

# **Millennials : Ces consommateurs innovants d'aujourd'hui**

Alix de REYNAL

Septembre 2017

## Sommaire

<b>Introduction</b> .....	<b>3</b>
<b>Définition</b> .....	<b>4</b>
<b>Qui sont-ils ?</b> .....	<b>4</b>
<b>Combien sont-ils ?</b> .....	<b>5</b>
<b>Les facteurs d'influence</b> .....	<b>8</b>
<b>Réseaux sociaux</b> .....	<b>8</b>
<b>Foodtech addict</b> .....	<b>8</b>
<b>Tribus</b> .....	<b>9</b>
<b>Les comportements de consommation</b> .....	<b>11</b>
<b>Hyper connectés</b> .....	<b>11</b>
<b>Consommation collaborative/ éco-consommation</b> .....	<b>12</b>
<b>Foodies</b> .....	<b>13</b>
<b>Healthy snacking</b> .....	<b>14</b>
<b>Leurs attentes</b> .....	<b>15</b>
<b>Authenticité</b> .....	<b>15</b>
<b>Santé préventive</b> .....	<b>15</b>
<b>Personnalisation</b> .....	<b>18</b>
<b>Consommer du sens</b> .....	<b>19</b>
<b>Qu'en pensent-t-ils ?</b> .....	<b>19</b>
<b>Quel marketing pour les Millennials</b> .....	<b>21</b>
<b>Quel produit</b> .....	<b>22</b>
<b>Quelle promesse</b> .....	<b>23</b>
<b>Quel circuit de distribution</b> .....	<b>24</b>
<b>Success stories</b> .....	<b>25</b>
<b>Prospective : les Millennials en 2025</b> .....	<b>27</b>
<b>Hyper-personnalisation</b> .....	<b>28</b>
<b>Santé</b> .....	<b>29</b>
<b>Conclusion</b> .....	<b>31</b>
<b>Sources</b> .....	<b>32</b>
<b>Infographie</b> .....	<b>33</b>

## Présentation

Les analystes de NutriMarketing ont fouillé et scruté le comportement des Millennials, ces consommateurs pas comme les autres qui ouvrent une page nouvelle sur les marchés.

Passés inaperçus des analystes qui ne regardent que les chiffres de vente, grands oubliés du marketing pendant des années, les Millennials sont aujourd'hui au cœur de toutes les attentions. **Représentant la part la plus importante de la population dans le monde**, ils ont un esprit consumériste très différent de la génération précédente.

Privilégiant le bénéfice et l'expérience à la possession, préférant avoir le service, les liens et les connexions, leurs repères sont différents, innovants, leurs exigences rupturistes. Mieux les connaître et mieux les cerner pour leur proposer des produits ajustés à leur profil de consommateur : c'est l'objet de cette étude observationnelle :

### **Millennials : Ces consommateurs innovants d'aujourd'hui**

Qui sont-ils ? Quels sont leurs facteurs d'influence, leurs comportements de consommation, leurs attentes... Quel marketing les touche et quelle prospective peut-on en attendre à l'horizon 2025.

Destinée aux professionnels qui formulent, innovent, communiquent, tentent de comprendre plus et mieux ces nouveaux individus, l'étude propose une immersion dans cette génération, afin de mieux répondre à leurs attentes.

Publiée le 1er septembre 2017 - 35 Pages - 350 € HT

**NutriMarketing** est une agence résolument pas comme les autres.  
A l'affût des tendances, des émergences et des signaux faibles, nous avons une vision prospective du présent immédiat et du futur à court et long termes.

Notre éthique ? Faire de la Nutrition durable, gourmande, désirable.  
La prise en compte des signaux faibles nous permet de mieux orienter nos actions en faveur d'avenirs éthiques et choisis.

Notre but ? Créer de l'enthousiasme et faire du sens.

Comment ? Grâce à notre grande curiosité et notre expertise en innovation et nutrition.

Pour plus d'informations, contactez NutriMarketing

**Sophie de Reynal**

☎ 01 47 63 06 37

✉ [sophie@nutrimarketing.fr](mailto:sophie@nutrimarketing.fr)