



## Bien-Vieillir & Industrie Agroalimentaire

*Quelles Stratégies pour  
toucher les Baby Boomers?*

*Sciences, Marketing &  
Perspectives*

**Mercredi 16 Novembre 2011,  
Paris**

### **Membres du Comité Scientifique & Intervenants:**

**Etienne-Emile Baulieu, Paris – Philippe Besnard, Dijon**  
**Thierry Coste, Etrépany - Dominique Dardevet, Clermont-Ferrand**  
**Marvin Edeas, Paris - Jacques Emerit, Paris - Alain Parant, Paris**  
**Ladislav Robert, Paris – Louis Teuillères, Paris –**  
**Grégory Dubourg, Bordeaux - Gaëlle Boulbry, Vannes**  
**Denis Guiot, Paris - Ziad Malas, Toulouse – Deborah Wallet-Wodka, Paris**

**En partenariat avec Culture-Nutrition**



[www.sfa-site.com](http://www.sfa-site.com)

# Bien-Vieillir & Industrie Agroalimentaire

*Quelles Stratégies pour toucher les Baby Boomers?*

*Sciences, Marketing & Perspectives*

**Mercredi 16 Novembre 2011, Paris**

Le vieillissement de la population est un fait connu de tous. La catégorie des seniors, « génération dorée » des 55 ans et plus, est aujourd'hui une cible de choix. Ces Baby Boomer sont nés avec la société de consommation et aborde la retraite d'une façon tout à fait différente de leurs aînés: **profiter pleinement de leur statut de retraité, ils entrent dans cette deuxième vie avec dynamisme et plaisir.**

La particularité de cette génération est **son fort pouvoir d'achat**, en effet, contrairement à leurs aînés mais aussi aux plus jeunes, **les 55-64 ans ont en moyenne un niveau de vie 24% supérieur à celui des moins de 55 ans.** Cible rêvée pour les marques, ils sont cependant des **consommateurs exigeants**, qui ne supportent ni les discours caricaturaux ni d'être stigmatisés.

### **Quelles stratégies pour l'industrie agroalimentaire?**

Les industries cosmétiques, pharmaceutiques, avec le Viagra®, et plus récemment les nouvelles technologies, avec la Nintendo DS et l'iPad, **ont bien réussi leur approche: proposer des solutions efficaces à ces consommateurs** qui sont rattrapés par le vieillissement. Car bien qu'ils se sentent, et au final soient, toujours jeunes, **cette génération fait face aux problèmes de santé liés au vieillissement: maladie cardio vasculaire, perte d'appétit,...**

Le rôle de l'industrie agroalimentaire est donc d'apporter à cette génération dorée les produits qui répondent à leurs besoins spécifiques et résiste à leur critique d'expert. Ce **champ d'action, vaste et prometteur**, est cependant **encore sous ou mal exploité par l'agroalimentaire.** Génération de leaders d'opinion, à l'image de Steve Jobs ou Thierry Ardisson, cette cible est l'une des plus compliquée: les **approches marketing se doivent donc d'être subtiles afin d'éviter un phénomène de rejet complet.**

C'est pourquoi, le comité scientifique de la Société Française des Antioxydants vous propose ce 1<sup>er</sup> symposium sur **Les Seniors & le Bien-Vieillir Sciences, Marketing & Perspectives: Quelles stratégies pour l'industrie agroalimentaire?**

L'objectif de ce symposium est de réunir des **experts scientifiques, des médecins et des services marketing**, afin **d'échanger leur point de vue, vision et perspectives.** Durant cette journée les thèmes suivant seront abordés:

- ✓ *Présenter clairement le marché des seniors et ses subtilités*
- ✓ *Mettre en avant les différents effets de la vieillesse auxquels ils doivent faire face*
- ✓ *Proposer des solutions efficaces et adaptées des seniors*
- ✓ *Présenter des pistes de réflexions stratégiques afin d'adapter le discours marketing aux exigences des seniors*

Une table ronde sera organisée à la fin de cette journée afin que participants et intervenants puissent échanger sur ce sujet promoteur et stratégique.

Dans l'attente de vous rencontrer le 16 novembre prochain à Paris.

Dr Marvin Edeas  
Président du Comité Scientifique

## Bien-Vieillir & Industrie Agroalimentaire

*Quelles Stratégies pour toucher les Baby Boomers?*

*Sciences, Marketing & Perspectives*

**Mercredi 16 Novembre 2011, Paris**

### Programme

8h30 Accueil des Participants

9h00 Introduction Générale de la Journée: Alimentation et Baby Boomer: entre Subtilité et Prévention

*Marvin Edeas, Président de la Société Française des Antioxydants, Paris*

*Denis Guiot, Professeur des Universités, Université Paris Dauphine, Paris*

### Session 1: Présentation du Marché des Seniors: Chiffres et Evolution 9h15 – 11h30

#### Le Marché des Seniors en Chiffres

- *Les 55-64 ans: des effectifs en hausse dans une France vieillissante*
- *Quel est le pouvoir d'achat des Baby Boomer?*

*Alain Parant, Démographe, Chercheur à l'Institut National d'Etudes Démographiques, Paris*

#### Le Marketing transgénérationnel: Focus sur les Baby-boomers

*Denis Guiot, Professeur des Universités, Université Paris Dauphine, Paris*

#### Le Marché des Produits Nutrition-Santé pour les Séniors

- *Potentiel économique des aliments-santé et compléments alimentaires pour bien vieillir*
- *Panorama des produits ciblant les seniors et segmentation de l'offre*
- *Stratégies d'innovations des industriels et tendances du marché*

*Grégory Dubourg, Directeur Général, Nutrieko Consulting, Bordeaux, France*

### Session 2: Conservation du Capital Jeunesse: Les Solutions pour l'Industrie Agroalimentaire 11h30 – 15h30

**Modérateurs:** Ladislav Robert, Jacques Emerit, Etienne-Emile Baulieu

#### Vieillesse et Alimentation: Mécanismes et Perspectives

*Ladislav Robert, Laboratoire de Recherche Ophtalmologique, Hôtel-Dieu, Paris*

#### Quelles sont les Pathologies Cibles pour l'Industrie Agroalimentaire?

- *Maladie Cardiovasculaire & Cholestérol*
- *Maladie Neurodégénérative et Aliments Phares – Etat Actuel et Perspectives*
- *Ménopause/Andropause: les aliments de la régulation hormonale*
- *Baisse de la vision: la préservation du capital par l'alimentation*
- *Perte de la Masse Musculaire: la prévention à l'honneur*

## Comment Gérer les Evolutions Physiologiques liées au Vieillessement?

- Perception gustative des lipides: un déterminant du choix alimentaire?
- Biodisponibilité et galénique: comment optimiser la réponse de l'organisme?
- Antioxydants et Industrie Agro-Alimentaire: Comment renforcer les défenses antioxydantes?
- Comment bien vieillir au sens immunologique et physiologique?

### Parmi les intervenants:

**Philippe Besnard**, Directeur du Département Physiologie de la Nutrition, Université de Bourgogne, Dijon

**Thierry Coste**, Directeur Scientifique, Novastell Etrépagny

**Dominique Dardevet**, INRA UMR 1019, Unité de Nutrition Humaine, Ceyrat

**Marvin Edeas**, Président de la Société Française des Antioxydants, Paris

**Louis Teuilières**, Clinique Matignon George V, Paris

## Session 3: Stratégies et Marketing

### Praticité, Plaisir et Nutrition: Les Maitres Mots de la «Génération Dorée»

16h00 – 17h30

## Rapport à l'Avenir des Personnes Agées et Motivations en Matière de Consommation Santé

- Perceptions du vieillissement et aspects de la santé susceptibles de motiver les seniors
- Horizon temporel et motivations instrumentales à l'égard du capital-santé
- Les motivations génératives et relationnelles dans l'adoption de comportements préventifs en matière de santé

**Ziad Malas**, Maitre de Conférences, IUT Paul Sabatier, Université de Toulouse, Toulouse

## Enjeux et difficultés des stratégies de communication sur la cible des seniors

- **Les opérations publicitaires média (publicités télévisuelles, radio,...)**
  - ✓ Les seniors sont-ils vraiment «ignorés» par les publicitaires?
  - ✓ Les seniors sont-ils convaincus par des publicités construites pour d'autres catégories d'âges?
  - ✓ La publicité média est-elle indispensable pour cibler les seniors?
  - ✓ La publicité senior risque-t-elle de « vieillir » une marque?
  - ✓ Comment construire une publicité senior efficace?
- **Les opérations promotionnelles**
  - ✓ Quelle est l'attitude des seniors par rapport aux actions promotionnelles?
  - ✓ Quelles sont les actions promotionnelles valorisées par les seniors?

**Gaëlle Boulbry**, Maitre de Conférences en Gestion, Institut de Management de l'Université de Bretagne Sud, Vannes

## Les consommateurs face aux aliments sante, freins, motivations et intentions

**Déborah Wallet-Wodka**, Maitre de Conférences, Université Pierre et Marie Curie, Paris

## Comportement des seniors: une génération imprévisible?

- La relation des seniors avec l'alimentaire
- Comment fidéliser cette génération critique et exigeante?
- L'innovation au cœur du processus d'achat?

## Seniors & Claims: Comment adapter sa stratégie?

- Vaut-il mieux vendre le bénéfice santé ou le plaisir en bouche?
- Comment éviter le piège de la caricature?

## Les Seniors face à la crise

- Doit-on s'attendre à une modification du comportement d'achat?

**Les Innovations en lien avec les Baby Boomers**  
**10 minutes pour convaincre**  
**17h30 – 18h00**

Seront présentées ici les innovations en lien avec le marché des Baby Boomer, en terme de:

- *Produit*
- *Ingrédients (exhausteur de goût, ingrédients santé, ...)*
- *Process (microencapsulation, ...)*

**Table ronde et Discussion en présence des Intervenants et Modérateurs**

- *Comment expliquer le manque de vitalité des produits visant les Baby Boomer?*
- *Importance du packaging, du goût et de la communication auprès des séniors*

**18h00** Fin du symposium

## Informations Pratiques

### Lieu de la Formation

La Conférence Bien-Vieillir & Industrie Agroalimentaire se déroulera en plein cœur de Paris dans le Quartier de l'Opéra Garnier.

### Pour toute réservation d'hôtel

L'Hôtel Daunou, 1 rue Daunou, est partenaire de la Société Française des Antioxydants. Pour tout renseignement, merci de nous contacter.

### Compte-Rendu

La SFA édite un compte-rendu papier de cette formation, regroupant les différentes présentations des intervenants.

Pour consulter l'ensemble des comptes-rendus édités, merci de nous contacter.

