

**Produse fără zahăr
adăugat**



**Noi
sortimente
fara adaos
de zahar**



Definiția zahărului

Zahărul în viața de zi cu zi:

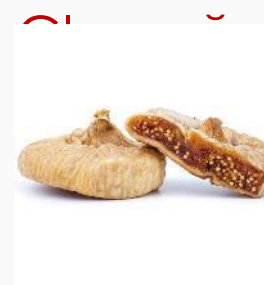
Se referă, de obicei, la zaharoză, care este extrasă din trestie de zahăr sau sfeclă.



Definiția zahărului dpdv nutrițional:

Mono- și dizaharide împreună:

1. Monozaharide



Galactoză



2. Dizaharide

Lactoză



Maltoză



Sucroză



Conținutul de zahăr din alimente



ZAHĂR ADĂUGAT

zaharuri adăugate
alimentelor atunci
când sunt
procesate sau
preparate.

+

**ZAHARURI
NATURALE** care se
găsesc în mod
natural în alimente
precum fructele
sau laptele
(fructoză, lactoză).

=

**TOTAL
ZAHARURI**

De ce avem nevoie de zahăr?



Pentru a susține funcționarea creierului

400 de calorii de glucoză în fiecare zi



Energie

Glucoza este transformată în energie pentru utilizare imediată sau mai târziu



Stimularea dispoziției

Zahărul activează centrul plăcerii



Pe lângă gustul de dulce, rolul zahărului *

PRĂJITURI

Păstrarea umidității și proapețimii

Culoarea miezului și a cojii

Rol de emulsifiant în spumare

Limitarea dezvoltării glutenului

Întârzierea gelatinizării amidonului

O mai bună capturare a aerului

CREME & UMLUTURI

Textură & mouthfeel

Influențarea Aw și Brix -> termen de valabilitate

Scăderea punctului de îngheț

Reținerea umidității și proapețime

Scăderea reologiei și a vâscozității

CIOCOLATĂ

Efect de volum

Textură

Mouthfeel

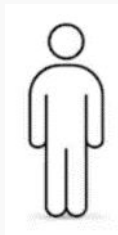


De cât zahăr avem nevoie?

Organizația Mondială
de Sănătate (OMS)
Recomandare fermă:

Aportul de zaharuri:
mai puțin de 10%
din energia totală

62.5 g/zi**



50 g/zi*



Organizația Mondială
de Sănătate (OMS)
Recomandare fermă:

Aportul de zaharuri:
mai puțin de 5% din
energia totală

31.2 g/zi**



25 g/zi*

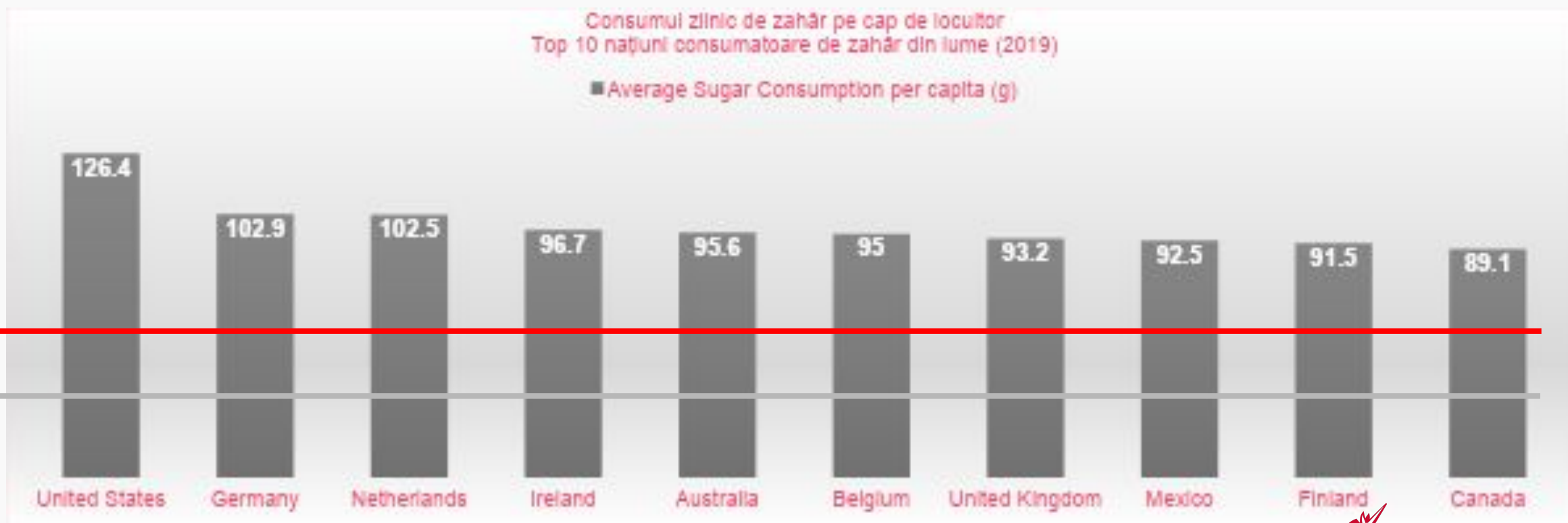


*Bazat pe dieta adultului de 2000 kcal/zi

**Bazat pe dieta adulților de 2500 kcal/zi

Consumul de zahăr / țări

Cu toate acestea, 2/3 din țările din întreaga lume consumă peste maximul de 50 g zahăr pe zi



Riscurile consumului ridicat de zahăr și răspunsul guvernelor și industriei



Obezitate



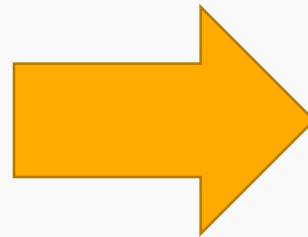
Risc de boli
cardio-vasculare



Diabet



Dezvoltarea cariilor
dentare



Interzicerea
produselor cu
zahăr în automate



Taxe
ridicate pe
zahăr



Reducerea
zahărului ca parte a
politicilor CSR



Reducerea
zahărului ca
USP

3 tendințe cheie privitor la reducerea zahărului

Diete speciale

Consumatorii caută produse care să aibă un **conținut redus de zahăr**, dar **nu în detrimentul gustului**.

Clean(er) label

Consumatorii preferă **etichete curate și clare**, cu ingrediente în principal naturale și pe care le **cunosc** sau le **înțeleg**.

Aprecierea consumatorilor pentru gustul dulce se schimbă.

Un studiu recent a arătat că **56% dintre consumatori** menționează că alimentele din retail sunt „**prea dulci**”.

* Consumer reviews for commercially available food products sold through an online retailer. (Feb 2019)



La ce sunt atenți consumatorii pe ambalaj?

Calories 48

Sugar 47

Fat 42

Carbohydrates 32

Salt 28

Cholesterol 24

Fibre 23

Protein 23



Which of the following nutritional values have you recently looked for on the packaging when buying bread, sweet pastry, cakes, fine patisserie or chocolate products.

BELCOLADE



BELCOLADE
- NO SUGAR ADDED



Fără zahăr adăugat



2 claim-uri posibile:

- Fără zahăr adăugat: zaharurile adăugate sunt înlocuite cu îndulcitori și/sau fibre
- Fără zahăr: toate zaharurile au fost înlocuite cu îndulcitori. Nu mai mult de 0,5 g zaharuri per 100 g

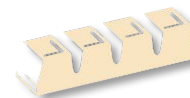
BELCOLADE

Gama Belcolade

No sugar added



Belcolade Selection Lait no
added sugar cu maltitol



Belcolade Selection Blanc no
added sugar cu maltitol



Belcolade Selection Noir
Sugar-free (cu maltitol)





Cremă vegetală sugar-free

Neîndulcită

Recomandată atât în
aplicații dulci, cât și sărate

Potrivită pentru ganache-uri,
aerare creme sau ca decor

Gust cremos, bogat

26% conținut de grăsime

Overrun de 3,5

Performanțe ridicate la
spumare

Stabilitate la congelare -
decongelare

Completăm portofoliul cu
un alt produs Sugar-free



Vă mulțumim!