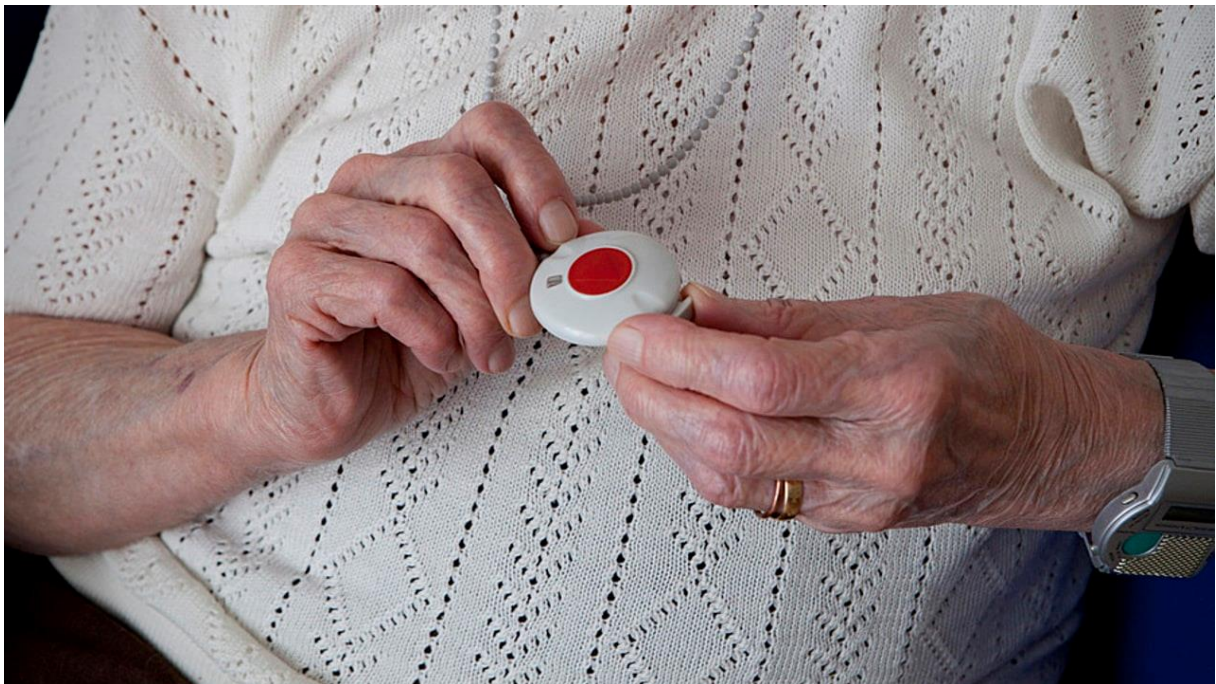


Un biais de perception existe face aux personnes âgées utilisant des outils technologiques

In https://www.hospimedia.fr/actualite/articles/20260716-societe-un-biais-de-perception-existe-face-aux?utm_source=newsletter&utm_medium=Email&utm_campaign=EDITION_QUOTIDIENNE&eq_type=SMS&eq_date=2026-07-17&eq_pos=3

Les personnes âgées utilisant la technologie, que ce soit un smartphone, des objets connectés ou des robots, sont perçues comme moins dépendantes que celles qui bénéficient d'une aide humaine. C'est ce que démontrent deux chercheuses en marketing. Ce biais de perception influe sur l'aide apportée et existe également chez les soignants.

Par [Cécile Rabeux](#) 16.07.2026



Les chercheuses estiment qu'il est essentiel de reconnaître l'existence d'un biais de perception pour garantir que la technologie renforce l'autonomie des personnes vulnérables. (D. Le Moine/BSIP) Droits réservés

La Dr Malak El Halabi et la Dr Anika Schumacher, toutes deux chercheuses en marketing, ont mis en lumière un biais de perception concernant le niveau de dépendance des personnes âgées. Celles qui utilisent des outils technologiques — qu'elles soient à l'origine de leur mise en place ou non — sont vues comme plus autonomes que celles qui bénéficient d'un accompagnement humain, à situation égale. *"Cela s'explique par le fait que les observateurs attribuent une capacité mentale plus élevée aux consommateurs bénéficiaires de soins qui s'appuient sur une aide technologique"*, expliquent les deux chercheuses dans un article paru dans la [revue](#) *Psychology and Marketing* en juin 2025. Huit études expérimentales ont été menées auprès de 3 400 participants, en Grande-Bretagne, aux États-Unis mais aussi au Liban.

En France, les technologies utilisées sont davantage la télésurveillance ou les outils connectés que l'accompagnement par des robots, comme c'est le cas au Japon ou en Chine, constate Malak El Halabi auprès d'*Hospimedia*. Cette perspective est *"encore un peu futuristique en France"* mais cette technologie *"arrivera"*, estime-t-elle. Néanmoins, les constats sont les mêmes, quels que soient les outils utilisés. Le biais constaté a des conséquences à différents niveaux et notamment sur le plan marketing. Les *"observateurs"* achètent pour les personnes âgées utilisant la technologie davantage des produits *"hédoniques"* qu'utilitaires. La chercheuse donne aussi l'exemple de voisins qui prendraient moins de nouvelles, estimant que le senior n'a pas nécessairement besoin d'aide.

Même les professionnels de santé reproduisent ce biais, souligne la Rennes School of Business (Ille-et-Vilaine) sur son site. *"Être considéré comme moins dépendant peut sembler valorisant mais cette perception peut conduire à sous-estimer les besoins essentiels, avec le risque que les personnes concernées ne reçoivent pas l'accompagnement adapté."* Pour Malak El Halabi, il est essentiel de reconnaître ce biais pour garantir justement que la technologie renforce l'autonomie des personnes vulnérables, au lieu de les désavantager. Cette notion doit être intégrée dans le cursus de formation des soignants, précise-t-elle, et pourrait faire l'objet de campagnes de communication.