2017

Le marché des Baby Boomers et des Seniors

Seniosphère
conseil
stratégie & martketing

Seniosphère conseil
stratégie & marketing

Conseil en stratégie et marketing spécialisé sur la cible des 55 ans+, Baby Boomers et Seniors

Notre mission :

- Aider les entreprises à comprendre **les opportunités et les risques liés au vieillissement de la population et à la longévité**
- Accompagner dans le **développement de nouvelles stratégies**, de nouveaux produits ou services

Une connaissance à 360° des seniors
Nos domaines d'intervention

Autour du client de 50 ans +

- Stratégie
- Marketing
- Benchmark international
- Détection de tendances
- Innovation
- Workshops de sensibilisation et créativité

Seniosphère

Une expertise multi-sectorielle …
Nos clients (B2B ou B2B2C)

Banque et assurances

BNP PARIBAS Banque de détails
SOCIETE GENERALE
CRÉDIT AGRICOLE CONSUMER FINANCE
LaSer
BPCE
BANCO ESPIRITO SANTO

Grande consommation

DANONE
Nestlé France
COLGATE-PALMOLIVE
Lesieur
YVES ROCHER
Energizer
SEB
KÉRASTASE PARIS

Habitat et transport

Valeo
ACCOR
DOMITYS
PSA PEUGEOT CITROËN
iDBUS

Nouvelles technologies

orange
Commission européenne

Grande distribution

Carrefour
E.LECLERC
TOTAL
cora

EHPAD, Services à la personne

Fondation CAISSES D'EPARGNE
aprr
malakoff médéric
yonne
GEDES35

Santé et bien-être

Johnson&Johnson
TENA
Starkey
BIOGARAN
TEVA laboratoires
essilor

Quand devient-on senior?

La définition de Seniosphère

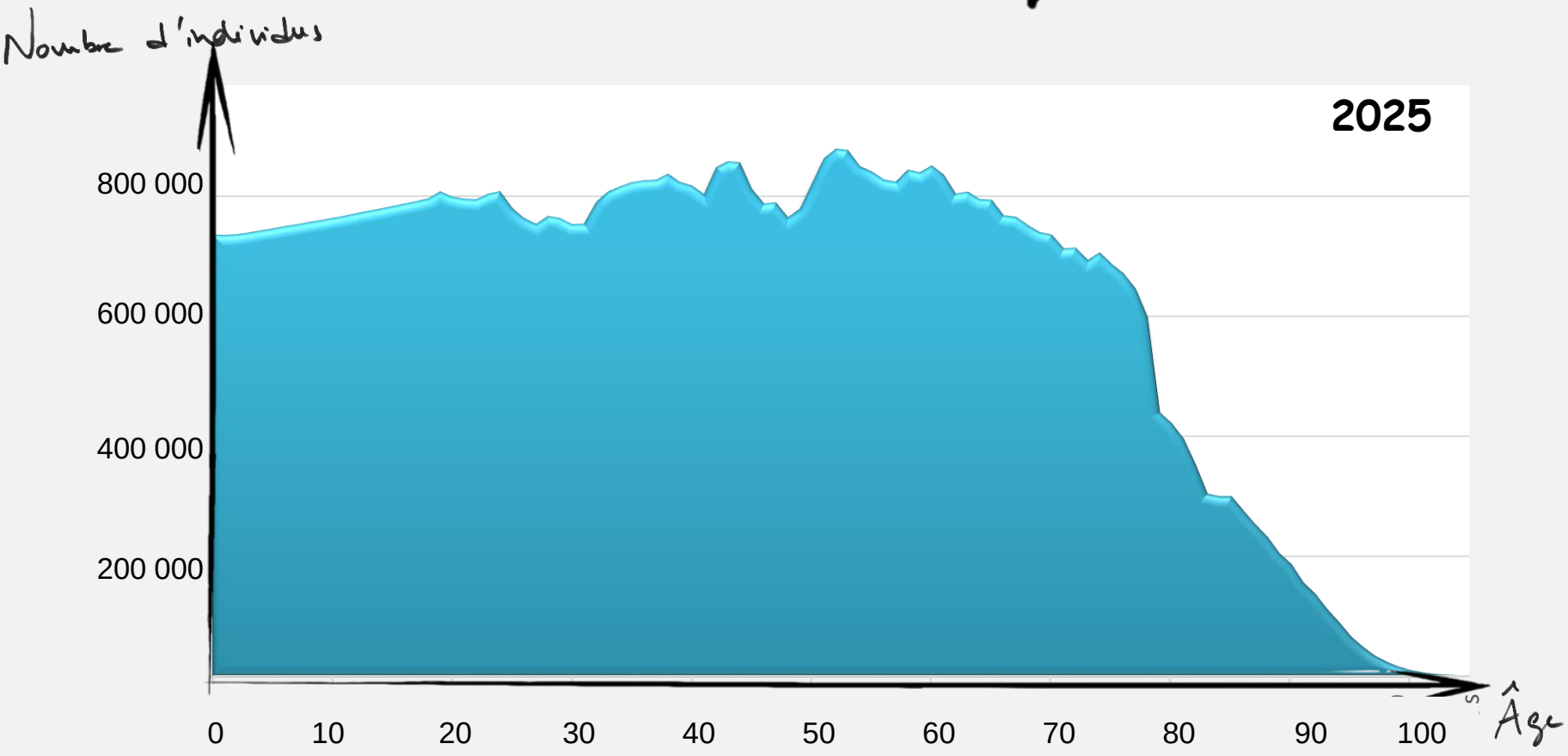
« On devient senior quand le vieillissement entraine une expérience différente du produit ou du service et fait émerger de nouvelles attentes ou de nouveaux besoins »

Seniosphère

Pourquoi s’intéresser aux seniors?

Seniosphère

La vague du Baby Boom



Un niveau de vie supérieur aux moins de 50 ans*

Revenu annuel médian par UC

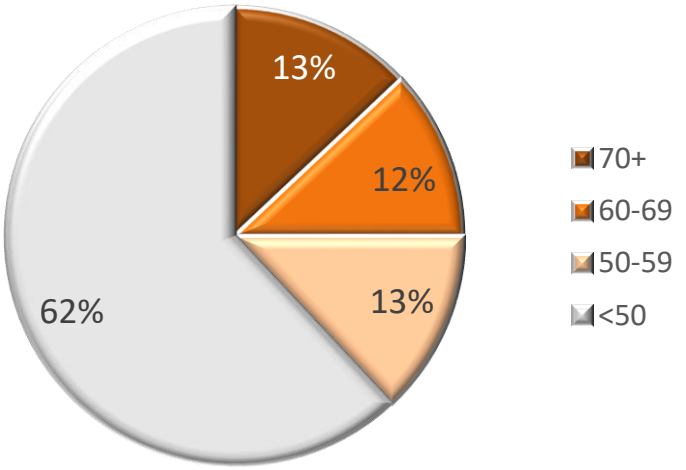
	Niveau relatif
Moins de 50 ans	100
50-59 ans	**116**
60-69 ans	**108**
70-79 ans	93
75 ans et +	90

* En prenant en compte le fait que les 50+ sont propriétaires de leur logement et n'ont à supporter que l'entretien et les charges courantes du logement et pas le remboursement de la dette.

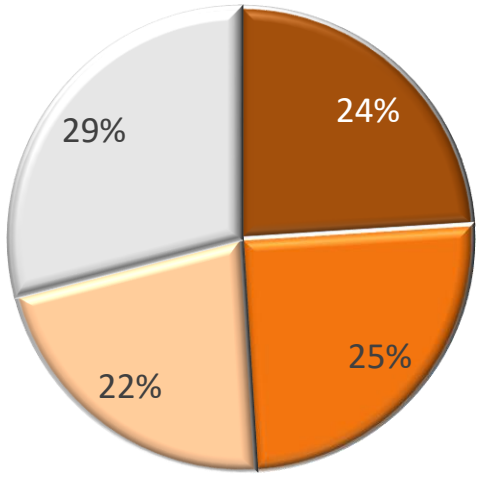
Seniosphère

Source: Insee budget famille 2011

Un patrimoine supérieur à celui des moins de 50 ans



Poids dans la
population
38%



Poids dans la
détention de patrimoine
71%

Seniosphère

Source: Enquête revenus fiscaux 2015 – Insee -

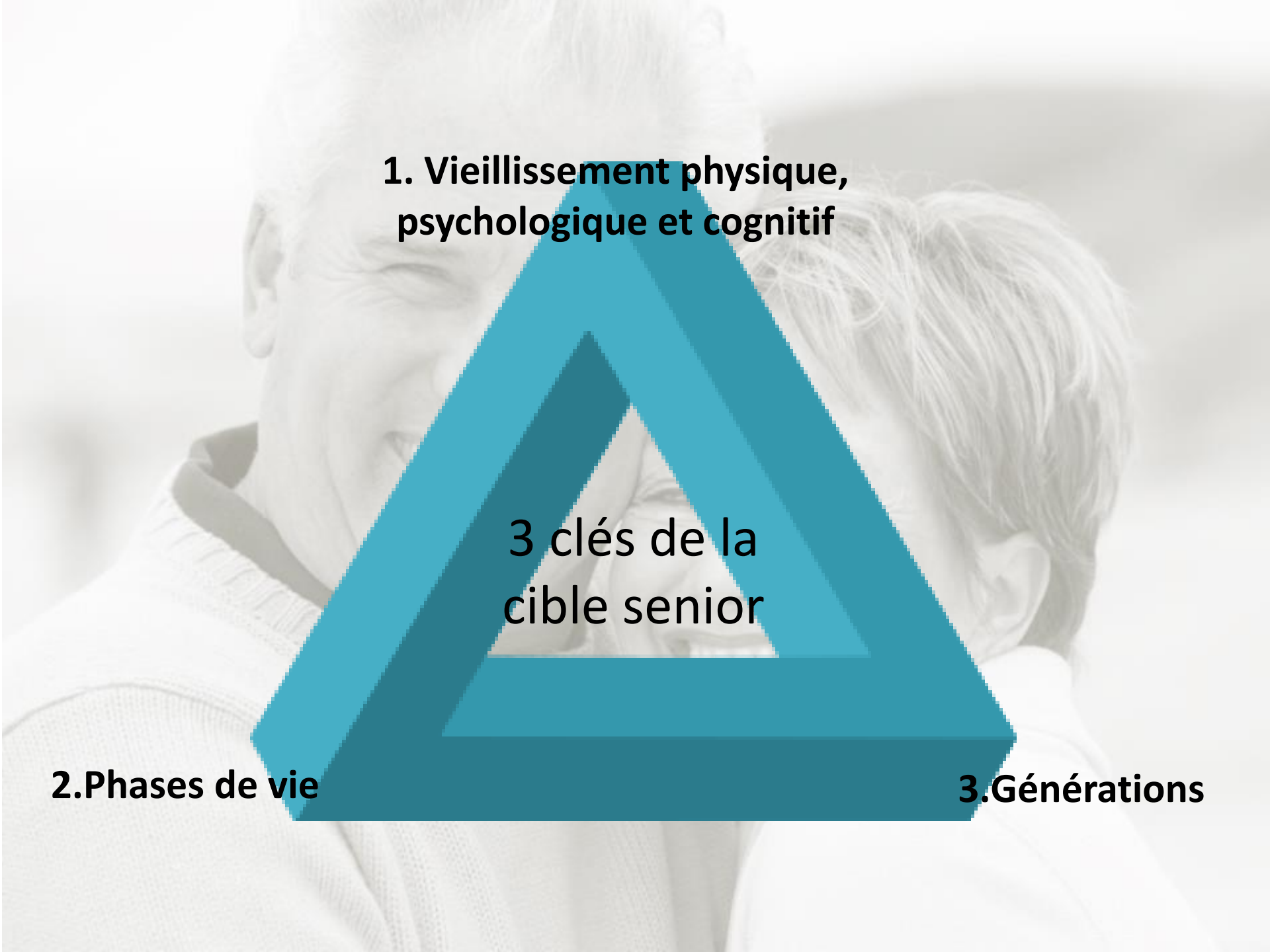
- De plus en plus nombreux en Europe
- Avec une espérance de vie de + de 22 ans à 60 ans
- Des revenus supérieurs à la moyenne
- Des dépenses par personne supérieures à la moyenne : voitures, alimentation, santé…

Les 55+ : une cible stratégique

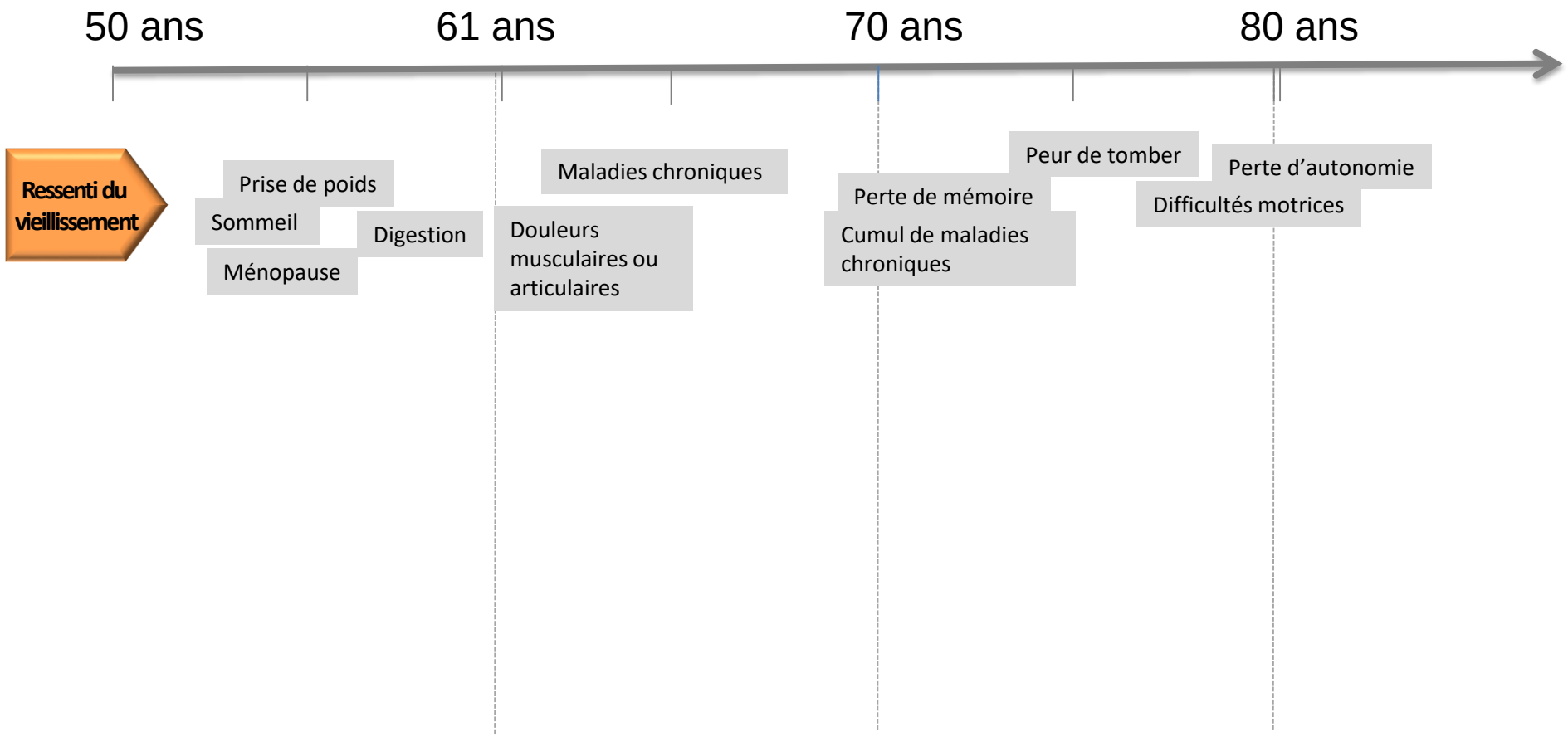
Seniosphère

Comment aborder les seniors?

Seniosphère

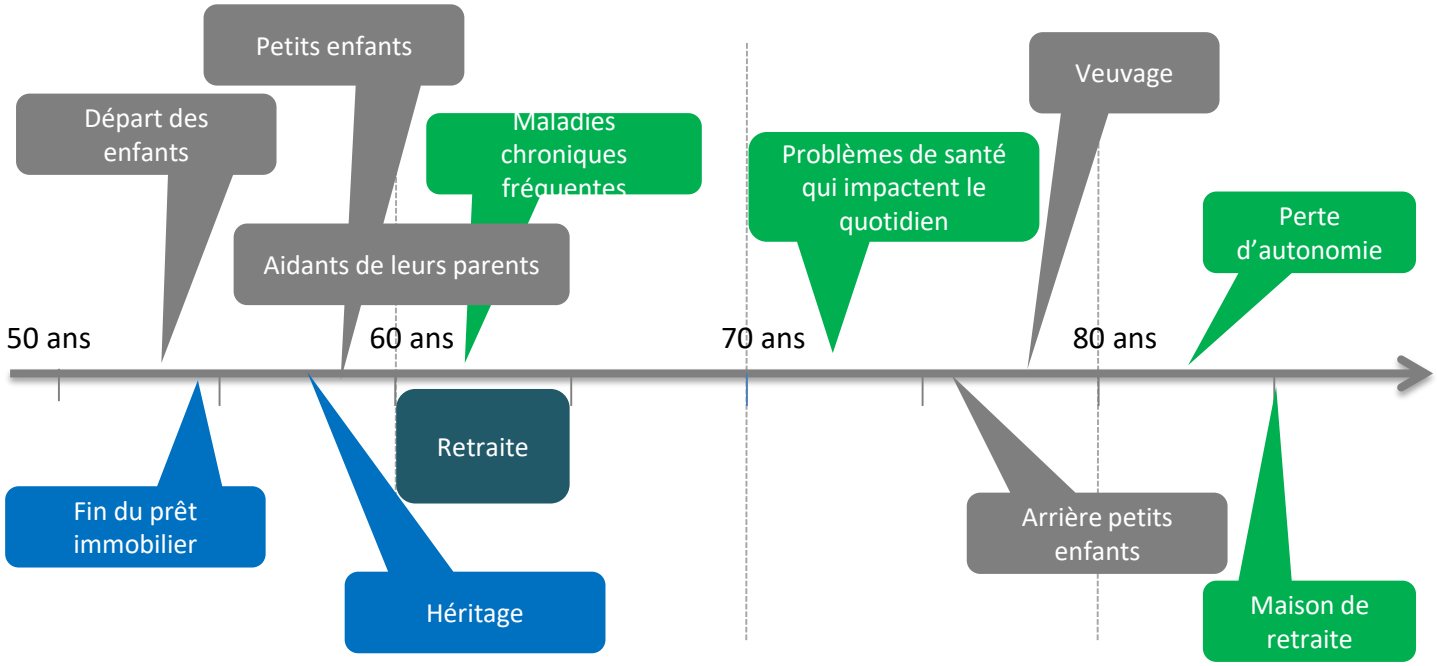

1. Vieillissement physique, psychologique et cognitif
3 clés de la cible senior
2.Phases de vie
3.Générations

4 cibles de seniors
avec des besoins et attentes différents



Seniosphère

Principales phases de vie des 50+



Source: Insee, BIPE, CSA

Seniosphère

4 cibles de seniors
avec des besoins et attentes différents

50 ans | 61 ans | 70 ans | 80 ans

Ressenti du vieillissement

- Prise de poids
- Sommeil
- Digestion
- Ménopause
- Maladies chroniques
- Douleurs musculaires ou articulaires
- Perte de mémoire
- Cumul de maladies chroniques
- Peur de tomber
- Perte d'autonomie
- Difficultés motrices

Phase de vie

Taille du foyer

Generations

Baby Boomers | Génération Silencieuse

Baby Boomers travaillant	Baby Boomers retraités	Seniors	Grands seniors

Seniosphère

Les 60+,
un marché en pleine évolution,
avec un potentiel croissant,
une nouvelle opportunité à saisir pour les entreprises…

Seniosphère

Contacts

123, rue Saint Lazare
75008 Paris - France
www.seniosphere-conseil.com

Sophie Schmitt

+33 (0)6 85 68 01 25
s.schmitt@seniosphere-conseil.com

Seniosphère