

Abstract

Etude 2015 : Les Baby Boomers et
l'innovation en
France, Allemagne, UK et Espagne.



& Baby Boomers



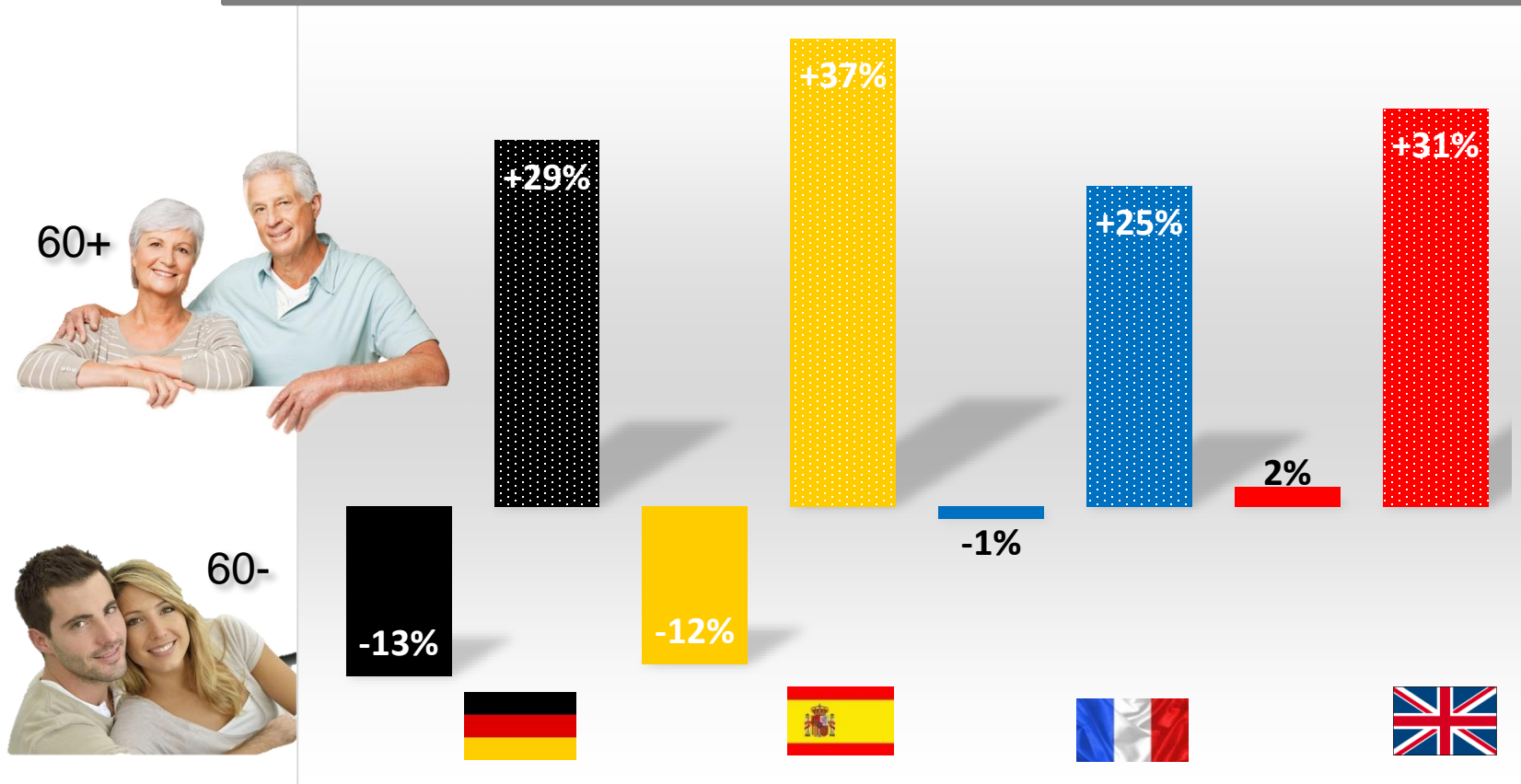
**Conseil en stratégie et marketing
spécialisé sur la cible des 55 ans+,
Baby Boomers et Seniors**

Notre mission :

- Aider les entreprises à comprendre **l'impact du vieillissement** de la population sur leur business model et leur portefeuille de marques
- Identifier des nouvelles **opportunités de marché**
- Accompagner dans le **développement de nouvelles stratégies**, de nouveaux produits ou services

2015 à 2030 : Evolution des 60- et des 60+

Les 60+, seul segment de la population à connaître une croissance forte !



Seniosphère : des études sur l'innovation initiées en 2014

2014

Etude online France UK sur l'innovation avec une comparaison sur deux cibles : 18-49 vs 50-70 ans auprès de 1600 personnes

2015

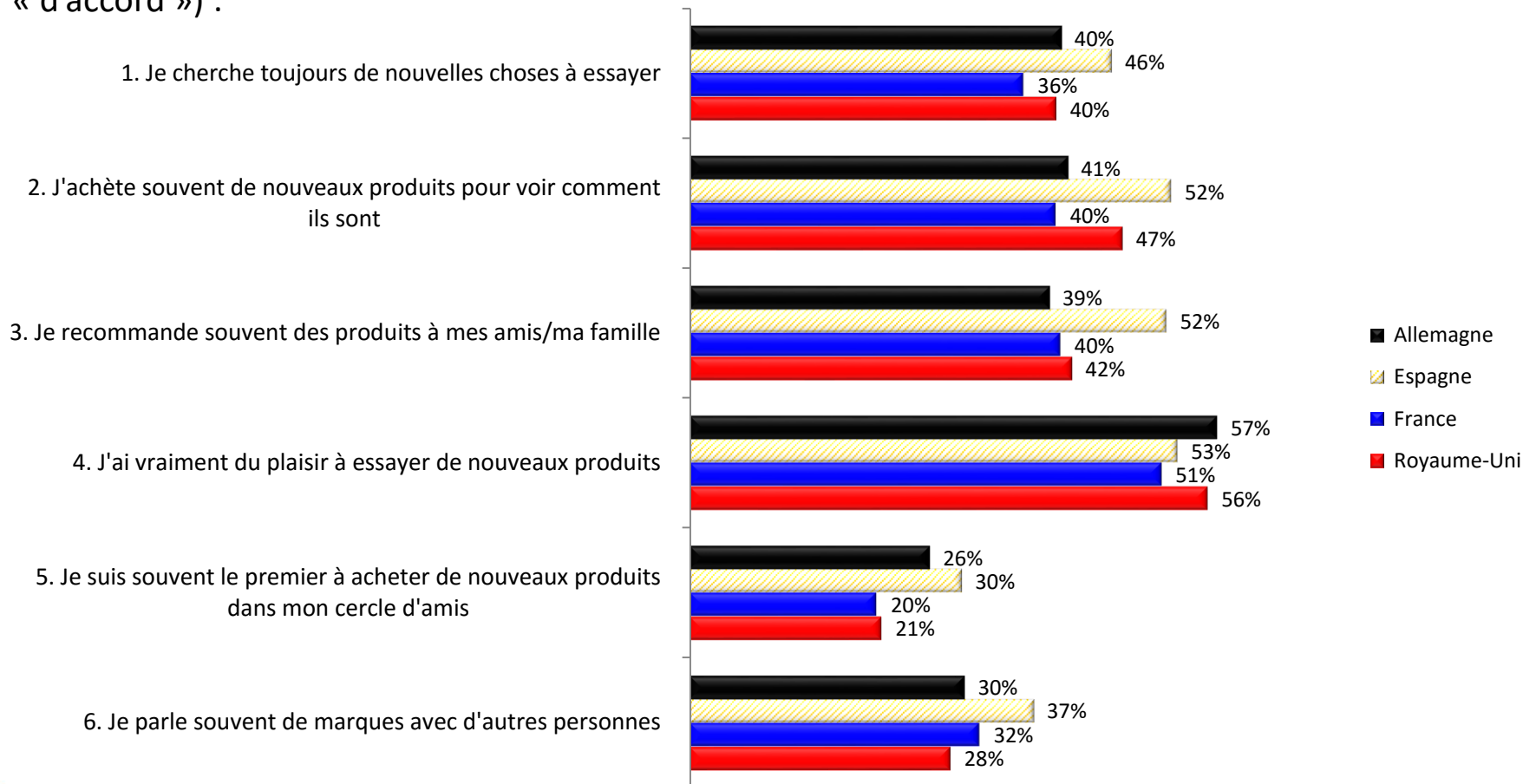
Etude online France, UK, Allemagne et Espagne* sur l'innovation sur les Baby Boomers, 50-70 ans auprès de 1600 personnes



* Les résultats de l'Espagne sont à prendre avec précaution compte tenu du faible taux de pénétration d'internet

Attitude face à l'innovation : 40% des 50-70 ans attirés par l'innovation

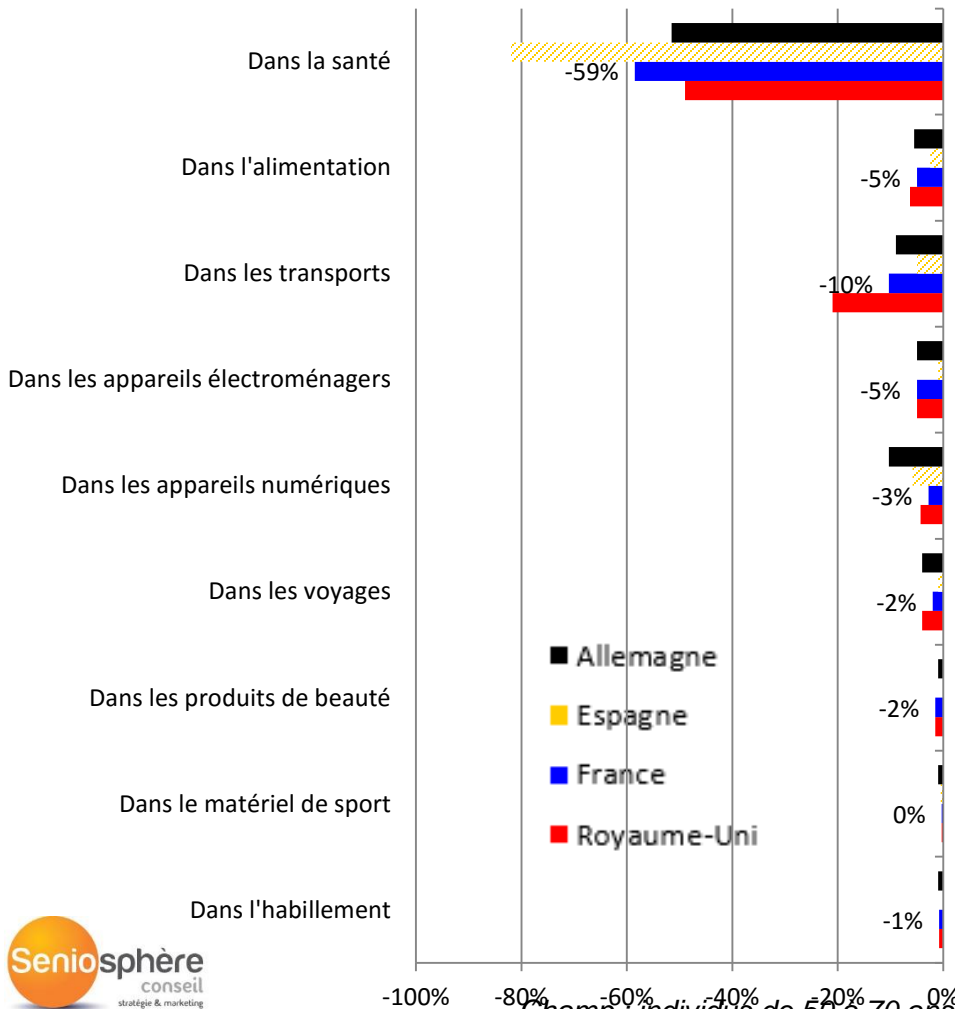
Question : D'une manière générale, êtes-vous d'accord ou non avec les affirmations suivantes (ST « d'accord ») :



L'innovation attendue dans le domaine de la santé / bonne santé à plus de 50%

Q22 : dans quel domaine voudriez-vous avoir le plus d'innovation ?

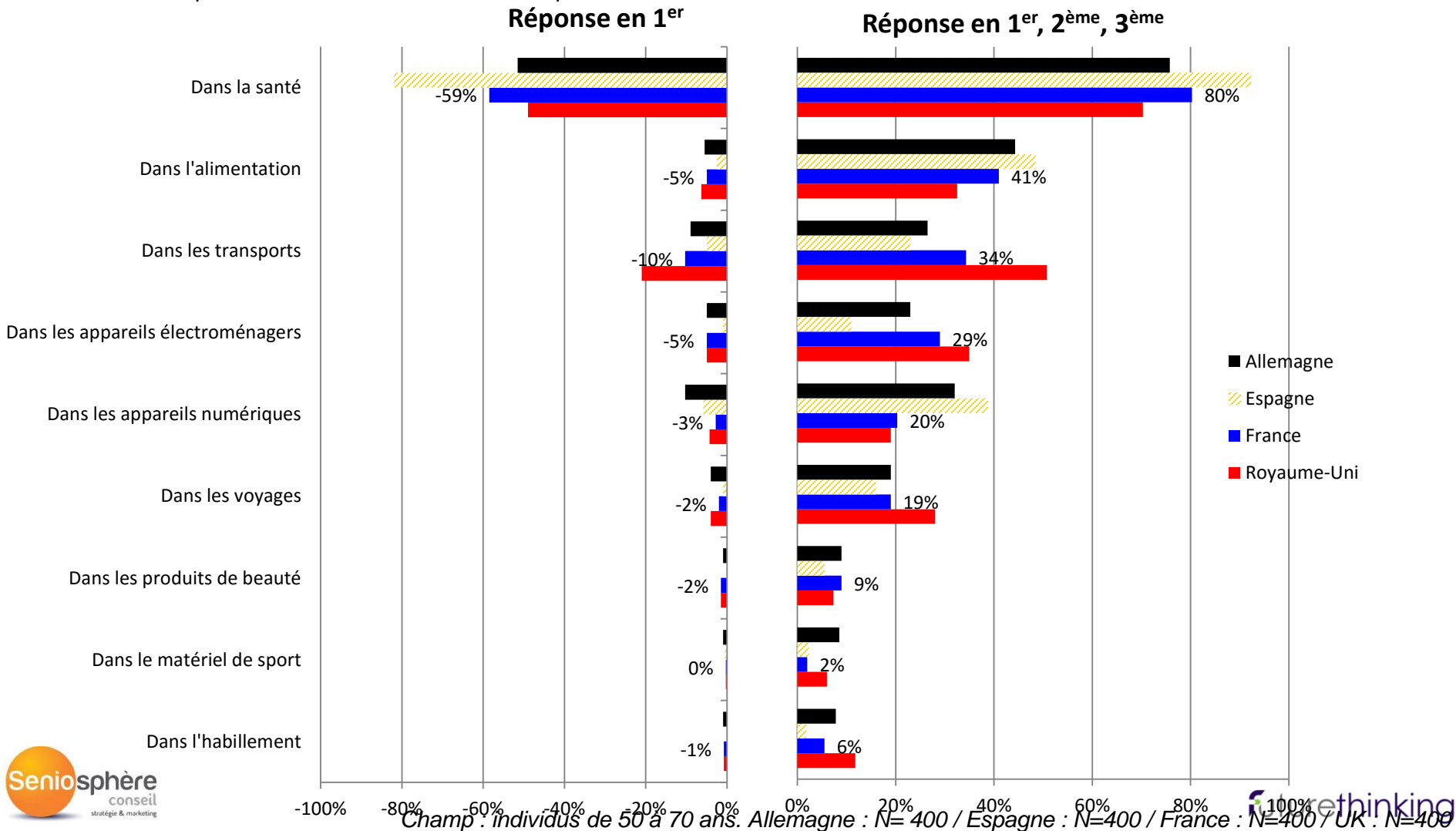
Réponse en 1^{er}



Champ : Individus de 50 à 70 ans. Allemagne : N= 400 / Espagne : N=400 / France : N=400 / UK : N=400

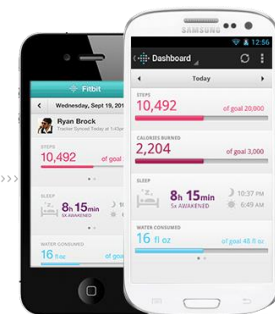
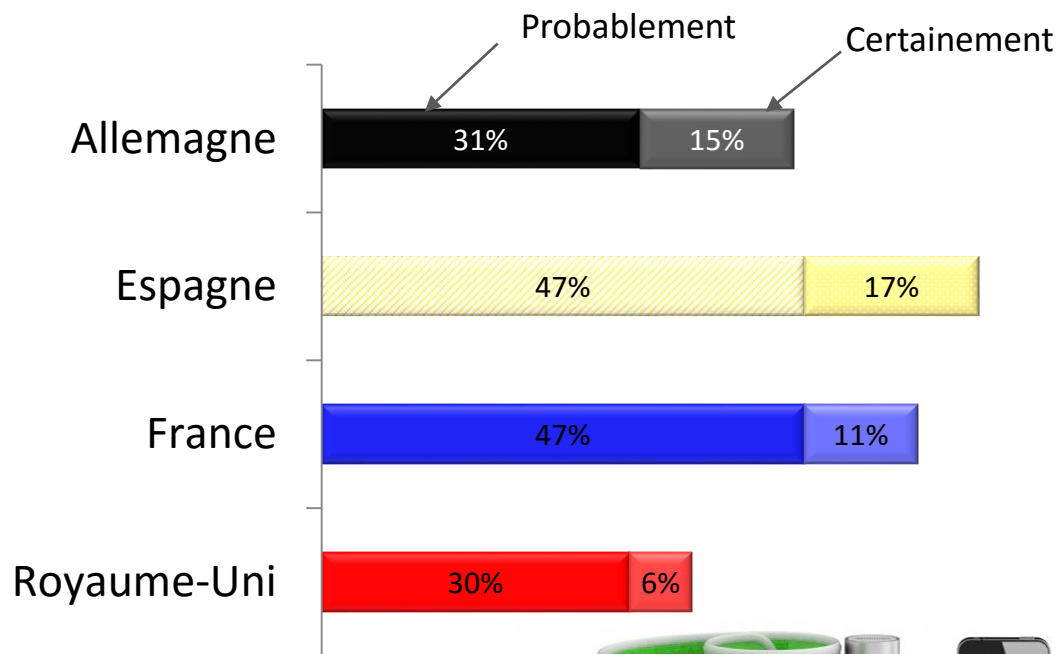
Après la santé, des innovations attendues dans l'alimentation, les transports et les appareils électroménagers...

Q22 : dans quel domaine voudriez-vous avoir le plus d'innovation ?



Pas encore convaincus par l'apport des nouvelles technologies pour bien vieillir

Question Pensez-vous que les nouvelles technologies (internet, application sur smartphone, coaching en ligne...) puissent vous aider à bien vieillir ? : **Certainement et probablement**



Bénéfices de l'innovation : des Français, pour le confort, des Anglais pour gagner de l'argent

Q21 : d'une manière générale qu'attendez-vous d'un nouveau produit ou un nouveau service ? Quelle affirmation vous correspond en 1^{er} ?

Il doit améliorer mon bien-être et mon confort

Il doit me faire gagner de l'argent

Il doit me faire gagner du temps

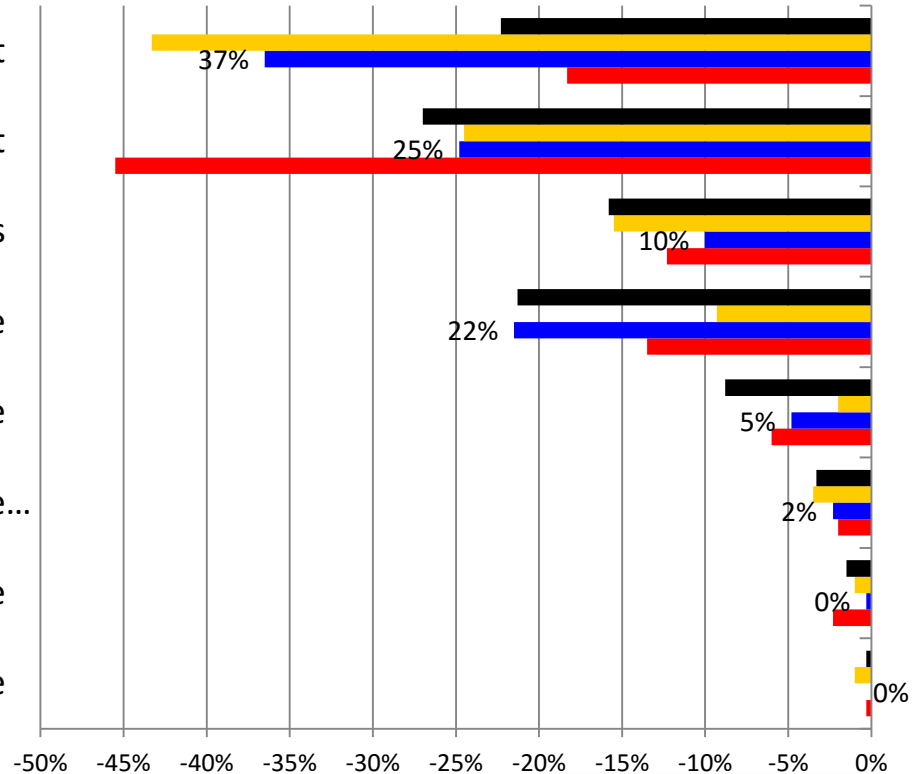
Il doit simplifier ma vie

Il doit me faire consommer moins d'énergie

Il doit me faire me sentir mieux d'un point de...

Il me demande moins d'effort physique

Il doit améliorer mon image

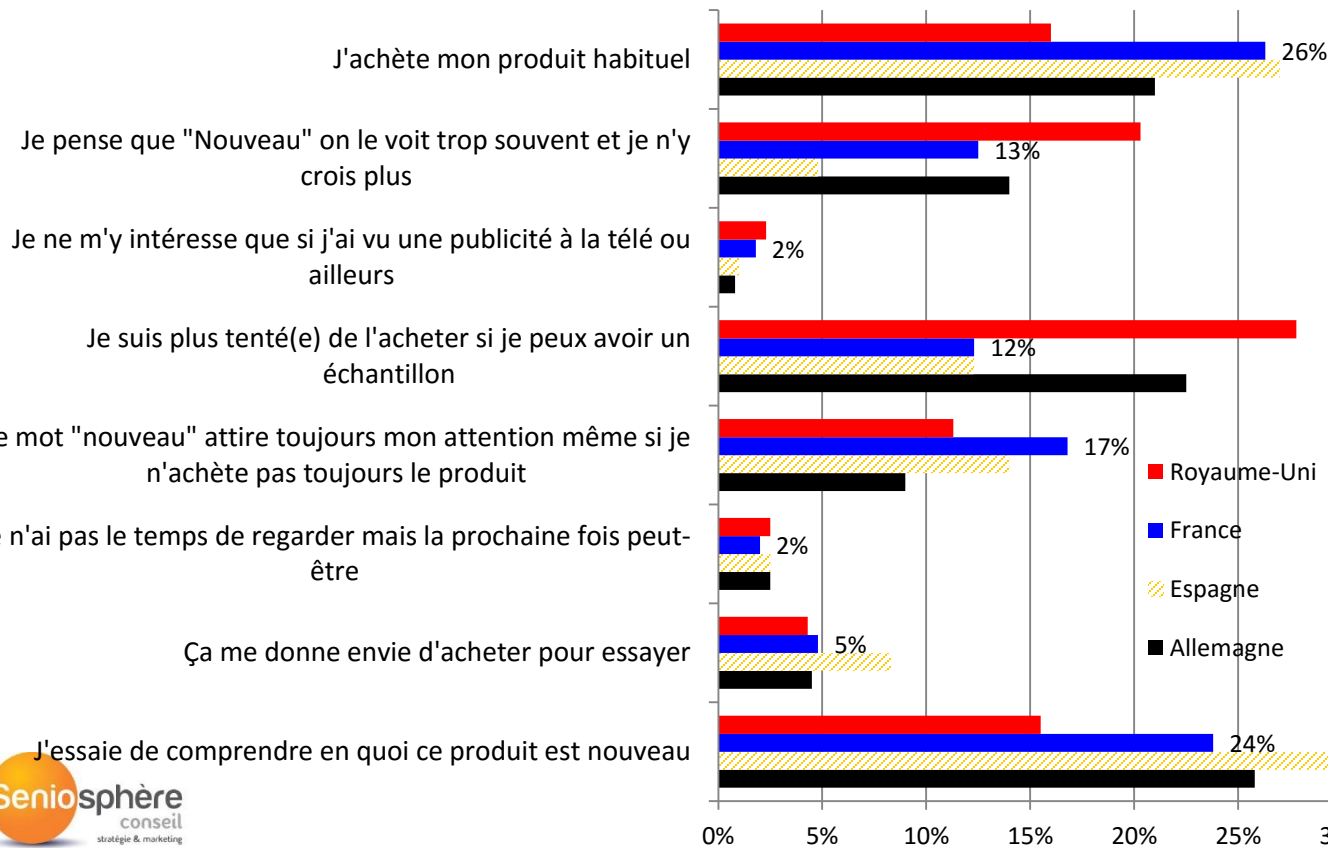


Des Français plutôt attirés par la mention « nouveau », les Anglais par l'échantillonnage.

Q13 : Imaginez que vous êtes en train de faire vos courses, et vous voyez "Nouveau" sur un produit de votre marque habituelle de produit alimentaire ou de produits de beauté. Que faites-vous ?

Réponse en 1^{er}

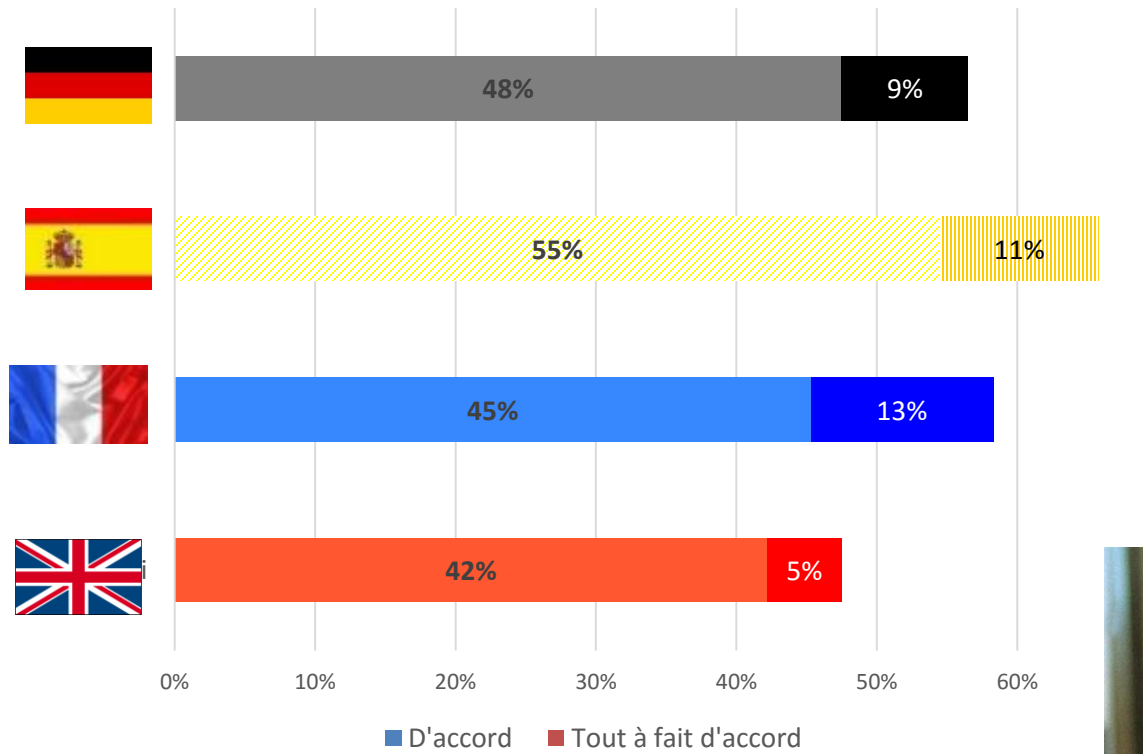
En 1^{er}



Une majorité plutôt prêt(e) à payer plus pour l'innovation

Q20 : êtes-vous tout à fait, moyennement, plutôt pas ou pas du tout d'accord avec les affirmations suivantes (réponse « tout à fait d'accord ») :

« Je suis prêt à payer plus pour un produit innovant »



Conclusion

- Les Baby Boomers : un potentiel de marché supérieur aux autres cibles
 - Plus attirés par l'innovation que les seniors des générations d'avant guerre
 - Une génération nombreuse moins fataliste face à son vieillissement
 - Une génération prête à payer plus pour de l'innovation
- Des disparités selon les pays face aux attentes de l'innovation à intégrer dans les stratégies
 - France : Un imaginaire de l'innovation autour du confort, bien être et des croyances scientifiques
 - UK: Une approche rationnelle de l'innovation autour de l'argent, le temps
- La santé et la bonne santé omniprésentes dans les attentes en termes d'innovation : à intégrer de manière très globale

Contacts

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

Sophie Schmitt

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