

Produkte an aktuelle Konsumententrends ausrichten



Migros und Coop haben den ersten Schritt gemacht: Sie führen bei einzelnen Produkten probeweise den Nutri-Score ein. Dies bedeutet, dass europaweit Zulieferer von Detailhändlern nachziehen müssen. Ein daraus resultierender Produktrelaunch sollte dazu genutzt werden, aktuelle Megatrends in die Weiterentwicklung der Produkte einfließen zu lassen – IMPAG begleitet Sie auf dem Weg der Optimierung Ihrer Produkte.

Nutri-Score Optimierung

Im eigenen Anwendungslabor hat die IMPAG einen Eistee mit industrieller Rezeptur nachgebaut. Der Eistee hat einen Nutri-Score D. Durch eine Zuckerreduktion von 76.6% und die Zugabe von

2.8% löslicher Maisfaser Promitor® 70L konnte der Nutri-Score auf die Bewertung C optimiert werden. Promitor®, welche nicht nur als Ballaststoffquelle sondern auch als Füllstoff agiert, verleiht dem Eistee ein angenehmes

Mundgefühl. Die restliche Süsse wird mit dem Zusatz von Stevia erreicht. Im Blindtest stösst der zuckerreduzierte Eistee auf gleich grosse Akzeptanz wie die Vollzucker-Alternative.

Nutri-Score

Nutri-Score ist ein Tool, um die Ernährungsphysiologie von Lebensmitteln für Konsumenten erleichtert darzustellen. Dafür werden die «negativen» Komponenten berechnet:

- Kalorische Dichte
- Konzentration gesättigter Fettsäuren
- Konzentration Zucker
- Konzentration Natrium

Diese werden ins Verhältnis zu den «positiven» Komponenten gestellt:

- Anteil Obst und Gemüse, Hülsen und Schalenfrüchte, Raps-, Nuss- und Olivenöle
- Nahrungsfasern
- Proteine

Daneben gibt es zahlreiche Ausnahmen und Sonderregelungen, welche zu beachten sind.

Konsumententrends

Gemäss Mintel nimmt der Anteil an Produktlancierungen mit ausgewählter nährwertbezogener Auslobung stark zu. 2019 wurden über 60% mehr Produkte mit dem Health Claim «ohne zugesetzten Zucker» eingeführt

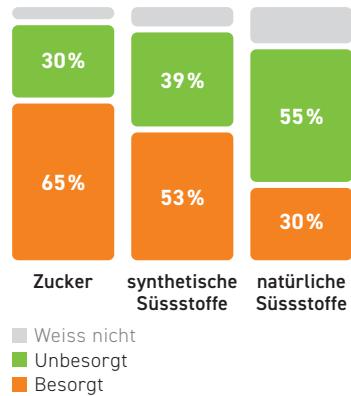


Teamfoto der Business Unit Nutrition & Health

als 2017. Noch stärker zeigt sich diese Entwicklung beim Claim «high/added Protein», mit welchem im selben Zeitraum doppelt so viele Produkte eingeführt wurden. Für den langfristigen Erfolg solcher Neueinführungen spielt neben den Auslobungen auch die Wahl der Rohstoffe eine entscheidende Rolle. Beispielsweise erachten 53% der befragten Konsumenten in Grossbritannien synthetische Süsstoffe (wie z.B. Acesulfam K) als bedenklich. Demgegenüber erachten 55% derselben Befragten Süsstoffe aus natürlichen

Quellen (wie z. B. Stevia) als unbedenklich.

Besorgnis über ausgewählte Zutaten in Lebensmitteln und alkoholfreien Getränken Grossbritannien



Das Team der Business Unit Nutrition & Health besteht aus erfahrenen Lebensmittelingenieuren und Experten mit weitreichender kommerzieller Erfahrung, welche fundiertes technologisches Verständnis, sowie grosses Know-how zu Märkten- und Trends haben. Damit setzen sie gemeinsam mit den Kunden (Einkauf, R&D und Product Management) Ideen zu erfolgreichen «consumer centric» Produkten um. Durch langjährige Partnerschaften mit Lieferanten, dem eigenen Lager in Rothrist, einer ausgeklügelten Logistik und dem Know-how der Handelsexperten kann Ihnen das Team die Rohstoffe zu diesen Lösungen kostenoptimiert anbieten.

Emanuel Hitz
Product & Sales Manager
IMPAG AG



Aligner les produits sur les tendances de consommation actuelles

Dans le laboratoire d'application, nous avons recréé un thé glacé industriel réduit en sucre, en utilisant de la stevia et la fibre alimentaire soluble Promitor 70L et nous avons optimisé ainsi le Nutri-Score par rapport à un produit de référence contenant du sucre passant d'un D à un C.

Nutri-Score est un outil destiné

à faciliter la présentation de la physiologie nutritionnelle des aliments aux consommateurs. À cette fin, les composantes «negatives» sont calculées et mises en relation par rapport aux composantes «positives».

L'équipe Nutrition & Health d'IMPAG AG dispose d'un savoir-faire technologique et commercial

approfondi et d'un large portefeuille de fournisseurs. Combinés à une logistique sophistiquée, elle est en mesure d'offrir à ses clients des matières premières pour les produits de consommation développés conjointement, le tout à un prix optimal.