

## JOURNEE TECHNIQUE

### 20 millions de consommateurs d'ici 2040 : comment réussir sur le marché des seniors ?

Mardi 7 avril 2009

**09h20** Introduction de la journée par **Christian MANTEI**, Directeur Général ou **Philippe MAUD'HUI**, Directeur technique Ingénierie et Projets

**09h30** De qui parle-t-on ? Quelles sont les offres de produits générationnels ? Où se situe le tourisme par rapport aux autres univers de consommation ?

*Partie 1 : Mieux comprendre et décrypter cette mosaïque de publics, évaluer les impacts sociétaux et économiques*

Une population hétérogène, les évolutions démographiques, les segmentations utiles, les revenus et l'emploi, la consommation, les pratiques culturelles, de loisirs, la consommation touristique

- Focus sur la chaîne de télévision spéciale Senior : Vivolta par **Sonia DE TRUCHIS**, Responsable marketing et développement

*Partie 2 : Les offres «senior oriented » et produits générationnels*

Les réponses en termes de produits, offres et prestations ...

- Focus sur le monde du camping-car par **Jean-Charles CATTEAU**, Réseau France Passion
- Focus sur le monde des croisières par **Patrick POURBAIX**, Directeur général adjoint de Costa Croisières

**12h30** Déjeuner

**13h45** Immobilier et produit d'hébergement touristiques – Communiquer et vendre efficacement

Les produits immobiliers pour seniors en France et à l'étranger

- Focus sur les stratégies de développement des résidences multiservices à la campagne – Les Hameaux de Campagne par **Patrick GROSSETETE**, Consultant attaché au Président du Groupe PROMEO (Village Center)
- Focus sur les stratégies seniors de Belambra par **Maurice ALFONSI**, Directeur Marketing, Commercial et des opérations des Clubs Belambra

Mieux vendre, communiquer et réussir sur le marché des seniors

**16h00** Conclusion de la journée