

Адаптогены, ноотропы и вещества, такие как ашваганда, лаванда, хмель и L-теанин, популярны среди прогнозистов тенденций в области пищевых продуктов и напитков, однако нормативно-правовая база остается сложной.

Ингредиенты, которые утверждают, что оптимизируют работу мозга, контролируют уровень стресса и улучшают когнитивные способности, вызывают растущий интерес. Однако, поскольку одобрение регулирующими органами заявлений об этих ингредиентах может быть скорее исключением, чем правилом, отрасль стремится лучше понять их назначение и влияние.



© AdobeStock/Gelpi

Инсайдеры отрасли говорят, что необходимы исследования, прежде чем новые когнитивные ингредиенты станут массовыми. Поставщик информации о рынке Mintel говорит, что научное понимание особенно важно для потенциальных новых ингредиентов, таких как псилоцибин, психоделическое соединение обнаруженное в

грибах.

Призывы к когнитивному совершенствованию

В сегодняшнем растущем секторе здоровья и хорошего самочувствия производители продуктов питания и напитков изучают такие термины, как адаптогены, ноотропы и нервины, для продвижения на рынок своих новых продуктов.

Наличие этих маркетинговых сообщений направлено на то, чтобы указать на включение ингредиентов, которые стремятся обеспечить когнитивные преимущества. Интерес потребителей к здоровью, хорошему самочувствию и природе лежит в основе рецептур продуктов питания и напитков, в которых заявлено, что они улучшают умственную работоспособность.

Mintel подчеркивает, что составы, ориентированные на оптимизацию умственной деятельности, являются ключевой глобальной тенденцией в 2023 году. По мере того как взаимосвязям между потреблением и хорошим самочувствием после пандемии Covid-19 больше уделяется внимания, ингредиенты, признанные инновационными, стремятся удовлетворить потребности потребителей в свойствах, улучшающих когнитивные функции.

«Ковид был самым большим тревожным сигналом, который когда-либо видело это поколение; мы не бессмертны, и мы то, что мы едим и пьем, поэтому растения и их преимущества вышли на первый план»

сообщает изданию [Ingredients Network](#) Малв Хайер, директор [Адаптогены](#) — это химические или растительные вещества на растительной основе, которые, как считается, помогают стабилизировать физиологические процессы, позволяя организму восстанавливать баланс и поддерживать его при физическом и умственном стрессе. Ашваганда, священный базилик и лимонник являются примерами адаптогенов в современных пищевых продуктах и напитках.

благополучие. Ромашка, хмель, лаванда и пассифлора — это растительные ингредиенты, которые производители изучают в своих разработках новых продуктов (NPD).

Прозрачность лидирует в коммуникациях производителей

Несмотря на растущий интерес потребителей и промышленности к ингредиентам для когнитивного здоровья, таким как адаптогены, ноотропы и нервины, они остаются нишевыми из-за ограниченных исследований, подтверждающих их потенциал.

Всестороннее и четкое понимание эффективности и эффектов этих ингредиентов необходимы производителям, чтобы максимизировать успех их когнитивно-ориентированных продуктов. Прежде чем эти ингредиенты смогут войти в массовое производство, они должны завоевать доверие. Ингредиенты, которые могут доказать свою способность улучшать концентрацию внимания и производительность, завоевывают долгосрочное признание и прочное доверие потребителей.

Сосредоточение внимания на науке и исследованиях, лежащих в основе этих натуральных и функциональных ингредиентов, жизненно важно для производителей, изучающих когнитивные ингредиенты, такие как адаптогены, ноотропы и нервины. Потребители хотят знать, что выбранные ими продукты оправдают их заявления об улучшении когнитивных функций и общей умственной деятельности.

Бренды продуктов питания и напитков должны быть прозрачными, информировать и обучать потребителей с помощью точной, надежной, последовательной и основанной на фактических данных информации.

источник: