

# SILVERS TENDANCES

## Modes de vie des Silvers :

## Quelles tendances émergentes ?

Quelles conséquences en termes d'évolution des marchés de consommation ?

DIRECTION DE LA  
STRATEGIE

DIRECTION VEILLE

DIRECTION  
INNOVATION

DIRECTION  
MARKETING

DIRECTION  
RECHERCHE ET  
DEVELOPPEMENT

### OBJECTIFS

**NOURRIR VOS REFLEXIONS STRATEGIQUES  
ET D'INNOVATION**

**PREVOIR LES TENDANCES EMERGENTES ET  
LEURS CONSEQUENCES EN TERMES  
D'EVOLUTION DES MARCHES DE  
CONSOMMATION**

**A PARTIR D'UNE METHODE PROSPECTIVE EPROUVEE**

- **DECRIRE ET DOCUMENTER LES EVOLUTIONS EN COURS A L'AIDE DE DONNEES RECENTES ET FIABLES**
- **REPERER LES INCERTITUDES ET LES POINTS DE BASCULEMENT POSSIBLES A COURT ET MOYEN TERME**
- **ANTICIPER LES RUPTURES POTENTIELLES**

# SILVERS TENDANCES

## La première étape de votre réflexion stratégique

### Des notes de synthèse pour nourrir votre réflexion

Economie, pouvoir d'achat, démographie, valeurs, réglementation, offre, technologie.

- Des notes de synthèse documentées d'informations récentes viendront nourrir votre réflexion stratégique.
- Chaque note est accompagnée de références bibliographiques et de liens Internet pour aller plus loin.

### Un rapport décrivant les tendances émergentes

- **Identification et documentation des facteurs de changement** des modes de vie des Silvers, de **leurs évolutions** et de **leur impact** sur leurs modes de vie
  - **Côté demande** : démographie, pouvoir d'achat, valeur ;
  - **Côté offre** : stratégie des entreprises (marketing, innovation).
- **Description des scénarios prospectifs à l'horizon 2025** : facteurs de changement déterminants, impact sur les différents segments de Silvers, tendances lourdes, émergentes, ruptures possibles.
- **Identification et description des tendances émergentes** : segments de Silvers concernés, impact sur les marchés de consommation, insights à mettre en avant pour séduire la cible.

### Deux réunions par an regroupant les adhérents du club

- **A chaque réunion, outre la présentation de l'avancée de l'analyse prospective et des résultats de celle-ci, un thème choisi par les adhérents sera traité :**
  - **Réunion 1 : Description et identification des facteurs de changement**
    - Point sur l'identification et la documentation des facteurs de changement- remise des notes de synthèse
    - Présentation portant sur le thème choisi par les adhérents.
  - **Réunion 2 : Tendances émergentes**
    - Présentation et remise du rapport sur les tendances émergentes.
    - Présentation portant sur le thème choisi par les adhérents.

Bénéficier des données récentes concernant les facteurs influençant les modes de vie des Silvers

Disposer d'une analyse rigoureuse permettant de déceler les tendances émergentes sur le marché des Silvers

Bénéficier de l'analyse d'experts sur les sujets de votre choix

Profitez d'une réunion de présentation des tendances émergentes pour bien comprendre les enjeux s'y rapportant

- 1- Produits alimentaires et boissons non-alcoolisées
- 2- Boissons alcoolisées et tabac
- 3- Articles d'habillement et chaussures
- 4- Logement, eau, gaz, électricité, autres combustibles
- 5- Meubles, articles de ménage et entretien courant de la maison
- 6- Santé
- 7- Transport
- 8- Communication
- 9- Loisirs-Culture
- 10- Enseignement
- 11- Restauration-Hôtels
- 12- Biens et services divers

## L'EQUIPE

### Des experts des modes de vie et de consommation des Silvers

#### Des experts du CRÉDOC :

Depuis sa création, il y a maintenant plus de 50 ans, le CRÉDOC analyse et anticipe les comportements de consommation. Il a mis en place depuis 1993 un dispositif permanent d'enquêtes de mesure des tendances de consommation qui lui permet de disposer d'information de long terme sur les tendances de consommation.

L'enquête Conditions de vie et aspirations des Français lui permet d'analyser les modes de vie des Silvers sur longue période (depuis 1978).

Les experts mobilisés réalisent régulièrement des études prospectives sur les tendances de consommation. Ils sont choisis pour leur expertise sur les modes de vie et de consommation des Silvers.

#### Un réseau d'experts indépendants :

Ce travail prospectif sera réalisé avec le concours d'experts extérieurs, philosophes, sociologues du vieillissement, chercheurs en marketing, spécialistes des technologies liées au vieillissement, spécialistes du vieillissement physique et cognitif, professionnels du design de services.

# Renseignements



## Vos contacts

**Pascale HEBEL**

Tél. : 01.40.77.85.42 / 06.42.02.77.94

hebel@credoc.fr

**Franck LEHUEDE**

Tél. : 01.40.77.85.94

lehuede@credoc.fr

## Prix de l'adhésion :

- 3500 euros HT, soit 4 200 euros TTC
- Option : une présentation en interne du rapport tendances émergentes, adaptée à vos besoins : 2500€ HT, soit 3000€ TTC

## Contenu et calendrier SILVERS TENDANCES

Bénéficiaire de cet exceptionnel outil de veille prospective:

- Notes de synthèse réalisées sur les facteurs d'influence Janvier-Mars 2018
- Rapport final sur les tendances émergentes des modes de vie des Silvers Juin 2018
- Deux réunions avec le choix des sujets spécifiques traités Mars et juin 2018

Les documents sont envoyés sous format PDF.

## Bon de Souscription SILVERS TENDANCES

SOCIETE/ENTITES .....

N° TVA intracommunautaire.....

N° SIRET : .....

Adresse.....

.....

.....

Nom.....

Prénom.....

Fonction.....

Service.....

.....

Tél. .... Mobile.....

Mail.....

Signature