

DOSSIER SENIORS

Produits : une offre dédiée m

Les produits pour la santé osseuse et musculaire présentent un fort potentiel et pourraient connaître les mêmes succès que les produits contre le cholestérol.

« Les seniors veulent des produits dédiés, mais ne veulent pas de produits connotés », avertit Grégory Dubourg, fondateur de Nutrikéo Consulting, agence spécialisée en nutrition-santé. « La cosmétique fait ça très bien, en prenant par exemple Jane Fonda comme égérie. Dans l'alimentaire, dans une publicité pour une margarine, on a l'exemple de Véronique Jannot, archétype de la femme de 50 ans qui ne fait pas son âge. D'ailleurs, certains compléments alimentaires affichent un positionnement pour la femme de 45 ans et plus mais sont destinés en réalité aux femmes de 50 ans. Car on se voit toujours plus jeunes qu'on ne l'est, même à 20 ans ». Parmi les produits emblématiques consommés par les seniors, on peut citer ceux qui contiennent des phytostérols pour lutter contre le cholestérol.

La sarcopénie ou fonte musculaire est de plus en plus étudiée en Europe et en France.

Autre exemple qui touche tout le monde, mais plus particulièrement les seniors : les yaourts au bifidus : « Les problèmes de transit touchent toute la population, mais le problème est 5 fois plus prévalent chez les personnes âgées que chez les jeunes. Activia et BA ont trouvé leur public, en raison de leur action mais aussi parce que le yaourt est bon ».

Outre le cholestérol et la santé digestive, Grégory Dubourg a identifié plusieurs tendances : la santé osseuse et musculaire (sarcopénie), l'immunité, la ménopause, les articulations, la santé cérébrale/déclin cognitif et le vieillissement cellulaire.

« La sarcopénie ou fonte musculaire est de plus en plus étudiée en Europe et en France. La prévention doit commencer avant que le problème n'arrive, avec des acides aminés et des protéines ». Ces dernières viennent d'ailleurs d'obtenir l'allégation « Les protéines contribuent à augmenter la



« La margarine pro-activ, les yaourts Danacol, la sauce salade Isio Actistérol ne sont pas positionnés pour les seniors mais pour les problèmes de cholestérol qui concernent cependant davantage cette population. Les margarines aux phytostérols ont du succès car elles remplissent aussi une fonction alimentaire », analyse Grégory Dubourg, fondateur de Nutrikéo Consulting. Si le consommateur ne recherche qu'une promesse, il va acheter un complément alimentaire ».

masse musculaire » parue dans la liste des allégations autorisées publiée récemment.

De même pour la vitamine D et le calcium avec des allégations relatives « au maintien d'une fonction musculaire normale ». Calcium et vitamine D ont également des allégations relatives aux os avec « Le calcium est nécessaire au maintien d'une ossature normale » et « La vitamine D contribue au maintien d'une ossature normale ». « Les produits pour la santé osseuse et musculaire pourraient connaître les mêmes succès que les produits contre le cholestérol. Les actifs, calcium et protéines, sont bien connus du consommateur », remarque Grégory Dubourg. Pour soulager les articulations douloureuses, « on sait que la glucosamine et la chondroïtine sont efficaces, mais elles n'ont cependant pas eu d'avis positif de la part de l'Efsa car le cahier des charges pour les allégations exige que les tests soient menés sur des personnes saines. Pourtant il y a une vraie demande pour ce produit. Reste à résoudre le problème réglementaire ». La santé cérébrale, elle, bénéficie d'un contexte plus favorable avec l'autorisation d'une allégation relative à l'oméga-3 DHA : « L'acide docosahexaé-

noïque (DHA) contribue au fonctionnement normal du cerveau ». Pour développer un produit destiné aux seniors, résume Grégory Dubourg : « Il faut que le produit contienne des ingrédients que les seniors puissent comprendre avec une efficacité prouvée, que le bénéfice apporté corresponde à un vrai besoin, que son identité soit en ligne avec les goûts de ce consommateur et que la communication soit adaptée ».

Faciliter l'accès

L'emballage doit lui aussi être compatible avec les capacités des seniors. « Il y a clairement un énorme potentiel vis-à-vis de l'emballage », déclare Sophie Schmitt, directrice associée de SenioSphère. « Il faut que le produit soit accessible pour le senior, qu'il soit visible dans les rayons. C'est la clé d'entrée. L'aspect nutritionnel vient ensuite ». SenioSphère a notamment développé un nouvel emballage adapté pour les presbytes pour un produit qui a vu ses ventes augmenter suite à ce changement. Il faut aussi que le produit soit facile à ouvrir, tout le monde y gagne : « là où c'est une nécessité pour la personne âgée, cela devient du confort pour les autres personnes ».

ais pas connotée

DES FORMES VARIÉES : CÉRÉALES, PAIN, HUILE...



Quaker : une extension de gamme sur la base d'une allégation

- ✦ **Pour lutter contre le cholestérol**, les consommateurs peuvent se tourner vers les flocons d'avoine de Quaker. Grâce à sa richesse en fibres spécifiques, appelées bêta-glucanes, l'avoine contribue à réguler le taux de cholestérol. Ces dernières agissent sur la fonction gastro-intestinale en limitant l'absorption des lipides, davantage de produits dérivés du cholestérol sont ainsi éliminés.
- ✦ **Les bêta-glucanes viennent d'ailleurs d'obtenir l'allégation « contribuent au maintien d'une cholestérolémie normale »** parue dans la liste des allégations autorisées publiée récemment.
- ✦ **À côté des flocons d'avoine seuls**, Quaker vient de lancer ce printemps une variante Quaker Life, un mélange de pépites croquantes dorées au four et de légers pétales croustillants à base d'avoine, au chocolat ou à la fraise. Le produit arbore un gros cœur sur sa face avant, pour un impact visuel fort.

Biofuture : un positionnement senior assumé

✦ **L'huile Quintesens Plénitude, de Biofuture, est une association de quatre huiles biologiques** (tournesol oléique, colza, cameline, bourrache), d'une huile marine (issue de poissons gras sauvages) et de vitamine D3, formulée avec l'aide de nutritionnistes sur la base de trois thématiques nutritionnelles qui touchent les seniors : la gestion du risque cardiovasculaire aussi bien pour les hommes que pour les femmes en péri-ménopause ou post-ménopause, l'évolution

de la densité osseuse, ou tout simplement d'être en pleine santé et d'entretenir sa forme au quotidien.

- ✦ **Elle apporte des acides gras** oméga-6 et oméga-3 (dont EPA et DHA) dans un ratio oméga-6/oméga-3 bien inférieur à 4, de la vitamine E et de la vitamine D3 ajoutée afin de favoriser l'absorption intestinale et la fixation osseuse du calcium.
- ✦ **Il s'agit d'une huile** utilisable tous les jours, à chaud comme à froid.
- ✦ **La gamme Quintesens**, qui

comporte deux autres références également bien spécifiques, l'une pour les enfants et l'autre pour les femmes enceintes, a reçu le prix du concours Agropole « stratégie alimentaire » 2011.



Bel Foodservice : apporter des éléments essentiels et du goût dans les recettes pour prévenir la dénutrition

✦ **Bel Foodservice s'est rapproché du Pr Bruno Lesourd**, gériatre-nutritionniste, pour voir comment le fromage pouvait améliorer l'alimentation des personnes âgées. Cela a abouti au développement de La Vache qui rit - Formule plus, un fromage ingrédient

pour la restauration des personnes en institution. ✦ **En s'intégrant au cœur des recettes**, cet ingrédient permet de préparer des plats de différentes textures : entière, haché et mixée [par exemple : poisson, blanquette, rôti de veau, crudités en assaisonnement, soupe]. Sa texture fluide

lui permet de s'intégrer facilement à chaud et à froid. La Vache qui rit - Formule plus permet de réhydrater les mixés, en leur apportant une texture onctueuse pour faciliter la déglutition. Frédéric Dusart, cuisinier, enseignant dans un lycée hôtelier et formateur pour cuisiniers en maisons de retraite, a imaginé 11 recettes avec de La Vache qui rit - Formule Plus, « testées et approuvées » dans des Ehpad. ✦ **À titre de comparaison, La Vache qui rit - Formule Plus**

apporte 5 fois plus de protéines, 9 fois plus de calcium et 15 fois plus de vitamine D que la crème fraîche. L'apport de vitamine D est d'autant plus important que les personnes âgées qui sortent peu n'ont pas d'occasion de synthétiser la vitamine D. « La Vache qui rit - Formule Plus se développe depuis son lancement en 2010 et fidélise ses utilisateurs. En général, ceux qui l'essayent l'adoptent », commente Stéphanie Haring, responsable marketing France Bel Foodservice.



Cérélab : un pain issu d'un long travail de recherche

- ✦ **Lors du Congrès Goût Nutrition Santé 2012 de Vitagora**, Cérélab, filiale d'Eurogerm et Dijon Céréales, a présenté un pain destiné aux seniors. Développé dans le cadre du projet « Farine+ » du FUI en 2007, et labellisé par le pôle de compétitivité Vitagora, ce pain est enrichi en protéines, en vitamines, et en minéraux nécessaires aux besoins nutritionnels de la personne âgée.
- ✦ **Une étude clinique en Ehpad (Etablissement**

d'hébergement pour personnes âgées dépendantes), menée sur 92 personnes, a permis de comparer la consommation d'un pain enrichi vs un supplément nutritionnel, et de montrer le bénéfice de sa consommation sur des personnes à risque de dénutrition. « Les quantités de protéines consommées et d'énergie sont plus élevées avec le pain enrichi. Les analyses de sang montrent une amélioration pour plusieurs paramètres : sélénium,

vitamine D, homocystéine, vitamines B6, B9 et B12 avec la consommation du pain enrichi », explique Francis Bon, docteur en science de l'aliment au CHU de Dijon. Une autre étude clinique menée au CHU s'est terminée en avril 2012. « Ces deux études cliniques vont permettre le dépôt d'un dossier Efsa pour obtenir des allégations de santé auprès des autorités compétentes », explique Malika Mahdi, responsable marketing chez Cérélab.