

Marketing

France

Dietplus cible conjointement le chômage et le surpoids senior

Mis en ligne le 09/02/2010

L'originalité marketing de Dietplus, créé en 2006, vient du ciblage conjoint de deux problèmes de société majeurs : le chômage et le surpoids, tous deux en hausse régulière et inquiétante. La réponse au problème identifié comme niche réside dans la création d'une gamme d'alimentation minceur couplée à un système de vente à domicile individualisé. Les seniors et les boomers représentent pour cette entreprise une grande partie de sa clientèle et de son réseau de distribution.



L'originalité marketing de Dietplus vient du ciblage conjoint de deux problèmes de société majeurs : le chômage et le surpoids. Crédit photo : Dietplus.

📌 Sommaire de l'article

- 📄 [Combattre l'inactivité chez les 55+](#)
- 📄 [Les seniors plus souvent obèses que la moyenne](#)
- 📄 [Un argumentaire fondé sur les terrifiants risques du surpoids](#)
- 📄 [Le programme de Dietplus](#)
- 📄 [Des vendeurs-coaches valorisés](#)
- 📄 [Doublé le chiffre d'affaires](#)

Combattre l'inactivité chez les 55+

Véritable problème de société, le chômage des seniors augmente peu à peu. L'Etat finance ainsi de moins en moins de pré-retraites, préférant augmenter le nombre d'entrées en chômage indemnisé des personnes de 55 ans et plus, souvent couplées dans nombre de cas à une dispense de recherche d'emploi. En 2008, le taux d'emploi des 55-64 ans n'était déjà que de 36,8%.

Les chômeurs seniors sont moins nombreux que les jeunes, mais ils se caractérisent par leurs difficultés à se réinsérer sur le marché du travail, et, à partir de 55 ans, ils sortent principalement vers l'inactivité.

Les seniors plus souvent obèses que la moyenne

Selon l'enquête épidémiologique Obépi-Roche, initiée par Roche en partenariat avec la KantarHealth Sofres, et réalisée en 2009, près de la moitié des Français adultes dépasse le seuil du poids de référence selon la définition de l'OMS. Surpoids et obésité augmentent avec l'âge et la population française vieillit !

Parmi les personnes âgées de 65 ans et plus, la proportion d'obèses est plus importante que dans la population générale : 17,9%, tant pour les hommes que pour les femmes ; mais la prévalence de l'obésité diminue avec l'âge : de 19,5% chez les 65-69 ans, elle passe à 13,2% chez les 80 ans et plus. Cette diminution étant plus marquée chez les hommes que chez les femmes.

Un argumentaire fondé sur les terrifiants risques du surpoids

Pour fonder son argumentaire, Dietplus a su utiliser le principal facteur de risque lié au surpoids et à l'âge : le **syndrome métabolique**, qui regroupe trois pathologies :

- **L'hypertension artérielle** qui est le facteur de risque le plus courant chez les 65 ans et plus : 46,5% des sujets déclarent prendre un traitement. La population d'hypertendus traités augmente avec l'âge, passant de 40,9% chez les 65-69 ans à 51% chez les 80 ans et plus.
- **La dyslipidémie** (cholestérol et triglycérides) : 36,6% de sujets traités.
- **Le diabète**, essentiellement de type 2 (traité par un régime diététique seul) : 12,8% de sujets de plus de 65 ans traités. Une

pathologie aux nombreuses conséquences : cécité, plaies plantaires perforantes, amputations, insuffisance rénale, infarctus.

Mais, par ailleurs, la surcharge pondérale entraîne une foule d'autres dysfonctionnements dont la liste donne la chair de poule : AVC, infarctus, cécité, essoufflement, apnées du sommeil, problèmes articulaires, cancer du colon, incontinences urinaires, impuissance sexuelle, etc.

La peur de l'apocalypse crée une attente de réassurance que l'offre Dietplus vient combler de façon sophistiquée.

Le programme de Dietplus

Afin de contrer ce fameux syndrome métabolique, Dietplus propose un programme diététique complet et personnalisé s'appuyant sur une équipe de professionnels, tous spécialisés dans leur domaine : diététiciens, médecins, nutritionnistes, cuisiniers, ingénieurs...

Dépendant du groupe agroalimentaire international United Bakeries, Dietplus a mis au point une gamme de 70 produits allant du petit-déjeuner au dîner, en passant par les collations, et répondant aux normes édictées par l'OMS en matière de ration journalière.

Les besoins journaliers pouvant légèrement varier d'un individu à l'autre selon l'âge, Dietplus propose à ses clients d'établir un programme détaillé, avec une diététicienne et un coach, *"si un client sort du canevas"*.

"L'objectif, explique Philippe Langohr, directeur général de Dietplus, est de redonner à nos clients l'habitude d'une alimentation équilibrée et de leur permettre de perdre du poids sagement."

L'éventail de la clientèle de Dietplus s'étend essentiellement de 35 à 65 ans. *"Sans vouloir caricaturer la situation, reprend Philippe Langohr, les jeunes femmes souhaitant rester ou devenir ultra-minces ne sont pas concernées par notre programme qui vise principalement des pertes de poids importantes. Par ailleurs, l'amaigrissement des personnes de plus de 70 ans est à prendre avec des pincettes, et, même si nous travaillons avec des médecins, notre programme n'est pas médical."*

Des vendeurs-coaches valorisés

La deuxième particularité de Dietplus est son choix de vente directe au particulier par un *"coach dietplus"*. Ce système de vente, par définition, explique lui aussi l'âge moyen plutôt élevé de la clientèle, notamment car les vendeurs interviennent dans leur cercle de connaissances qui ont donc plus ou moins le même profil qu'eux.

S'il ne s'agit pas de vente en réunion, comme les célèbres *réunions Tupperware*, car *"la perte de poids est un problème intime"*, la société bénéficie du réseau personnel de ses clients.

"Si la personne est satisfaite de notre programme, poursuit Philippe Langohr, elle va vanter nos produits auprès de son entourage. Et si elle est au chômage ou à la retraite, elle peut devenir coach dietplus et gagner un complément de revenu, ce qui n'est pas négligeable au regard du montant de la plupart des retraites actuelles..."

Le statut de vendeur à domicile indépendant (VDI) présente en effet l'avantage d'être cumulable avec la retraite et est une solution intéressante pour les seniors désireux de garder une petite activité et de compléter leurs revenus. Selon la FVD (Fédération de la vente directe), 20% des VDI ont 55 ans et plus.

Ainsi, chez Dietplus, les personnes âgées de plus de 50 ans représentent 51% des 200 vendeurs, répartis comme suit :

- De 50 à 55 ans : 13%
- De 55 à 60 ans : 25%
- De 60 à 65 ans : 10%
- Plus de 65 ans : 3%

Doubler le chiffre d'affaires

Avec un réseau national et international, une gamme de 70 références produits, 200 vendeurs à domicile indépendants et un chiffre d'affaires de 1,5 millions d'euros en 2009, Dietplus est une société en pleine expansion. Son objectif pour 2010 est de continuer à étendre son réseau, de recruter encore plusieurs centaines de coaches et de doubler son chiffre d'affaires.

- Informations : www.dietplus.fr
- Contact presse : Régis Thibault - 01 45 72 44 00 - rthibault@boracay-presse.com

Charlotte Bories