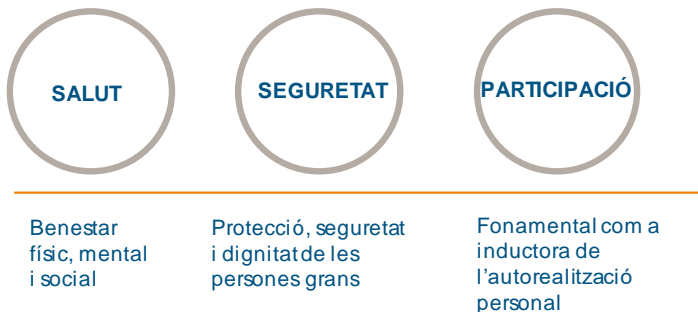
Canvis físics derivats de l'edat.



Font: Silver Group, 2016. "The 25 Effects of Ageing".

Silver actius

L'OMS estableix tres punts fonamentals com a referents principals del concepte d'envelliment actiu:



Les activitats d'envelliment actiu estan promogudes per:



Font: firagran.com

Silver dependents

Una part de la gent gran depèn de terceres persones per desenvolupar-se en el dia a dia. Dins d'aquest segment, també trobem necessitats i oportunitats de negoci.



RESIDÈNCIES, CENTRES DE DIA I HABITATGES TUTELATS

Actualment, hi ha moltes opcions i centres especialitzats dedicats a les persones grans que veuen limitada la seva autonomia per dur a terme les activitats bàsiques de la vida diària.



SERVEIS D'ATENCIÓ DOMICIALIÀRIA

L'objectiu principal dels serveis a domicili és la realització de les activitats quotidianes per persones dependents: higiene personal, anar a comprar o l'organització dels àpats.



SERVEIS DE TELEASSISTÈNCIA DOMICILIÀRIA

Servei que ofereix atenció permanent a distància i assegura una resposta ràpida davant de qualsevol situació d'urgència amb què es pugui trobar la persona en el domicili: caigudes, problemes de salut, etc.



AJUDES TÈCNIQUES

Les ajudes tècniques inclouen els productes i les tecnologies que representen una ajuda per a les persones grans amb alguna limitació física.



SERVEIS I INCENTIUS PÚBLICS

Diverses Administracions públiques ofereixen un ampli ventall de serveis i ajuts per cobrir, garantir i satisfer les noves necessitats del col·lectiu *silver*.

Font: firagran.com

Segments de negoci de l'economia *silver*



SALUT

- Productes farmacèutics
- Suplements alimentaris
- Alimentació saludable
- Salut electrònica



ASSISTÈNCIA

- Assegurances
- Serveis sociosanitaris
- *Catering* per a residències
- Centres oftalmològics



QUALITAT DE VIDA

- Productes i dispositius sanitaris
- Audiòfons, oftalmologia
- Odontologia
- Productes cosmètics



VIDA ACTIVA

- Agències de viatge
- Balnearis
- Educació i formació
- Voluntariat i empenedoria

Segments *silver*: salut

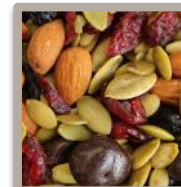
Cada vegada més, els consumidors tendeixen a mantenir-se saludables.

- La població sènior presenta dependència dels productes farmacèutics. A mesura que aquest segment de població s'eixampli, el mercat farmacèutic tindrà més oportunitats, tant per MVL com de prescripció mèdica. **El mercat farmacèutic global creixerà a un ritme anual del 6,5% fins al 2021**; els Estats Units i la regió Àsia-Pacífic lideraran l'increment.
- Tant el mercat de **suplements alimentaris** com el **d'alimentació saludable** s'han beneficiat de l'augment de l'interès entre els consumidors adults. Una enquesta de 2016 apunta que el 30% dels enquestats més grans de 60 anys prenen vitamines o suplements alimentaris gairebé a diari, comparat amb el 23,6% de respostes dels enquestats entre 30 i 44 anys.
- Noves **mesures com la salut electrònica** comencen a ser implementades: per exemple, l'**mhealth** (*mobile health*) té un valor mundial de 15.000 milions d'euros i la seva implantació plena podria estalviar 99.000 milions d'euros a la UE. A més, les **solucions TIC** per a la monitorització de la salut a les llars triplicaran el seu valor en 5 anys a la UE i arribaran als 31.500 milions d'euros. Per la seva banda, la **teleassistència** tindrà un valor de 20.000 milions d'euros el 2019.



Productes farmacèutics

Suplements alimentaris



Alimentació saludable

Salut electrònica

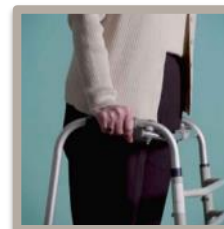


Fonts: Euromonitor, 2016. "An Ageing World: Global Impact On Society And Markets"; European Commission, 2015. "The EU support to the Silver Economy"; "Growing the European Silver Economy"; i MarketLine, 2017. "Global Pharmaceuticals".

Segments *silver*: qualitat de vida

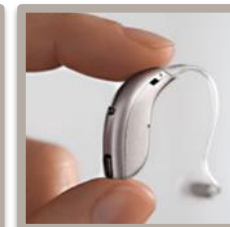
La qualitat de vida es fa indispensable per afrontar l'envelliment físic.

- Arribar a una edat avançada comporta la pèrdua de qualitat sensorial i física del cos humà. Dispositius mèdics com **ortopèdia, productes d'ajuda a la mobilitat, gadgets mèdics o productes per a la incontinència urinària** constitueixen una sèrie de productes necessaris per mantenir una alta qualitat de vida.
- Així mateix, els **audiòfons, productes oftalmològics** (ulleres per a vista cansada, per exemple) i **productes odontològics** (dentadures postisses, per exemple) estan especialment destinats als consumidors *silver*.
- A l'àmbit mundial, les cremes i les locions per a l'ús nocturn i l'ús diari són el tipus més popular de **productes antiedat**, amb un ús superior al 60% entre la població *silver*. Aquest mercat va tenir un valor de **20,2 milions d'euros, amb un creixement constant del 18% entre el 2010 i 2015**. L'Enquesta Internacional de Bellesa d'Euromonitor apunta que, dels enquestats més grans de 60 anys, **el 63% tria els productes hidratants** com a preferits, mentre que **un 38% escull productes antiedat**.



Productes i dispositius sanitaris

Audiòfons, oftalmologia i odontologia



Productes cosmètics

Segments *silver*: assistència

El segment assistencial se centra, bàsicament, en els dependents *silver*.

- Les empreses asseguradores ofereixen el servei de les **mútues de salut**, tot i que, amb els canvis de patrons de consum, es comencen a demandar altres tipus de serveis relacionats amb la salut electrònica.
- Les **residències per a la tercera edat i els centres de dia** són els principals serveis socio-sanitaris. Amb una vida més prolongada i amb més probabilitats d'haver de dependre de terceres persones a mesura que s'envelleix, els *silver* han de recórrer a aquest tipus de serveis.
- Moltes residències externalitzen el **servei d'alimentació** per conveniència. És aquí on moltes empreses que ja oferien altres serveis de *catering* han vist el nínxol de mercat, a més d'oferir-lo també a hospitals.
- Tot i oferir serveis al conjunt de la població, els centres oftalmològics tenen els *silver* com a principals clients: malalties com la **DMAE** (Degeneració Macular Associada a l'Edat) i **les cataractes** són dels serveis més demandats.



Assegurances

Serveis
socio-sanitaris



Catering per a
S.S.

Centres
oftalmològics



Segments *silver*: vida activa

Els *silvers* actius centren gran part del seu temps d'oci a tenir una vida més dinàmica.

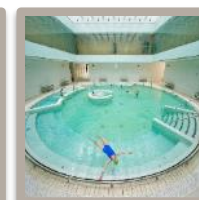
- Moltes agències de viatge **identifiquen específicament el consumidor *silver*** oferint-li serveis. Se'n poden distingir de dos tipus: d'una banda, viatges a mida o personalitzats i, de l'altra, viatges de l'Imserso.
- Els balnearis són una **destinació clàssica per a la gent gran**, però també per a tot tipus de públic amb molta càrrega de feina i que necessita desconectar. Amb el retràs de l'edat de jubilació, molts *silver* que encara estan al mercat laboral es converteixen en un consumidor potencial.
- La gent gran participa en activitats d'aprenentatge per diversos motius, d'entre els quals destaquen el **desenvolupament personal** (realitzar un desig postergat, sentir-se part del món actual) i la **integració social** (participar en activitats d'interès). Les preferències estan condicionades per l'edat, el nivell cultural i formatiu, la situació laboral, el context familiar i socioeconòmic i el gènere.
- Altres àmbits innovadors de participació social són els projectes en què **la gent gran comparteix el seu temps amb altres generacions**, la motivació principal dels quals és compartir.



Agències de viatge



Balnearis



Educació i formació

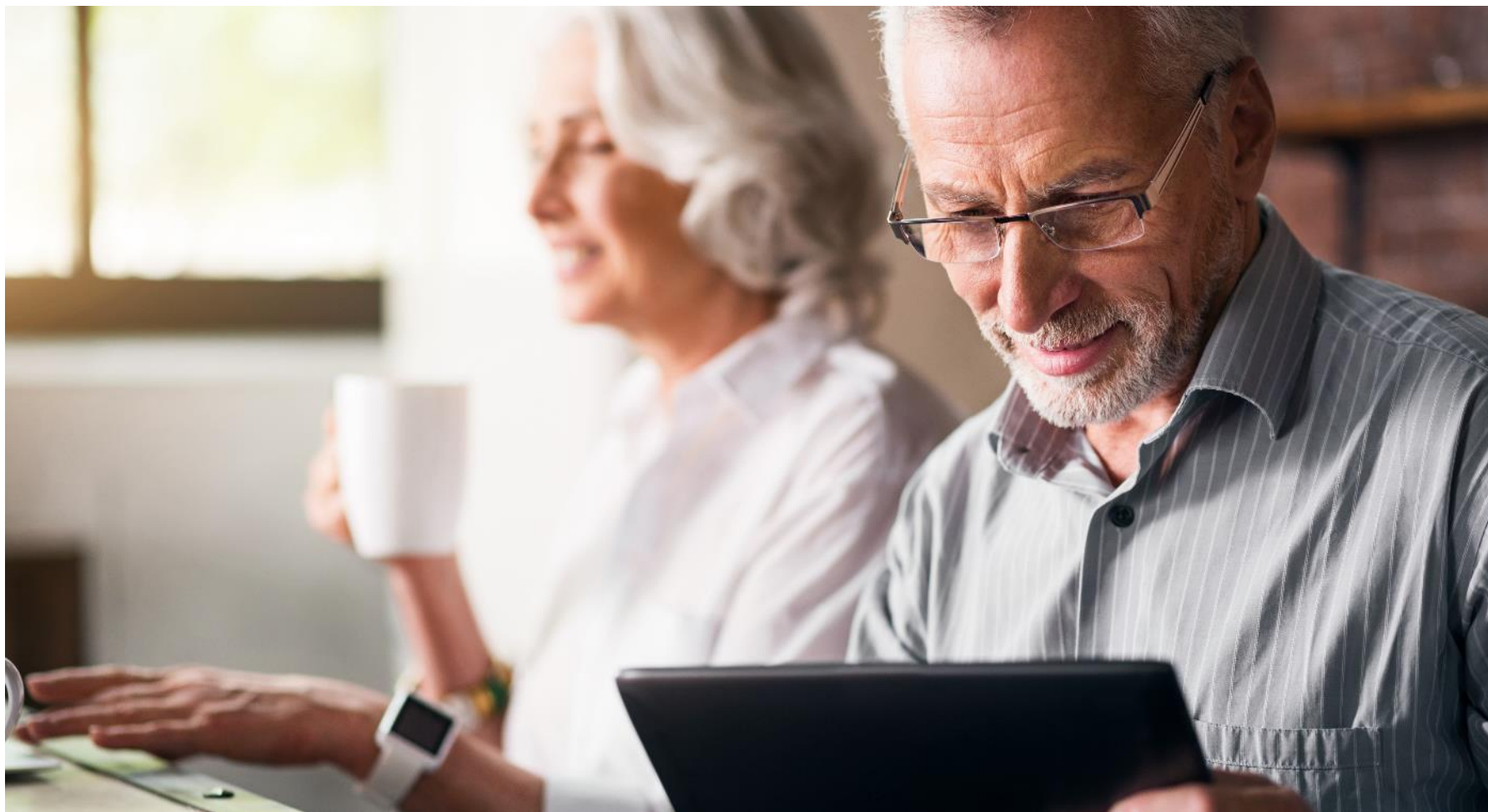


Voluntariat i emprenedoria



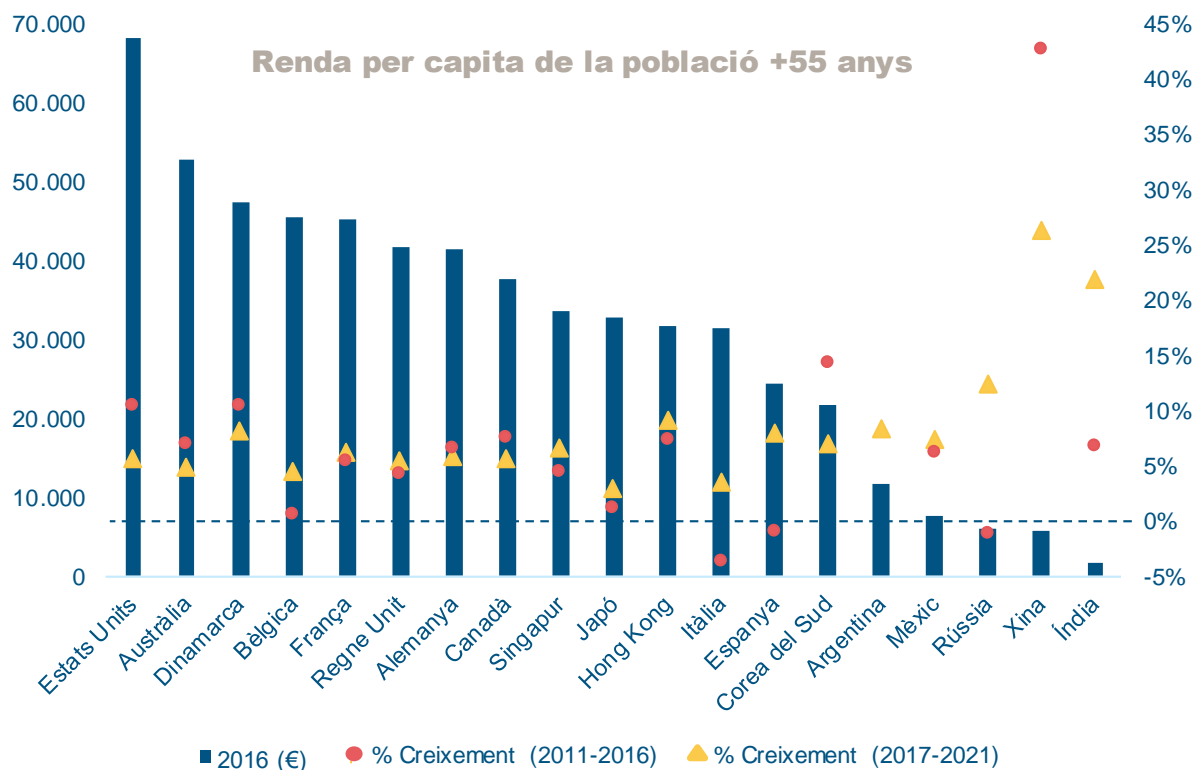
Font: del Valle, G., 2013: "Temps i gent gran".

3. Principals dades mundials



Augment del poder adquisitiu

La riquesa i el benestar dels *silver* (+55) és superior a la mitjana de la població.



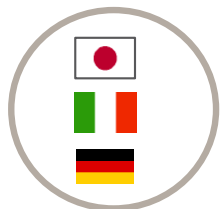
Es països que es mostren a la gràfica han estat seleccionats pel seu potencial demogràfic i per l'augment del seu poder adquisitiu.

- El creixement del poder adquisitiu és generalitzat al conjunt del món i a les economies seleccionades.
- Els països desenvolupats són els que mostren una mitjana d'ingressos superior, tot i que **economies en vies de desenvolupament, com la Xina, avancen ràpidament.**
- De les economies seleccionades, **Itàlia i Espanya** han seguit una tendència negativa en els darrers 5 anys, tot i que la previsió és que la situació es reverteixi.
- D'entre els grups d'edat, **destaca el de 55-59:** el seu poder adquisitiu ha crescut un **8%** durant el període 2010-2015.
- Es preveu que el poder adquisitiu de les persones que formen part del col·lectiu *silver* creixi un **5,1% fins al 2021.**

Font: Euromonitor, 2016: "Global Mid-Lifers at a Crossroads".

Increment de la població envellida

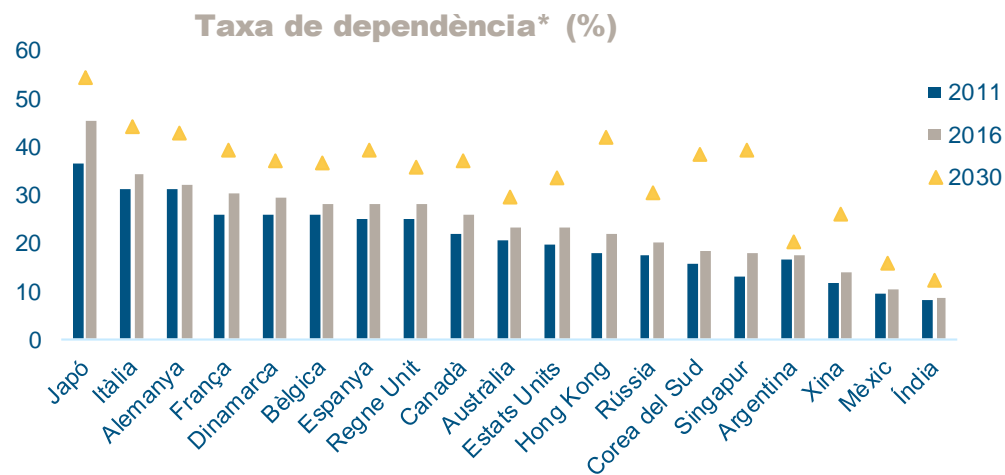
Les millores sanitàries i el descens de la natalitat expliquen aquest fenomen.



El Japó, Itàlia i Alemanya són els països amb la taxa de població de +65 anys més elevada

*La dependència és el nombre de persones grans (+65 anys) en relació a les persones en edat de treballar.

Es països que es mostren a la gràfica han estat seleccionats pel seu potencial demogràfic i per l'augment del seu poder adquisitiu.



La taxa de persones grans en relació a les persones en edat de treballar creix a un ritme accelerat.

Països desenvolupats com el Japó, Alemanya, França, Itàlia o Hong Kong presenten **tendències superiors al 40%** de dependència en els propers anys.

L'augment de l'edat de jubilació, la major recaptació d'impostos o el descens de les pensions tenen com a objectiu mitigar el grau de dependència.

Eines com la **salut electrònica** comencen a ser implementades pels estats: per exemple, la plena implantació de l'*mHealth* (salut mòbil) podria **estalviar 99.000 milions d'euros als països de la UE**.

Font: Euromonitor, 2016. "An Ageing World: Global Impact On Society And Markets".

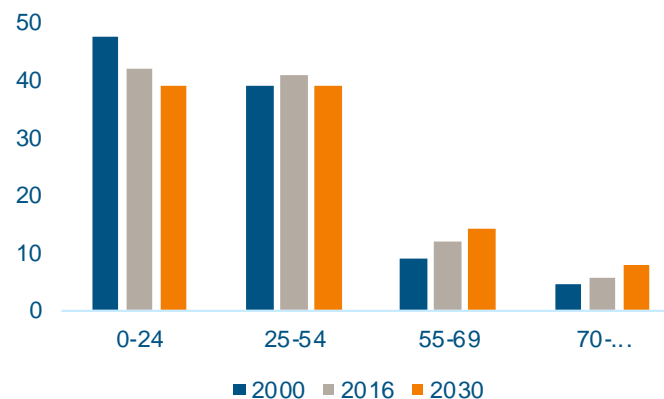
L'envelliment de la població mundial (I)

El 2050, al voltant del 25% de la població mundial tindrà més de 55 anys.



La Xina i l'Índia tenen el nombre més gran de persones de +55 anys (300,9 M i 171,1 M, respectivament)

Evolució de la població mundial per segments (%)



Actualment, **més del 17% de la població mundial és més gran de 55 anys** i l'esperança de vida ha augmentat fins als 72 anys gràcies a les millores sanitàries i a la prevenció de malalties.

La població mundial augmentarà, en conjunt, un 14% entre el 2016 i 2030. **El grup d'edat de 55-69 anys creixerà un 34%, mentre que el de +70 ho farà un 60%.**

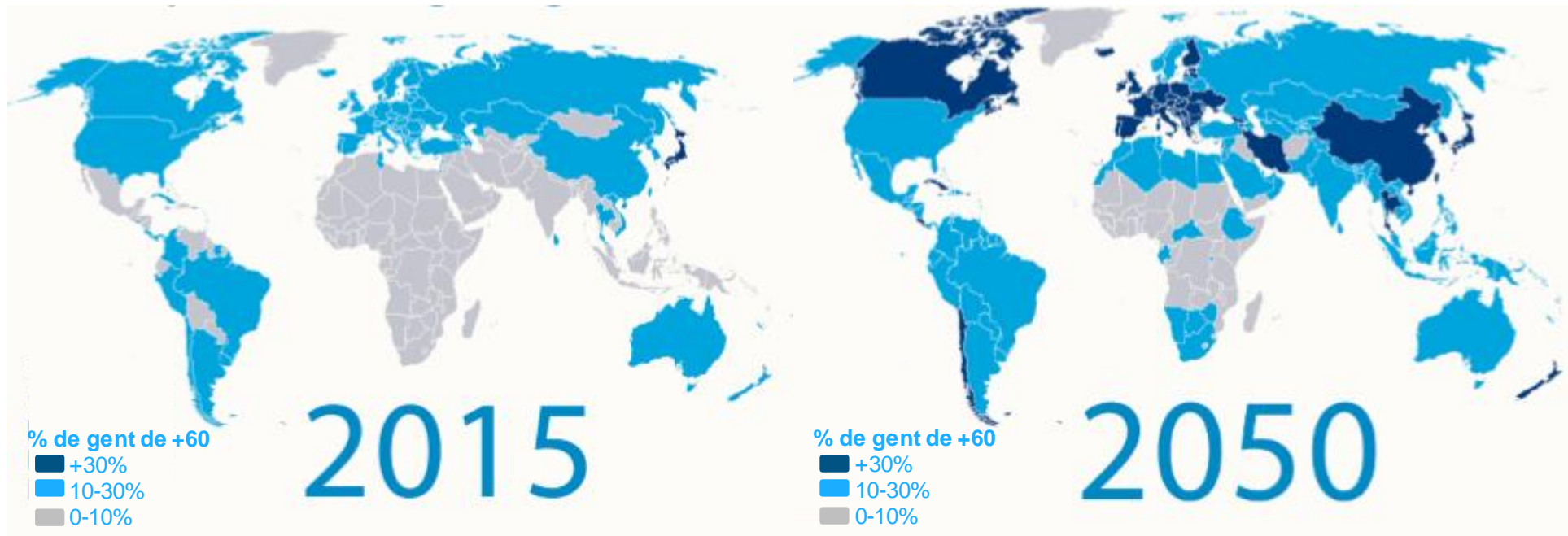
Gran part de l'augment de la població sènior provindrà dels països emergents, on l'esperança de vida millora gràcies a nivells de vida més alts i a una millor assistència sanitària.

Àsia-Pacífic serà la regió amb més persones sèniors, mentre que Europa Oriental tindrà la proporció més important de població gran.

Fonts: Euromonitor, Organització Mundial de la Salut, 2017.

L'envelliment de la població mundial (II)

L'increment en l'esperança de vida fa que l'envelliment de la població s'acceleri.



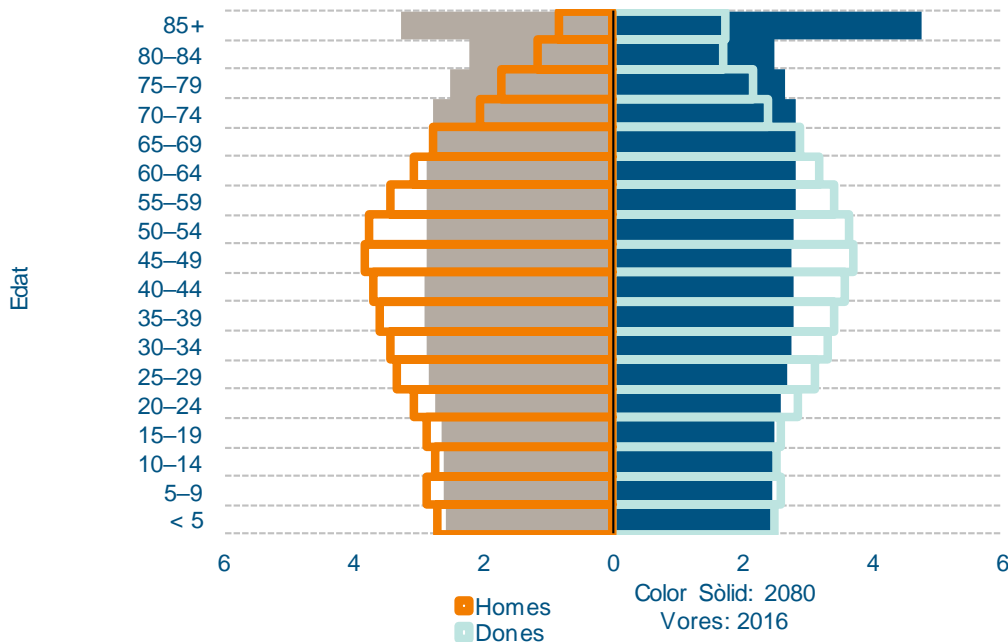
Entre el 2015 i el 2050, es preveu que el nombre de persones grans en els països menys desenvolupats augmenti més d'un **250%**, en comparació amb un augment del **71%** en els països desenvolupats.

Font: Organització Mundial de la Salut, 2015.

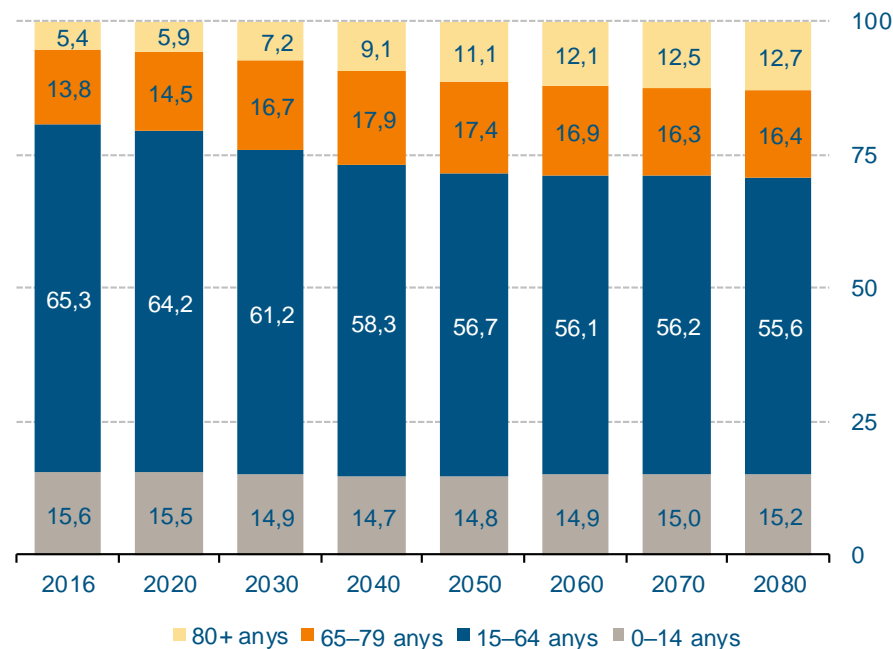
L'envelliment de la població a la UE (I)

L'edat mitjana a la UE és de 42,2 anys; el 2080 serà de 46,4 anys.

Piràmide de població a la UE (2016 i 2080)



Estructura de població a la UE (2016 - 2080)

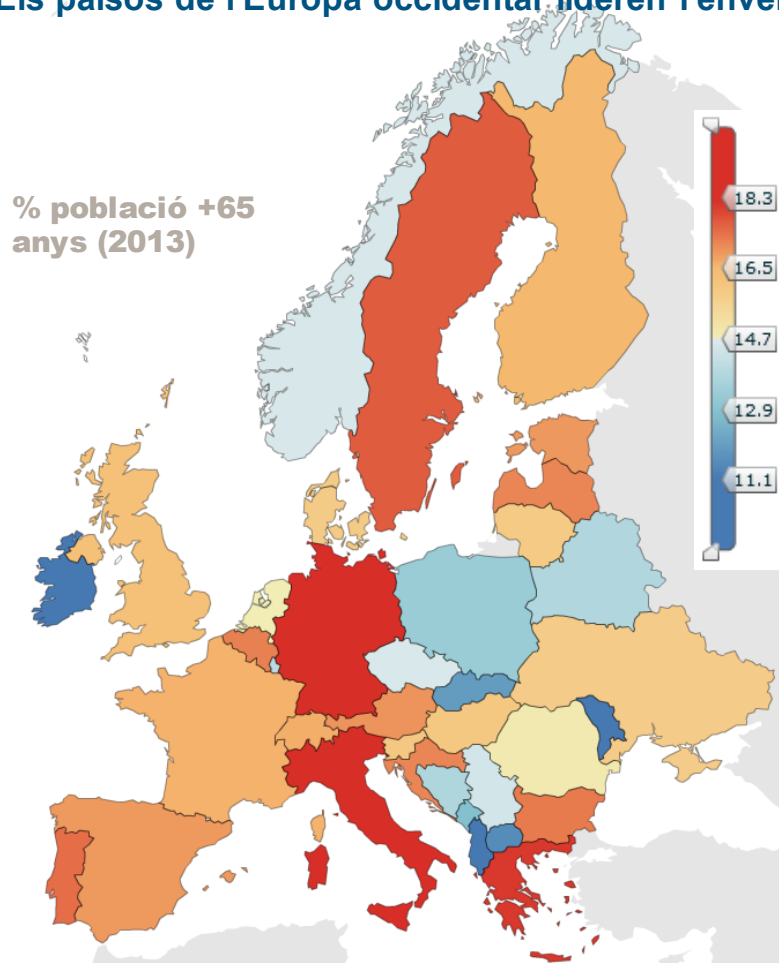


La piràmide poblacional a la UE s'invertirà en els propers 65 anys; el tram d'edat entre els 20 i els 59 serà el més perjudicat, mentre que la població més gran de 65 anys es multiplicarà.

Font: Eurostat, 2016.

L'envelliment de la població a la UE (II)

Els països de l'Europa occidental lideren l'envelliment de la població a la UE.



S'estima que la població de la UE és de 510,3 milions (2016). Els joves (de 0 a 14 anys) representen el 15,6%, les persones en edat laboral (de 15 a 64 anys), el 65,3% de la població, i **les persones en edat avançada** (majors de 65 anys), el **19,2%** (un augment del 0,3% en comparació amb l'any anterior i un 2,4% més que fa 10 anys).

Els països on hi ha més proporció de persones més grans de 65 anys són **Itàlia (22,0%)**, **Grècia (21,3%)** i **Alemanya (21,1%)**, mentre que Irlanda és el país on menys n'hi ha.

La ràtio de dependència* de gent gran a la UE és del 29,3% (2016). Aquesta varia entre els estats: des d'un mínim del 20,4% a Irlanda, un 20,5% a Luxemburg i un 20,6% a Eslovàquia fins a un 34,3% a Itàlia, un 33,1% a Grècia i un 32,4% a Finlàndia.

La proporció dels més grans de 80 anys a la UE es doblarà entre el 2016 i 2080 i passarà del 5,4% al 12,7%.

*La dependència és el nombre de persones grans (+65 anys) en relació a les persones en edat de treballar.

L'oportunitat econòmica del sector *silver* a Europa

L'envelliment de la població presenta una oportunitat de creixement econòmic.

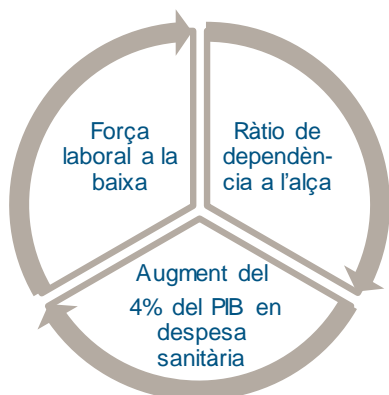
- A la UE, l'economia *silver* té un **impacte directe d'1,7 bilions d'euros i 1,5 bilions d'euros de manera indirecta**; així mateix, dóna feina a un total de 78 milions de persones.
- Es preveu que la despesa total del sector *silver* a la UE creixi un 5% anual fins a tenir un **valor de 5,7 bilions d'euros el 2025**.
- Gran part de les oportunitats econòmiques sorgeixen de la millora de la salut; a la UE, **el 60% de la despesa en sanitat provindrà de l'economia *silver* el 2025**.
- Les **solucions TIC** per a la monitorització de la salut a les llars triplicaran el seu valor en 5 anys a la UE i arribaran als **31.500 milions d'euros**. A més, Europa és el continent on la salut electrònica té un valor més alt, amb 4.400 milions d'euros.



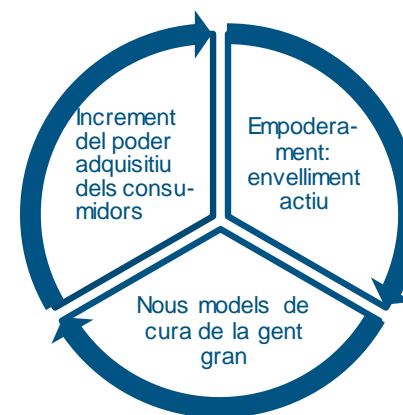
Font: European Commission, 2017. "The EU support to the Silver Economy".

El paper de la Unió Europea en l'economia *silver*

DEL CANVI DE LA SOCIETAT...



...A LES NOVES OPORTUNITATS



S'han posat en marxa diverses iniciatives relacionades amb el repte social de l'envelliment de la població, en el marc de l'estratègia europea d'innovació Europe 2020. Diverses Direccions Generals han llançat la iniciativa de desenvolupar una **estratègia exhaustiva i transversal per a l'economia *silver***.

Cal destacar els projectes en salut electrònica, envelliment actiu i saludable, turisme sènior i cases adaptades. Aquests projectes s'han materialitzat en l'"**Active and Assisted Living Programme**", l'"**eHealth Action Plan**" o l'"**European Innovation Partnership on Active and Healthy Ageing**".

L'objectiu és que els sèniors europeus visquin de manera independent i activa durant més temps, en condicions que els permetin **seguir contribuint a la societat i a l'economia europea**.

Fonts: European Commission, 2017. "The EU support to the Silver Economy"; smartsilvereconomy.eu

L'auge de l'envelliment a les zones urbanes

La majoria de les ciutats mundials creixeran en població i en envelliment.

- Les ciutats solen associar-se a poblacions joves pel fet que atrauen persones a la recerca d'ocupació i oportunitats educatives. Tanmateix, entre el 2016 i 2030 es preveu que mostrin un augment més ràpid en el segment de +65 anys, en comparació amb el segment 15-64 anys. **S'espera que el 2030 el 15% de la població urbana (766 milions) tingui més de 65 anys.**
- Les grans ciutats estan introduint **mesures perquè que les ciutats siguin inclusives per aconseguir un entorn més favorable per a la gent gran.** Exemples dins les *smart cities* inclouen l'ús de la tecnologia per a telèfons intel·ligents o serveis automatitzats com els ajudants personals virtuals.
- **Xangai, Pequín i Mumbai** lideren el rànquing de ciutats més poblades*, en què les 10 més grans són asiàtiques. Per la seva banda, **Tòquio és líder en nombre de persones de més de 65 anys.**

Propostes d'adaptació de les ciutats



Garantir que el transport públic sigui adequat i àmpliament disponible per a l'ús de la gent gran.



Construcció d'habitatges i infraestructures físiques que afavoreixin les necessitats de la gent gran.



Educar la gent gran per utilitzar les noves tecnologies i els telèfons intel·ligents per fer ús de serveis addicionals.



Assegurar-se que la gent gran té accés als serveis sanitaris i als espais a l'aire lliure per fer exercici.



Incloure els residents en la presa de decisions locals i organitzar esdeveniments comunitaris per evitar l'exclusió social.

*El rànquing fa referència a les ciutats de les economies seleccionades per aquest estudi (veure pàgina 44)

Font: Euromonitor, 2017. "City Demographics 2030: future trends, opportunities and challenges".

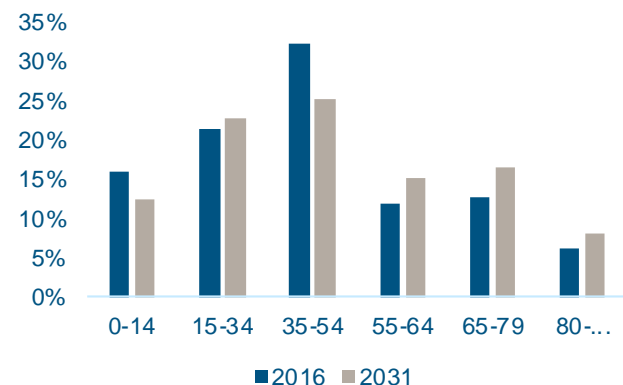
4. Economia *silver* a Catalunya



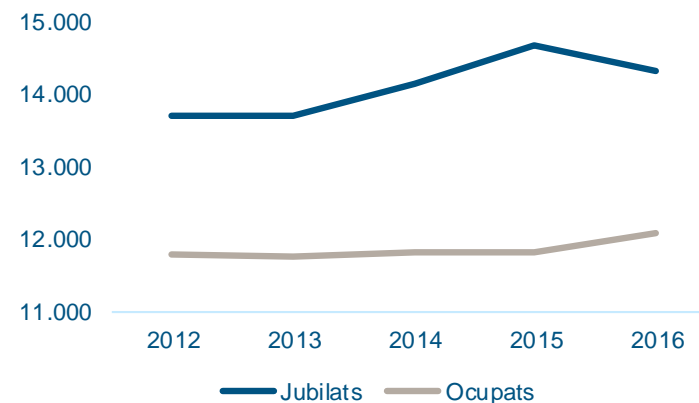
L'envelliment de la població a Catalunya

Més del 30% dels catalans tindran més de 65 anys el 2050.

Distribució de la població catalana



Despesa mitjana anual (€)



A Catalunya, com a la resta de països europeus, la població està envellint ràpidament els darrers anys. La tendència apunta que **el gruix de la població es concentrarà en els grups d'edat de més de 50 anys**.

Tot i tenir una esperança de vida al néixer (83,5 anys) superior a la mitjana espanyola, l'edat mitjana dels catalans (42,6 anys) és inferior a la mitjana espanyola. **L'esperança de vida dels catalans serà de 87,7 anys el 2050**.

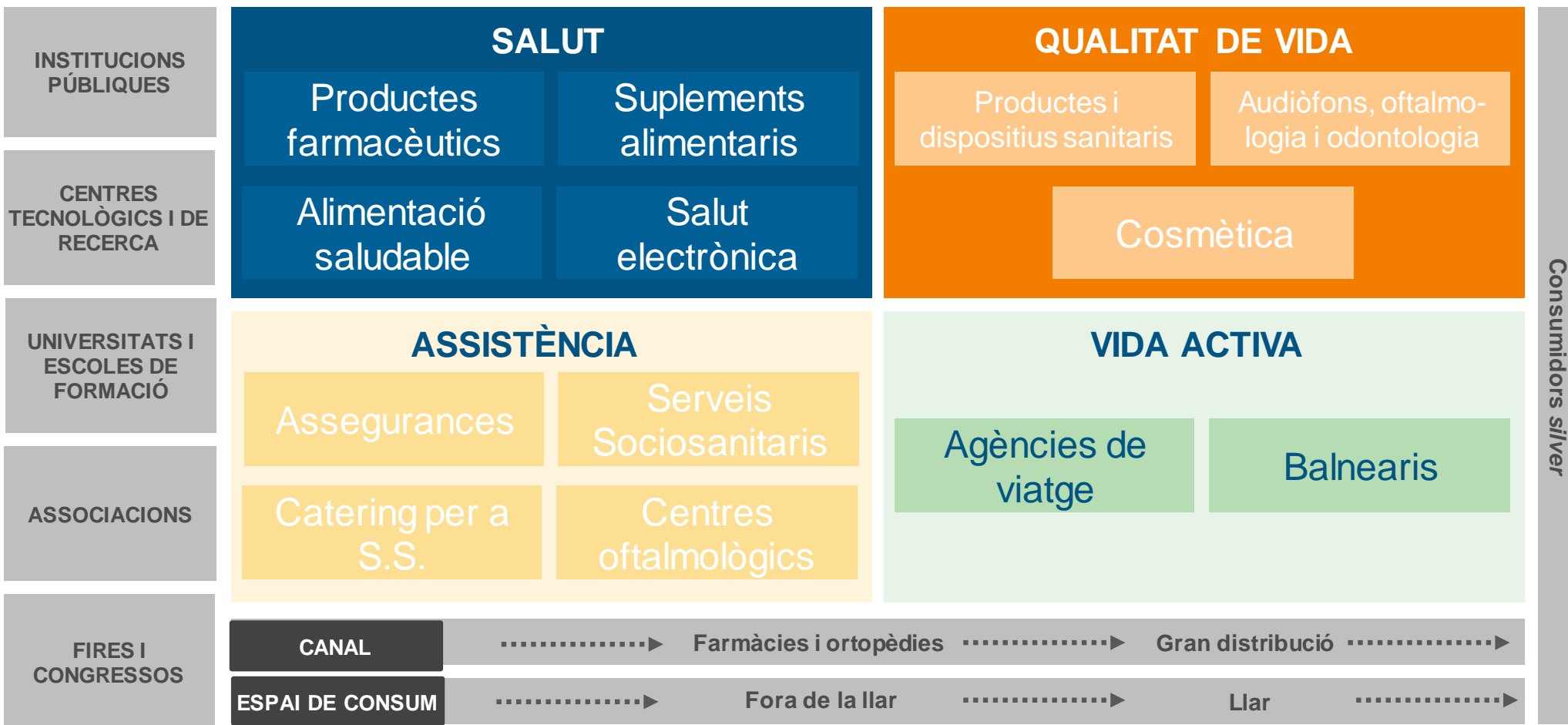
La **despesa mitjana anual dels jubilats**, a més d'augmentar els darrers anys un 4,6%, **és superior a la despesa dels ocupats**: l'any 2016 era de 14.330 €. Catalunya és, alhora, la CA amb més jubilats de l'estat Espanyol (1.096.982).

Els *silver* catalans demostren que la seva immersió en el món digital és superior a la mitjana espanyola: el 62% **dels catalans majors de 55 anys utilitza Internet**, un 10% més que els espanyols.

Fonts: Seguretat Social, 2017. Idescat, 2016. INE, 2016.

L'economia *silver* a Catalunya

Cadena de valor i mapa d'agents



Ecosistema Silver Economy a Catalunya

CADENA DE VALOR I MAPA D'AGENTS

SALUT

QUALITAT DE VIDA

INSTITUCIONS PÚBLIQUES



CENTRES TECNOLÒGICS I DE RECERCA



UNIVERSITATS I ESCOLES DE FORMACIÓ



ASSOCIACIONS



CLÚSTERS



FIRES I CONGRESSOS



PRODUCTES FARMACÈUTICS



SUPLEMENTS ALIMENTARIS



ALIMENTACIÓ SALUDABLE



SALUT ELECTRÒNICA



PRODUCTES I DISPOSITIUS SANITARIS AUDIÒFONS, OFTALMOLOGIA I ODONTOLOGIA



COSMÈTICA



ASSISTÈNCIA

VIDA ACTIVA

ASSEGURANCES



SERVEIS SOCIOSANITARIS



CATERING PER A S.S.



CENTRES OFTALMOLÒGICS



AGÈNCIES DE VIATGE



BALNEARIS



CANAL

Farmàcies i ortopèdies

Gran distribució

ESPAI DE CONSUM

Fora de la llar

Llar

Consumidors Silver

Nota: L'ús d'aquestes marques és merament informatiu. Les marques esmentades en el present informe pertanyen als seus respectius titulars i, en cap cas, són titularitat d'ACCIÓ. Aquesta és una representació il·lustrativa parcial de les empreses que formen part de l'ecosistema del sector Silver Economy a Catalunya, però poden existir altres empreses que no hagin estat incorporades a l'estudi.

Font: Elaboració pròpia a partir d'Orbis.

Estratègia i Intel·ligència Competitiva

Mapeig de les empreses catalanes (I)

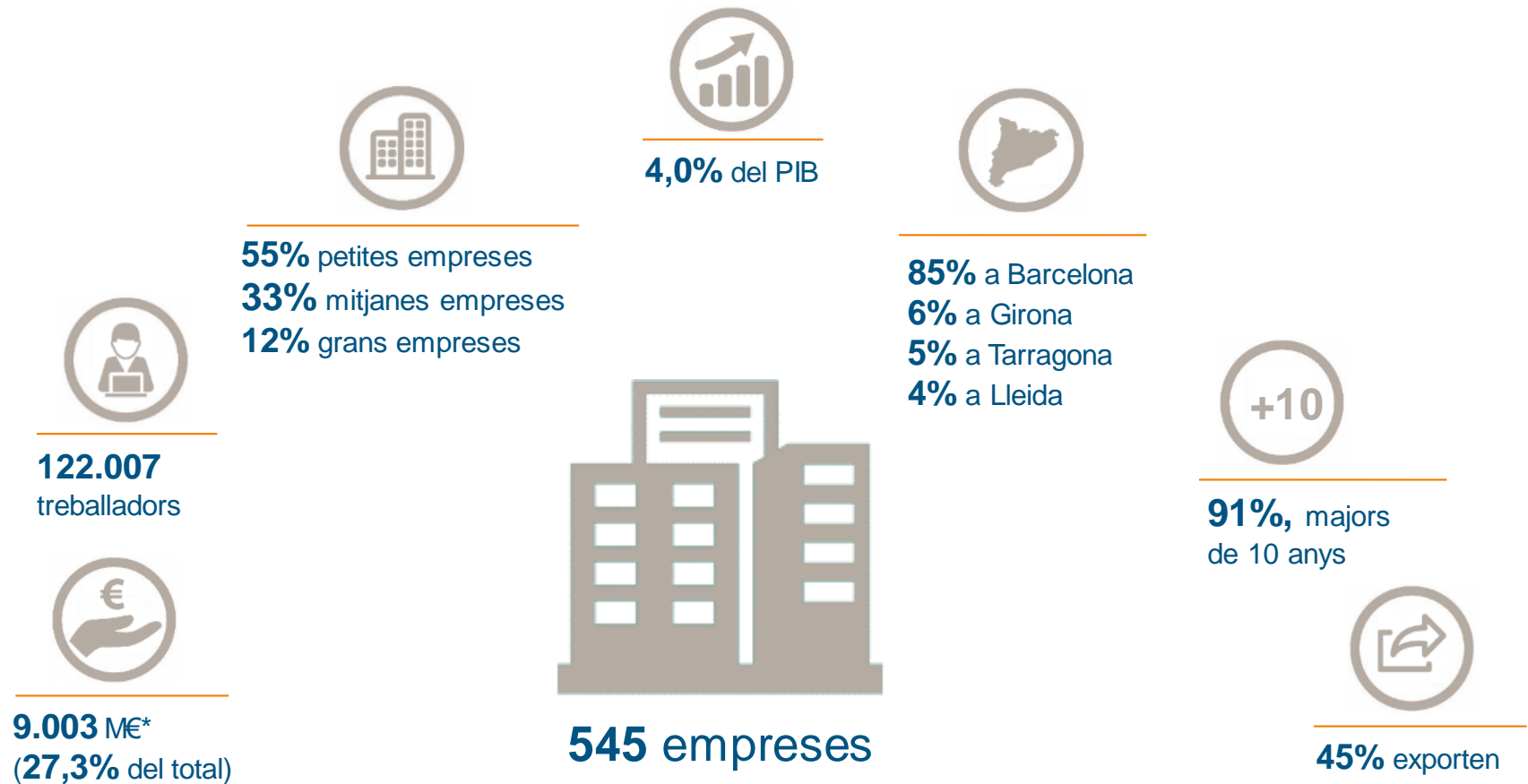
Segment de negoci	Nre. empreses	% Empreses	Volum facturació (M€)	Volum facturació <i>Silver</i> (M€)*	% facturació <i>silver</i>	Nre. treballadors
SALUT	121	22,2%	16.841,0	3.457,2	38,4%	46.299
Productes farmacèutics	69	12,7%	12.316,7	2.463,3	27,4%	35.388
Suplements alimentaris	27	5,0%	2.634,0	658,5	7,3%	6.349
Alimentació saludable	20	3,7%	1.796,1	269,4	3,0%	3.504
Salut electrònica	5	0,9%	94,2	65,9	0,7%	1.058
QUALITAT DE VIDA	178	32,7%	5.611,6	2.481,7	27,6%	21.484
Productes i dispositius sanitaris	38	7,0%	1.863,6	1.397,7	15,5%	6.437
Audiòfons, productes oftalmològics i odontologia	56	10,3%	886,4	797,8	8,9%	6.473
Cosmètica	84	15,4%	2.861,6	286,2	3,2%	8.574
ASSISTÈNCIA	212	38,9%	10.315,2	3.016,0	33,5%	53.274
Assegurances	12	2,2%	8.409,7	1.681,9	18,7%	8.815
Serveis sociosanitaris	166	30,5%	953,2	857,9	9,5%	24.400
Serveis per a centres de serveis sociosanitaris	23	4,2%	852,7	426,4	4,7%	19.121
Centres oftalmològics	11	2,0%	99,6	49,8	0,6%	938
VIDA ACTIVA	34	6,2%	206,0	48,2	0,5%	950
Agències de viatge	28	5,1%	193,3	38,7	0,4%	719
Balnearis	6	1,1%	12,7	9,5	0,1%	231
TOTAL	545	100,0%	32.973,9	9.003,0	100,0%	122.007

Empreses actives amb més de 10 treballadors i una facturació mínima d'1 milió d'euros.

*Estimacions de facturació i treballadors del sector economia *silver* a l'Annex 1.

Font: Elaboració pròpia a partir d'Orbis.

Mapeig de les empreses catalanes (II)



* Estimació de facturació del sector economia silver
Empreses actives amb més de 10 treballadors i una facturació mínima d'1 milió d'euros.

Empreses i productes: salut

121 empreses (22,2% del total) amb una facturació de 3.457,2 M€ (38,4% del total).

Les empreses de productes farmacèutics concentren més del 27% de la facturació del sector *silver*.



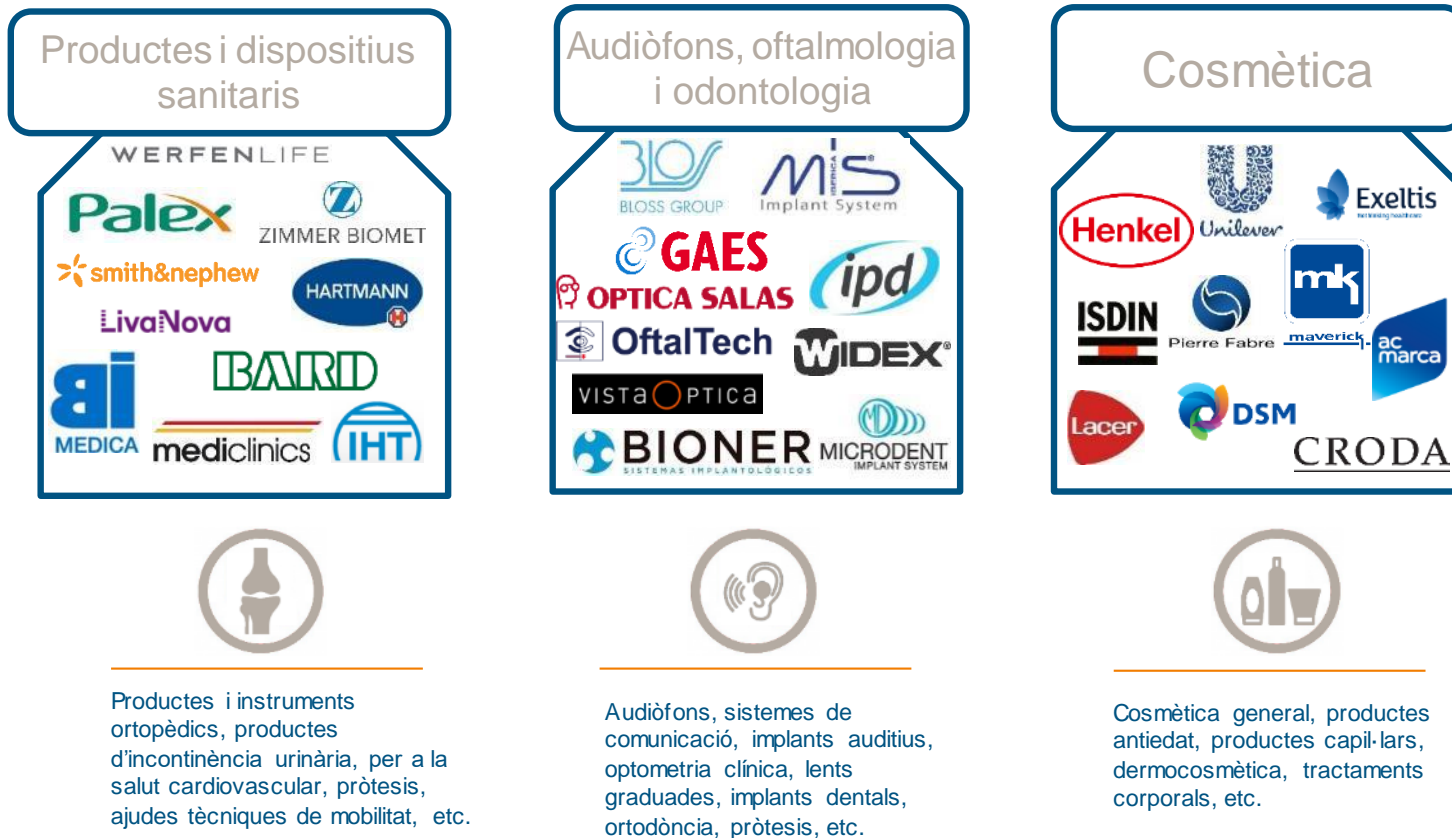
Empreses actives amb més de 10 treballadors i una facturació mínima d'1 milió d'euros.

Nota: L'ús d'aquestes marques és merament informatiu. Les marques esmentades en el present informe pertanyen als seus respectius titulars i, en cap cas, són titularitat d'ACCIÓ. Aquesta és una representació il·lustrativa parcial de les empreses que formen part de l'ecosistema del sector *silver* a Catalunya, però poden existir altres empreses que no hagin estat incorporades a l'estudi.
 Font: Elaboració pròpia a partir d'Orbis.

Empreses i productes: qualitat de vida

178 empreses (32,7% del total) amb una facturació de 2.481,7 M€ (27,6% del total)

Les empreses de productes i dispositius sanitaris facturen més de la meitat del total del segment de qualitat de vida.



Empreses actives amb més de 10 treballadors i una facturació mínima d'1 milió d'euros.

Empreses i productes: assistència

212 empreses (38,9% del total) amb una facturació de 3.016,0 M€ (33,5% del total). Els serveis socio-sanitaris concentren el major nombre d'empreses (30,5% del total silver).



Empreses actives amb més de 10 treballadors i una facturació mínima d'1 milió d'euros.

Empreses i productes: vida activa

34 empreses (6,2% del total) amb una facturació de 48,2 M€ (0,5% del total).

Les agències de viatges concentren la majoria d'empreses dins del segment de vida activa (28 de 34).



Agències de viatges generalistes, turisme sènior, turisme de balneari i col·laboracions amb l'Imserso.



Centre termal, aigües termals, tractaments, massatges i serveis mèdics.

Empreses actives amb més de 10 treballadors i una facturació mínima d'1 milió d'euros.

Centres TECNIO* que desenvolupen economia silver



- **Salut electrònica:** jocs intel·ligents per detectar la demència senil; apps per millorar la comunicació entre famílies i centres de salut (geriàtrics).

Centre de Recerca en Enginyeria Biomèdica (CREB)



- **Salut electrònica:** Teleassistència i telemedicina.
- **Desenvolupament de producte intel·ligent:** calçat sensoritzat per a l'anàlisi del risc de caiguda en gent gran.

Centre Tecnològic de Catalunya (EURECAT)



- **Envelliment positiu:** interacció home-ordinador en la tercera edat.

Grup de Tecnologies Interactives (GTI)



- **Salut electrònica:** jocs digitals per a un envelliment positiu.

Institut d'Investigació en Intel·ligència Artificial (IIIA)



- **Ús de plataformes digitals:** envelliment positiu i actiu i mobilitat independent de gent gran.

Internet i Innovació Digital a Catalunya (I2CAT)



- **TIC:** independència de la gent gran.

La Salle Research & Development



- **TIC:** assistència i cura de persones de la tercera edat.

Leitat Technological Center




*TECNIO és el segell que atorga la Generalitat de Catalunya, a través d'ACCIÓ, per identificar **on es troba la tecnologia més innovadora**, els desenvolupadors que l'ofereixen i els facilitadors que participen en el procés de transferència de tecnologia i coneixement.

Clústers que desenvolupen economia *silver*




Domotys



Indescat



Nutrició i salut



Packaging



Salut mental

Font: Acció, 2017.

5. Tendències tecnològiques i de negoci



Tendències globals del sector



Tecnològiques



Dispositius mèdics



Fitness cerebral



Cohabitatge sènior



Pràctica esportiva



Mobilitat



Salut electrònica



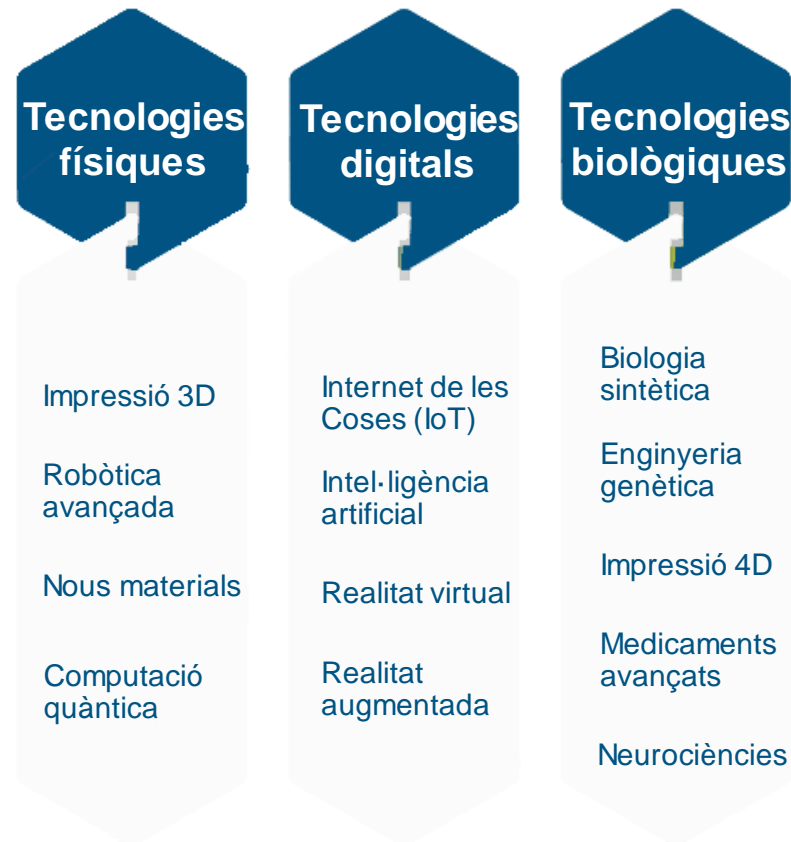
Ús de les TIC



Apps de salut

Noves tendències: tecnològiques

L'economia *silver* pot beneficiar-se dels nous avenços tecnològics en sectors com l'alimentació, la salut o les TIC.



Font: Acció, 2017. "Mapa de tendències tecnològiques".

Noves tendències: dispositius mèdics

Neuroestimulació, imatges tàctils, biòpsia òptica, robots quirúrgics, òrgans artificials i microscopis d'alta resolució, entre les 50 tecnologies emergents per al 2017.



La innovació a l'espai *MedTech* és producte de la convergència tecnològica. Amb la demanda creixent de dispositius mèdics i de salut digital, les empreses de dispositius mèdics col·laboren cada vegada més amb empreses de tecnologia de la informació. Alhora, aquestes empreses també reconeixen l'assistència sanitària com una aplicació important per a les seves plataformes tecnològiques.



La demanda de noves tecnologies es veu sostinguda per l'envelliment de la població i l'augment de malalties cròniques, ambdós intensificats per l'augment dels costos sanitaris. Les tecnologies emergents tenen el potencial de reemplaçar les pràctiques mèdiques existents i fer que els serveis sanitaris siguin més eficaços i assequibles.



El segment *MedTech* ha rebut importants injeccions de fons privats per donar suport a la innovació i comercialització. S'estima que les inversions en dispositius mèdics han superat els 2.500 milions d'euros l'any 2016.

Font: Frost & Sullivan, 2017. "Top 50 Emerging Technologies: Spawning Growth Opportunities of Strategic Imperative".

Noves tendències: *fitness* cerebral

Estudis demostren que l'ús d'apps i jocs de *fitness* cerebral redueix el risc de patir Alzheimer o altres tipus de demència.

Els consumidors *silver* tenen la necessitat de potenciar l'agilitat mental, cosa que ha obert un mercat ple de possibilitats.

Els cursos de meditació i *mindfulness* també estan en auge: segons IBISWorld, el sector té un valor d'uns 800 milions d'euros.



Això ha provocat que aquests consumidors inverteixin en jocs i aplicacions que tenen com a objectiu millorar la destresa mental o disminuir la pèrdua de memòria relacionada amb l'edat.

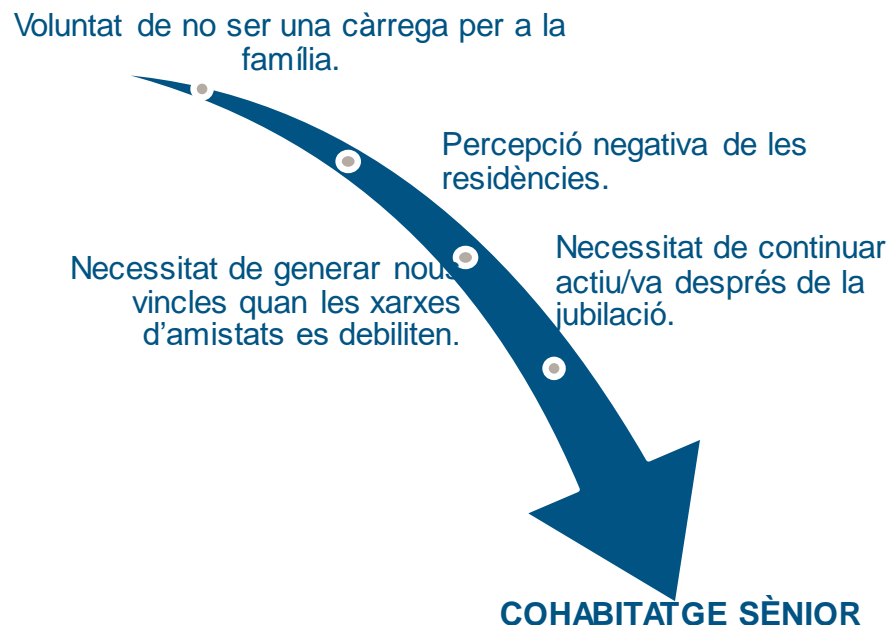
Segons SharpBrains, el mercat global de *fitness* cerebral té un valor de 1.100 milions d'euros i es preveu que augmenti fins als 6.000 milions d'euros l'any 2020.

Font: Euromonitor, 2017. "Old Is the New Young: How Global Consumers are Challenging Ageing".

Noves tendències: cohabitatge sènior

Sistema col·laboratiu que fomenta l'envelliment actiu i la convivència en comunitat amb serveis i activitats compartides.

- Els motius principals per viure en un projecte d'habitatge col·laboratiu són **envellir amb autonomia, compartir i viure en comunitat i disposar d'un entorn i uns serveis adequats**.
- El perfil mitjà d'usuari és una **dona, de 65 anys, amb nivell educatiu mitjà-alt i que treballava** en els àmbits educatiu, sanitari o social. **Per cada 10 dones només hi ha 3,5 homes** que trien aquesta manera de viure.
- Aquests projectes estan **molt més desenvolupats en d'altres països** com Suècia, Noruega o Estats Units, on hi ha pràcticament urbanitzacions i pobles.
- Actualment, hi ha **6 grups a Catalunya** que estan en diferents fases del cohabitatge. Són projectes que fomenten la vida en comú, l'ajuda mútua i els serveis assistencials entre la gent gran per a un envelliment actiu.

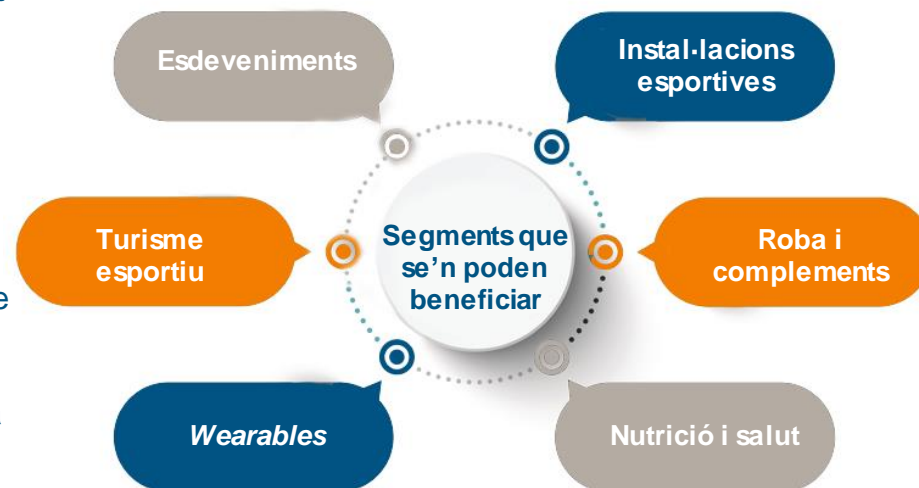


Font: UOC, 2017. "Qui practica el senior cohousing? Dona, culta i de més de 65 anys".

Noves tendències: pràctica esportiva

A Europa, gairebé la meitat de la població major de 55 anys practica esport.

- Hi ha més conscienciació de la importància del **manteniment i de la prolongació de les facultats físiques i psicològiques**.
- Aquest segment de població té **necessitats específiques i molt relacionades amb l'estat de salut** i requereixen un tractament especialitzat.
- Així mateix, amb la jubilació, disposen de més temps de lleure i tenen **més preocupació per l'envelliment saludable**.
- Es tracta de consumidors més crítics amb els mètodes tradicionals de fer exercici (només adreçats a millorar el cos, que no tenen en compte la dimensió mental de la persona). Per això, **sorgeixen nous tipus de pràctiques esportives amb visió més holística** (cos i ment) que incideixen en el manteniment i la millora de la salut (ioga, pilates, chi kung, tai chi...).
- A Espanya, **les persones grans (55-70 anys) que practiquen esport passen del 31% al 40%** entre 2012 i 2016. És especialment significatiu el descens dràstic del percentatge de no esportistes (els que no tenen cap intenció de fer esport) del 29% el 2012 al 17% el 2016.



Font: Accio, 2015. "La indústria de l'Esport a Catalunya".

Noves tendències: mobilitat

VEHICLES AUTÒNOMS: WAYMO

- S'espera que els **cotxes sense conductor** s'introdueixin progressivament al mercat en els propers 10 anys.
- La intenció de Waymo és **orientar i comercialitzar els cotxes sense conductor a les persones grans** com a mitjà per millorar la mobilitat urbana.
- Sovint, a la tercera edat, **la conducció pot arribar a ser més difícil** i això pot generar un perill per a la seguretat dels conductors i vianants.



APPS DE MOBILITAT: CROSSWALK

- A la ciutat holandesa de Tillburg, els residents d'edat avançada i amb mobilitat reduïda poden accedir a una nova aplicació: **Crosswalk**, que **augmenta els temps de pas per als vianants**.
- Opera mitjançant un **programari connectat al GPS i als semàfors**, amb sensors que detecten si es necessita més temps i això permet que la gent pugui creuar la carretera.



Font: Euromonitor, 2017. "City demographics 2030: future trends, opportunities and challenges".

Noves tendències: la salut electrònica

L'ecosistema català de la salut electrònica, un sector en ple auge a l'entorn mundial, fa que es posicioni com a economia destacada.

- La salut electrònica catalana presenta una **tendència positiva** quant a creació d'empreses.
- La Universitat Oberta de Catalunya (UOC) ha posat en marxa, el 2017, l'**eHealth Center**, el **primer centre acadèmic de salut electrònica del sud d'Europa**.
- Es durà a terme **recerca, formació i assessorament en quatre àmbits**:
 - educació i apoderament per a la salut i habilitats digitals
 - disseny i avaluació d'intervencions en salut electrònica
 - ciència de dades
 - salut electrònica i equitat
- Catalunya compta actualment amb **126 start-ups** que es dediquen als sectors de la salut electrònica, *Health-Tech* i *Med-Tech*.



Fonts: Directori de start-ups d'Acció; UOC, 2017.

Noves tendències: ús de les TIC

Les persones entre 55 i 74 anys presenten tendències d'un ús creixent de les TIC*.

Són el que es coneix com *silver surfers*

El **23,5%** ha comprat alguna vegada per Internet, el doble de fa 5 anys.

El **60%** d'aquestes compres tenen un valor mínim de 100 €.

Els jubilats tenen, de mitjana, 3 dispositius electrònics.

El **82%** disposa de telèfon mòbil i un **51%** d'un ordinador portàtil.



A Espanya, el **52%** utilitza Internet. Freqüentment, el **20%** més que fa 5 anys.

A Catalunya, l'ús augmenta fins al **62%**

La raó principal de l'ús d'Internet és per la cerca d'informació de béns i serveis.

Destaca també la recerca de serveis relacionats amb la salut

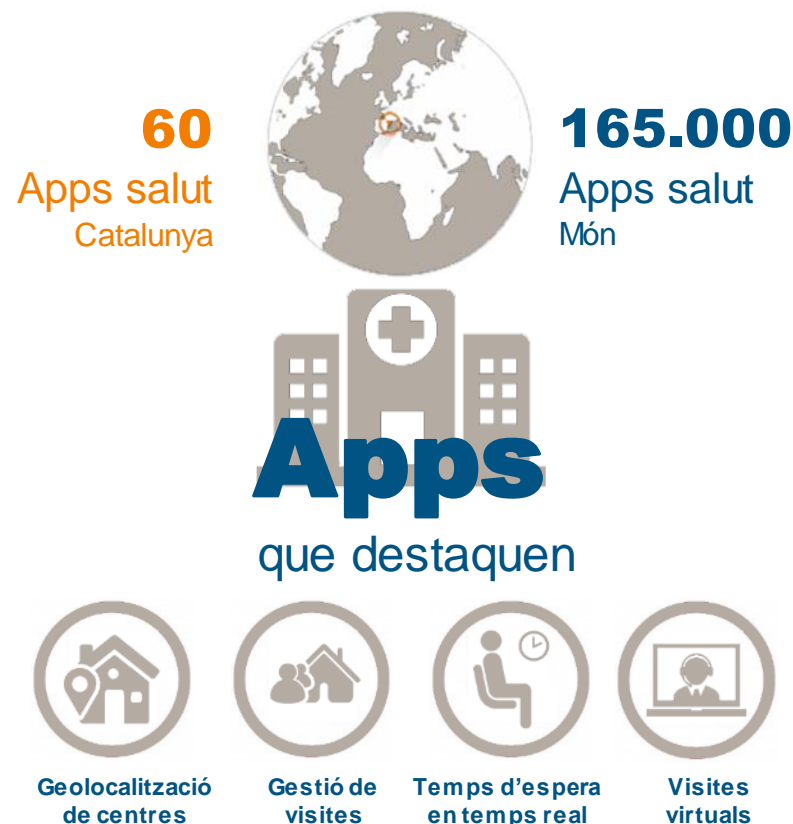
*Es poden consultar experiències en TIC salut a Catalunya a l'Annex 2.

Fonts: Baròmetre de VidaCaixa, 2017. INE, 2016. "Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los hogares".

Noves tendències: apps de salut

La plena aplicació del *big data* suposaria, segons un estudi, un benefici de 250.000 milions d'euros al sector públic europeu.

- Les **apps de salut** han d'estar pensades per donar poder als pacients, modificar hàbits, canviar les relacions i els processos, monitoritzar els pacients i emmagatzemar de manera intel·ligent les dades que se'n derivin.
- De les 165.000 apps de salut al món, **se n'utilitzen 60 a Catalunya**.
- Les apps que destaquen a Catalunya* són les que ajuden a la **geolocalització** dels centres sanitaris, la **gestió de visites**, la **consulta del temps d'espera** en temps real als centres sanitaris i les **visites virtuals**.
- Entre els objectius de les apps en salut catalanes destaquen: **millorar la gestió del centre sanitari** i **incentivar el ciutadà** perquè tingui cura de la seva salut mitjançant la tecnologia.
- L'ús del **telediagnòstic** i la **teleconsulta** a Catalunya se situa entorn al 70%, mentre que la **telemonitorització** en el llindar del 20%.



*Es poden consultar casos d'èxit d'apps catalanes a l'Annex 2.

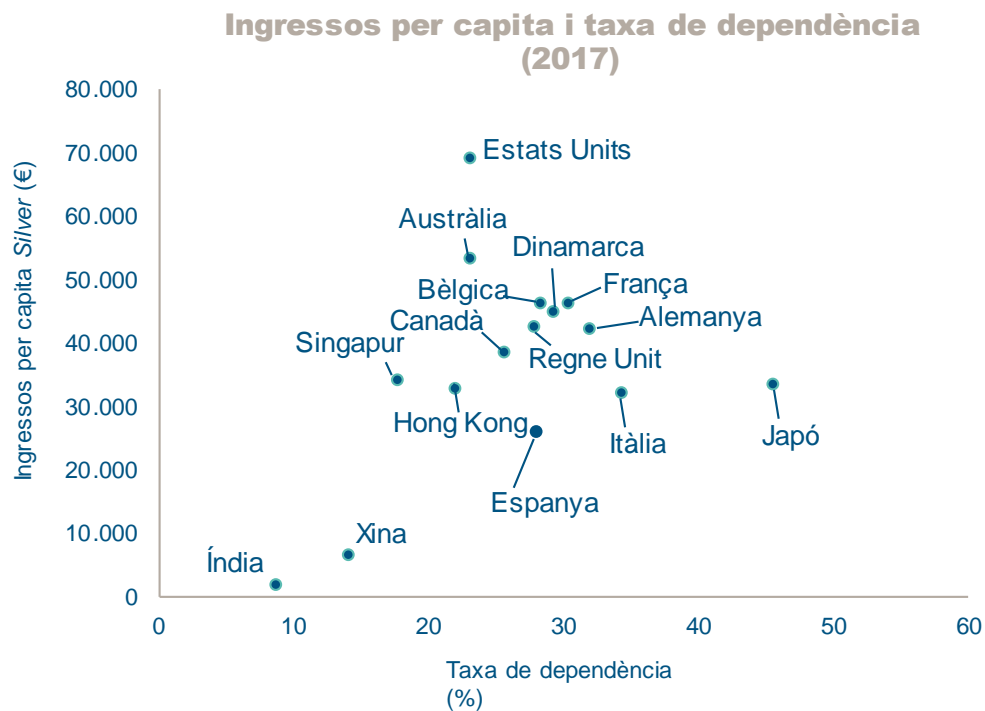
Fonts: TicSalut, Enquesta Mapa de Tendències 2016; La Vanguardia, 2017: "Salud y TIC, un campo lleno de oportunidades para las nuevas start-ups"; The App Intelligence, 2014: "Informe 50 mejores apps de salud en español".

6. Oportunitats d'internacionalització per a l'empresa catalana en l'economia *silver*



Mercats amb oportunitats en el sector de l'economia *silver*

En les economies seleccionades, el poder adquisitiu i la dependència indiquen l'oportunitat del sector de l'economia *silver*.



- En els països seleccionats, **els ingressos per capita i la taxa de dependència* augmentaran un 20,9% i un 10,7% respectivament** entre 2017 i 2030.
- Els **silver d'Estats Units són els que tenen més ingressos per capita**, mentre que el **Japó lidera la llista de països amb més taxa de dependència**.
- Els països on més **augmentarà la taxa de dependència** entre el 2017 i 2030 són **Hong Kong, Singapur** (per sobre del 20%) i la **Xina** (lleugerament superior a l'11%).
- Per la seva banda, els països on els **ingressos per càpita dels silver augmentaran** més a nivell absolut són **Hong Kong, els Estats Units i Dinamarca** (per sobre dels 10.000 €).
- La Xina i l'Índia** són els països en què, relativament, s'incrementaran més els ingressos per càpita dels *silver* (94% ambdós països).

*La dependència és el nombre de persones grans (+65 anys) en relació a les persones en edat de treballar

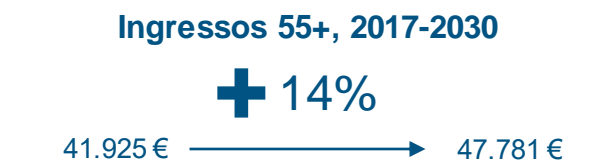
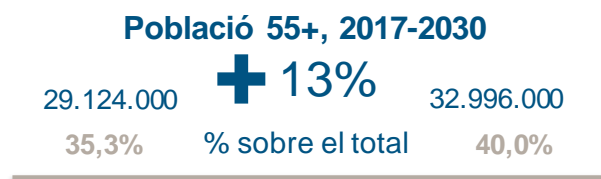
Mercats amb oportunitats en el sector de l'economia *silver*



Per què exportar a Alemanya?

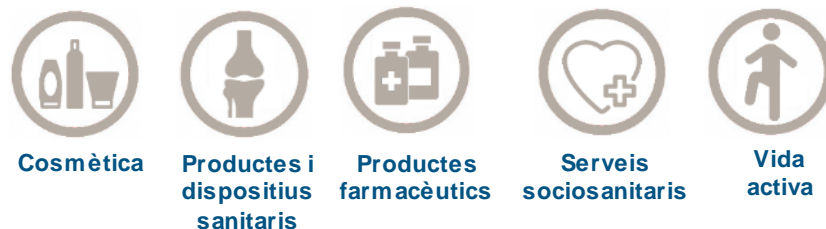


Després de beneficiar-se del fort creixement econòmic d'Alemanya des dels anys seixanta, la majoria dels *silver* gaudeixen de pensions estatals i privades. Així mateix, hi ha hagut un augment de l'esperança de vida gràcies a un sistema de salut ben desenvolupat del país. La població *silver* serà el grup d'edat que més creixerà fins al 2030.

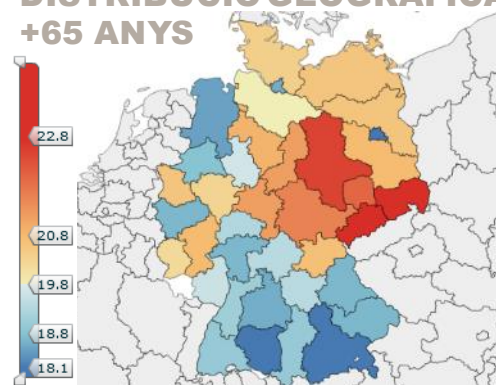


Gaudir d'una bona salut sol ser la prioritat més important per als *silver*, seguit de la seguretat financera. Amb més temps lliure, molts estan oberts a participar en activitats recreatives i d'oci. A més, l'ús d'Internet està augmentant: segons una enquesta de 2016, el 67% dels *silver* utilitzen *smartphones* i el 62% tenen ordinadors portàtils.

SECTORS AMB OPORTUNITATS A ALEMANYA



DISTRIBUCIÓ GEOGRÀFICA +65 ANYS



- 1 Chemnitz
- 2 Dresden
- 3 Sachsen-Anhalt
- 4 Leipzig
- 5 Thüringen

Per què exportar a Bèlgica?

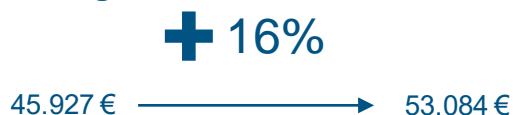


Amb una població envellida i una edat de jubilació mitjana per sota dels 60 anys, el Govern belga està prenent mesures per augmentar la força laboral. Per exemple, els funcionaris poden treballar més enllà de l'edat de jubilació amb una bonificació en la seva pensió.

Població 55+, 2017-2030



Ingressos 55+, 2017-2030



El nivell de vida de molts pensionistes és bastant alt, ja que la majoria d'ells no tenen hipoteca. Les pensions representen una important font d'ingressos per a aquest grup: segons l'OCDE, aquestes van representar el 81% dels ingressos dels majors de 65 anys durant el 2013.

SECTORS AMB OPORTUNITATS A BÈLGICA



Alimentació saludable

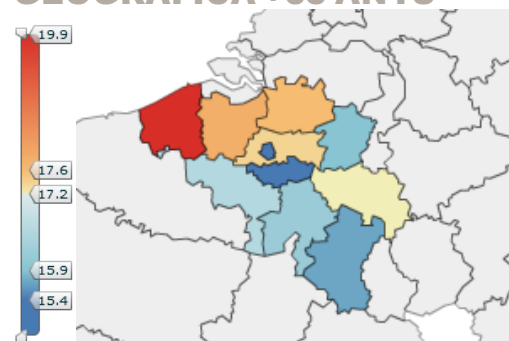


Salut electrònica



Suplements alimentaris

DISTRIBUCIÓ GEOGRÀFICA +65 ANYS



- 1 West-Vlaanderen
- 2 Oost-Vlaanderen
- 3 Antwerpen
- 4 Vlaams-Brabant
- 5 Liège

Per què exportar a Dinamarca?



Tot i el ràpid augment de la població més envellida entre el 2015 i 2030, l'edat mitjana augmentarà més lentament en comparació amb la mitjana regional. El grup de majors de 80 anys creixerà per sobre del 80% fins al 2030 i representarà el 7,3% de la població.

Població 55+, 2017-2030



Ingressos 55+, 2017-2030



Les persones grans són cada vegada més actives i, en conseqüència, més saludables i amb predisposició a gastar més diners. En comparació amb les generacions anteriors, hi ha un canvi pronunciat en els patrons de despesa d'aquest segment. Es gasta més en viatges, restaurants, cinema, teatre i concerts, mentre que la despesa en joies i rellotges s'ha reduït a la meitat.

SECTORS AMB OPORTUNITATS A DINAMARCA



Alimentació saludable

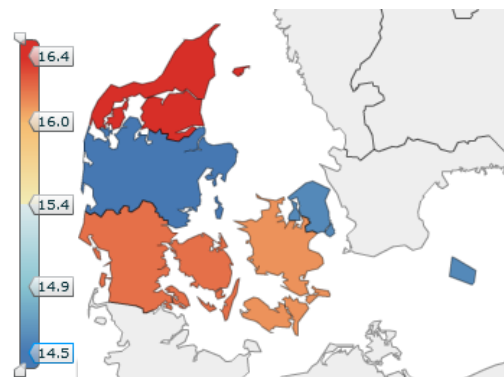


Salut electrònica



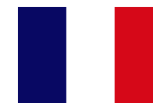
Vida activa

DISTRIBUCIÓ GEOGRÀFICA +65 ANYS



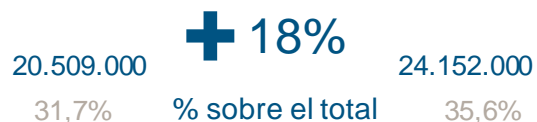
- 1 Nordjylland
- 2 Syddanmark
- 3 Sjælland
- 4 Hovedstaden
- 5 Midtjylland

Per què exportar a França?

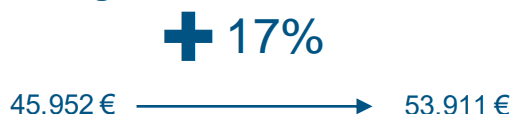


El grup d'edat de +65 és el predominant en la banda d'ingressos de més de 130.000 €. S'espera que aquest patró s'accentuï a llarg termini, cosa que farà augmentar la demanda de productes prèmium en categories com ara productes sanitaris, serveis mèdics, paquets de vacances i oci i esbarjo.

Població 55+, 2017-2030



Ingressos 55+, 2017-2030

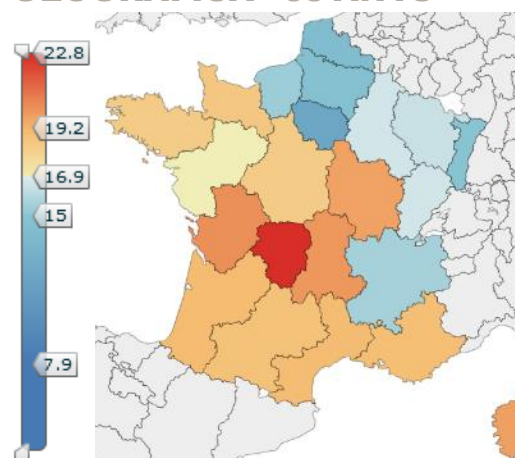


La qualitat de vida dels jubilats és equivalent a la vida d'aquells que segueixen treballant, amb l'avantatge que dos terços dels pensionistes són propietaris de llars i, per tant, no estan subjectes a pagar lloguers o hipoteques. També gaudeixen d'un període de jubilació més prolongat que a la majoria de països; de mitjana, els francesos deixen de treballar a l'edat de 59,4 anys.

SECTORS AMB OPORTUNITATS A FRANÇA



DISTRIBUCIÓ GEOGRÀFICA +65 ANYS



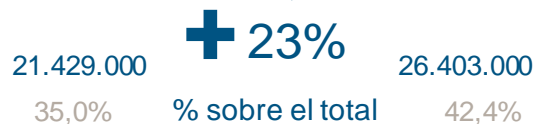
- 1 Limousin
- 2 Poitou-Charentes
- 3 Auvergne
- 4 Corse
- 5 Bourgogne

Per què exportar a Itàlia?

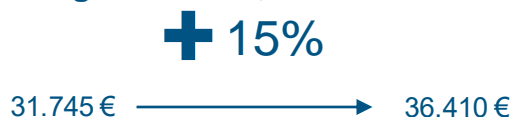


Amb l'esperança de vida superior als 80 anys, tant per a homes com per a dones, i amb una taxa de fecunditat molt baixa (1,4 nens per dona el 2015), Itàlia té un dels perfils demogràfics més envellits del món. Com a conseqüència de la reforma de la llei laboral i les necessitats financeres, un nombre creixent de població gran segueix treballant un període més llarg.

Població 55+, 2017-2030



Ingressos 55+, 2017-2030

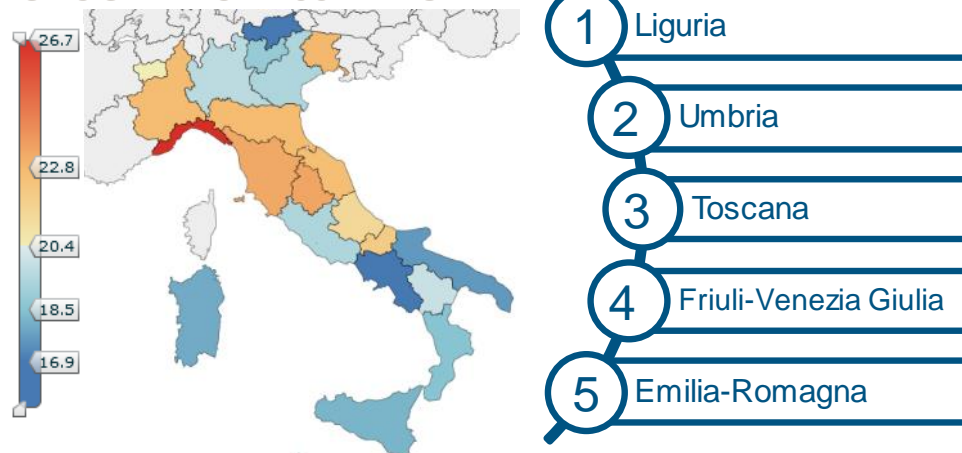


Es preveu que hi haurà un creixement considerable de la demanda de productes i serveis mèdics i de salut, així com productes i serveis d'oci i esbarjo: segons una enquesta, el 15% dels *silver* pretén augmentar les seves despeses en productes i serveis mèdics, mentre que el 14% en turisme.

SECTORS AMB OPORTUNITATS A ITÀLIA



DISTRIBUCIÓ GEOGRÀFICA +65 ANYS



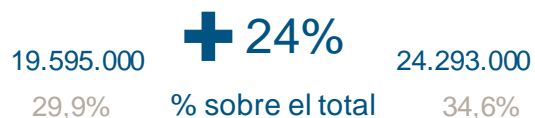
Fonts: Elaboració pròpia a partir d'Euromonitor i Oficines Exteriors d'Acció; Euromonitor, 2017: "Consumer Lifestyles in Italy"; Eurostat, 2015, via <http://ncva.itn.liu.se/explore/europe-explorer>.
Estratègia i Intel·ligència Competitiva

Per què exportar a Regne Unit?

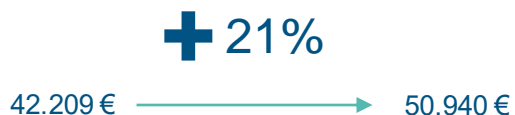


L'edat mitjana del Regne Unit creixerà dels 40,0 anys el 2015 als 41,8 anys el 2030, un augment inferior a l'edat mitjana d'Europa Occidental, que passarà dels 40,7 anys el 2015 als 43,7 el 2030. Els majors de 65 anys van superar el grup d'edat 0-14 per primera vegada el 2015 i el 2030 aquesta tendència s'haurà accentuat.

Població 55+, 2017-2030



Ingressos 55+, 2017-2030

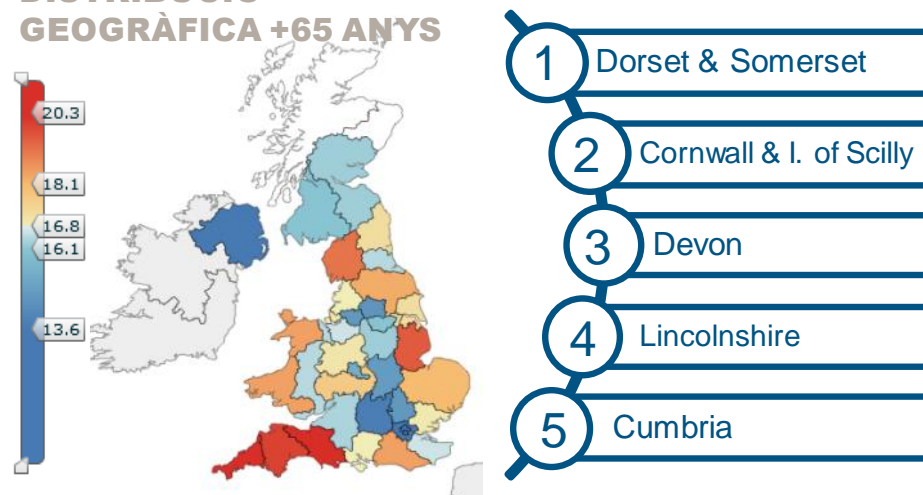


Hi ha hagut un canvi de tendència en els últims anys: cada vegada més jubilats concentren les seves despeses en oci (entreteniment, restaurants, hotels, activitats culturals...), en detriment de les necessitats primàries (menjar o roba). A més, una enquesta va revelar que els nous pensionistes (els primers cinc anys de jubilació) demanen més productes de luxe.

SECTORS AMB OPORTUNITATS AL REGNE UNIT



DISTRIBUCIÓ GEOGRÀFICA +65 ANYS



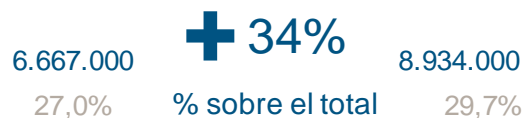
Fonts: Elaboració pròpia a partir d'Euromonitor, Eurostat i Oficines Exteriors d'Acció; Euromonitor, 2016: "Consumer Lifestyles in United Kingdom"; Euromonitor, 2017: "United Kingdom 2030: The Future Demographic"; Eurostat, 2015, via <http://ncva.itn.liu.se/explorer/europe-explorer>.

Per què exportar a Austràlia?

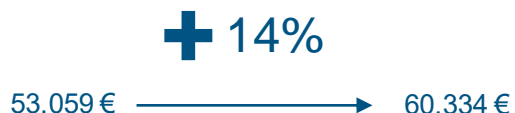


La població està envellint i l'edat mitjana augmentarà de 37,3 anys el 2015 a 39,5 anys el 2030. El 1980 hi havia 2,6 nens de 0 a 14 anys per cada persona més gran de 65 anys; es preveu que el 2028 els majors de 65 anys superin, per primera vegada, el grup d'edat de 0-14 anys.

Població 55+, 2017-2030



Ingressos 55+, 2017-2030



Una part important dels *silver* és relativament rica i són consumidors actius d'una àmplia gamma de productes i serveis. Tot i això, hi ha 1,5 milions d'australians que depenen de la pensió de jubilació, cosa que provoca que siguin més conscient del preu que es paga per productes i serveis.

SECTORS AMB OPORTUNITATS A AUSTRÀLIA



Assegurances



Alimentació saludable



Centres oftalmològics

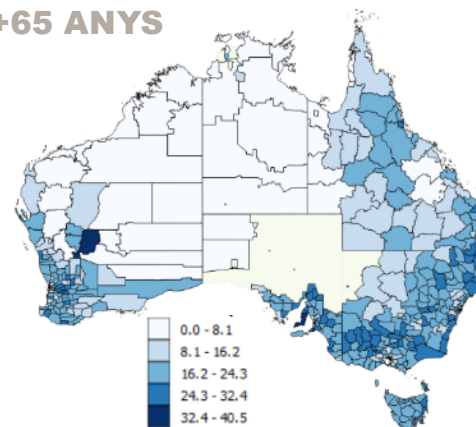


Suplements alimentaris



Productes oftalmològics

DISTRIBUCIÓ GEOGRÀFICA +65 ANYS



- 1 Adelaide Hills
- 2 Hunter
- 3 Yorke and Mid North
- 4 Tasmania - South
- 5 Far South Coast

Per què exportar a Hong Kong?

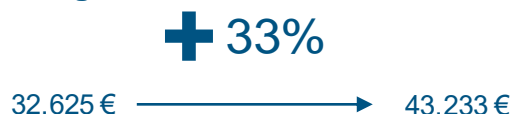


Segons les previsions de les Nacions Unides, Hong Kong serà un dels països on hi haurà un augment més gran en la proporció de persones grans, tot i comptar ja amb una població relativament envellida. El país contrarestarà els efectes de l'envelliment mitjançant la importació de mà d'obra.

Població 55+, 2017-2030



Ingressos 55+, 2017-2030



Hong Kong no té fixada una edat de jubilació o un sistema de pensions ben definit, cosa que fa que la vida laboral s'allargui més que en d'altres països. Les tendències mostren com els *silver* són el grup d'edat més reticent a utilitzar i comprar per Internet; per tant, es recomana arribar a aquest públic mitjançant els canals tradicionals.

SECTORS AMB OPORTUNITATS A HONG KONG



Alimentació saludable



Suplements alimentaris



Productes farmacèutics



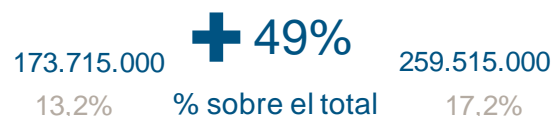
Vida activa

Per què exportar a l'Índia?

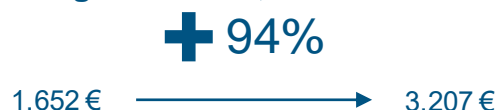


Entre els anys 2015-2030, el grup d'edat de +65 anys experimentarà el creixement més ràpid entre els diferents grups d'edat, amb un augment del 73,5%. Al finalitzar el període, hi haurà 125 milions de persones majors de 65 anys. A la vegada, l'esperança de vida augmentarà 4 anys (fins als 72,3 anys), per sobre de la mitjana regional.

Població 55+, 2017-2030



Ingressos 55+, 2017-2030



SECTORS AMB OPORTUNITATS A L'ÍNDIA



Cosmètica



Salut electrònica



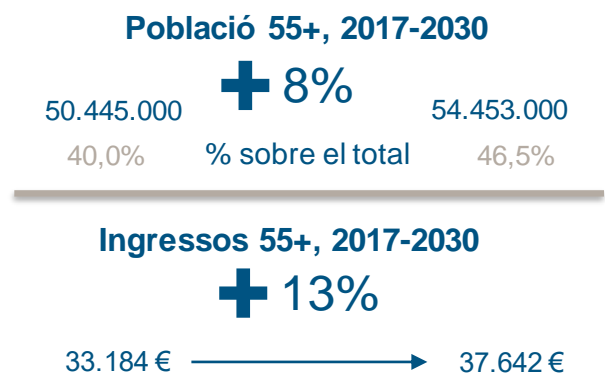
Productes farmacèutics

Es calcula que la despesa dels +65 anys a l'Índia augmentarà un 500% respecte al que gasten en l'actualitat. Els sèniors mostren un interès creixent en la utilització de les xarxes socials per estar connectats amb familiars i amics i en l'oci i el turisme.

Per què exportar al Japó?



El Japó serà el país més envellit el 2030. El nombre total de la població va començar a caure el 2005 i ara està envellint més ràpidament que la majoria dels països a causa de la caiguda de les taxes de natalitat, juntament amb l'augment de l'esperança de vida. L'edat mitjana passarà de 46,8 anys el 2015 a 52,6 el 2030.



SECTORS AMB OPORTUNITATS AL JAPÓ



Productes i dispositius sanitaris



Productes farmacèutics



Suplements alimentaris



Vida activa

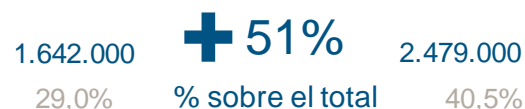
La despesa en atenció mèdica de la gent gran és elevada: gasten més en productes farmacèutics, visites mèdiques i suplementos alimentaris. A més, les persones grans gaudeixen d'una vida activa d'oci, tot i que es tendeix a reduir la despesa a mesura que augmenta l'edat.

Per què exportar a Singapur?

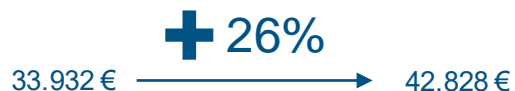


L'edat mitjana de Singapur augmentarà ràpidament dels 41,6 anys el 2015 als 48,9 anys el 2030. El 2030, l'edat mitjana de Singapur serà gairebé 14 anys superior a la mitjana de la regió d'Àsia-Pacífic. El nombre de majors de 65 anys ha superat el nombre del grup d'edat 0-14 anys per primera vegada el 2017 i el 2030 hi haurà gairebé dos +65 per cada 0-14.

Població 55+, 2017-2030



Ingressos 55+, 2017-2030



SECTORS AMB OPORTUNITATS A SINGAPUR



Salut electrònica



Serveis socio-sanitaris

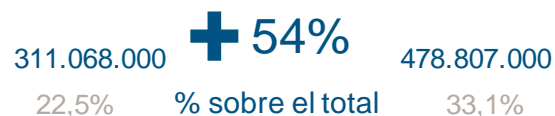
Singapur té la taxa de treballadors grans (55-64 anys) més elevada de l'OCDE (67,2% el 2015) i els ingressos d'aquest grup d'edat han crescut un 2,6% anual durant els últims 5 anys. A més, l'edat mínima de jubilació ha passat de 65 a 67 anys el 2017. Això fa que, tot i que els *silver* de Singapur tinguin menys temps lliure, el seu poder adquisitiu sigui superior.

Per què exportar a la Xina?

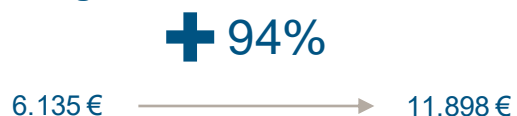


La població de la Xina envelleix a un ritme similar a la regió d'Àsia-Pacífic, però la seva edat mitjana de 37,5 anys, el 2015, i els 42,0 anys previstos pel 2030 estaran set anys per sobre de la mitjana regional en el període 2015-2030. El 2030 hi haurà gairebé la mateixa quantitat de +65 anys que del grup 0-14 anys.

Població 55+, 2017-2030



Ingressos 55+, 2017-2030



El grup d'edat 55-64 anys (fills de la Revolució Cultural) assigna la meitat de les seves despeses a aliments, mentre que gasten menys en articles més discrecionals; per exemple, només el 7% ho fa en roba. En canvi, els que tenen deu anys menys gasten només el 38% en aliments, però el 13% en roba. Això implica que les tendències de consum estan en canvi constant.

SECTORS AMB OPORTUNITATS A LA XINA

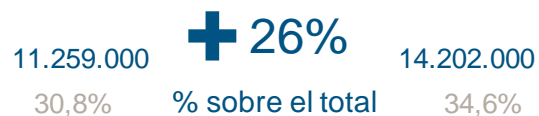


Per què exportar al Canadà?

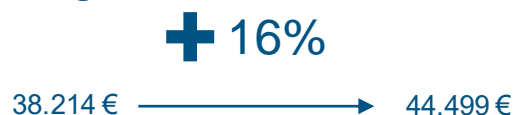


La població està envellint i l'edat mitjana augmentarà de 40,5, el 2015, a 43,1 anys, el 2030, a un ritme superior que la mitjana nord-americana. El grup d'edat +65 anys ha superat per primera vegada el grup d'edat 0-14 anys el 2015, i l'any 2030 hi haurà 1,5 de +65 anys d'edat per cada 0-14 anys.

Població 55+, 2017-2030



Ingressos 55+, 2017-2030



Es preveu que el nombre creixent de gent gran condueixi a una major demanda d'una àmplia gamma de productes i serveis específics per a aquest grup d'edat, especialment productes i serveis relacionats amb la salut. Una enquesta de 2017 revela que el 42% dels jubilats dedica més temps a viatjar que quan treballava i un 38% a millorar la salut.

SECTORS AMB OPORTUNITATS AL CANADÀ



Cosmètica



Salut electrònica



Productes i dispositius sanitaris



Productes farmacèutics

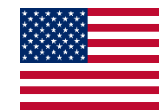


Serveis sociosanitaris



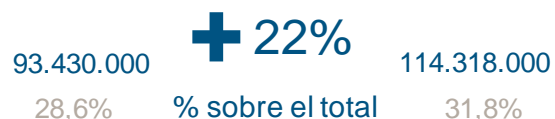
Vida activa

Per què exportar als Estats Units?



El grup d'edat +65 anys superarà per primera vegada els 0-14, el 2030, un canvi considerable ja que, el 1980, hi havia dos 0-14 per cada +65 anys. L'esperança de vida augmentarà 2,2 anys de 2015 a 2030, fins als 81,4 anys. L'edat mitjana passarà dels 37,8 anys, el 2015 als 40,3 anys el 2030, per sota de la mitjana regional.

Població 55+, 2017-2030



Ingressos 55+, 2017-2030



De ser el quart segment de consumidors als Estats Units el 2002, el segment de població +60 anys ha crescut significativament des d'aleshores, i ara és el grup de consumidors més gran del país. Una de les raons principals que expliquen aquest fenomen és que viuen una vida més activa.

SECTORS AMB OPORTUNITATS ALS ESTATS UNITS



Cosmètica



Productes farmacèutics



Serveis socio-sanitaris



Vida activa

7. Annexos

Annex 1. Mapeig de les empreses catalanes: metodologia

Annex 2. Experiències i casos d'èxit empresarials a Catalunya



Annex 1. Mapeig de les empreses catalanes: metodologia (I)

El mapeig de les empreses catalanes de l'economia *silver* parteix de la selecció d'una sèrie de CNAE que es consideren rellevants a l'hora d'estudiar el sector.

Els CNAE utilitzats són els següents:

- **Salut:** 1086 (Elaboració de preparats per a l'alimentació infantil i preparats dietètics), 1089 (Elaboració d'altres productes alimentaris ncaa), 2110 (Fabricació de productes farmacèutics de base), 2120 (Fabricació de preparats farmacèutics i altres productes farmacèutics d'ús medicinal), 4646 (Comerç a l'engròs de productes farmacèutics), 6209 (Altres serveis relacionats amb les tecnologies de la informació).
- **Qualitat de vida:** 2042 (Fabricació de perfums i productes de cosmètica), 2059 (Fabricació d'altres productes químics ncaa), 2229 (Fabricació d'altres productes de matèries plàstiques), 2660 (Fabricació d'equips de radiació, electromèdics i electroterapèutics), 2670 (Fabricació d'instruments d'òptica i d'equips fotogràfics), 3250 (Fabricació d'instruments i subministraments mèdics i odontològics), 3092 (Fabricació de bicicletes i vehicles per a persones amb discapacitat), 3299 (Altres indústries manufactureres diverses ncaa), 4645 (Comerç a l'engròs de perfumeria i cosmètica), 4774 (Comerç al detall d'articles mèdics i ortopèdics en establiments especialitzats).
- **Assistència:** 5621 (Provisió de menjars preparats per a celebracions), 5629 (Altres serveis de menjars), 6511 (Assegurances de vida), 8622 (Activitats de medicina especialitzada), 8690 (Altres activitats sanitàries), 8710 (Activitats de serveis socials amb allotjament i cures d'infermeria), 8720 (Activitats de serveis socials amb allotjament a persones amb discapacitat psíquica, malalts mentals i drogodependents), 8730 (Activitats de serveis socials amb allotjament a persones grans i persones amb discapacitat física), 8790 (Altres tipus d'activitats de serveis socials amb allotjament), 8810 (Activitats de serveis socials sense allotjament a persones grans i persones amb discapacitat), 8899 (Altres tipus d'activitats de serveis socials sense allotjament ncaa).
- **Vida activa:** 7911 (Activitats de les agències de viatges) i cerca qualitativa de balnearis a l'Associació Catalana de Balnearis.

Alhora, cerca qualitativa per captar altres empreses amb d'altres CNAE. Posteriorment, les empreses s'han filtrat per tal de captar aquelles que tenen més de 10 treballadors i una facturació mínima d'1 milió d'euros. S'ha fet una cerca qualitativa a les webs d'aquestes empreses per tal de seleccionar aquelles que, efectivament, part o la totalitat de la seva activitat està centrada en el sector de l'economia *silver*.

Annex 1. Mapeig de les empreses catalanes: metodologia (II)

Per estimar la facturació i el nombre de treballadors en l'economia *silver* de les empreses detectades, s'apliquen els percentatges següents segons estimacions fetes durant l'estudi qualitatiu dut a terme durant el mapeig:

- **Salut:**
 - Salut electrònica: 70%
 - Productes farmacèutics: 20%
 - Alimentació saludable: 15%
 - Suplements alimentaris: 25%
- **Qualitat de vida:**
 - Audiòfons, productes oftalmològics i odontologia: 90%
 - Cosmètica: 10%
 - Productes i dispositius sanitaris: 75%
- **Assistència:**
 - Assegurances: 20%
 - Catering per a centres de serveis socio-sanitaris: 50%
 - Centres oftalmològics: 50%
 - Serveis socio-sanitaris: 90%
- **Vida activa:**
 - Agències de viatge: 20%
 - Balnearis: 75%

Annex 2. Experiències en TIC salut a Catalunya (I)

D'entre 138 projectes en salut electrònica, en destaquen 10 amb aplicació a l'economia *silver*.

CAALIX

Desenvolupa un dispositiu capaç de mesurar senyals vitals de gent gran per comunicar-se automàticament amb el seu cuidador en cas d'emergència.

Formació e-learning

Forma i ofereix estratègies de manera pràctica a les persones cuidadores no professionals per facilitar i millorar la seva tasca de cuidar persones dependents.

Home Sweet Home

Allarga la vida independent al domicili propi de la gent gran, mitjançant una plataforma tecnològica que possibilita la interacció amb familiars i professionals de la salut.

Millorar equilibri amb la Wii

Les persones grans accepten les noves tecnologies com a forma de tractament: la Wii possibilita la millora de l'equilibri dels pacients fràgils i, per tant, disminueix les seves caigudes.

PhysioDom

S'integra en un únic sistema la monitorització de paràmetres relacionats amb l'estat nutricional i l'activitat física des del domicili de les persones grans.

RADIO

Té el seu àmbit d'actuació en el camp de l'envelliment actiu i saludable i ofereix solucions domòtiques per a persones de la tercera edat a través d'un robot intel·ligent.

Rehabilitation Gaming System

Eina de realitat virtual de rehabilitació dels dèficits motors de les extremitats superiors després d'una lesió cerebral a causa d'un vessament cerebral.

Seeds of Learning

App de proves de psicoestimulació per persones amb deteriorament cognitiu i malalts d'Alzheimer en primeres fases. S'integra també els cuidadors com a participants.

SISDDAP

Desenvolupament i implantació d'un programa informatitzat per a la detecció, el diagnòstic i seguiment de malalts amb demència.

Telemonitorització domiciliària

Monitorització de pacients crònics per fer seguiment a distància a través de trucades periòdiques i amb un monitor domiciliari que connecta amb l'aparell desfibril·lador.

Font: TicSalut.

Annex 2. Apps de salut catalanes referents (II)

Moltes d'elles *start-ups*, les apps catalanes de salut recullen reconeixements internacionals.



- Fundada el 2007, té la seu a Barcelona.
- Plataforma que connecta professionals de la salut amb pacients i els ofereix un espai on preguntar, opinar i trobar el professional de la salut que millor s'adapti a les seves necessitats.
- Premiada als European Business Awards 2016 com una de les empreses europees més innovadores.
- 130 milions d'usuaris de 20 països.



- Fundada a Barcelona el 2011, té oficina també als Estats Units.
- Eina interactiva basada en la intel·ligència artificial que realitza un diagnòstic previ, analitza els símptomes i avalua l'estat de salut.
- Guanyadora en la categoria Healthcare & Biotech al #SouthSummit17 de Madrid.
- 600.000 usuaris de 196 països.



- Fundada el 2012, té seu a Barcelona.
- Eina d'ajuda al control de la diabetis, permet als pacients calcular les dosis d'hidrats i l'administració d'insulina. Els metges poden monitoritzar de forma remota.
- Guanyadora a la WSA Mobile Award de la UNESCO el 2013.
- Més de 100.000 descàrregues i puntuació mitjana de 4,4 a Android.

Font: La Vanguardia, 2017. "Saludy TIC, un campo lleno de oportunidades para las nuevas start-ups".

Annex 2. Cas d'èxit: Familyar (III)

- Adaptivecity, *start-up* amb seu a El Prat de Llobregat, ha desenvolupat Familyar, una plataforma social per connectar la gent gran i els familiars amb entitats socials i de salut. L'objectiu és ajudar les famílies, ajuntaments i organitzacions a afavorir l'autonomia de la gent gran millorant el seu benestar físic i social.
- Familyar es basa en videotrucades, missatgeria, tasques i gestió de medicaments amb dispositius mòbils, tot integrant solucions de sensors i aplicacions de tercers per al monitoratge i el seguiment remot. L'app té un funcionament molt intuïtiu per facilitar el seu ús.



Familyar



- Adrián Russo, CEO d'Adaptivecity, diu que “l'objectiu principal és acabar amb la solitud, promoure un envelliment actiu i que tothom pugui interactuar d'una manera senzilla en la cura emocional de la persona gran”.
- “Volem tombar les barreres tecnològiques existents entre entitats, persones grans i famílies. Amb la nostra app trenquem aquestes barreres”.

Fonts: TIC Salut, 2017; smartcities.com

Annex 2. Cas d'èxit: Sense4Care (IV)

- Sense4Care, *start-up* creada l'any 2012, s'especialitza a millorar la qualitat de vida de les persones amb problemes de fragilitat o amb malalties cròniques a través de solucions basades en tecnologies de la informació i la comunicació.
- Desenvolupa i comercialitza solucions d'avantguarda a través del coneixement generat pel Centre d'estudis tecnològics per a la dependència i la vida autònoma (CETpD) de la Universitat Politècnica de Catalunya. Els projectes d'investigació se centren en la detecció de caigudes i el Parkinson.



SENSE4CARE

- Un dels seus productes és el detector de caigudes Angel4, sorgit del projecte europeu de recerca Fall Detector for the Elder (FATE). Es tracta d'un dispositiu personal únic que proporciona una detecció automàtica de caigudes molt sensible per mitjà d'un acceleròmetre triaxial i un algoritme específic. El sensor és molt discret i es pot usar en un cinturó estàndard mitjançant un clip de subjecció.
- "Funciona amb gran fiabilitat tant dins com fora del domicili, sense necessitat que l'usuari estigui inscrit o abonat a un servei de teleassistència", explica Jan Calvet, responsable de distribució i venda.

Font: sense4care.com

Annex 2. Cas d'èxit: Ulabox (V)

- Ulabox, fundada l'any 2010 a Barcelona com a primer supermercat únicament en línia, es defineix com l'"antisúper". A la seva web s'hi poden trobar més de 17.500 referències: des de les millors marques fins a productes frescos, passant per productes de botigues de barri. El 94% dels usuaris asseguren estar satisfets amb els serveis d'Ulabox.
- Encara que la tecnologia normalment es relacioni amb els més joves, el projecte digital d'Ulabox ha vist en la gent gran un segment amb necessitats que es poden solucionar a través del mòbil. Actualment, més del 40% de les comandes ja les fan els més grans de 50 anys. Jaume Gomà, fundador de la *start-up*, apunta que "la gent gran té més dificultats per desplaçar-se i carregar la compra o sigui que el lliurament a domicili els facilita molt la vida".



ulabox

- Segons Gomà, "és un perfil que es connecta bàsicament a través de les tauletes i els *smartphones* perquè és més fàcil i intuïtiu que un ordinador". Així doncs, els dispositius mòbils han de ser la porta d'entrada de la gent gran al comerç electrònic.
- No hi ha diferències importants quant a tipus de compra, ja que depèn més de la composició de la unitat familiar o del poder adquisitiu, encara que el producte fresc sí que té un pes rellevant.

Fonts: Ara, 2017: "El miratge de la 'silver economy'"; ulabox.com

Annex 2. Parlen les empreses (VI)

• La companyia "és un exemple de màrqueting per sèniors amb productes com el Danacol. Als sèniors no els agrada la comunicació per a gent gran, ningú vol que li expliquin que té un problema, sinó les oportunitats per fer coses a la vida".

C. Bosch,
Danone



• "Si fins ara els serveis socio-sanitaris s'han adreçat a col·lectius de dependència, ara el repte és plantejar-los per a tots els jubilats, tot i tenint en compte que el que volen és viure a casa".

N. Roldán,
Eulen



• "Ja estem acostumats a comunicar-nos amb els sèniors, que sempre han estat el nostre públic potencial". Quan han volgut acostar-se al públic més jove s'han trobat que "els sèniors també volen la innovació i les novetats que oferíem als joves".

R. Yeomans,
Moët



• "Si el tractes com a vell, malament vas", adverteix el director general de Multiópticas, sobre la comunicació que cal fer cap al públic sènior. "També tenen molt d'interès en temes *fashion*", afegeix.

J. Sanchís,
Multiópticas



• "La gent gran adquireix consciència de tenir un rol actiu en la cura de la salut". Alhora, "manté la vitalitat i no vol renunciar a gaudir de l'alimentació". Pel dirigent, la paraula clau és naturalitat, "que és la que millor concilia salut i sabor".

E. Hernández,
Pepsico



• "Els més joves són més impulsius. De gran ja tens un estil, has provat moltes coses i ja saps el que et convé". Això fa que els sèniors "comprin de forma més reflexiva i perdin sensibilitat al preu. Quan un article és bo aprecien la qualitat".

L. Sans,
Santa Eulàlia



• Cal aprofitar que el turisme de gent gran estrangera, "conscient de la qualitat de la nostra sanitat privada, ve cercant serveis d'oftalmologia, estètica o tractaments oncològics, entre altres".

M. Figuerola,
Spain Cares



• "Cal vèncer l'estereotip Imerso, de ballar els *Pajaritos* a Benidorm, perquè ara el jubilat és diferent, cerca un turisme cultural i específic".

J.M. Saperas,
Viajes El Corte Inglés



Fonts: *Via Empresa*, 2017: "Que la gent gran no gasta no és cert"; *El Punt Avui*, 2016: "Patrons de consumdiferents"

Nota: L'ús d'aquestes marques és merament informatiu. Les marques esmentades en el present informe pertanyen als seus respectius titulars i, en cap cas, són titularitat d'ACCIÓ. Aquesta és una representació il·lustrativa parcial de les empreses que formen part de l'ecosistema del sector *silver* a Catalunya, però poden existir altres empreses que no hagin estat incorporades a l'estudi.



ACCIÓ

Passeig de Gràcia, 129
08008 Barcelona
www.accio.gencat.cat
www.catalonia.com
@accio_cat
@catalonia_ti

Consulta l'informe complet aquí:

http://www.accio.gencat.cat/ca/serveis/banc-coneixement/cercador/BancConeixement/silver_economy_catalunya

Més informació sobre el sector, notícies i oportunitats:

<http://www.accio.gencat.cat/ca/sectors/wellness-beauty/>

