



# **ANTICIPEZ**

DURABLE • NUTRITION • TRAÇABILITÉ • COMMERCE



# NATURALPHA

NOTRE MÉTIER :  
APPORTER LA PREUVE DE  
L'EFFET SANTÉ

"En quoi les seniors constituent-ils une source  
d'innovation pour l'agroalimentaire ?"

*25 Novembre 2014*

# AGENDA

- **Population(s) senior**
- Sphères santé d'intérêt
- Stratégie de positionnement réglementaire
- Tendances



# COMBIEN SONT-ILS ?

Tableau - Évolution de la population de la France métropc (scénario central de projection)

Année	Population au 1 <sup>er</sup> janvier (en milliers)	Proportion ( %) des				
		0-19 ans	20-59 ans	60-64 ans	65-74 ans	75 ans et +
1960	45 465	32,3	51,0	5,1	7,3	4,3
1970	50 528	33,1	48,8	5,2	8,1	4,7
1980	53 731	30,6	52,4	3,0	8,3	5,7
1990	56 577	27,8	53,2	5,1	7,1	6,8
2000	58 858	25,6	53,8	4,6	8,8	7,2
<b>2007</b>	<b>61 795</b>	<b>24,8</b>	<b>53,8</b>	<b>4,9</b>	<b>8,1</b>	<b>8,5</b>
2015	64 514	24,2	51,0	6,2	9,3	9,3
2020	65 962	23,9	49,6	6,0	11,0	9,4
2025	67 285	23,5	48,4	6,1	11,1	10,9
2030	68 532	23,0	47,5	6,0	11,1	12,3
2035	69 705	22,6	46,7	5,9	11,1	13,6
2040	70 734	22,4	46,6	5,3	11,1	14,7
2050	72 275	22,3	45,9	5,6	10,2	16,0
<b>2060</b>	<b>73 557</b>	<b>22,1</b>	<b>45,8</b>	<b>5,4</b>	<b>10,5</b>	<b>16,2</b>

21.5%

26.4%

29.4%

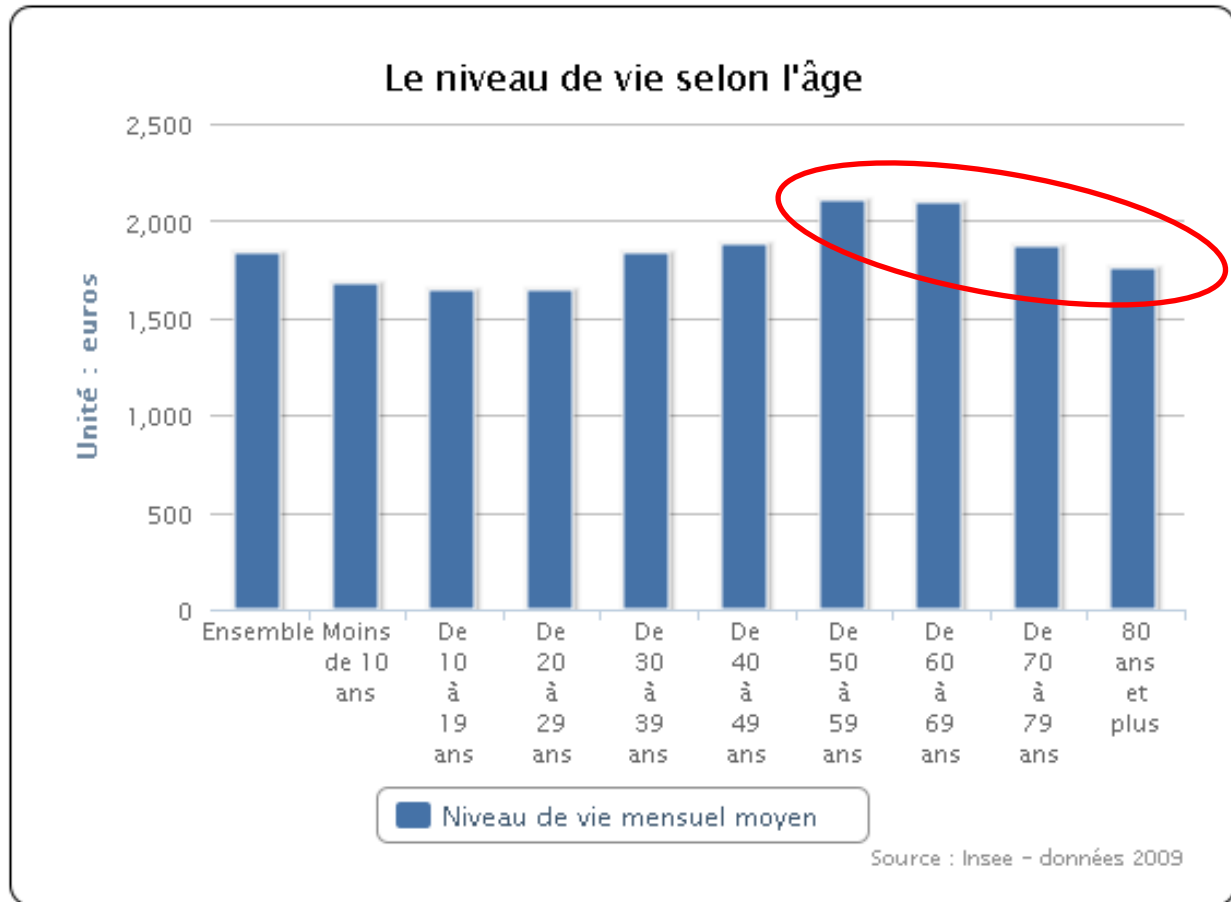
\* Solde migratoire issu de la projection.

\*\* Chiffre pour l'année 2059. Les projections s'arrêtent au 1er jan de l'année 2060, différence entre les naissances de 2060 et les dé pas projeté.

Champ : France métropolitaine.

Sources : Insee, estimations de population et statistiques de l'éta projection de population 2007-2060.

# QUEL NIVEAU DE VIE ?



# QUEL NIVEAU DE VIE ? (INSEE)

## ■ Niveau de vie moyen des individus selon leur âge

Niveau de vie moyen des individus selon leur âge

en euros 2011/an

	moins de 18 ans	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 44 ans	45 à 54 ans	55 à 64 ans	65 à 74 ans	75 ans et plus	Ensemble de la population
1996	17 240	16 330	18 380	19 040	22 110	21 250	19 700	19 340	18 980
1997	17 370	16 300	18 470	19 120	21 900	21 630	19 810	18 920	19 040
1998	17 620	16 930	18 740	19 600	22 480	22 410	20 000	19 250	19 470
1999	17 960	17 330	19 130	19 860	23 060	23 330	21 190	20 290	20 030
2000	18 450	17 890	19 630	20 330	23 530	23 800	21 340	20 440	20 480
2001	18 950	18 390	20 350	20 760	23 870	24 440	21 810	20 710	20 990
2002	19 490	19 540	20 900	21 230	24 140	24 690	21 910	21 350	21 490
2003	19 260	19 090	20 620	21 050	24 070	25 140	21 740	21 090	21 350
2004	19 320	18 960	20 540	21 140	23 500	25 470	21 980	20 870	21 330
2005	19 660	18 660	20 940	21 270	23 750	25 810	22 240	21 410	21 610
2006	19 900	19 150	21 480	21 580	24 430	25 890	24 120	21 950	22 140
2007	20 270	19 330	21 320	22 220	24 680	27 150	23 840	21 910	22 490
2008	20 920	19 980	21 690	22 950	24 930	27 140	24 120	22 410	22 950
2009	20 910	19 630	22 040	22 990	24 900	26 840	24 740	22 030	22 960
2010	20 940	19 730	22 010	23 300	24 870	27 060	24 810	22 130	23 060
2010 (1)	20 870	19 750	21 830	23 150	24 890	26 980	25 010	22 520	23 050
2011 (1)	20 920 <b>+21.3%</b>	20 040 <b>+22.7%</b>	21 570 <b>+17.3%</b>	23 070 <b>+21.2%</b>	24 600 <b>+11.3%</b>	27 600 <b>+29.9%</b>	25 750 <b>+30.7%</b>	22 280 <b>+15.2%</b>	23 130

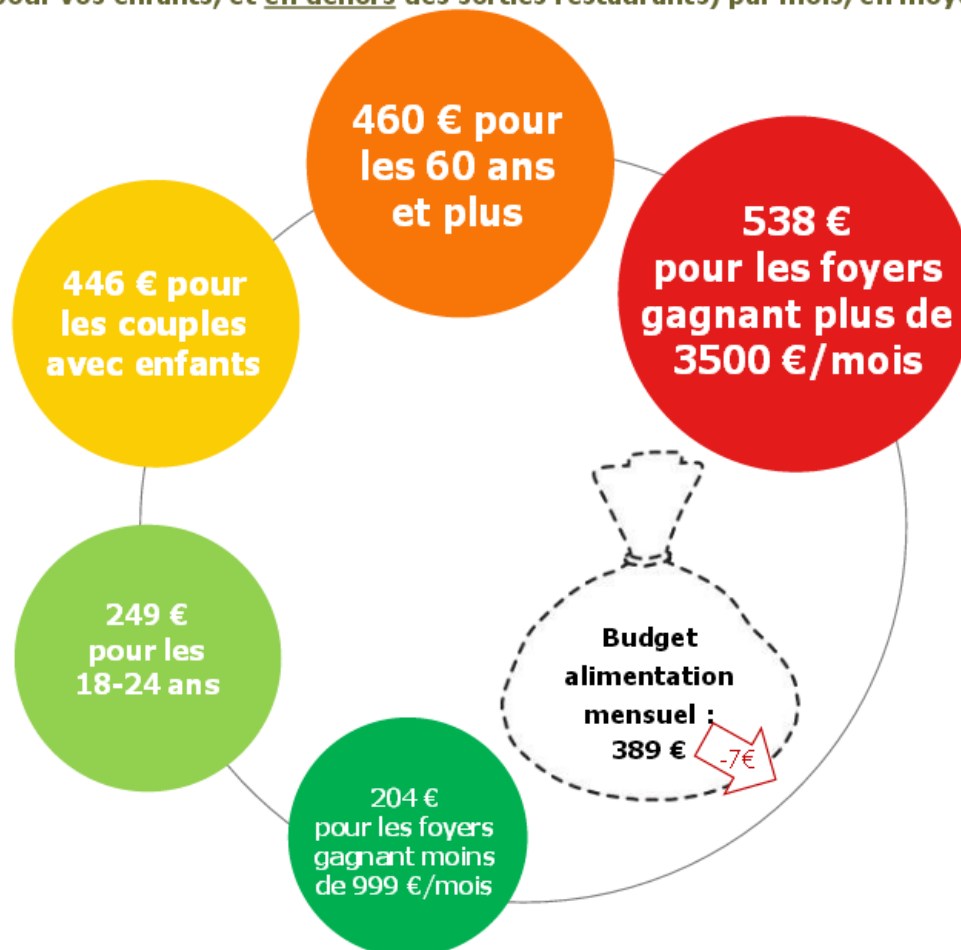
(1) : À partir de 2010, les estimations de revenus financiers mobilisent l'enquête Patrimoine 2010.

Champ : personnes vivant en France métropolitaine dans un ménage dont le revenu déclaré au fisc est positif ou nul et dont la personne de référence n'est pas étudiante.

# LEUR BUDGET ALIMENTAIRE

« Le Sofinscope-Baromètre OpinionWay pour SOFINCO »

Q : A combien s'élève le montant de votre budget alimentation (c'est-à-dire pour vos courses alimentaires, vos pauses déjeuner, la cantine pour vos enfants, et en dehors des sorties restaurants) par mois, en moyenne ?

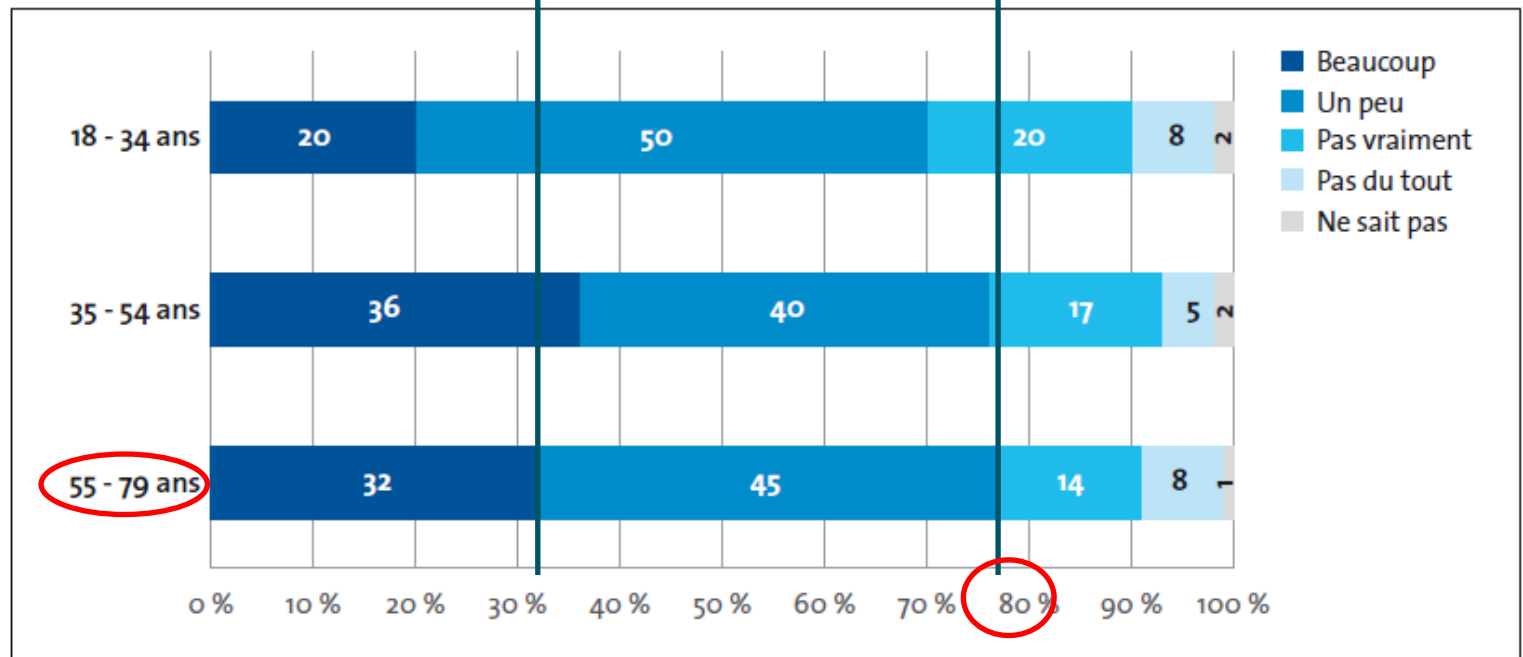




# LEUR INTÉRÊT POUR L'ALIMENTATION



Figure 64. Degré d'intérêt pour l'alimentation (%) selon l'âge, chez les adultes de 18-79 ans

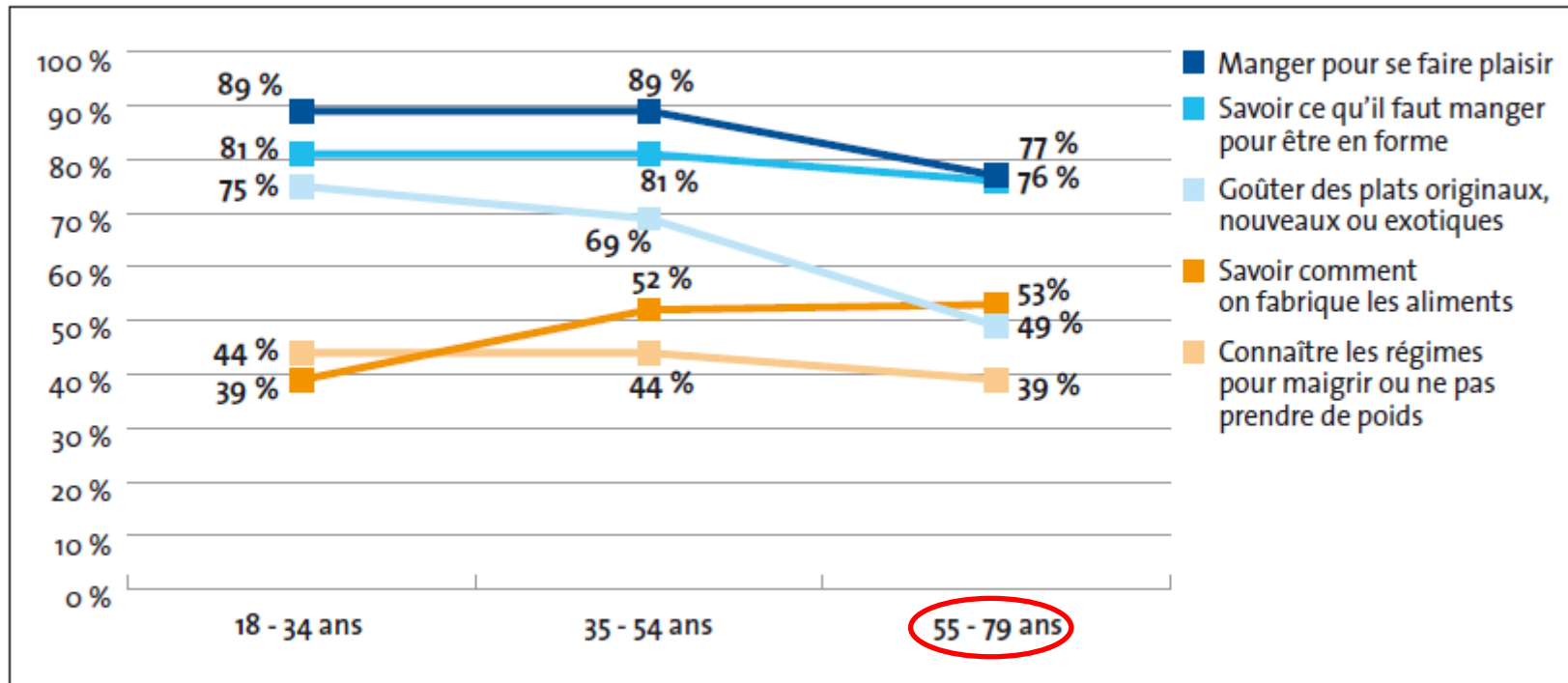


Source: Afssa, Étude INCA 2, 2006-07.



# INTÉRÊT POUR L'ALIMENTATION

Figure 66. Proportions d'adultes de 18-79 ans citant les différents motifs d'intérêt pour l'alimentation selon l'âge - Base : adultes intéressés (un peu ou beaucoup) par l'alimentation (n=1999)



Source : Afssa, Étude INCA 2, 2006-07.

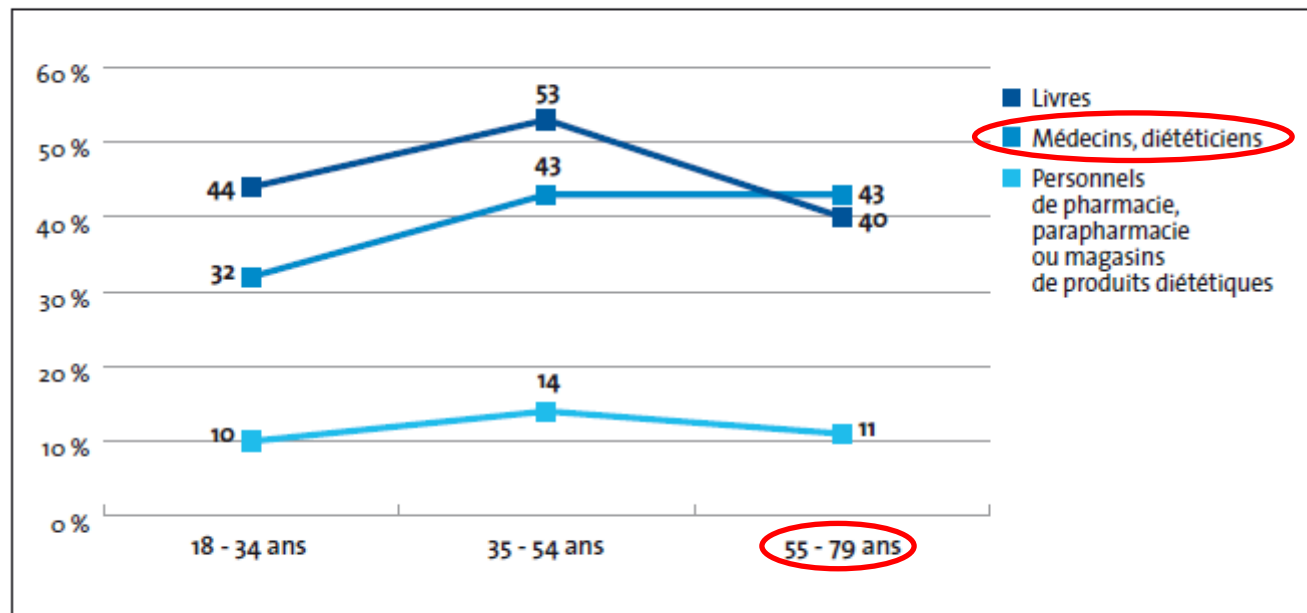
Plaisir  $\geq$  Être en forme >> Technicité > Exotisme >> Régime



# INTÉRÊT POUR L'ALIMENTATION



Figure 73. Sources d'information (%) sur l'alimentation et la nutrition selon l'âge, chez les adultes de 18-79 ans [2]



Source : Afssa, Étude INCA 2, 2006-07.

# DÉLÉGATION DES APPROVISIONNEMENTS



Figure 3 : La délégation des approvisionnement dans et hors du cercle du ménage

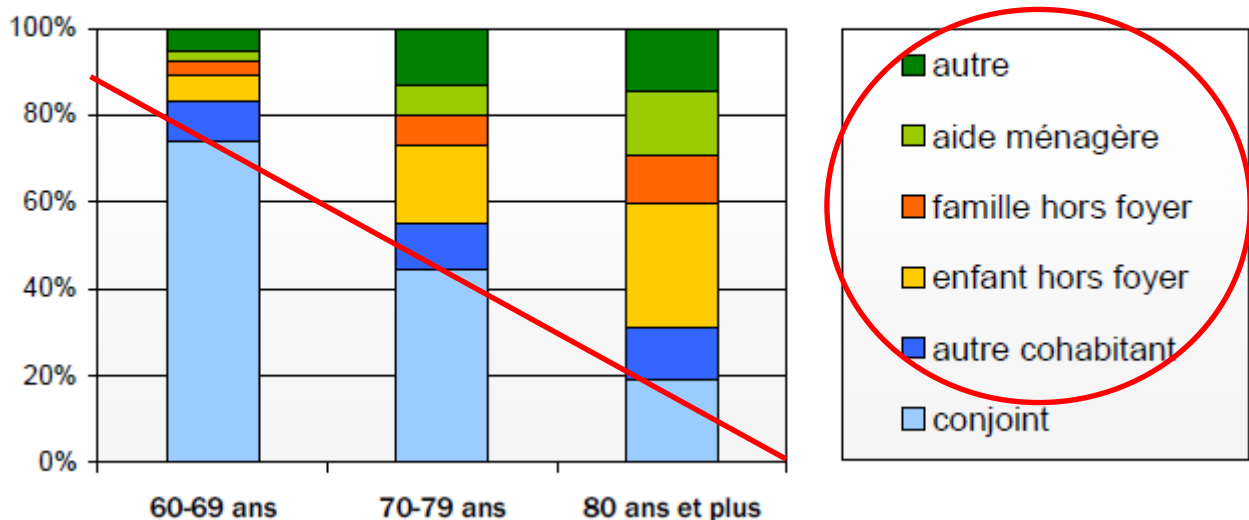
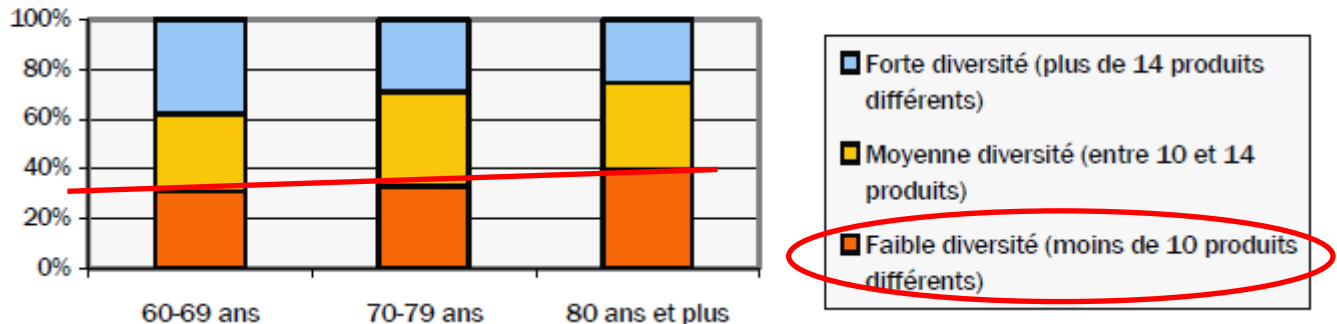


Figure 1 : âge et monotonie alimentaire



# AGENDA

- Population(s) senior
- **Sphères santé d'intérêt**
- Stratégie de positionnement réglementaire
- Tendances



# IMC DES SENIORS

## ObÉpi-2012 : influence du sexe et de l'âge

### L'IMC MOYEN SELON L'ÂGE

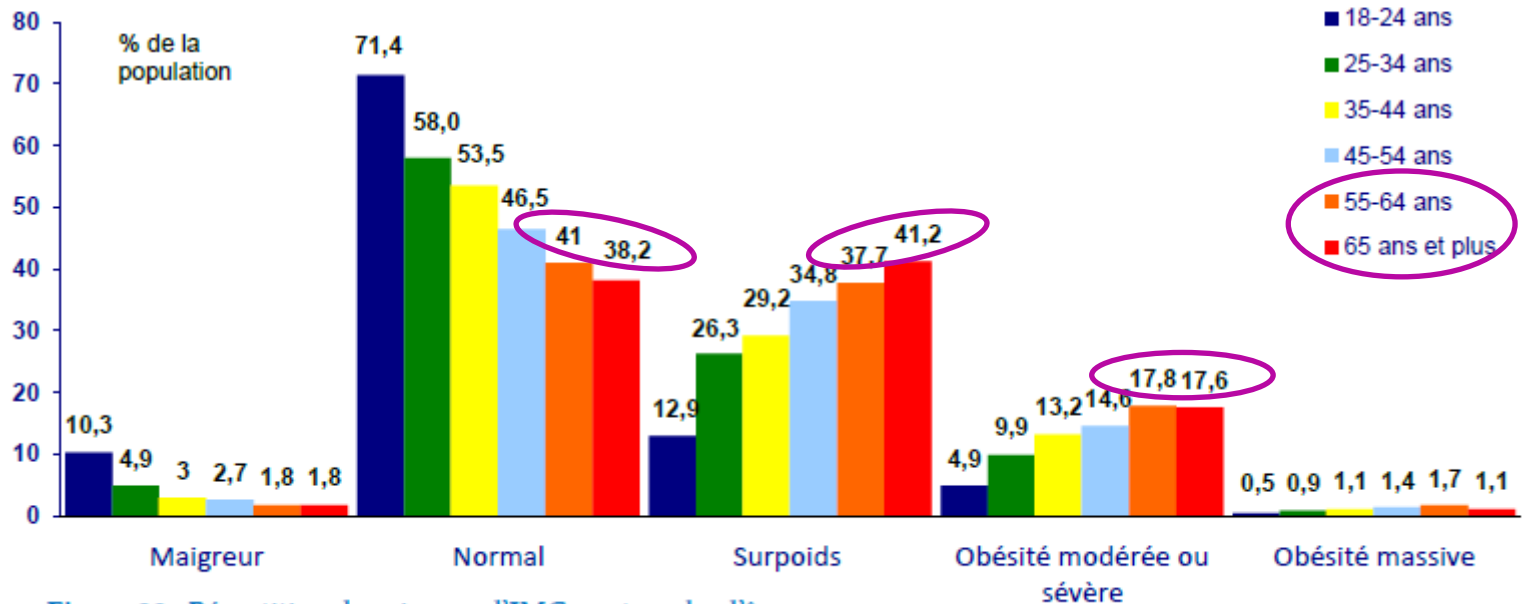


Figure 20 : Répartition des niveaux d'IMC par tranche d'âge

# OBÉSITÉ CHEZ LES SENIORS

## PRÉVALENCE DE L'OBÉSITÉ EN FONCTION DU SEXE ET DE L'ÂGE EN 2012

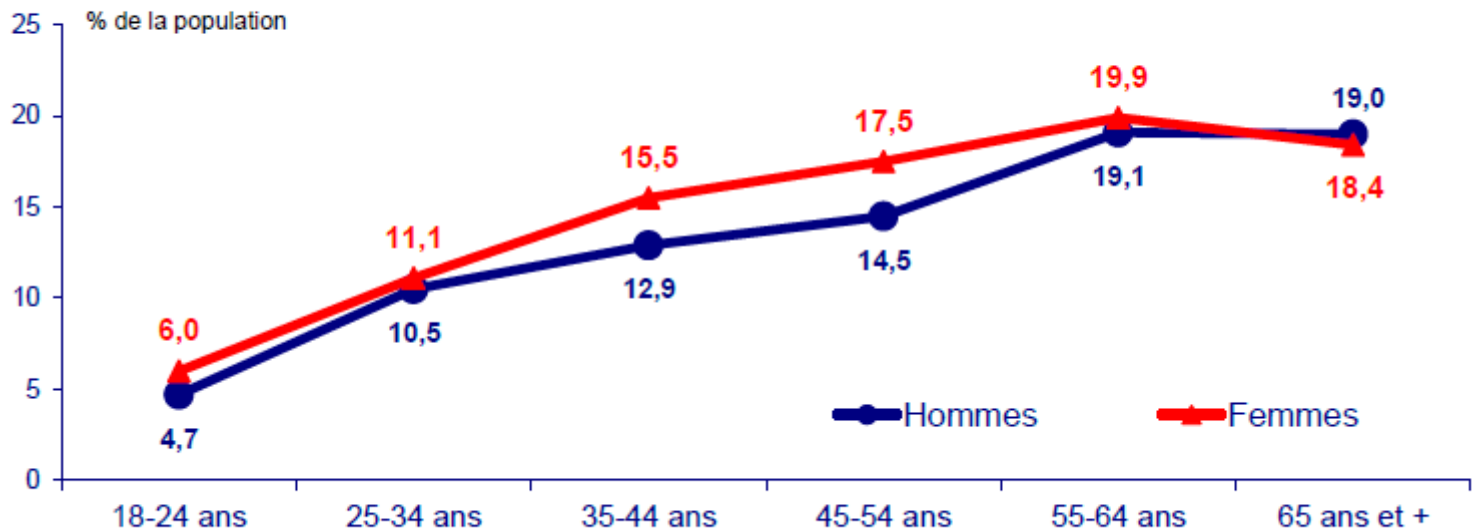
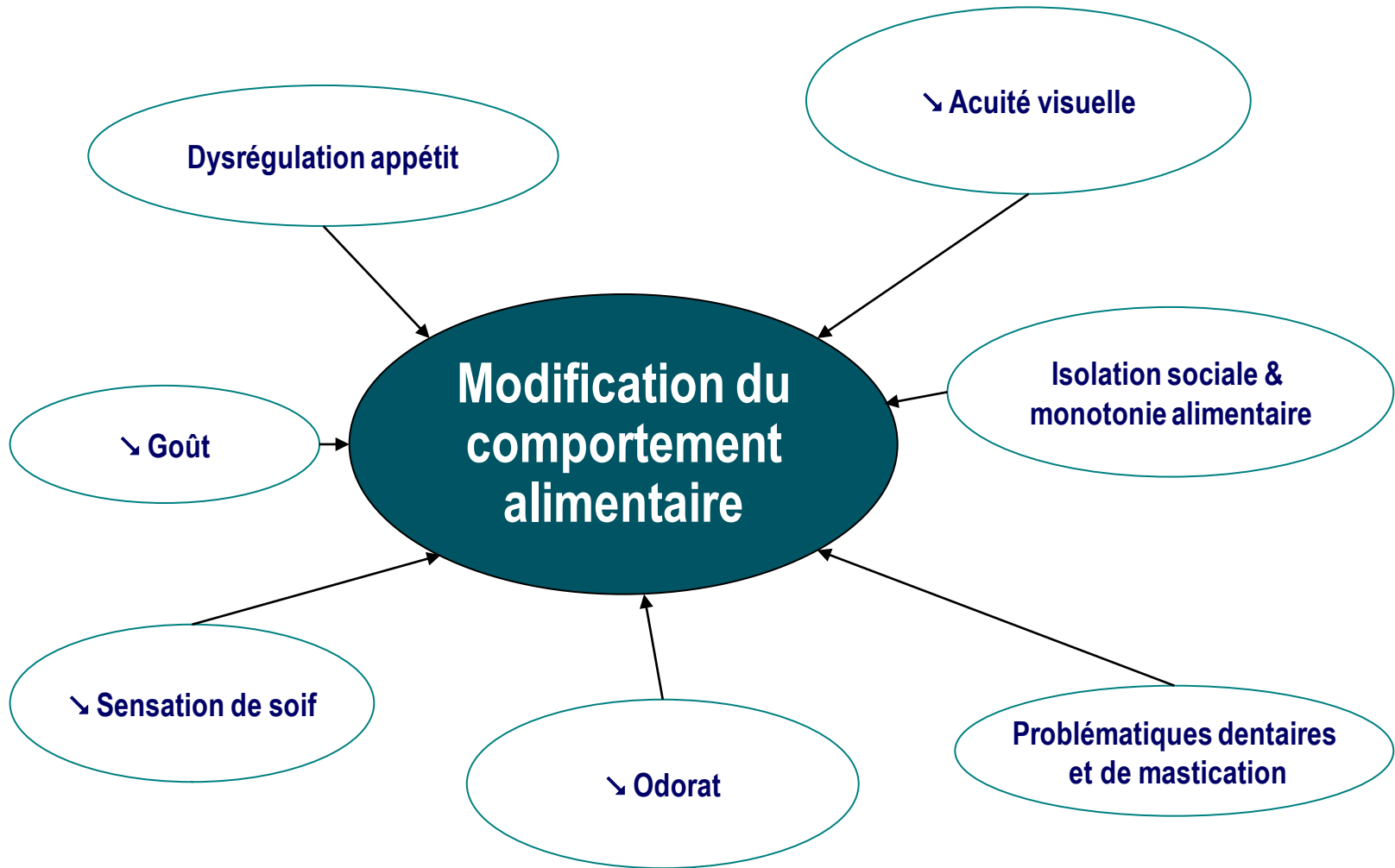


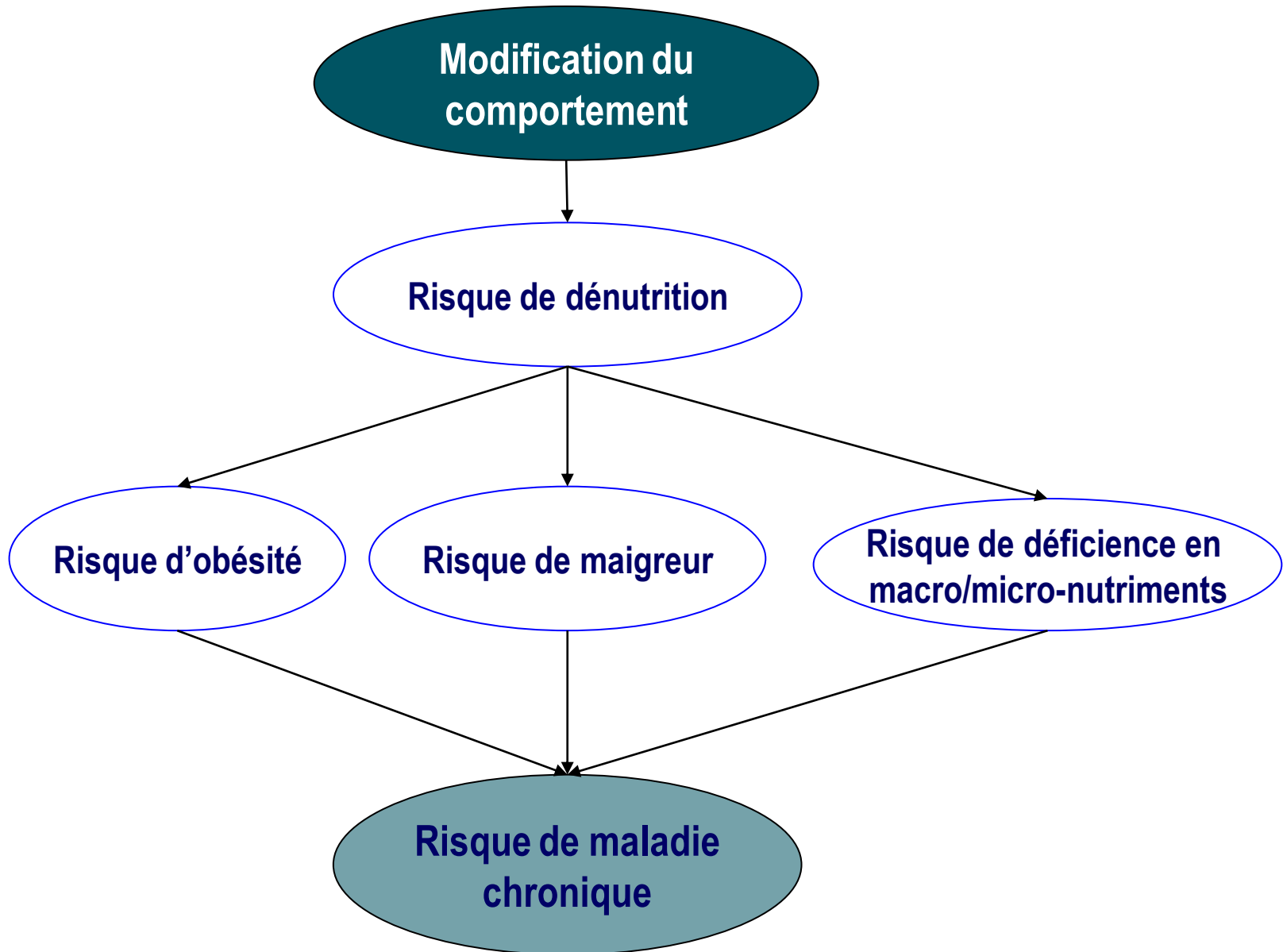
Figure 25 : Répartition de la prévalence de l'obésité par sexe et par tranche d'âge

# SPHÈRES SANTÉ D'INTÉRÊT





# SPHÈRES SANTÉ D'INTÉRÊT



# AGENDA

- Population(s) senior
- Sphères santé d'intérêt
- **Stratégie de positionnement réglementaire**
- Tendances

# STRATÉGIE DE POSITIONNEMENT RÉGLEMENTAIRE



- Aliment courant
- Complément alimentaire
- Aliment diététique (ADDFMS)

# CANAUX DE DISTRIBUTION



Positionnement produit	Canal de distribution	Population ciblée
Aliments courants	GMS, Marché	Senior « actif », à domicile
Aliments diététiques	Magasins bio, Magasins spécialisés	Senior « actif », à domicile
Compléments alimentaires	Pharmacie / parapharmacie, GMS, magasins spécialisés	Senior « actif », à domicile
ADDFMS	Médecins, restauration collective	Senior dépendant
Food Service	Restauration collective	Senior dépendant

# COMPLÉMENTS ALIMENTAIRES



# ADDFMS – HYPERCAL HYPERPRO





# ADDFMS – RÉHYDRATATION EAU GÉLIFIÉE





# ADDFMS / DÉGLUTITION



# RESTAURATION COLLECTIVE

## ■ GEMRCN

Suivre les recommandations du GEM RCN en alliant nutrition & plaisir ?

**Yoplait relève le défi !**

Avec sa gamme de produits convénant aux seniors, Yoplait s'engage auprès de ses consommateurs à leur donner du plaisir à manger tout en leur apportant certains nutriments essentiels comme du calcium ou des protéines.

Produit	Calcium	Protéines
Yoplait Vanille	230 mg	4,2 g
Yoplait Orange	160 mg	3,2 g
Yoplait Orange Double	160 mg	3,2 g
Yoplait Orange Double (sans sucre)	160 mg	3,2 g
Yoplait Orange Double (sans sucre) - 100g	160 mg	3,2 g

Les teneurs en calcium & protéines sont indiquées à la portion.

0 N°Azur 0 610 38 48 55

LES EXIGENCES NUTRITIONNELLES DU **GEMRCN** SONT DÉSORMAIS OBLIGATOIRES\*\*.

Alors... comment continuer à concilier plaisir au dessert & menu équilibré ?

**QUAND LE PLAISIR EST LÀ, L'APPÉTIT AUSSI**  
 VOTRE SÉLECTION DE PRODUITS ADAPTÉS À LA RESTAURATION DES SENIORS.

De l'école aux étoiles, Président Professionnel accompagne les chefs

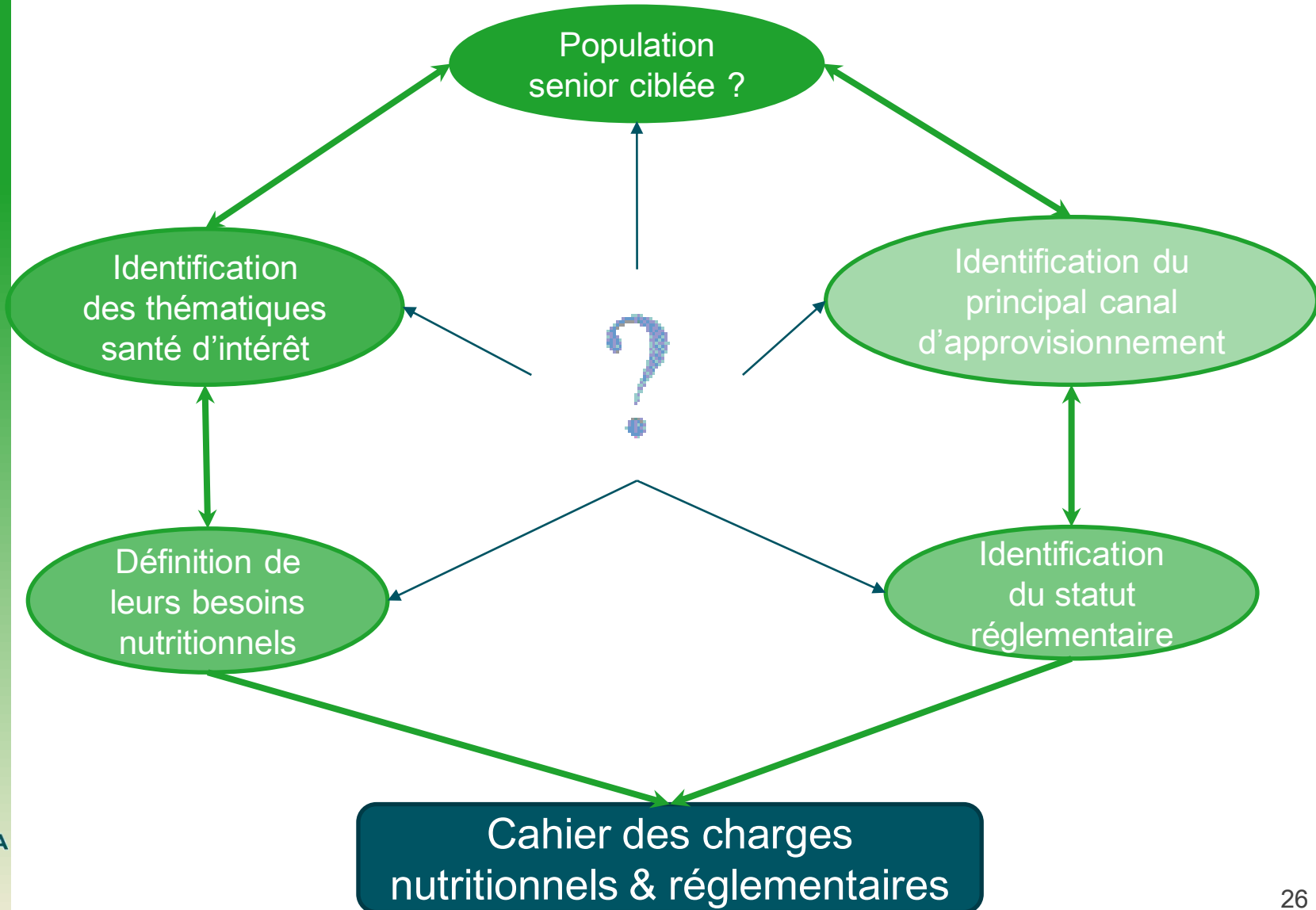
[www.president-professionnel.fr](http://www.president-professionnel.fr)

# AGENDA

- Population(s) senior
- Sphères santé d'intérêt
- Stratégie de positionnement réglementaire
- Innovation(s)

# INNOVATION(S)

Prise en compte des facteurs physiologiques, sociologiques, pathologiques et psychologiques



# INNOVATION(S)

Ne pas oublier :

- L'appétence (couleur, goût)
- le packaging/ mode de consommation



→ L'innovation nutritionnelle/santé n'a d'intérêt que si elle est consommée



**NATURALPHA**

*[www.naturalpha.com](http://www.naturalpha.com)  
[contact@naturalpha.com](mailto:contact@naturalpha.com)*



Scientific and regulatory news for nutrition professionals

*<http://www.naturalpha.com/naturalphadaily/>*



*CNCN – Centre de Nutrition Clinique Naturalpha*



*On Twitter @Naturalpha*





Nous vous remercions de votre participation à notre événement Semaine J'Innove et nous vous invitons à nous faire part de votre avis dans le cadre de notre étude de satisfaction.

