

Зачем Европе крахмал NOVATION Endura™ 0100, отвечающий требованиям к «чистой этикетке»



Потребители предпочитают пищевые продукты и напитки с «чистой этикеткой»

77%

европейцев считают перечень ингредиентов «важным» или «очень важным» фактором выбора продукта¹



Отсутствие «искусственных ингредиентов» также является важным фактором для²

62% ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В ГЕРМАНИИ
68% ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В СОЕДИНЕННОМ КОРОЛЕВСТВЕ
76% ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В РОССИИ
78% ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В ИСПАНИИ

61%

европейцев утверждает, что любого рода заявления о натуральности продукта побуждают их предпочесть натуральный бренд



Если бы крахмал, отвечающий стандартам «чистой этикетки» выдерживал обработку сверхвысокими температурами, краткосрочную обработку высокой температурой, гомогенизацию и длительную выдержку.

А также обладал устойчивостью к **высоким температурам** и **интенсивному смешиванию**



При производстве таких продуктов • как сладкие кремы, пудинги • соусы • молочные десерты • заправки • супы и готовые блюда



ПРЕДСТАВЛЯЕМ функциональный нативный крахмал **NOVATION Endura 0100** обладающий **повышенной устойчивостью** к обработке

Желаемая текстура продукта выдерживает **экстремальные температуры** и **интенсивное смешивание.**



Продукт сохраняет свои качества на протяжении всего срока хранения при **комнатной температуре**, **в замороженном и охлажденном виде**



Благодаря **чистому вкусу** продукта в маскирующих веществах нет необходимости

➔ Узнайте, как производить **гораздо больше товаров с «чистой» этикеткой**

Свяжитесь со специалистами по «чистой этикетке»

Представительство компании «Ingredion Holding LLC» Россия
+7 (0) 495 786 81 43 | cleanlabel@ingredion.com
Ingredion.com/novationendura

Символы и логотипы NOVATION Endura и INGREDION являются торговыми марками

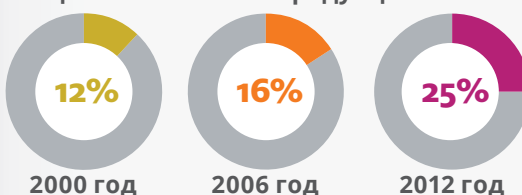
Ingredion.



Запуск продукции с «чистой этикеткой» в 2012 году в процентах от общего числа новой продукции²



Рост числа новой продукции с «чистой этикеткой» за 12 лет в процентах от общего числа новой продукции²



NOVATION Endura

1. Исследование компании Ingredion за 2012 год с участием 300 потребителей в каждой из 6 европейских стран
2. Innova Market Insights, январь-сентябрь 2012 г.