

CHAPITRE 3

UN MARCHÉ DE MILLIONS

LA QUESTION

En général les produits de consommation qui s'adressent aux personnes handicapées sont considérés comme particuliers et sont exclus de l'ensemble des produits de consommation du public en général.

Mais les temps changent. Les 4,2 millions de Canadiens handicapés, ainsi que les 5,4 millions (chiffres les plus récents datant du recensement de 1991) de personnes âgées de plus de 55 ans exigent des produits qui leur permettent de mener une vie autonome et de qualité.

Ces deux segments de la population — les handicapés et les personnes âgées — continueront de se développer à un rythme onze fois supérieur que celui de la population en général.

Dans la plupart des cas, il n'est pas nécessaire et il ne le sera jamais, d'établir une gamme distincte de produits destinés d'une part aux handicapés et d'autre part aux personnes âgées. Au contraire, les produits visant les deux types de clients pourraient être réunis à l'étape de l'élaboration et de la commercialisation.

Les publicitaires ont déjà reconnu le fait que les personnes âgées et les handicapés ne veulent pas être séparés de l'ensemble de la société et exigent d'être traités avec dignité et respect. Les spécialistes de la commercialisation savent également que l'un des meilleurs moyens de vendre des produits est de faire appel à ceux auxquels ils sont destinés.

LES QUESTIONS

1. Comment les domaines de l'élaboration et de la commercialisation de produits peuvent-ils se saisir du marché de l'avenir?
2. Que peut-on faire pour amener les spécialistes de la commercialisation et de la publicité à se rendre compte de l'avantage, d'un point de vue de la concurrence, de l'exploitation du créneau des personnes âgées et des handicapés?

LES EXPERTS

M. Robert Pitfield (directeur général adjoint, Banque de Nouvelle-Écosse) : Lorsqu'on voit au Canada 3,3 millions de personnes handicapées et . . . lorsqu'on tient également compte de la population vieillissante au Canada, qui fera passer la génération des plus de 50 ans d'environ