

**TREND  
FOCUS**

**#17**

**SILVER  
FOOD**



**POLE AGROALIMENTAIRE**

ACCOMPAGNEMENT - TRANSFERT - INNOVATION

**JANVIER 2022**

**POLE AGROALIMENTAIRE – ADECAL TECHNOPOLE**

# SOM

## MAIRE

- > La Silver Food : c'est quoi ? .....3
- > Profils & habitudes alimentaires .....4
- > Besoins spécifiques .....5
- > ZOOM sur des projets de recherche .....6
- > Quelques leviers d'innovation .....7

“

La « Silver Food », comprenez la « nourriture pour personnes âgées », représente un secteur alimentaire en plein BOOM ainsi qu'un enjeu sociétal de taille. La part des seniors s'étoffe en effet d'années en années, et la santé de cette catégorie de la population représente actuellement un enjeu majeur pour tous les acteurs de la filière alimentaire au niveau mondial, mais également en Nouvelle-Calédonie.

Les seniors ont des attentes bien différentes du reste de la population en matière de produits alimentaires. Ces derniers doivent être à la fois savoureux et adaptés aux besoins nutritionnels spécifiques des personnes âgées. Très peu présents sur les étals jusqu'à présent, ce type d'aliments tend aujourd'hui à se démocratiser.

Mais quelles sont les tendances alimentaires pour nos seniors et comment leur proposer des produits adaptés ?

Petit aperçu.

”



## Senior, le super consommateur ...

15 %

En Nouvelle-Calédonie, les plus de 60 ans représentent près de 15% de la population (ISEE, 2019)

Souvent délaissés par les marques et les distributeurs axés sur les jeunes générations, les consommateurs seniors constituent pourtant un **moteur essentiel de l'économie**. Armés de budgets souvent supérieurs que ceux de leurs cadets, ils représentent une **véritable aubaine** pour la consommation.

C'est d'autant plus vrai qu'ils sont les seuls à augmenter leur consommation ! Délivrés de dépenses telles que le crédit immobilier et disposant d'un budget substantiel, **ils hésitent moins à dépenser**.

# La SILVER FOOD

## > C'est quoi ?

La « **SILVER FOOD** » ou « **SENIOR FOOD** » correspond tout simplement à l'alimentation proposée aux personnes âgées. De plus en plus étoffée, elle tente de répondre aux problématiques liées à l'alimentation et à la dénutrition des personnes âgées.

La « **SILVER FOOD** » adapte tout à son public : le packaging, les étiquetages alimentaires, les apports nutritionnels retrouvés dans chaque produit, la communication .. Ce qui en fait un marché à part entière !



# Les PROFILS et HABITUDES ALIMENTAIRES des seniors

En matière de consommation, l'âge seul ne suffit pas à caractériser les Seniors. Leurs habitudes et comportements alimentaires peuvent définir 4 profils particuliers de consommateurs :

## Les « Traditionnels »



- Le groupe le + âgé
- Une recherche de proximité et de lien social à travers les courses
- Une sur-représentation des petits commerces
- Gros consommateurs de frais traditionnel
- Une confiance dans les grandes marques

## Les « Healthy »

- Les plus gros dépensiers
- Sensibles à la qualité du produit, à sa composition, à son origine et son impact sur l'environnement
- Se distinguent par leurs achats de bio / végétal / sans gluten / laits alternatifs / fruits et légumes
- Fréquentent les magasins spécialisés



## Les « Générations hyper- et supermarchés »

- Gros acheteurs en hyper- et supermarchés
- Peu de fréquentation des circuits spécialisés
- Gros acheteurs de promotions
- Adeptes de pub, de visites dans les centres commerciaux
- Des achats majoritairement de produits de grande distribution / frais et libre service



## Les « Désinvestis »

- Très peu dépensiers et des achats peu fréquents
- Quasi-totalité de leurs achats en hard-discount, hyper- et supermarchés
- Un set d'enseignes très restreint
- Le prix comme critère déterminant
- Un désintérêt de la consommation



# Les BESOINS SPECIFIQUES des seniors

Si les transformateurs et les distributeurs ont tout intérêt à se pencher sur la cible des seniors, il leur est également indispensable de considérer leurs spécificités, et ce notamment en terme de nutrition. La **dénutrition** constitue la menace la plus fréquente, et résulte souvent d'un **déséquilibre entre les besoins et les apports nutritionnels**.

## Apports nutritionnels

- Quantités suffisantes : les seniors ont tendance à peu manger, et pourtant les besoins alimentaires d'un senior de 70 ans sont similaires à ceux d'une personne de 40 ans.
- Alimentation diversifiée : la perte d'appétit se traduit souvent par une alimentation monotone, qu'il convient de varier.
- Alimentation enrichie : apporter « plus dans moins de volume », enrichir les plats en calories, en protéines, etc.
- Régimes bannis : sans sel, anti-cholestérol, etc. → augmentation du risque de dénutrition, même chez les sujets obèses

## Texture

- Textures tendres ou hachées pour les personnes âgées souffrant de troubles de la mastication (perte de dents, dentier mal ajusté...).
- Texture mixée en cas de troubles de la mastication sévères ou pour prévenir le risque de fausses routes chez les personnes souffrant de troubles de la déglutition (pathologies ORL, maladies neurodégénératives, AVC...).



Exemple des protéines ...

Protéines recommandées chaque jour avant 65 ans : 0.8 à 1 g/kg



Il est recommandé de consommer chaque jour 1 à 1,2 g de protéines par kilo de poids corporel au-delà de 65 ans

## Usage

- Ouverture facile
- Praticité
- Cuisson aisée
- Etc.



# ZOOM sur des projets de recherche européens



Les projets de recherche au sujet de l'alimentation des seniors se multiplient et permettent d'apporter des solutions aux différents problèmes rencontrés chez cette cible; solutions exploitables pour les professionnels de l'alimentation.

A titre d'exemple :

## Projet FORTYPHY

Ce projet vise à élaborer des recettes qui permettent **d'enrichir les repas en protéines et en calories** et à développer des programmes d'activité physique adaptés, le tout afin de **prévenir la dénutrition chez la personne âgée** à domicile. Il s'appuie sur une démarche participative, mettant la personne âgée au cœur des développements (co-création, conception centrée sur le consommateur). Projet coordonné par le Centre des Sciences du Goût et de l'Alimentation (CSGA) de Dijon et impliquant des équipes de recherche norvégienne, britannique et belge.

## Projet Eat4Age

Ce projet a pour objectif **d'étudier les changements liés à l'âge**, tels que le déclin des fonctions digestives, du processus en bouche, de la perception sensorielle, et de l'appétit et de **montrer comment la reformulation des aliments peut être utilisée pour combattre la dénutrition**. En particulier, il s'agira de **préciser le choix de la protéine et le type de transformation à utiliser** pour développer des aliments riches en nutriments facilement acceptés par les personnes âgées. Projet coordonné par NOFIMA (Norvège) et impliquant 6 pays européens dont le Centre Européen des Sciences du Goût et l'unité Science et technologie du Lait et de l'Oeuf d'INRAE.

## Projet APPETITE

Ce projet vise à proposer des solutions pour combattre le petit appétit et prévenir la dénutrition des personnes âgées vivant à domicile. Il permettra de **développer des produits combinant des protéines végétales et des fibres alimentaires**, et d'étudier l'impact d'une activité physique adaptée comme optimisateurs de leurs effets métaboliques et anaboliques. Projet coordonné par l'Université Friedrich-Alexander (Allemagne) et impliquant 8 organismes de recherche européens, dont l'Unité de Nutrition Humaine d'INRAE.

**SILVER FOOD**

-

**QUELQUES LEVIERS  
D'INNOVATION**

# Cap sur la gourmandise

## JOUER SUR LE PLAISIR ALIMENTAIRE

Des produits « plaisirs » tout en étant fonctionnels



**Madeleines, Nutrisens**  
Hyper protidiques & hyper  
énergétiques



**Galettes gourmandes, Protibis**  
Hyper protidiques & hyper  
énergétiques



**Chocolats fourrés au praliné, Fortesens**  
Bonbons de chocolat coeur praliné  
amandes noisettes enrichis en protéine  
enrobé de chocolat noir. Hypercaloriques.



# Praticité accrue

## PORTIONS ADAPTEES

Des produits aux formats plus aisés à consommer



**Steak haché Petit Appétit, Charal**  
Steack haché pur bœuf 100% d'origine française, 5% M. Portion de 80g.

## FORMATS ADAPTES

Des produits enrichis qui mettent en avant l'ergonomie du packaging



**Câlin + à boire, Yoplait**  
Produit laitier à boire, enrichi en calcium et en vitamine D, pour favoriser une bonne santé osseuse.  
Format pratique de 100g, ergonomique.

# Emballages adaptés

## FACILITATION DE LA PREHENSION

Ouverture facilitée



**Eau plate, Wattwiller**

Bouchon en forme de fleur, esthétique et maniable, qui permet de dévisser sans effort.

## INFORMATIONS ON PACK

Afficher des informations pas trop nombreuses, lisibles, compréhensibles, sans condescendance vis-à-vis des seniors



**ProActiv, Fruit d'Or**

Margarine tartine & cuisson, enrichie en stérols végétaux qui réduisent significativement le cholestérol.

# Des produits de tous les jours

## ENRICHIR SES REPAS, NI VU NI CONNU

Des produits de tous les jours permettant d'enrichir ses repas, ni vu ni connu



**FortissiMmm!, Bonduelle**  
Purées surgelées enrichies en protéines et en goût. En galets de 30g, faciles à doser.

**Pain Farine +, Cérélab**  
Pain enrichi pour sénior,  
facile à mastiquer.



**Vache qui Rit Formule Plus, Bel**  
Enrichie en protéines,  
calcium et vitamine D.

**Huile plénitude, Quintesens**  
Spécifiquement formulée pour répondre aux besoins nutritionnels des séniors.





**POLE AGROALIMENTAIRE**

ACCOMPAGNEMENT - TRANSFERT - INNOVATION

## Ce sujet vous intéresse ?

Contactez-nous pour davantage  
d'informations et de conseils techno !

Téléphone : 24.90.77

Mail : [agroalimentaire@adecal.nc](mailto:agroalimentaire@adecal.nc)

