



**Comment un
secteur innove sur
les Seniors ?
Alimentation et
nutrition**



SenioSphère

6 novembre 2008

LH2

- **30 ans d'existence, LH2 parmi les 6 premières sociétés d'études françaises**
- **Notre positionnement (humaniste, éclairé) s'inscrit dans l'approche spécifique ad hoc autour :**
 - **Priorité à la notion d'écoute, d'adaptation, et de réactivité,**
 - **Spécialisation sectorielle de nos équipes avec des pôles dédiés par client,**
 - **Forte compétence méthodologique.**



Seniosphère

Seniosphère est une société européenne de
conseil en stratégie et marketing
spécialisée sur **la cible des personnes de plus de**
55 ans et les seniors.



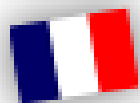
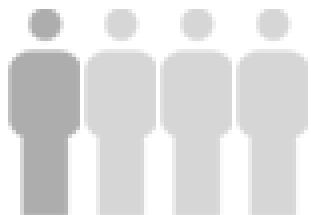
Plan de la présentation

- Complexité de la cible 55+ et vécu du vieillissement
- Les nouveaux besoins spécifiques
- Les solutions des seniors pour rester en bonne santé
- Les nouvelles tendances Japon - USA

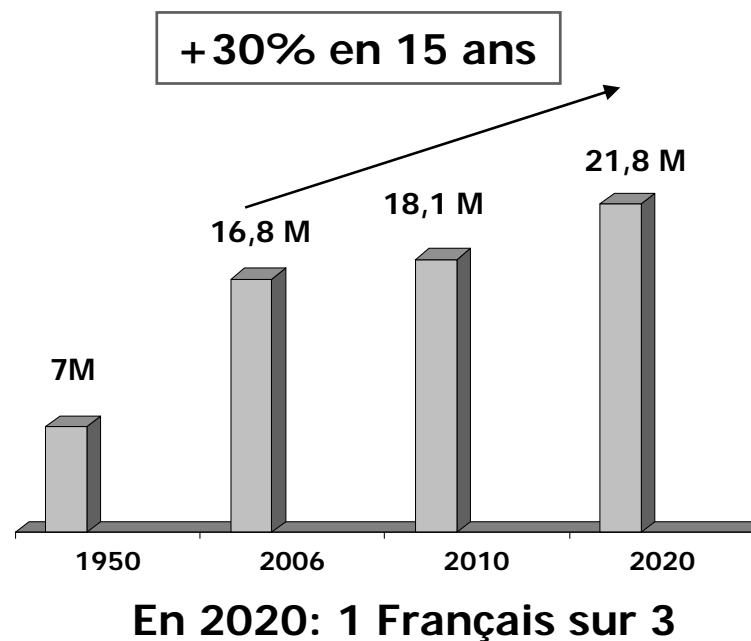
Complexité de la cible et vécu du vieillissement

Les 55+ en quelques chiffres

Les + de 55 ans : un segment de **marché important avec de fortes perspectives de croissance.**



En 2008:
1 Français sur 4
17 MM



Source Insee

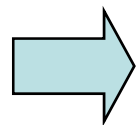
Les seniors: une population très hétérogène

- Des générations de seniors
 - Les moins de 65 ans: les « Baby Boomers » (génération Mai 68)
 - Les 65-75 ans: les « Matures » ou « Grand Boomers »
 - Les plus de 75 ans: les « Anciens »



Les seniors: une population très hétérogène

- Mais aussi au même âge des personnes différentes selon ce qui les a construit...
 - Phases de vie
 - Vie professionnelle / Pouvoir d'achat
 - Physique / santé
- Ainsi une population qui va se définir par une combinaison de facteurs liés à leurs attentes et à leur autonomie
 - Et donc des personnes ayant des aspirations diverses à l'égard de leur relation à la consommation



Une segmentation essentielle...mais complexe

Nouveaux besoins spécifiques

- Le ressenti du vieillissement
- L'image du Senior idéal que la société impose
- Des contraintes financières

Des nouveaux besoins liés au:

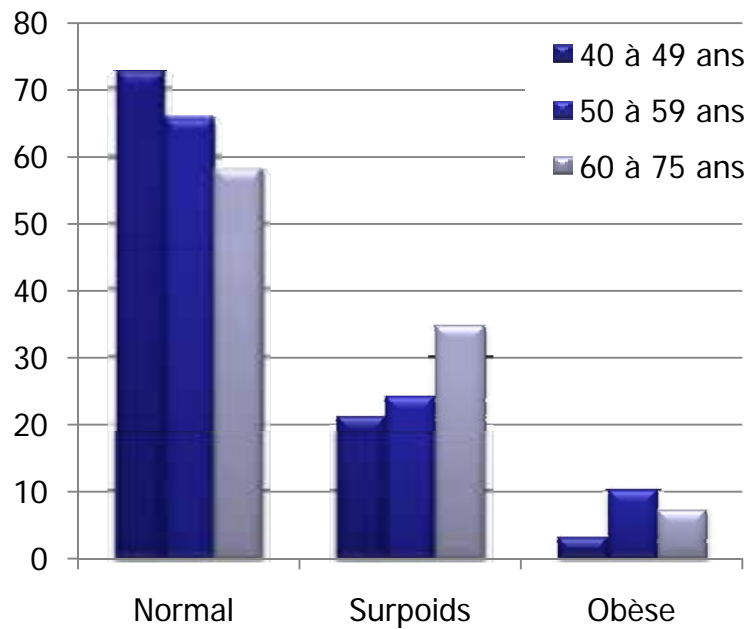
Ressenti du vieillissement



Des besoins différenciés par le sexe

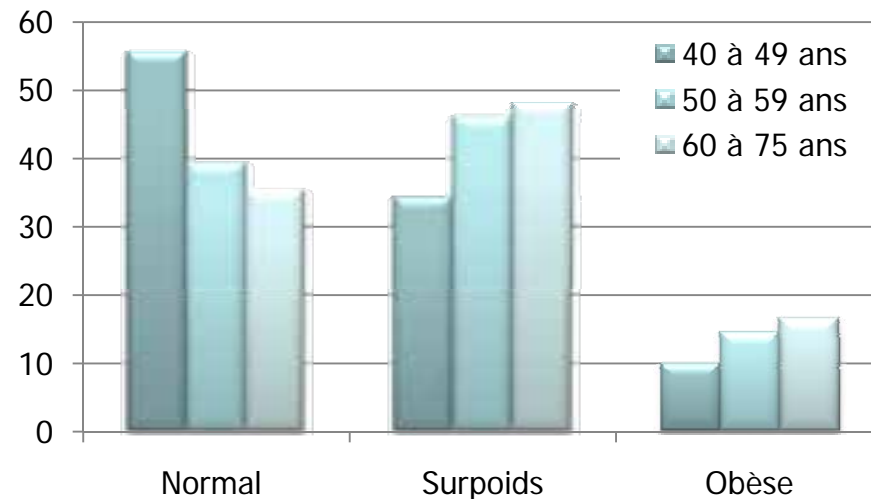
Femmes

Ménopause
Arthrose
Ostéoporose



Hommes

Maladie cardio vasculaire
Hypertension
Cholestérol



Des nouveaux besoins liés au:

Ressenti du vieillissement

- Un intérêt pour la prévention de la part des plus jeunes seniors : 30 ans de capital santé à entretenir
- Des besoins globaux de vitalité, de tonus ou d'anti-vieillessement
- Des besoins ciblés en fonction des premiers signaux ressentis

Vieillesse, acceptation ou déni ?

La tonalité majeure : assumée, parfois avec humour

« j'ai des rides d'expression mais ça donne du charme »



Source: étude qualitative LH2

Bénéfices de l'âge ...

- Du temps pour soi, de la maturité, de la sérénité
 - « on peut dire ce qu'on pense, on n' a plus rien à prouver, on est plus à l'aise »
 - « c'est formidable que quelqu'un de mon âge puisse refaire sa vie, nous les soixante-huitards on a probablement gagné 10 ou 20 ans par rapport à nos parents »
- Mais pour une minorité, une perte : perte de lien social, perte de vitalité, perte de jeunesse
 - « il y a des jours où je m'emmerde et où je ne vis plus, ça c'est terrible »
 - « à 45, 50 ans on a encore beaucoup de temps devant soi, mais à 60 ans le gong a sonné »

Source: étude qualitative LH2



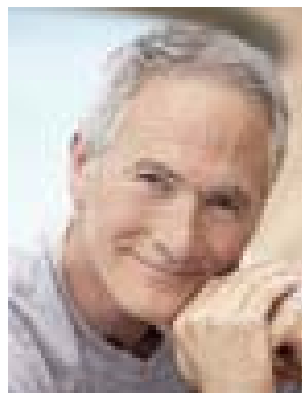
Des nouveaux besoins liés à:
l'image du Senior dans la société

SÉDUIRE À COUP SUR : MODE D'EMPLOI

« comment bien vieillir? »

« être à la hauteur »

Panne sexuelle : comment réagir?



Comment ne pas paraître vieux au travail



Des nouveaux besoins liés à:

la nécessité de préserver le « capital santé »

- Coût de la santé de plus en plus élevé à la charge des individus

Poids de la dépense santé

55 à 64 ans
7,4%

65 à 75 ans
9,3%







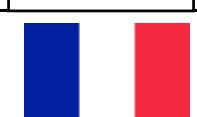

75 et +
11,8%

Source: Insee Enquête budget famille 2006



Les solutions des seniors pour rester en bonne santé

Quelle activité pour rester en bonne santé ?

	Exercice / sports	Régime, compléments alimentaires, vitamines	Etre actif / activités quotidiennes
	64%	67%	26%
	41%	51%	17%
	71%	48%	11%
	59%	63%	43%
	32%	22%	17%
	55%	33%	10%
	62%	24%	41%
	76%	39%	23%

Source: AXA Equitable Retirement 2007 auprès de retraités de moins de 75 ans

Quelle action pour rester en bonne santé ?

Moyens privilégiés par les seniors pour rester en bonne santé:

75% manger des aliments variés

73% manger sain et équilibré

70% rester en contact avec des amis

56% avoir des activités à l'extérieur

Mais aussi ...

	Population totale		
	Total	50-64	65+
Prendre des vitamines	43	51	39
Consommer des produits allégés	23	33	24
Prendre des compléments alimentaires	14	17	13

L'alimentaire, un poste budgétaire important

Poids des dépenses alimentaires dans le budget des ménages

	Ensemble	55-65 ans	65-75 ans	75 ans et +
En indice	100	104	86	72
Corrigé par pers/ménage	100	121	120	112
en % des dépenses	21%	18%	19%	35%

Source INSEE

L'alimentation, un rôle central et multiple

1/ Entretenir son capital santé

- Manger sain, varié, « light »

« on mange varié, viande grillée, poisson, légumes verts, fruits »

2/ Prévenir

- des compléments alimentaires, des produits pour un besoin physiologique ciblé

3/ Maintenir le lien social: entre plaisir et partage

- des repas plus festifs ou conviviaux, un petit extra à 2, un bon repas en famille ou entre amis

« manger m'apporte beaucoup de choses et me fait vivre, ça apporte de la force. Quand j'ai faim et que je mange je me sens heureuse, je me sens détendue, c'est un plaisir de s'asseoir et de manger » Femme 65 ans



Des consommateurs exigeants

- Une sensibilité aux marques et aux labels
 - rassurance et sécurité alimentaire
 - caution de qualité et de goût
- ... et en latent, facilité de repérage en linéaire avec des codes auxquels on est habitué quant les sens s'émeussent (vue ...)



Nouvelles tendances Japon - USA

Le retour aux bons vieux ingrédients naturels revisités



Poudre de **riz** décortiqué



Boisson à base de **café**

Le vin et le raisin



le resveratrol
à base de
raisin



Huile de foie de morue
devenue Oméga3

Japon : Les réponses « faciles » et ludiques des compléments alimentaires



Le marché japonais : Les réponses « faciles » et ludiques des compléments (2)

« Mangez au moins 5 fruits et légumes par jour »



Multi-traitement avec dosage quotidien

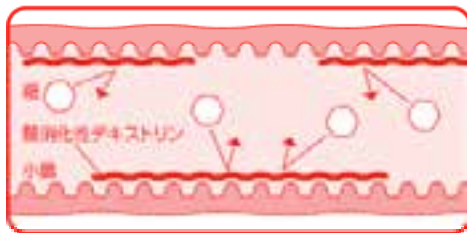


Aliments enrichis en aliments fonctionnels

Riz « Santé Sourire » enrichi en fibres



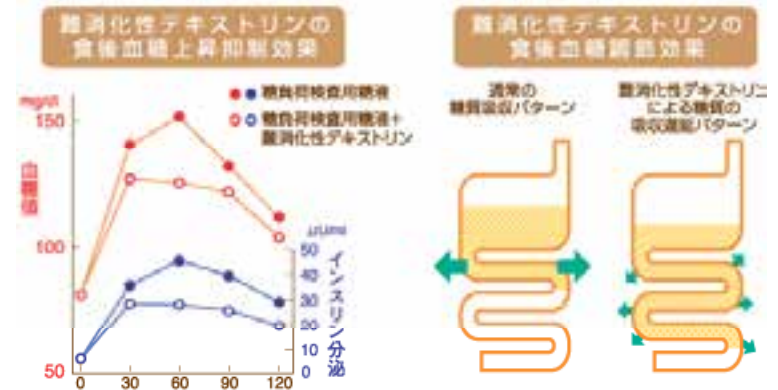
難消化性デキストリンの働き (イメージ)



Thé vert antioxydant enrichi en fibres



Contrôle du diabète



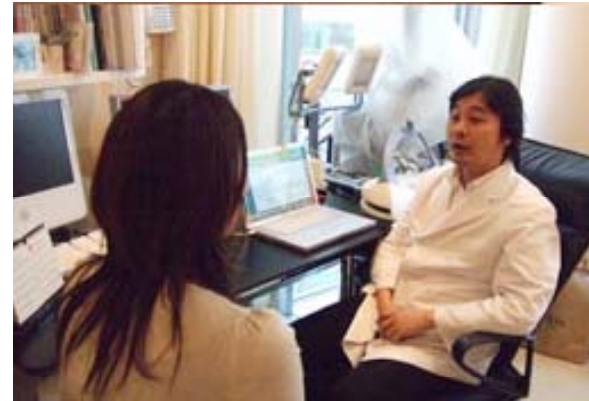
Plats tout prêts de 0 à 99 ans



« Prescription » des compléments alimentaires : un nouveau métier



Dans les magasins spécialisés



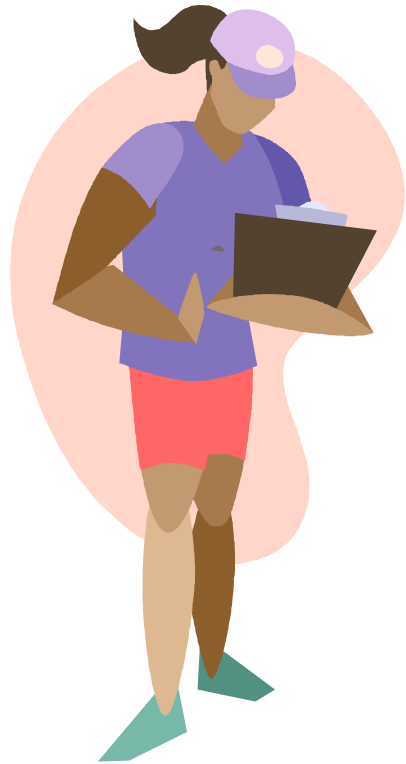
Consultation par un médecin spécialisé dans la prévention



Dans des centres de gymnastique



Les services autour de la nutrition aux USA



Coach nutrition et fitness

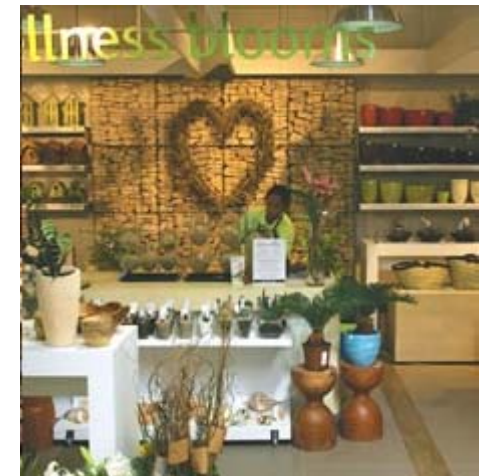


Caddy intelligent

Distribution: toute la santé sous un toit



- Fruits et légumes bio
- Produits du commerce équitable
- Compléments alimentaires
- Pharmacie
- Spa et détente



Stratégies Senior réussies

- Pas de stigmatisation, une entrée par les besoins ou les valeurs de références sauf pour les plus âgés
- Une association de fonctionnalité et de plaisir ou de dimension ludique
- Facilité et confort de l'achat à la consommation...
- Une combinaison de produits et de services performants
- Une nécessité de segmenter la cible

Seniosphere – LH2 :

Adapter les études à la cible Senior



Cible spécifique par son vécu, ses attentes et ses besoins



- Prise en compte dans le choix des méthodologies
- Adaptation des moyens:
 - Choix des lieux et des horaires,
 - Choix et formation des enquêteurs,
 - Choix des moyens de communications...

Seniosphere – LH2

Un partenariat à chaque étape

- 1 Sur la réponse au cahier des charges**
- 2 Sur le recueil de l'information**
- 3 Sur l'analyse et les recommandations**



**Pas d'outils pré-formatés, une
approche ad hoc**



LH2

Seniosphère

Pour y voir clair