Российская Диабетическая Ассоциация уделяет значительное внимание развитию рынка здоровых продуктов питания и ищет партнёров для движения по многим направлениям.

Современные потребители становятся все более сообразительными и искушенными, имея под рукой доступ к постоянно растущему объему информации.

Начитанные и образованные, когда дело доходит до здоровья, они делают выбор, основываясь на надежных источниках новостей и новейших научных достижениях, ориентируясь на то, что влияет на них самих и их семью. Для большинства людей повышение качества своей жизни, а также жизни своих семей занимает важное место в их повестке дня. Во всем мире до 64% потребителей заявляют, что стремятся вести более здоровый образ жизни, делая выбор, который сохранит их здоровье сегодня и снизит риск заболеваний в будущем. Для потребителей в Латинской Америке, Азиатско-Тихоокеанском регионе, на Ближнем Востоке и в Африке этот показатель увеличивается до 95%.1

Потребители все больше ориентируются на здоровье на целостном уровне, и в частности на то, что касается роли иммунитета и взаимосвязи между микробиомом кишечника и иммунным здоровьем. Семь из десяти потребителей признают прямую связь между иммунитетом и здоровьем кишечника, и растет осведомленность о влиянии стресса на самочувствие. Учитывая, что это целостное понимание и качество жизни являются приоритетом, потребители ищут решения, которые поддерживают иммунное здоровье, устраняя первопричину, такую как снижение стресса, в отношении кишечного

микробиома.

Вопрос к производителям заключается в том, как выделиться на переполненном рынке продуктов для укрепления иммунитета? Как они создают рецептуры и форматы, которые удовлетворяют целый ряд специфических потребностей, не забывая при этом об удобстве, вкусе и функциональности – стимулах покупки, столь важных для современного потребителя?

Решение для людей с напряженным и развитым образом жизни

Потребители активно участвуют в принятии решений, основанных на научно обоснованных решениях, которые поддерживают иммунитет. Достижение конкретных целей в области здравоохранения является основной причиной, по которой потребители во всем мире покупают обогащенные и функциональные напитки (71%) и пищевые добавки (60%), что указывает на то, что на насыщенном рынке дифференциация брендов является ключевой. Между тем, почти девять из десяти (88%) потребителей по всему миру говорят, что они читают информацию о питании или дополнительных свойствах на упаковке продукта; 83% читают требования к упаковке и сертификаты; и 79% говорят, что они изучают ингредиенты, используемые в продукте. Потребители хотят не только упорядоченный список ингредиентов, но и продукты, не содержащие каких-либо претензий, поскольку концепция "зеленого" и "чистого" все больше ассоциируется с концепцией позитивного питания.

Кроме того, "индивидуальное" питание особенно важно для потребителей, которые хотят варианты, адаптированные для определенных возрастных групп и областей – например, для здоровья женщин, младенцев, здоровья детей и решений для активного образа жизни. Во всем мире 65% потребителей придерживаются активного подхода к своему индивидуальному здоровью, однако чуть более трети считают, что рынок предлагает питательные продукты, адаптированные к их конкретным потребностям в области здравоохранения. Кроме того, многие из них являются частью семей, состоящих из нескольких поколений, и удовлетворяют многочисленные и разнообразные потребности в области иммунного здоровья.

В качестве всего лишь одного примера возьмем профессиональную пару в возрасте тридцати пяти лет. Заботящиеся о своем здоровье и активно информированные, они играют ключевую роль в иммунном здоровье своих маленьких детей, а также в их

собственном. В условиях плотного графика и ограниченного времени все, что потребляют их дети, должно служить одной, если не нескольким целям. Помимо заботы о своих детях, они удовлетворяют потребности в здоровье их собственных родителей, помогая им вести активную, независимую жизнь самостоятельно. В результате они ищут функциональные продукты, поддерживающие иммунитет, с множеством преимуществ, которые вписываются в их напряженный образ жизни в разъездах, связанный с жонглированием детьми, сложной семейной жизнью и карьерой.

Межфункциональное сотрудничество

Для производителей решающее значение имеет выделение себя из объема продуктов для укрепления иммунитета, уже представленных на рынке. Не менее важно донести ценность преимуществ продукта до конкретных возрастных групп и демографических показателей, чтобы потребители понимали метод действия, могли оценить качество ингредиентов и принять уверенное решение о покупке.

Сочетая вкус, текстуру и питательные свойства с современными продуктами, которые постоянно удовлетворяют потребительский спрос, глобальные и местные команды могут воплотить в жизнь опыт производителей и компаний, предлагая широкий выбор ингредиентов для продуктов питания, напитков и добавок. Будь то переформулировка существующего продукта или внедрение чего-то нового, сотрудничество в области инноваций воплощает идеи в жизнь, одновременно решая проблемы, связанные с переработкой, повышая экологичность или оптимизируя вкус, ощущение во рту и пользу для здоровья.

Наиболее перспективными направлениями представляются следующие:

- продукты богатые селеном, например, индюшатина;

- пекарские дрожжи с бета-глюканом 1-3 / 1-6;

-продукты для психического благополучия, в том числе на основе растения Ашваганда,

поддерживает когнитивное здоровье благодаря клинически изученным преимуществам при стрессе, сне, настроении, энергии и сосредоточенности, дополнительно поддерживая здоровое функционирование иммунной системы;

- Пре Про Сим Пост - биотики (см. Раздел 2 п. 2.14) ; особенно если их легко добавлять в функциональные продукты питания и напитки без изменения состава или вкуса;

- Bacillus subtilis - Благодаря своему защитному внешнему слою этот спорообразующий пробиотический ингредиент остается жизнеспособным в процессе производства и во время транспортировки по пищеварительному тракту для максимальной поддержки здоровья пищеварительной системы. Благодаря сроку годности до 30 месяцев особенно хорошо подходит для пищевых добавок, включая капсулы, таблетки, жевательные резинки и порошки, а также функциональные продукты питания и напитки, соответствующие напряженному образу жизни потребителей.

Lactobacillus fermentum - это укрепляющий иммунитет пробиотический штамм, полученный из грудного молока здоровых матерей. Клинически доказано, что у женщин он поддерживает здоровье груди в период лактации, в то время как у младенцев в качестве ингредиента в молочных смесях помогает поддерживать здоровую иммунную систему, снижая риск инфекций дыхательных путей и диареи.
… и многие другие пищевые ингредиенты.

Пишите 5053399@mail.ru