РОССИЙСКАЯ ДИАБЕТИЧЕСКАЯ АССОЦИАЦИЯ

Аналитический отдел МОО Российская Диабетическая Ассоциаций (РДА М. Богомолова) и Российской Диабетической Газеты на основе анализа публикаций 2017 года на сайте РДА и анализа мировых и российских публикаций предлагает следующий обзор.

Если вы считаете, что 2017 год был бурным годом, 2018 год, скорее всего, ознаменует дальнейшие потрясения в секторе производства продуктов питания. Из-за растущего влияния разрушительных рыночных стартапов на растущую обеспокоенность по поводу необходимости решения крупных проблем, таких как продовольственная безопасность и катастрофический рост неинфекционных заболеваний, таких как диабет и ожирение, компании, принимающие привычные для бизнеса подходы, оказываются под непреодолимым давлением внешних экономических обстоятельств.

По словам Пинара Хосафчи, руководителя отдела упакованного продовольствия в Euromonitor International, рыночные инициативы небольших местных игроков и начинающего бизнеса, выводящие на рынок здоровые продукты с добровольной маркировкой соответствия стандартам организаций, занимающихся проблемами здорового питания, вероятно, установит темпы инноваций в течение следующих 12 месяцев – с урыванием значительной доли от известных брендов в этом процессе.

«2018 год обещает стать годом передела рынков в упакованных продуктах питания из-за вынесения на этикетку дополнительной разрешенной маркировки, подтверждающей преимущества конкретного продукта перед аналогичными, и мы ожидаем много разрушительных инноваций, поступающих от местных игроков в стартовом сообществе,

особенно в области растительного белка, персонализированного питания, коммерции и пищевой технологии диетических и диабетических продуктов. Эти новые начинающие компании и местные игроки будут создавать новые потоки доходов и все чаще воровать долю от крупных традиционных игроков. Поэтому большим игрокам ещё стоящим на ногах ногах нужно придумать инновационные способы поиска более сложных партнерских отношений с нишевыми игроками и с торговыми сетями»,- предсказал Хосафчи.

РДА уже публиковала Рекомендации по выводу на рынок здоровых, диабетических, функциональных продуктов питания.

Крис Тоен, главный технический директор по технологиям в Гиваудане, предложил начинающим
компаниям принять более венчурный подход, когда дело доходит до внедрения инноваций, - и они
использовали это в своих интересах, чтобы получить долю на мировом рынке.

*«Если я смотрю на более крупные компании ... у них есть действующий бизнес для поддержки и
защиты, и это делает вас немного более консервативным, поскольку вы делаете инновации, и вы
проверяете ситуацию немного больше, чем вы могли бы начать, не имея ничего для защиты, но все,
чтобы выиграть»*,- сказал аналитик.

Выступая в кулуарах Европейского института инноваций и технологий (EIT), Тоен предположил, что более мелкие более проворные производители продовольствия могут сосредоточиться на конкретных решениях или задачах, например, диетического и диабетического питания. *«Большие компании смотрят на большие проблемы, но, делая это, они усложняют собственную Проблему собственной неподвижности. НОВООБРАЗУЮЩИЕСЯ компании углубляются в конкретную боль и обеспечивают обезболивающий, решение конкретного рыночного запроса и выигрывают»* . Как и Хосафчи, Тоуэн считает, что эта динамика приведет к увеличению сотрудничества между крупным бизнесом, гибкими стартапами и общественными, научными кругами.
«Все три заинтересованные стороны действительно необходимы для целостного внедрения инноваций , которые будут необходимы в пищевой отрасли»
.

Согласно анализу данных о тенденциях из 188 стран, проведенных международным консорциумом
исследователей, возглавляемым Институтом оценки пищевого рынка и оценки состояния здоровья (IHME) в Вашингтонском университете, в настоящее время 2,1 млрд человек страдают избыточным весом или ожирением, что указывает на неуклонный рост этого сегмента рынка.

«Ожирение - это проблема, затрагивающая людей всех возрастов и любых доходов во всем мире»,
- сказал д-р Кристофер Мюррей, директор IHME и один из основателей исследования Global Burden
of Disease (GBD). *«В течение последних трех десятилетий, ни одна страна не добилась успехов в
снижении уровня ожирения, и мы ожидаем , что ожирение неуклонно будет расти ... если не будут
приняты срочные меры для преодоления этого кризиса в области пищевого производства и общественного здравоохранения».* Предлагаются следующие способы решения проблемы. Будущие инновации в области продуктов питания будут обусловлены необходимостью найти решения некоторых крупных проблем, стоящих перед отраслью.

Производители продовольствия должны будут выполнить двойную задачу по удовлетворению пищевого спроса растущего и стареющего населения. К 2050 году ожидается увеличение до 9,8 млрд. человек. Пищевой промышленности придется решать проблему непосильную к решению системой здравоохранения: эскалацию неинфекционных заболеваний, таких как ожирение и диабет типа 2.

Государство и законодатели всё больше осознают связь между здоровьем, старением и диетой. С ростом потребительского и регулирующего давления пищевой сектор, скорее всего, будет реагировать, сосредоточив свою инновационную мощь на производстве и продаже продуктов, которые будут поддерживать здоровье людей дольше. В России в том числе остро стоит вопрос об увеличении пенсионного возраста.

«Еда - это ваше лекарство в некотором смысле; это помогает людям действовать на пике », - заметил Тхон. *«Пища действительно является центром внимания, здоровья и хорошего самочувствия. Одной из социальных проблем является здравоохранение - стоимость здравоохранения достигла критических экономических значений в*

большинстве стран. Гораздо лучше и дешевле предотвратить болезни и преждевременную смерть, удержать людей на уровне оптимального качества жизни, а также позволить населению «проскользнуть» мимо инвалидности и начать лечение болезней до их начала. Мы хотим обеспечить решения на уровне агропромышленного сектора и пищевой промышленности , прежде чем начать болезни в системе здравоохранения» .

Поддерживая улучшенное здоровье населения и подстегивая растущее регулирующее давление,
пищевой сектор, вероятно, продолжит расширять свои усилия по переформулированию пищевого ассортимента в том числе для торговых сетей.

В то время как снижение потребления сахара в настоящее время находится в центре внимания, циклический характер общественного мнения будет предлагать усилия по сокращению потребления других «злодеев» - например, натрия или трансжиров - будет оставаться важным шагом вперед. Статистические данные в РФ и в мире по этому поводу сильно различаются . Также различаются данные научных организаций сахарной промышленности и здравоохранения
.
Европейские регуляторы используют более жесткий подход к потреблению сахара, чем Россия.

Португалия ввела налог на сахар в прошлом году, в то время как Франция, которая ввела налог на
сахар в 2013 году, запустила скользящую шкалу, предназначенную для наименьшего использования
напитков, содержащих больше сахара. В этом году Великобритания и Ирландия будут вводить сахарные налоги. Регулирующие органы Великобритании утверждают, что уже производители безалкогольных напитков отреагировали на эту угрозу путем пересмотра ассортимента и состава продуктов. Некоторые из законодателей говорят в Великобритании, что правительство может переключить свое внимание на калории в рамках стратегии предотвращения детского ожирения, но никаких официальных шагов в этом направлении не было сделано.

Реформирование пищевой промышленности и агропромышленного комплекса - это не только то, что мы принимаете из продуктов. Улучшение доступа к информации о питании и функциональности продуктов также побуждает компании, которые думают о будущем, взглянуть на то, что можно добавить к рекламно- информационно компании

для поддержки здоровья. Например, продукты с высоким содержанием белка, поддерживающие здоровое старение , будут оставаться важной областью роста продаж.

Реальная проблема в переработке продуктов заключается в том, что это должно быть достигнуто при сохранении качества продукции. Вкус не может быть принесен в жертву на алтаре переформулировки состава и ассортимента. В следующем году, похоже, что пищевая промышленность будет продолжать разрабатывать новые и инновационные ингредиенты, которые обеспечивают захватывающий сенсорный опыт. Во многом благодаря стремлению потребителя жить более здоровой и устойчивой жизнью, мы можем ожидать, что тенденции сокращения потребления мяса продолжат расти в 2018 году.

В 2017 году произошел значительный скачок в числе «флекситариев» - людей, которые потребляют уменьшенные уровни продуктов животного происхождения. Интересно, что данные свидетельствуют о том, что потребители также делают более сложный переход к веганским диетам.
По данным исследовательской фирмы GlobalData, в первом квартале 2017 года 3% британского
населения назвали себя веганами по сравнению с 0,8% в 2014 году. В России термин «флекситарианство» практически не знаком и не привился, веганство также не распространено, но вегетарианцами себя называют всё больше россиян.

«Возрастающее количество веганов и то, насколько модно сейчас выглядит на кухне тот или иной продукт, видят крупныекомпании; количество вариантов веганов будет возрастать как в супермаркетах, так и в ресторанах» , - прокомментировал « потребительский аналитик GlobalData » Ронан Стаффорд. База данных новых продуктов Mintel показывает, что вегетарианские и вегетарианские продукты выпускаются на европейских рынках, таких как Германия, Великобритания и Франция. В 2016 году на Германию приходилось 18% глобальных выпусков веганских продуктов, а пищевые продукты, потребляемые веганами, выросли с 1% новых продуктов страны в 2012 году до 13%.

«Веганизм теперь рассматривается как модный образ жизни», - отметил аналитик по продуктам
питания и напитка Mintel Катя Висам. *«Сегодня, веганские продукты привлекают внимание более
широкой аудитории, а именно мотивация здоровья и этически ведомых, флекси-*

веганских потребителей».

Технологические достижения, скорее всего, нарушат вертикальную цепочку производства и продаж продуктов питания и повысят прозрачность, прогнозирует директор инновационного развития EIT д-р Thorsten Koenig: *«Нам нужно найти способы привести здоровые продукты на вашу кухню»*
, - сказал он.
«Вертикальная пищевая цепь - это классическая модель, которую пищевая промышленность применяла более 50-60 лет, и она хорошо работала. Нам нужно заново пересмотреть нашу цепочку создания стоимости в продуктах питания»
.

Уменьшение потребления мяса и многое другое – тоже современная тенденция.

Такие события, как blockchain, которые начали жизнь в индустрии финансовых услуг, набирают резонанс в пищевой промышленности из-за растущих ожиданий относительно прозрачности. Потребители хотят, чтобы процессоры могли рассказывать истории происхождения продуктов на этикетке. История продукта важна в мире, который все более скептичен, - способность поддерживать эту историю с подтверждёнными данными будет иметь решающее значение.

Цифровые технологии (IT) означают, что потребители ожидают, что у них будут подробные сведения о поставщиках ингредиентов и о процессах производства . Они хотят знать, что там есть реально, где оно выросло, кто сделал это и как и кем продукт был произведен.

Технологический прогресс и оцифровка также могут заново изобрести способ взаимодействия потребителей с потребляемой ими продукцией путем предоставления более личного опыта. Это предлагает производителям продуктов уникальную возможность разместить отдельного потребителя в центре их инновационных усилий. В России пока удаётся отследить, например, судьбу каждой отдельной бутылки водки.

В настоящее время пищевой сектор в значительной степени использует персонализацию для сегментов потребительских групп. Прорывной потенциал персонализированной

технологии производства и маркировки выходит за рамки этого, предположил Кениг.

«Будет больше индивидуального питания. В магазинах будут широко представлены здоровые продукты для людей с диабетом, с повышенным весом, для спортивных людей, но пищевой сектор работает над более индивидуальным питанием. И есть разница между продуктами и питанием: есть разные подгруппы - женщины, беременные женщины, мужчины, работающие за столом должны есть по другому, по сравнению с мужчинами, работающими на фабрике или на земле и т. д. », - предсказал Кениг.

Технология также будет играть ключевую роль в обеспечении более устойчивого производства продуктов питания. Из-за необходимости производить больше продовольствия, используя меньше ресурсов для одновременного решения таких проблем, как изменение климата, утилизация мусора, сохранение экологической чистоты, новые технологии, вероятно, станут ключевой частью решения, как и необходимость государственного просвщения потребителей.

Обсуждению поднятых вопросов будет посвящено заседание 63 Президиума Совета Директоров МОО «Российская Диабетическая Ассоциация» в последние дни работы выставки «Продэкспо 2018» в Москве. Телефоны для связи: +7 920 567 00 55, + 7 495 505 33 99.