

# LES SENIORS

## UN MARCHÉ EN PLEINE EXPANSION, UNE CIBLE CONVOITÉE...

Indéniablement, le vieillissement de la population touche tous les pays développés. Les seniors (50 ans et +) représentent aujourd'hui 20 millions de personnes en France, soit plus de 30% de la population totale.

De plus en plus, les seniors représentent une cible de taille : disponibles, hédonistes, friands de voyages : les entreprises « se bousculent » pour les capter.

## PLUSIEURS « FAMILLES » DE SENIORS... MAIS QUI SONT-ILS ?

Dans la tranche d'âge 50 ans et +, le marché des seniors est segmenté en 4 groupes :

- Les 50/59 ans appelés « Boomers » (les 1<sup>ers</sup> enfants du baby boom) ils sont + de 8,2 millions
- Les 60/75 ans appelés « Libérés », ils sont 8,3 millions
- Les 75/84 ans appelés les « Paisibles »
- Les 85 ans et plus appelés par certains les TGV « Très grands vieux » ou les grands aînés.

### Arrêt sur un chiffre

Un pouvoir achat multiplié par 7 en 20 ans

### DROIT AU BUT

- Ils seront 20 millions d'ici 2010
- Ils ont du temps et voyagent hors saison, (58% d'entre eux).
- Ils sont prêts à payer le bon prix pour avoir la qualité.
- Ils revendiquent : leur autonomie, leur vitalité, leur bien-être, leur sensibilité à l'environnement.
- Sont consommateurs avertis.

Les segments clés les plus visés des entreprises sont bien entendu les BOOMERS & LES LIBERES ».

## LEUR POUVOIR D'ACHAT

Leur revenu est supérieur de 30% à celui d'un moins de 50 ans. Les seniors détiennent aujourd'hui 60% de la richesse nationale :

- 60% du patrimoine des ménages
- 75% des portefeuilles boursiers
- 65% d'entre eux sont propriétaires
- 72% des placements financiers sont effectués par les + de 60 ans.

Les niveaux de vie actuels et futurs des ménages de retraités constituent l'un des facteurs les plus déterminants dans l'appréhension des évolutions du niveau de consommation touristique de cette catégorie dans les années à venir.

## SENIOR OR NOT SENIOR ?

Le senior revendique d'être senior lorsqu'il a de vrais avantages à le faire (les ex : la carte de réduction SNCF Senior ; la carte Avis Club Senior ; les jeudis des seniors créés par la RATP. Toute la difficulté de communiquer avec les seniors réside dans le bon discours à trouver pour s'adresser à eux. Et pourtant, grand nombre de rubriques de journaux et hors séries de magazines leur sont destinés (Nouvel Ob's , Figaro, Le Monde...).

Il faudra trouver demain, la bonne manière de faire comprendre aux seniors, qu'une offre ou qu'un produit leur est destiné.

### Arrêt sur un chiffre

Ils représentent 19% de la population internet en France

### C'EST DIT !

*« Merci Internet, grâce à toi, j'ai l'âge que je veux ! ».*

## LES SENIORS SONT BRANCHÉS ... LES NOUVEAUX « SENIORNAUTES ».

En 2006, ils sont plus de 4 millions équipés d'internet.

Pour le senior, Internet c'est : l'achat malin, l'anti-dépresseur après la retraite, la possibilité de « rester in » (je suis aussi moderne que les jeunes), mais surtout la possibilité de rester connecté avec le monde de la nouvelle génération.

Les seniors apprécient Internet car ils le considèrent comme un outil de communication, qui, du fait de l'anonymat qui s'y rattache, permet d'éliminer les discriminations liées à l'âge et favorise les échanges intergénérationnels. Ils passent du temps sur le web : 72% des 50/64 ans s'y connectent au minimum 1 fois par jour.

## DES ATTENTES & PRÉOCCUPATIONS CLAIRES

Selon les études menées par les spécialistes, les seniors veulent des vacances qui ont du sens, des vacances intelligentes et ouvertes sur le monde.

Le senior est à la recherche de « détente » (préoccupation partagée de l'ensemble des français à 53%). En revanche, ils se sentent plus d'envies de découverte que l'ensemble de la population française (+14%) et sont aussi plus « nature » (+16%) et plus « culture » (+24%). A noter, qu'ils sont friands de gastronomie (+38%).

## LA PREUVE PAR L'EXEMPLE

Ces études ont également démontré que les seniors étaient plus réceptifs que les autres internautes à l'e-marketing (la publicité reçue par email) car ils prennent souvent plus de temps pour lire leur courrier électronique.

L'activité Internet préférée des 50-65 ans est l'achat en ligne : cela s'explique par le fait qu'ils ont plus de temps à consacrer à la découverte des sites concernés, et que donc ils sont plus à l'aise pour effectuer des achats sur le web. Ils achètent plus particulièrement des voyages, des outils numériques, et du prêt-à-porter.

Les statistiques montrent également que les seniors visitent plus fréquemment des sites de service en

lignes tels que les portails, qu'ils soient généralistes (SeniorJadore, la CNAV...) ou émis par les fournisseurs d'accès (AOL, Neuf, Orange...), les sites financiers et les sites institutionnels.

Les plus de 50 ans utilisent aussi et surtout Internet pour communiquer : 81% d'entre eux utilisent le web dans ce but, tandis que seulement 64% des catégories plus jeunes ont ce comportement. Ils sont également très friands des courriers électroniques, puisque 76% d'entre eux y ont recours régulièrement, mais aussi, et c'est plus étonnant, des conversations par webcam (notamment dans la relation familiale : 'je peux voir mes petits enfants à distance).

## DÉCLIC ?

### Des clics pour aller plus loin

[www.seniorjadore.com](http://www.seniorjadore.com)

[www.seniorplanete.fr](http://www.seniorplanete.fr)

[www.notretemps.fr](http://www.notretemps.fr)

[www.lemarchedesseniors.com](http://www.lemarchedesseniors.com)

[www.seniorscopie.com](http://www.seniorscopie.com)

**cadransolaire** 

Carole Dany - 01 49 96 66 70

[www.cadransolaire.fr](http://www.cadransolaire.fr)