

# & Marques bien-être



La recherche de bien-être est devenue aujourd'hui une aspiration forte des consommateurs.

Bien-être, santé, plaisir, bonheur, ... de nombreux spécialistes nous apportent dans ce numéro leur vision de ces différents concepts, à la fois distincts et imbriqués. Si le bien-être est souvent défini comme une sensation agréable procurée par la satisfaction des besoins du corps et de l'esprit, la santé, pour l'OMS, est un état de complet bien-être physique, mental et social.

Les marques de grande consommation sont reconnues comme légitimes dans cette quête d'un bien-être durable, qu'il s'agisse de bien-être individuel ou de bien-être collectif. Nous verrons comment elles peuvent contribuer au bien-être des consommateurs par leur valeur d'usage, mais aussi à celui des citoyens et des salariés via les actions liées à la RSE, ou encore à la croissance des entreprises.

Les marques alimentaires, bien sûr, y occupent une position centrale puisque les Français placent l'alimentation au premier rang des secteurs contributeurs de leur bien-être, devant les loisirs et les produits technologiques. Mais aussi les marques issues d'autres secteurs comme l'hygiène-beauté ou la cosmétique.

Nous n'avons pas oublié, par ailleurs, l'importance du bien-être au travail : les entreprises où il fait bon travailler sont celles qui se distinguent par leur capacité à attirer les talents et à conserver les meilleurs collaborateurs.

Enfin, signalons dans ce numéro, des cas d'école très divers : la Perruche, gourmande et colorée, l'Arbre Vert, pionnier écologiste, Philips, réorienté santé et bien-être, ainsi que la riche saga de KitKat, spécialiste depuis 80 ans d'une certaine pause... bien-être !

---

Après sept années de présidence de Prodimarques, c'est maintenant Romain Nouffert – DG de Lesieur et président de l'Ilec – qui devient le président de Prodimarques.

À Romain, à toute l'équipe de Prodimarques et à tous ceux qui agissent pour promouvoir les grandes marques, je souhaite une bonne route.

Les Français placent l'alimentation  
au premier rang des secteurs  
contributeurs de leur bien-être,  
devant les loisirs ou les  
produits technologiques.