Международная промышленная академия в г. Москве проводит XI международную конференция «Кондитерские изделия XXI века» 13-15 февраля 2017 г.Сессия по вопросам производства и потребления диетических и диабетических кондитерских изделий пройдет 15 февраля 2017 г. под руководством Почетного члена РДА, д.т.н., проф. Савенковой Т.В., заместителя директора по науке НИИ Кондитерской Промышленности, Президента Союза Производителей Пищевых Ингредиентов где будут обсуждаться многие вопросы , включая выступление Президента РДА М.Богомолова...

Межведомственная стратегия формирования здорового образа жизни населения, профилактики и контроля неинфекционных заболеваний на период до 2025 года. Роль кондитерских изделий. Ожидания потребителей.

М.В. Богомолов, врач психоэндокринолог, диабетолог. МОО «Российская Диабетическая Ассоциация», АНБО «Российская Диабетическая Газета».

По данным Всемирной Организации Здравоохранения (ВОЗ) распространенность сахарного диабета 2 типа (СД2) в экономически развитых странах составляет 4-6% от численности населения, а среди лиц в возрасте старше 60 лет достигает 16%. Объем этого рынка удваивается в среднем каждые 12- 15 лет. На каждого выявленного пациента, стоящего на учете в системе здравоохранения, имеется в среднем около 4 потребителей товаров, еще не знающих о своем состоянии. Лечебные и профилактические мероприятия, включая диетические, направлены на снижение и нормализацию веса тела (массы жировой ткани), нормализацию уровней глюкозы (сахара) в крови, нормализацию артериального давления и уровней липидов (жиров) крови. Для обеспечения специфических потребностей в питании здоровых людей, потребителей предрасположенных к развитию метаболического синдрома, пациентов уже имеющих сахарный диабет производители должны учитывать необходимость снижения калорийности (энергетической ценности) в основном за счет снижения содержания жира, снижения углеводной ценности за счет исключения и замены моно- и дисахаридов в продуктах, снижения потребления хлорида натрия (поваренной соли), глютамата натрия, транс-изомеров жирных кислот и иных избыточно потребляемых компонентов. Требуется обогащение продуктов микроэлементами (хром, селен, цинк, медь и иными), макроэлементами, витаминами, антиоксидантами, компонентами снижающими гликемический эффект (гликемический индекс) продукта (пектины,

клетчатка); пробиотиками и пребиотиками.

В январе 2017 года принята к обсуждению Межведомственная стратегия формирования здорового образа жизни населения, профилактики и контроля неинфекционных заболеваний на период до 2025 года, предложенная Министерством здравоохранения РФ. Стратегия включает в себя элементы стимулирования рынка производства здоровых продуктов питания и методы ограничения распространения условно нездоровых продуктов питания. Осуществляются меры политики, направленные на сокращение воздействия на детей и взрослых маркетинга продуктов питания и безалкогольных напитков с высоким содержанием насыщенных жиров, транс-изомеров жирных кислот, свободных сахаров или соли. Предусмотрено планомерное постепенное увеличение акцизов на табачные изделия и водку, а также подавление производства и реализации нелегального алкоголя; применение ограничительных мер на производство и реализацию продуктов, содержащих повышенный уровень транс-изомеров жирных кислот, и предоставление преференций производителям продуктов здорового питания. Разработку научно обоснованных официальных рекомендаций производителям пищевых продуктов по снижению содержания в них транс-изомеров жирных кислот, свободных сахаров и соли/натрия с определением необходимого темпа снижения и добровольных промежуточных и конечных целей. Резко ограничивается реклама газированных напитков на сахаре, колбасных, кондитерских и иных условно неполезных изделий на центральных телеканалах и в средствах массовой информации (СМИ).

Кондитерские изделия являются наиболее высокоуглеводными и часто высококалорийными. В потребительских представлениях кондитерские изделия «виноваты» в возникновении ожирения, метаболического синдрома и диабета. В марте 2015 года ВОЗ приняла Рекомендации, снижающие рекомендованные нормы потребления моно- и дисахаридов до 10% от должной суточной калорийности питания с рекомендацией дальнейшего снижения до 5%. Рекомендации ВОЗ были основаны на подробном статистическом анализе, подтвердившем рост заболеваемости и смертности от сердечно-сосудистых заболеваний пропорционально росту потребления сахара на душу населения. Среднее годовое потребление сахара на человека в Европе: середина XIX века — 2 кг, 1920 год — 17 кг, 2000-е — 37 кг. После принятия данных рекомендаций правительства ряда стран приняли репрессивные меры в отношении производителей товаров с высоким содержанием сахара. 10-процентный налог на продажу сладких напитков действует и в Мексике. В первый год после его введения потребление напитков упало на 6%. Меры в отношении сладких напитков и кондитерских изделий приняты в Венгрии, США, Великобритании, многих странах Евросоюза. Чаще ограничивается потребление сахаросодержащих продуктов в детских, в молодежных организациях, на предприятиях общественного питания, на предприятиях спортивных сооружений, вводятся дополнительные пошлины и налоги. С другой стороны статистика показывает, что углеводы выступают наиболее экономичным источником энергии. Потребление углеводсодержащих продуктов неуклонно растет в годы экономических

кризисов.

Технический регламент для кондитерских изделий в форме Федерального Закона РФ долго обсуждался в 2008 -2013 г.г., но так и не был принят. В РФ понятие «Кондитерских изделий» определяется разработанным НИИ КП «ГОСТ Р 53041-2008. Изделия кондитерские и полуфабрикаты кондитерского производства. Термины и определения» как:

«Многокомпонентный пищевой продукт, готовый к употреблению, имеющий определенную заданную форму, полученный в результате технологической обработки основных видов сырья - сахара и (или) муки, и (или) жиров, и (или) какао-продуктов, с добавлением или без добавления пищевых ингредиентов, пищевых добавок и ароматизаторов. Кондитерские изделия подразделяют на следующие группы: шоколад, какао, сахаристые кондитерские изделия, мучные кондитерские изделия. Кондитерские изделия - шоколад в порошке, какао-порошок, паста, крем не имеют определенной заданной формы. В кондитерских изделиях и кондитерских полуфабрикатах сахар может быть полностью или частично заменен на подсластитель (для диетических изделий)». Толковый словарь Ожегова по - другому расставляет акценты в понятии «кондитерский»: относящийся к производству сладких пищевых продуктов (сладостей) и торговле ими. Пример: Сахаристые кондитерские изделия (конфеты, шоколад, пастила). Мучные кондитерские изделия (печенье, вафли, торты). «Сладкий» и «сахаристый» в 2017 г. – не одно и то же.

В настоящее время Технические Регламенты Таможенного Союза (ТР ТС) с одной стороны определяют «диабетический продукт», как продукт со сниженным содержанием легко усваиваемых углеводов, не акцентируя внимания на калорийности (энергетической ценности) продукта. Между тем только 10% потребителей с диабетом, а именно с диабетом 1 типа (2,5 млн. человек) учитывают в качестве основного критерия питания углеводную ценность пищи в форме Хлебных Единиц. 1 Хлебная Единица (ХЕ) определяется Стандартом организации (СТО) МОО «Российская Диабетическая Ассоциация» (РДА) как 10 граммов усваиваемых, всасываемых в кровь углеводов. Вынесение количества ХЕ на этикетку «диабетического продукта» не является обязательным в соответствии с ТР ТС, не все производители добровольно выносят содержание ХЕ на этикетку, что создает немало проблем инсулинозависимым пациентам – потребителям кондитерских изделий, так как техниками пересчета владеют далеко не все потребители. ТР ТС разрешают использовать в качестве искусственных подсластителей почти два десятка веществ, но только единственный сахарозаменитель – фруктозу. В составе ХЕ и при назначении дозировок сахаро снижающих лекарственных препаратов от углевода фруктозы учитывается только треть. Поэтому при указании на этикетке в соответствии с Федеральным Законом только общего

содержания углеводов без выделения отдельной строкой фруктозы возможно введение данной группы потребителей в заблуждение. Использование маннита, ксилита, сорбитола, иных компонентов также требует более подробной этикеточной надписи с дополнительным указанием ценности продукта на 100 граммов и указания на возможные побочные эффекты. С другой стороны более 90% потребителей с диабетом, ожирением, метаболическим синдромом, здоровые люди с повышенным весом нуждаются в большей степени в учете и в снижении калорийности питания, а не в учете углеводной ценности пищи. При высоком уровне потребления в РФ жиров и жиросодержащих продуктов роль вклад кондитерских изделий в суточную калорийность питания достаточно спорен.

Предлагаемые стимулирующие меры со стороны государства для производителей кондитерских изделий на основе сахарозаменителей и/или подсластителей в последние годы носили достаточно неоднозначный характер. Получение «государственного» статуса «диабетический продукт» предусматривало определенные налоговые льготы, в том числе по НДС и возможность участвовать в немногочисленных государственных тендерах на закупку специализированной продукции. Но сама сертификация такого рода остается достаточно дорогостоящим, бюрократизированным процессом, что заставляет большинство мелких и средних производителей кондитерских изделий после просчета возможных рыночных последствий отказаться от такой сертификации в силу финансовой нецелесообразности. Крупнейшие торговые сети сократили торговые площади под диетические и под диабетические продукты, что привело к вымыванию из их ассортимента значительного числа SKU соответствующих товаров. Большинство производителей прибегло к самодеятельному в рамках закона изменению этикеточных надписей на грани информационной фальсификации или к применению схем добровольных сертификаций. Последние два десятка лет каждую осень при сборе и продаже урожаев сахарной свеклы в СМИ идет целенаправленная компания по дискредитации использования подсластителей и сахарозаменителей, что приводит к предновогоднему пику продаж кондитерских изделий. а в начале каждого лета перед ростом продаж сладких напитков, мороженого и перед падением продаж кондитерских изделий идут компании, направленные на дискредитацию изделий с высоким содержанием сахара. Заказчиков компаний и в том и в другом случае очень несложно просчитать и проследить. Программы «импортзамещения» способствовали расширению диетического и диабетического ассортимента кондитерских изделий, выпускающихся российскими производителями. В последние годы активно обсуждается роль кофеина в питании: в чае, в кофе, в какао, в кондитерских изделиях. Кофеин был реабилитирован другими рекомендациями ВОЗ как потенциальный канцероген и как фактор риска обострения сердечно сосудистых заболеваний. Суточная порция в 200 – 400 мг кофеина признана полезной или нейтральной для взрослого человека. Для облегчения восприятия потребителя введено понятие «Кофейная Единица» (КЕ), определяющееся как 100 мг биодоступного кофеина в продукте. Обвинения СМИ в адрес кондитерских изделий, как источника избыточного потребления кофеина, например, с шоколадом, неоправданы, так как для потребления 1 КЕ нужно потребить за сутки десятки килограммов содержащих шоколад продуктов, кофе, какао кондитерских изделий, что физиологически невозможно.

Ролевое позиционирование кондитерских изделий с удовлетворением ожиданий как здоровых потребителей, так и потребителей со специфическими запросами при воплощении в жизнь обсуждающейся к принятию «Межведомственной стратегии формирования здорового образа жизни населения, профилактики и контроля неинфекционных заболеваний на период до 2025 года» представляется сложной творческой задачей в том числе для технологов и маркетологов кондитерской промышленности. Можно предложить следующие компромиссные подходы.

Снижение накала рыночных войн между «сахаром» и «сахарозаменителями» представляется целесообразным по нескольким соображениям: и тот и другой продукт (диетический и недиетический) является кондитерским с разницей в содержании компонентов. Кондитерское изделие не должно становиться предметом «охоты на ведьм» в СМИ. Кондитерское изделие – исторически сложившийся компонент любого рациона, включая диетический и диабетический, которое нельзя ни исключить, ни злоупотреблять им. Внимание маркетологов необходимо направить не только на кондитерский продукт, но и на результат взаимодействия продукта с потребителем, на что и делать рекламно- продвиженческие усилия. Особое внимание обращать на обучение потребителя с акцентуацией внимания маркетологов на сладком вкусе и ассоциированных со сладким вкусом ощущениях других рецепторов: музыка релакс, аллегро, минорные тона с ритмом до 60 в минуту; красно-желто-розовые тона; фруктово-цитрусовые оттенки запахов, осязательно гладкие и бархатистые поверхности. Необходим многовариантный дифференцированный подход к этикеточной надписи: «Рекомендовано для регулирования сахара в крови…», «Является источником антиоксидантов», «Содержит 0,02 Кофейных Единицы на 100 граммов», «…не содержит транс-жиров…», «Содержит 5,2 ХЕ на 100 граммов продукта», «Допустимо для лиц с повышенным весом в суточной порции до …. Граммов», «Рекомендовано… после занятий физической нагрузкой…» и иные непротиворечащие медицинской действительности надписи. Осознанное потребление с равновесием между удовольствием и пользой для здоровья – есть основа прогнозирования, технологической разработки, производства, продвижения, позиционирования, отстройки и продаж кондитерских изделий.