

COMMUNIQUE DE PRESSE

Pourquoi et comment devenir « Sénior Friendly » ?

La clientèle sénior représente aujourd'hui jusque 30% du chiffre d'affaires des adhérents de l'Institut du Commerce. Ces derniers ont conscience de l'importance de soigner leur approche auprès de cette population en croissance, en adaptant leur offre (produit, service, ...) et leur communication. Néanmoins elles cherchent des clés pour mieux comprendre leurs besoins actuels et futurs et communiquer avec eux.

L'atelier organisé par l'Institut du Commerce le 5 juillet 2018 avait pour ambition de mieux comprendre qui sont les séniors d'aujourd'hui et qui ils seront en 2030, de découvrir des bonnes pratiques pour s'adresser aux différents profils qu'ils représentent et d'échanger autour des initiatives existantes (offre produit, service, distribution), en France et à l'étranger. Il a réuni une trentaine d'industriels, distributeurs et experts dans les bureaux de Senioragency.

Toute la richesse et l'intensité de cette journée est retranscrite dans une synthèse disponible dans la [médiathèque](#) de l'Institut. Voici les principales leçons :

1. **Il n'y a pas une population sénior, mais plusieurs** qu'on peut synthétiser ainsi : les séniors actifs, les séniors à la retraite et les séniors dépendants. Pour des raisons physiologiques, sociales, économiques et familiales, on considère que la bascule a lieu autour de 50 ans. Il naît aujourd'hui en France un sénior toutes les 37 secondes, soit plus souvent que de nouveaux nés et c'est un véritable tsunami démographique auquel on assiste au XXIème siècle puisque qu'en 2060, la moitié de la population sera sénior.
2. **6 défis majeurs nous attendent** : la vie au travail, la santé la solitude, la fluidité, une habitation naturelle et connectée, la recherche de la sobriété heureuse.
3. Il faut « **dé-tabouiser** » ce sujet :
 - Mieux suivre les attentes via des études qui tiennent compte de leurs spécificités
 - Adapter son format de distribution
 - Adapter sa posture design pour les produits du quotidien
 - Leur proposer des services statutaires et des privilèges (selon les horaires de fréquentation...)
 - Favoriser la socialisation
 - Les coacher pour stimuler leurs activités
 - Adapter sa communication

A PROPOS DE L'INSTITUT DU COMMERCE

L'institut du Commerce est le think&do tank collaboratif de tous les professionnels pour co-construire le commerce de demain.

- Il décrypte les signaux faibles (tendance conso, technologies, marchés...).
- Il partage les clés d'un avenir responsable du commerce et de la supply chain.
- Il formalise les nouvelles bonnes pratiques opérationnelles les plus novatrices
- Il favorise les relations industrie-commerce apaisées.

Toutes les plus grandes marques et enseignes font partie de sa communauté d'adhérents et contribuent à la richesse de ses travaux collaboratifs.

www.institutducommerce.org
01 56 89 89 30

xavier.hua@institutducommerce.org - Directeur Général
emilie.chalvignac@institutducommerce.org - Directrice des Opérations