

Édesítőszer – csökkenő fogyasztói bizalom

Az édesítőszer, évtizedek óta népszerű alternatívái a cukornak, különösen azok körében, akik csökkenteni szeretnék kalóriabevitelüket vagy kontrollálni kívánják vércukorszintjüket, a fogyasztók véleménye azonban mindig is erősen megoszlik, ha ezekről van szó – különösen a mesterséges eredetű termékek (szacharin, az aceszulfám-K és a szukralóz) esetében. Az édesítőszer hatását kutató, azokat betegségek kockázati tényezőjeként felvető tanulmányok bizalomvesztést okoznak, ami hosszútávú, strukturális problémát vetít előre, így a minőségi reformuláció tervezése időszerű a gyártók számára.

Édesítőszer iránti növekvő bizalmatlanság okai

Az édesítőszer iránti bizalom megrendülésének hátterében több tényező állhat. Sok fogyasztó általános ellenszenvvel viszonyul az élelmiszerekben található mesterséges adalékanyagokhoz – melyek közé tartoznak a mesterséges édesítőszer is. A „clean label” termékeket fogyasztók – különösen a fiatalabb generációk – előnyben részesítik a természetes, rövid összetevőlistát, és bizalmatlanok a kémiai hangzású, ismeretlen adalékanyagokkal szemben. Ezek hátterében is részben a növekvő egészségügyi aggodalom áll, az édesítőszeret több tanulmányban, többféle egészségügyi kockázattal hozták összefüggésbe az utóbbi időben.

Egy nemrégiben publikált [ausztrál tanulmány](#) azt vizsgálta, hogy a mesterséges édesítőszerrel készült üdítőitalok rendszeres fogyasztása növelheti a 2-es típusú cukorbetegség kialakulásának kockázatát. A tanulmányban 36 608, 40–69 év közötti résztvevőt vizsgáltak, két utókövetési hullámban, melyek során közülük 1782 főben alakult ki cukorbetegség (azokat az eseteket kihagyták, ahol már a felmérés időpontja után röviddel diagnosztizálták a cukorbetegséget, tehát feltehetően már a felmérésnél fennállhatott). A különböző háttérparamétereket figyelembe véve azt találták, hogy az édesítőszeres italok fogyasztása **akár 38%-al is növelheti a cukorbetegség kialakulásának kockázatát**. Ennek lehetséges okai közt felmerült az édesítőszer bélmikrobiomra, metabolikus folyamatokra (pl. glükóz anyagcsere) és hormonális egyensúlyra gyakorolt potenciális hatása, melyeket több kutatás vizsgál. Ugyanakkor a szerzők is kiemelik a fordított okozatiság problémáját: sok túlsúlyos ember éppen azért választ édesítőszeres italokat, mert csökkenteni szeretné a kalóriabevitelét vagy akár mert már eleve fennáll náluk a diabétesz kockázata. Emiatt nehéz egyértelműen kijelenteni, hogy az édesítőszer önmagában okozza a megnövekedett kockázatot, vagy csak jelzői annak, hogy valaki eleve magasabb kockázati kategóriába esik.

Egy másik nemrégiben publikált brazil [tanulmány](#) az édesítőszer agy öregedésére gyakorolt hatását vizsgálta, 8 éven keresztül, ami alapján a csökkentett- és nullkalóriás édesítőszer hosszú távú fogyasztása összefüggött a kognitív hanyatlás gyorsulásával, különösen fiatalabb – 60 év alatti – felnőttekben. Ez felveti a mesterséges édesítőszer és cukoralkoholok lehetséges hosszú távú, negatív hatásait a kognitív funkciókra. A tanulmányban 6 mesterséges édesítőszer esetén - aszpartám, szacharin, aceszulfám-K, eritrit, xilit, szorbit – találtak összefüggést a kognitív hanyatlással, a tesztek

alapján az ezeket napi szinten nagy mennyiségben fogyasztók agya 1,6 évvel gyorsabban öregedett, mint a mesterséges édesítőszert nem fogyasztóké.

A hatás erősebb volt a diabéteszeseknél, de nemkorlátozódott rájuk. A legkisebb napi beviteli csoportba az átlagosan 20 mg/nap fogyasztók estek, a hatás náluk is kimutatható volt, de nem olyan mértékben mint a legmagasabb fogyasztói csoportban esőknél, akik átlagosan 191 mg/nap édesítőszert fogyasztottak – ez napi egy doboz diétás üdítőnek felel meg. A háttérben álló okok még nem ismertek, korábbi tanulmányok utaltak arra, hogy egyes édesítőszerek fogyasztása gyulladásos folyamatok kialakulásához járulhat hozzá az agyban.

Reformuláció

A gyártók eltérő módon reagálnak a felmerülő problémákra. Egyes globális szereplők, mint a PepsiCo vagy a Mondelez a reformuláció mellett tették le a voksukat, új, természetes eredetű édesítőkomponensek bevonásával és kevert édesítési stratégiákkal kísérleteznek. Más márkák – például a Coca-Cola – termékportfóliójuk diverzifikálásával reagálnak, egyes piacokon a cukorral édesített italok visszahozatalával próbálják visszanyerni a fogyasztók bizalmát.

A kihívás kettős: a reformuláció során gyakran változik a termék érzékszervi profilja, miközben a tudatos vásárlók egészségtudatosabb alternatívák felé fordulhatnak, amennyiben a gyártók nem váltják ki vélt vagy valós egészségügyi kockázattal rendelkező termékösszetevőiket.

A fent felvetett problémák közül a keserű utóíz csökkentésére Japán kutatók ígéretes megoldást vizsgálnak: A Tokiói Egyetem tudósai olyan természetes vegyületeket azonosítottak, amelyek képesek blokkolni a keserű ízért felelős receptorokat, ezáltal csökkentve a mesterséges édesítőszerek utóízeit. A kutatás során a borsmenta illóolajából származó (R)-(-)-karvon aroma molekula különösen ígéretesnek bizonyult, mivel amellett, hogy természetes alapanyag, nemcsak hatékonyan gátolja a keserű ízért felelős TAS2R31 és TAS2R43 receptorokat, hanem nem okoz hűsítő hatást sem, ami fontos szempont lehet például citrusos üdítők vagy joghurtok esetében.

Bár a kutatás még korai stádiumban van, és az eredmények in vitro (laboratóriumi körülmények között végzett sejtes vizsgálatok) alapulnak, a felfedezés jelentős előrelépést jelenthet a mesterséges édesítőszerek ízének javításában. A jövőben ezek a természetes összetevők hozzájárulhatnak ahhoz, hogy a cukormentes termékek ízélménye közelebb kerüljön a hagyományos, cukros változatokhoz, ezáltal növelve a fogyasztói elégedettséget és a termékek piaci elfogadottságát.

A jövő útja: transzparencia, edukáció, innováció

A márkák számára a legnagyobb lehetőség az átláthatóságban és a tudatos edukációban rejlik. A fogyasztók egyre inkább elvárják, hogy pontos, közérthető információt kapjanak arról, mit tartalmaz a termék, miért épp azt tartalmazza, és milyen tudományos háttér támasztja alá az összetevők kiválasztását.

Ezzel párhuzamosan a technológiai innováció is kulcsszerepet játszik. A természetes édesítőszerek (mint a stevia, monk fruit, allulóz, tagatóz) és az új generációs, fermentációval előállított ízprofil-optimalizáló megoldások hozzájárulhatnak ahhoz, hogy az egészség és élvezeti érték között ne kompromisszum, hanem egyensúly jöhessen létre.

Forrás: [FoodNavigator](#)

Forrás: [FoodNavigator](#)

Forrás: <https://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-15065893/six-common-sweeteners-rapid-brain-aging-memory.html>