Nuove tendenze del Product Development: I Functional Foods

Alessandro Santi

Research & Development Division

1 Giugno 2007 Oristano

PREMESSA

- Lo scopo primario della dieta è quello di fornire i principi nutritivi di base necessari a soddisfare le esigenze nutrizionali della persona in modo tale da prevenire malattie e disturbi dovuti alla carenza di certi principi nutritivi.

- Si è arrivati ad affermare che la dieta può aiutare non solo a raggiungere uno stato di salute e di sviluppo ottimali, ma potrebbe anche giocare un ruolo importante nel ridurre il rischio di certi disturbi e malattie.

Fattori che hanno portato all'evoluzione del concetto di alimentazione

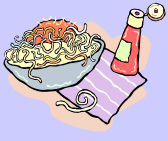
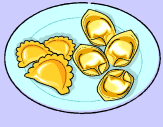
- Aumento delle evidenze scientifiche a sostegno dell'esistenza di uno stretto legame tra alimentazione e salute.

- Aumento del numero degli anziani e della vita media che hanno anche determinato il desiderio di migliorare la qualità della propria vita.

- Aumento dei costi sanitari, fattore strettamente correlato al sempre maggior numero di persone anziane.

neotron group

Il risultato di questa storica evoluzione che si sta verificando attorno agli alimenti ed al concetto di nutrizione è rappresentato da una nuova categoria di prodotti chiamati <u>functional foods</u> o <u>alimenti funzionali</u>.

neotron group

COSA SONO I FUNCTIONAL FOODS?

Un po' di storia…

Il concetto di functional foods ha origine in Giappone nei primi anni '80 in conseguenza a diversi studi demografici che dimostrarono l'allungamento della vita media della popolazione, l'incremento dell'aspettativa di vita e il conseguente aumento dei costi sanitari.
A tale scopo furono finanziati dal governo 86 programmi specifici per la ricerca e lo sviluppo delle funzioni degli alimenti.

Nel 1991 viene introdotto il concetto di alimenti specificamente sviluppati per favorire la salute o ridurre i rischio di malattie e fu coniato il termine FOSHU, cioè " Foods for Specified Health Use".

Come si definiscono i Functional Foods

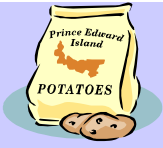
Un alimento può essere considerato funzionale se:

- Dimostra, in maniera soddisfacente, di avere effetti positivi su una o più funzioni specifiche dell'organismo, che vadano oltre i normali effetti nutrizionali, in modo tale che sia rilevante per il miglioramento dello stato di salute e di benessere e/o la riduzione del rischio di malattia.

- Rimane " alimento " come tradizionalmente lo conosciamo, e non si presenta in forma di pillole o capsule.

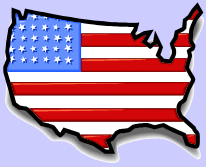
- È dimostrata la sua efficacia nelle quantità normalmente consumate nella dieta.

Una parentesi legislativa



Il Codex Alimentarius definisce che per "Claim" si intende: "Qualsiasi messaggio o rappresentazione, incluse quelle grafiche e simboliche, che stabilisce, suggerisce o implica che un prodotto ha particolari caratteristiche che sono in relazione con la sua origine, proprietà nutrizionali, natura, produzione, modo di lavorazione, composizione ed ogni altra qualità".

La situazione relativa al termine "health claim" invece è molto più complessa e controversa tanto che diverse definizioni sono utilizzate nei diversi Paesi.



Negli Stati Uniti il termine health claim fa riferimento a "qualsiasi espressione messaggio o rappresentazione, incluse quelle grafiche e simboliche, che stabilisce, suggerisce o implica che esiste una relazione tra un certo prodotto o sostanza e la capacità di riduzione del rischio di malattia.

L'Unione Europea, invece, nella direttiva 2000/13/EC, ha stabilito che è vietato attribuire a qualsiasi alimento la capacità di prevenire, trattare o curare uno stato di malattia.

L'Unione Europea (tramite reg. CE 1924/2006) sostiene lo sviluppo di due tipi di claims per gli alimenti funzionali:

1. claims correlati al "miglioramento di una funzione biologica" che fanno riferimento a specifici effetti positivi di un alimento o componente alimentare su specifiche attività fisiologiche, psicologiche e biologiche che vanno oltre il loro ruolo accertato nella crescita, nello sviluppo ed in altre normali funzioni dell'organismo.

2. claim correlati alla "riduzione del rischio di malattia", che riguardano la possibilità di ridurre il rischio di malattia attraverso il consumo di un alimento o di un componente alimentare che potrebbe contribuire alla riduzione del rischio di una data malattia o di uno stato patologico grazie a specifici nutrienti o non nutrienti in esso contenuti.

In Italia la legislazione non fa riferimento con precisione agli alimenti funzionali ma vengono utilizzate leggi generali:

1. la legge di base del settore alimentare, n. 283 del 1962 riguardante le "**norme igieniche nella produzione e la vendita di alimenti e bevande**" . Tale legge regola la produzione e la vendita di sostanze destinate all'alimentazione e sancisce (ordina) il controllo delle varie fasi da parte delle autorità sanitarie competenti;
2. il Decreto Legislativo n. 111 del 1992 " **Applicazione della Direttiva 89/398/EEC, relativa agli alimenti destinati a particolari usi nutrizionali** ". Questa categoria include, fra gli altri, alimenti arricchiti con nutrienti come ad esempio, carboidrati, proteine e vitamine, o con altri tipi di sostanze comprese quelle derivanti da piante, per le quali è prevista notifica di etichetta.

Inoltre recentemente (20-12-06) è entrato in vigore il Reg. CE n° 1925 che norma l'aggiunta di vitamine e minerali agli alimenti e i relativi claims utilizzabili.

IL MERCATO

Inchiesta Pan-European Survey
sugli atteggiamenti dei consumatori nei confronti di cibo, alimentazione e salute
(1997)

L'inchiesta ha rilevato che, in tutti gli stati membri europei, i cinque principali fattori che influenzano le scelte alimentari sono:

Qualità/Freschezza 34.3%
Prezzo 20.0%
Gusto 16.9%
Mangiare cibi sani e salutari 15.8%
Abitudini familiari 13.0%

L'inchiesta ha rilevato che, in tutti gli stati membri europei, le donne e i soggetti più anziani considerano particolarmente importanti gli aspetti salutari nelle scelte alimentari.

Top Ten Global Food Trends

Mega-trends: convenience food and health to double in ten years.
nutraingredients.com, 2006

neotron group

Source :
the International Market of Functional Foods, Letherhead, 2005:

EU + US, Japan, Australia

Global value = € 38,7 bn
Annual Growth = 9,5/7,6 %
Penetration = 1,6 %
Expected penetration = 5 % (in 10 years), eventually 10%

Major categories:

- Breakfast cereals
- Probiotics
- Beverages
- Bakery and Breads

Key ingredients:

- Antioxidants
- PUFA **(acidi grassi polinsaturi es: omega 3, 6 …)**
- Cereals (prebiotics and low GI products)
- probiotics

Cosa risulta essere evidente?

Sempre più spesso il consumatore è attento/critico verso ciò che mangia; sempre più è in grado di mettere in relazione gli ingredienti "critici" con i relativi rischi salutistici, come:

Grassi ➔ Colesterolo

Zuccheri ➔ Glicemia

Valore energetico ➔ Accumulo di grasso (estetica).

QUINDI ....

… diventa sempre più importante/strategico creare prodotti che soddisfino il consumatore sia dal punto di vista edonistico sia salutistico.

"vorrei quello che piace senza quello che preoccupa…"

UN ESEMPIO DI PRODUCT DEVELOPMENT

Il caso dei biscotti

neotron group

Background

L'Azienda…

follower nel proprio segmento

perdita di quote a favore dei marchi più presenti a livello pubblicitario

La marca...

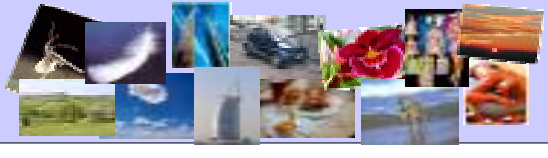
prodotti di elevata qualità/genuinità e vissuti come "artigianali".

Obiettivo

Sviluppare un nuovo prodotto appartenente al mondo "functional" di interesse per il mercato e in grado di modernizzare l'immagine dell'Azienda

Il concetto proposto dall'Azienda

"Un biscotto dalla forma innovativa e con ingredienti che trasmettano salubrità, energia, leggerezza e modernità



neotron group

Obiettivi della ricerca
Indagare in merito a...

- Il vissuto sul mondo "biscotti" (modalità e momenti di utilizzo, benefici ricercati)
- Credibilità della marca nel mercato "functional".
- attese dei consumatori
- interesse del concetto proposto
- tunings per la realizzazione

Metodologia:

Discussioni di gruppo a carattere esteso-proiettivo finalizzate ad esplorare il versante emotivo dell'area "functional starter" e del concetto proposto dall'azienda, unitamente alle implicazioni di immagine per la marca.

Target:

- Residenti a Milano/Roma, r.a.
- classe sociale media/media evoluta
- attenti ad un'alimentazione "sana/equilibrata", e user di biscotti.
- non occupato nelle categorie sensibili
- 50% donne
- 50% 25-40 anni, 50% 41-55 anni

Disegno di ricerca:

Milano

Gruppo 1 (9 younger in totale)
(focus della durata di ca 2 ore)

Gruppo 2 (9 older in totale)
(focus della durata di ca 2 ore)

Roma

Gruppo 1 (9 younger in totale)
(focus della durata di ca 2 ore)

Gruppo 2 (16 older in totale)
(focus della durata di ca 2 ore)

Il flusso della discussione di gruppo...

- Ricognizione generale sul mondo di riferimento
- Costruzione di un concetto ideale
- Esplorazione del concetto proposto
- Individuazione della strada più promettente
- Ottimizzazione della strada più promettente

Risultati...

La marca:

- Nonostante l'elevata qualità associata alla marca unitamente alla percezione di naturalità/genuinità, essa non risulta sufficientemente credibile nel segmento in esame.
- Da ciò la necessità di sviluppare un nuovo brand (in progress).

La forma:

- Legame a forme tradizionali; forme particolarmente ricercate rendono meno credibile,agli occhi del consumatore, il concetto di "salubrità".

neotron group

Risultati...

Il Biscotto deve essere buono

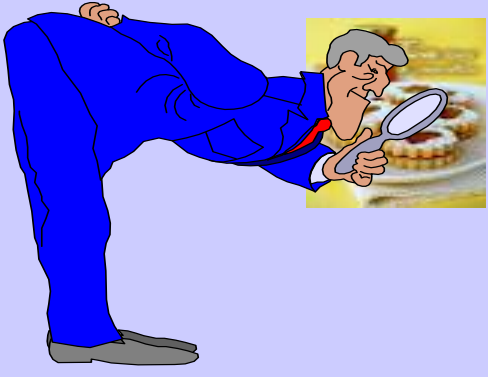
Needs:

"…un biscotto che mi dia energia, ma non mi appesantisca"

"…poco calorico così ne posso mangiare di più/più spesso/mi sentirei meno in colpa "

"…un prodotto che faccia bene"

I Biscotti



Buoni e non solo...

neotron group

Decodifica...

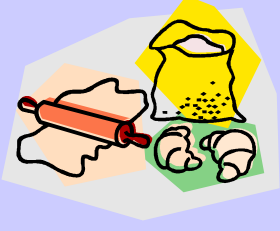
Biscotti a ridotto apporto calorico
(Basso indice glicemico, minerali utili al mantenimento, agenti anticolesterolemici)

- **Biscotti a lento rilascio di energia**
(Indice glicemico bilanciato, minerali utili al mantenimento, agenti anticolesterolemici)

1) Quadratura nutrizionale, ovvero l'analisi nel dettaglio degli ingredienti utilizzati e dei nuovi "functional ingredients" che verranno utilizzati.

neotron group

Si può agire sia sull'impasto sia sulla farcitura



Impasto:

Con la scelta di un opportuno mix di farine si può ottenere un prodotto con un apporto calorico contenuto o, nel caso dei bambini, con un indice glicemico bilanciato. Inoltre aggiungendo all'impasto estratti naturali e/o fibre naturali (prebiotici) si possono apportare al prodotto caratteristiche Funzionali (con i relativi effetti benefici sull'organismo).

Es. di farine: grano saraceno (fibra fermentescibile e antiossidanti, basso indice glicemico), farina di castagne (fibra fermentescibile, k, catechine), farina di farro e di ceci (fibra fermentescibile, basso indice glicemico) farina di orzo/avena (betaglucani, tocoferolo), farina di soia (isoflavoni, fito estrogeni (lignani), farina di mandorle/carote (antiossidanti, fibra fermentescibile, beta carotene),

Es. di fibra prebiotica (Gos, Fos, Arabinogalattani, ß-glucani,ecc)

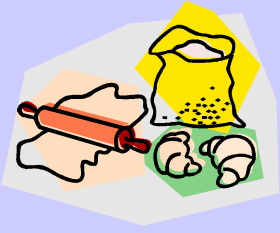
Farcitura:

Per quel che concerne la farcitura si sono integrati alcuni ingredienti classicamente utilizzati a livello industriale (tipicamente emulsionanti/addensanti) con ingredienti con caratteristiche Prebiotiche e Funzionali garantendo al contempo l'effetto addensante/emulsionante. Fatto ciò, in base anche al tipo di farcitura, si sono aggiunte vitamine e sali minerali utili al metabolismo umano. Inoltre si sono aggiunti anche particolari antiossidanti estratti da specifiche piante.

Es di emulsionanti/addensanti prebiotici: gomma di guar,inulina, (numerosi polisaccaridi solubili in quanto tendono a gelificare).

Vitamine/sali minerali/anitossidanti: vit A, tocoferolo, sali di Ca, Mg, K (a seconda del subtarget bimbo/adulto), polifenoli, catechine, isoflavoni, antociani,fitosteroli, ecc.

Inoltre, a seconda del gusto della farcitura, utilizzando gli opportuni ingredienti (gusti classici,mirtillo/fico/cachi, ecc) si vanno ad esaltare ancora maggiormente alcuni benefici o ad introdurne di nuovi specifici.

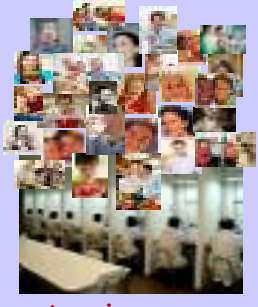


La sinergia dei vari ingredienti individuati porta a realizzare un prodotto con spiccate caratteristiche funzionali modulabili a seconda degli ingredienti/gusti realizzati.
Giocando quindi sui vari ingredienti/gusti si sono create differenti linee di prodotti, rivolte ad altrettanti target: Adulto, Bambino,ecc..

2) Realizzazione delle ricette in laboratorio prima e in impianto pilota poi.

Esempio di parametri da ottimizzare:
Volume della camera/materiali di coibentazione / microonde / infrarossi / combinato / ventilazione / piatto rotante/materiali dello stampo (dovrebbe essere inox, ma molto costoso quindi solitamente i primi sono costruiti in Al)

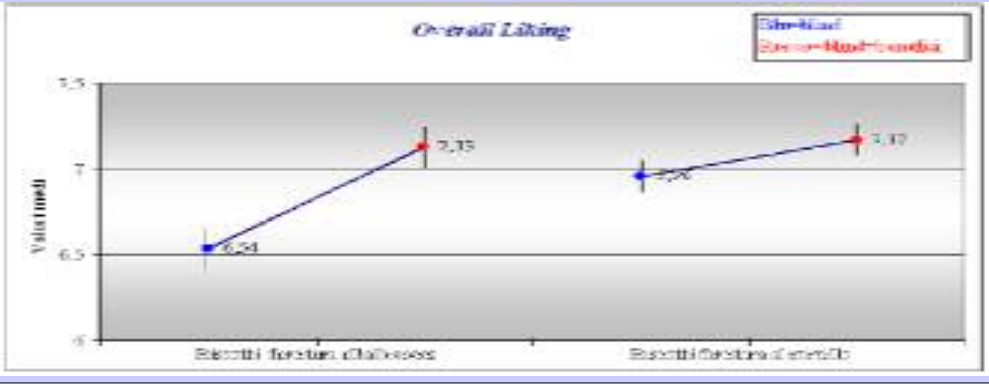
3) Ottimizzazione del prototipi mediante, determinazione analitiche, texturometriche, sensoriali e di mercato.



4) Studio della shelf-life tenendo conto sia dei parametri analitici/microbiologici sia sensoriali/texturometrici.

PRODOTTI	OVERALL LIKING (200 casi Milano/Roma) Blind		OVERALL LIKING (200 casi Milano/Roma) Blind + benefici (ricco in antiossidanti, con fibra prebiotica*)		DIFFERENZA SIGNIFICATIVA (p<0,05)
	media	err. std	media	err. std	
Biscotti farcitura all'albicocca	5,54	0,15	7,13	0,14	Sì
Biscotti farcitura al mirtillo	5,96	0,15	7,17	0,14	Sì

** prebiotico è una sostanza di origine alimentare non digeribile che, se somministrata in quantità adeguata, porta beneficio al consumatore grazie alla promozione selettiva della crescita e/o dell'attività di uno o più batteri già presenti nel tratto intestinale o assunti contestualmente al prebiotico.*



5) Industrializzazione: passaggio da impianto pilota ad industriale.
(Ovviamente sono stati gli esperti di processo 'XX' a coordinare questa fase sempre interagendo con gli specialisti Neotron)

6) Studio del packaging con relativi claims.

Conclusioni:

Nonostante il mercato dei Functional Foods sia in forte espansione non è sufficiente per garantire il successo commerciale di un qualunque prodotto.

Non si puo' confidare solo sul fatto che il mercato faccia da traino.
Fondamentale risulta, infatti, uno studio preliminare del mercato e la successiva decodifica dello stesso.

Grazie per la vostra attenzione!

1 Giugno 2007 Oristano

Stradello Aggazzotti, 104
41100 S. Maria di Mugnano (MO) - ITALY
Tel: +39 059 461711
Fax: +39 059 461777
neotron@neotron.it

Alessandro Santi

1 Giugno 2007 Oristano