

FMCG trends

NUMER 009 • LATO 2024 • PISMO BEZPŁATNE • ISSN 2543-6147

K A T A L O G B R A N Ż O W Y

LETNIA OFERTA

Ekspozycja produktów

DANIA GOTOWE

Na wyjazd i biwak

KAWA

Smak i aromat

GLOBALNE SMAKI

Trendy w napojach



Ochłoda
na wakacje

Rynek lodów



DOLINA DOBRA

Przechlewo



od 1994

**PRODUKT
POLSKI**

Zacznij dzień lekko i pożywnie



Białe kiełbaski
ŚNIADANIOWE
100% mięsa



Śląskie kiełbaski
ŚNIADANIOWE
100% polskiego mięsa



Pikantne kiełbaski
ŚNIADANIOWE
100% polskiego mięsa



Serowe kiełbaski
ŚNIADANIOWE
ser cheddar + jalapeno



Serowe kiełbaski
ŚNIADANIOWE
ser cheddar



Smakowe kiełbaski
ŚNIADANIOWE
z suszonymi pomidorami

Wydawnictwo

Design Book
ul. Moniuszki 35/1
21-500 Biała Podlaska
Tel./Fax +48 83 342 32 63
www.designbook.pl
info@designbook.pl

Redakcja

redakcja@designbook.pl
Redaktor naczelny: Adam Hordejuk
Redaktor prowadząca:
Monika Pawluk
Dyrektor artystyczny: Rafał Czyżewski
Współpracują:
Magda Baskurzyńska, Łucja Lewandowska,
Paulina Majewska, Magda Pawluk

Korekta:

Monika Pawluk, Magda Pawluk

Reklama:

reklama@designbook.pl
Generalny dyrektor sprzedaży:
Emilia Szafrńska
Dyrektor sprzedaży i dystrybucji:
Katarzyna Uss
DRUK
TVM 2 Sp. z o.o.

Dystrybucja w obiegu zamkniętym.**Wysyłka do firm branży FMCG.**

Redakcja nie zwraca materiałów niezamówionych i zastrzega sobie prawo redagowania nadesłanych tekstów. Wydawca nie odpowiada za treść zamieszczonych reklam.

Wydawca czasopisma ostrzega, iż rozpowszechnianie artykułów redakcyjnych bez zgody wydawcy jest działaniem na szkodę Wydawcy i skutkuje odpowiedzialnością karną oraz cywilną.

Zdjęcie na okładce:

© Shutterstock.com, 9dream studio

Reklamy całostronicowe na stronach:
2, 15, 20, 21, 23, 25, 27, 33, 68.



Wakacyjne trendy

Lato to gorący okres również dla branży FMCG. Producenci, dystrybutorzy oraz handel starają się skonstruować swoje oferty w taki sposób, aby zainteresować produktami różne grupy konsumentów. Działania te przybierają różnorodne formy, od procesu produkcji – wdrażania innowacyjnych technologii i opracowania wyjątkowych receptur, przez marketing i niejednokrotnie wybór nietuzinkowych dróg komunikacji z klientem, aż po ekspozycję asortymentu na sklepowych półkach.

Letnia oferta obejmuje szereg kategorii różnych produktów. Są to m.in. napoje, przekąski, słodczyce, ale również mięsa, wędliny, dania i sałatki gotowe. Wysokie temperatury na zewnątrz sprzyjają organizowaniu imprez na świeżym powietrzu, np. spotkań ze znajomymi przy grillu. Mięsom, kiełbasom, rybam, warzywom, roślinnym zamiennikom i dodatkom na ruszt poświęciliśmy jeden z działów w najnowszym wydaniu Katalogu Branżowego „FMCG Trends”.

Gdy w upalny dzień potrzeba orzeźwienia, jedni sięgają po butelkę wody, inni wybierają lody. Mrożony deser nie dość, że smaczny, to zapewnia szybką ochłodę. Lody impulsowe, rodzinne, w kubekach, rożkach czy na patyku – wybór produktów dostępnych na rynku jest ogromny. W najnowszym wydaniu Katalogu Branżowego „FMCG Trends” sprawdzamy, jakie lody preferują konsumenci. Prezentujemy również trendy konsumenckie. Współczesny kosmopolityczny świat sprzyja kształtowaniu postaw mobilności „bez granic”, globalnego obywatelstwa, międzynarodowej wspólnoty i kulturowej otwartości. Jako społeczeństwo dziś śmiało poruszamy się po świecie, a jako konsumenci – coraz odważniej odkrywamy smaki z różnych jego zakątków. Ten trend możemy obserwować m.in. w branży napojów, w której coraz bardziej zauważalne stają się globalne wpływy.

Zapraszamy do lektury,
Redakcja



Rynek

6 Opakowania interaktywne

8 Jak trend NoLo wpływa na rynek?

28 Chcemy dostarczać wysokiej jakości żywność, produkowaną w odpowiedzialny sposób

32 Przekąski proteinowe

36 Nowe nakrętki w butelkach

40 Bezpieczeństwo żywności

46 Kontrole jakości lodów

48 Wakacyjne przekąski na słodko

50 Kawa na dzień dobry

56 Opakowania po produktach mlecznych wyłączone z systemu kaucyjnego



Grill

- 12** Produkty na grilla
- 14** Drobiowe mięso na ruszt
- 16** Sałatki, sosy i dipy
- 18** Zamienniki mięsa

Wakacje

- 22** Lody impulsowe i rodzinne
- 24** Żywność na wyjazd i biwak

Light & fit

- 58** Czyste etykiety na opakowaniach
- 60** Napoje roślinne – rodzaje i zastosowanie
- 62** Gotowe dania wegańskie
- 64** Powrót do natury i lokalności
- 66** Szybko i smacznie

Prawo

- 52** Lokalna półka
- 55** Sprawdzą pochodzenie żywności

Handel

- 10** Sprzedaż detaliczna
- 26** Ekspozycja letniego asortymentu
- 34** Globalne trendy i smaki
- 38** Powrót niedziel handlowych?
- 44** Wykorzystanie AI w handlu



Opakowania interaktywne

Innowacyjna forma komunikacji z konsumentem

Tekst **Monika Pawluk**
Zdjęcia ©Shutterstock.com

Opakowanie ma znaczenie nie tylko w kontekście wizualnym czy właściwego przechowywania i transportowania produktu. Nowoczesne opakowania stanowią także sposób na komunikowanie się producenta z konsumentem – prowadzenie kampanii marketingowej lub badanie preferencji konsumentów. Dlatego coraz częściej wyposażane są w rozwiązania, które pozwolą szybko zasięgnąć informacji na temat produktu oraz marki. Przykładem takiej technologii są interaktywne opakowania.

Opakowanie ma wpływ na wizualne postrzeganie produktu przez konsumentów. Jego wygląd – forma, szata graficzna i kolorystyka oddziałują także na podejmowane decyzje zakupowe. Oprócz tego opakowanie powinno zapewniać bezpieczne przechowywanie i transport produktu, a co szczególnie istotne w przypadku żywności – gwarantować świeżość oraz odpowiednie warunki dla utrzymania dobrej jakości towaru.

Narzędzia cyfrowe środkiem komunikacji

Nowoczesne opakowania coraz częściej zyskują niebagatelne znaczenie w kontekście promocji produktu oraz marki. Producentom zależy na tym, aby opakowanie wyróżniało ich towar i markę. W tym celu sięgają po różnorodne środki. Do innowacyjnych rozwiązań należą stosowane na coraz szerszą skalę, również w branży FMCG, opakowania interaktywne, w których do komunikacji na linii producent – odbiorca wykorzystywane są narzędzia cyfrowe. Najczęściej są to kody QR umieszczane na etykietach produktów, które po zeskanowaniu przekierowują użytkownika do konkretnego źródła – zazwyczaj na stronę internetową producenta lub do specjalnej aplikacji. Dzięki temu konsument w prosty sposób dotrze do miejsca, w którym znajdzie więcej informacji na temat konkretnego asortymentu oraz marki.

Produkt w szerszym kontekście

Niekiedy, ze względu na bardzo ograniczoną ilość wol-

nego miejsca na opakowaniu, nie jest możliwe umieszczenie wszystkich informacji, jakimi byłby zainteresowany konsument. Producenci żywności zwyczajowo ograniczają się do przekazania najistotniejszych oraz prawie wymaganych danych, za zwyczaj dotyczących składu, wartości odżywczych, pochodzenia produktu. Cyfrowe platformy dają większe możliwości informowania i promocji. Dzięki interaktywnym opakowaniom produkt przestaje funkcjonować „w próżni” – zyskuje szerszy, bardziej sprecyzowany, pełniejszy kontekst.

Opakowania sprzyjające interakcji

Dlatego opakowania interaktywne stają się coraz bardziej rozpowszechnionym sposobem na interakcję klienta z marką. Często kampanie reklamowe oparte są o przekaz rozbudowany wokół pewnego kontekstu, scenariusza, udziału gwiazd świata estrady, filmu czy influencerów. Odesłanie konsumenta do platformy, na której będzie mógł zgłębić historię wokół, której opracowany jest przekaz marketingowy, a także idea powstania samego produktu, pozwala na zainteresowanie odbiorców danym asortymentem. Tego typu narzędzia pozwalają w pewnym stopniu na zaangażowanie konsumentów w interakcję z marką, a tym samym na zbudowanie swego przywiązania do oferty konkretnych produktów.

Angażująca forma komunikacji

Pomysłowość producentów na urozmaicenie kampanii promocyjnej jest nie-



ograniczona. Kody QR umieszczane na etykietach żywności często służą także rozpowszechnieniu informacji na temat okresowej akcji marketingowej. Przykładem takiego działania są konkursy czy loterie, do udziału, w których zdarza się producentom zachęcać swoich klientów.



Uczestnictwo w tego typu zabawach zazwyczaj wiąże się z wykonaniem określonych czynności, w tym zeskanowaniem kodu QR, który przeniesie konsumenta do konkursowej aplikacji, w której np. trzeba podać kod z opakowania czy udzielić odpowiedzi na pytania. Niektórzy producenci za pomocą nowoczesnych narzędzi cyfrowych proponują także odbiorcom ich asortymentu korzystanie z gier, tamigłówek oraz innych interaktywnych materiałów powiązanych z konkretną kampanią marketingową.

Często kody QR umieszczone na opakowaniach produktów spożywczych służą szeroko rozumianej edukacji. Producenci artykułów spożywczych za pośrednictwem prowadzonych w ten sposób kampanii społecznych mogą np. zachęcać konsumentów do podejmowania proekologicznych postaw związanych z recyklingiem lub dbania o zdrowie, odpowiednie nawodnienie organizmu czy dostarczanie mu właściwych składników odżywczych.

Innym interesującym pomysłem na zaangażowanie konsumentów jest oferowanie kuponów i voucherów zniżkowych możli-

wych do zrealizowania po zeskanowaniu kodu znajdującego się na opakowaniu produktu.

Etykieta z odesłaniem do multimediów

Kolejnym przykładem wykorzystania rzeczywistości rozszerzonej w komunikacji z konsumentem przez producentów z branży FMCG jest przekierowanie odbiorcy za pomocą kodów QR z opakowań do platformy internetowej, na której publikowane są różnego rodzaju materiały multimedialne. Mogą to być np. różnego rodzaju filmy z przepisami, również takie, które prezentują etapy przygotowania potraw i deserów na bazie konkretnego artykułu spożywczego.

Co więcej taka „elektroniczna etykieta” pozwala na umieszczenie w przestrzeni cyfrowej dodatkowych informacji oraz odesłanie do nich konsumenta. Na platformie internetowej można szybko i w nieskomplikowany sposób zasięgnąć wiedzy na temat składu produktu, procesu jego wytwarzania, receptury czy pochodzenia.



Atutem zastosowania tego typu innowacyjnych rozwiązań na opakowaniach różnych artykułów jest również możliwość wizualizacji produktów w wersji trójwymiarowej, co pozwala m.in. na sprawdzenie, jak prezentuje się dany towar i czy będzie odpowiadał indywidualnym preferencjom nabywcy. Taka opcja jest szczególnie istot-

na w przypadku podejmowania decyzji związanych z zakupem wyposażenia np. mebli czy sprzętów. Wówczas łatwiej określić czy dany element będzie spójny z domowym wystrojem. Zdarza się jednak, że również przed zaku-

“

Nowoczesne opakowania coraz częściej zyskują niebagatelne znaczenie w kontekście promocji produktu oraz marki. Producentom zależy na tym, aby opakowanie wyróżniało ich towar i markę. W tym celu sięgają po różnorodne środki

pem danego produktu spożywczego konsument korzysta z tego rodzaju rozwiązań, aby dowiedzieć się jak wygląda produkt.

Strategia pozyskiwania informacji

Elektroniczne etykiety mogą stanowić dla producentów metodę do tworzenia bazy wiedzy na temat preferencji konsumentów, które pozwolą na udoskonalanie ofert produktowych. Zdarza się bowiem, że kody QR z opakowania przekierowują użytkownika na stronę internetową z ankietą, w której konsumenci mogą np. wyrazić opinię na temat danego asortymentu, jego opakowania czy dostępności. W ten sposób marki mogą poznać nie tylko oczekiwania klientów względem produktu.

Niejednokrotnie na podstawie danych zgromadzonych na podstawie tego typu badań możliwe jest opracowanie bazy informacji na temat wieku, systemu wartości oraz stylu życia konsumentów. Takie informacje umożliwiają też producentom stworzenie spersonalizowanej oferty, odpowiadającej zapotrzebowaniu konkretnej grupy odbiorców. ♦

Zjawisko NoLo

Jak nowy trend wpływa na rynek napojów bezalkoholowych?

Tekst **Monika Pawluk**
Zdjęcia ©Shutterstock.com

Zjawisko NoLo to silnie rozwijający się w ostatnich latach trend mający wpływ na kategorię piw, win oraz innych alkoholi. Wybór przez konsumentów drinków bezalkoholowych lub zawierających w składzie jego śladowe ilości decyduje również o tym, w jaki sposób kształtuje się rynek tych produktów oraz jak marki komunikują się z konsumentami.

Trend NoLo to nowe zjawisko, na którego rozwój wpływ ma przede wszystkim zmieniający się styl życia. Wkraczający w dorosłość młodzi ludzie z tak zwanego pokolenia „Z” w wieku 16-25 lat, świadomie decydują się na rezygnację bądź ograniczanie spożywania napojów alkoholowych. To znaczy na co dzień i podczas spotkań ze znajomymi, imprez i wielu innych okazji wybierają drinki bezalkoholowe lub o niskiej zawartości alkoholu w składzie. Ma to przede wszystkim związek ze zmieniającymi się wartościami, które są ważne z punktu widzenia tej grupy konsumentów. Nazwa NoLo – to skrót od „now alcohol, low alcohol”.

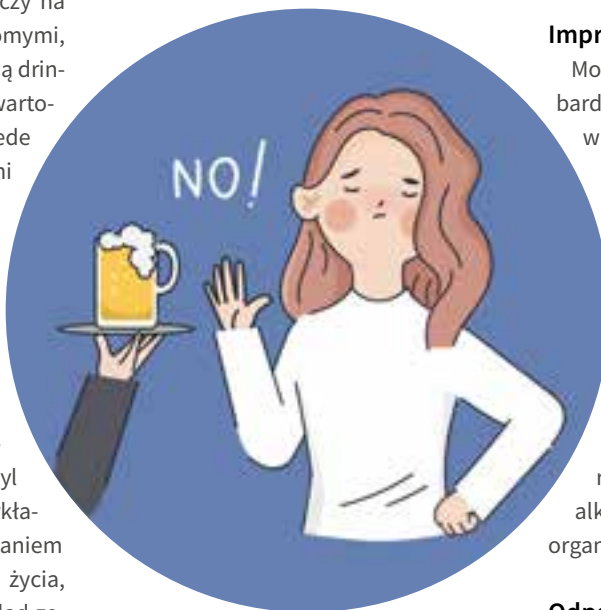
Trend dyktowany troską o zdrowie

Po pierwsze o wyborze takiej postawy decyduje zmieniający się styl życia. Młodzi ludzie dużą uwagę przykładają do kwestii związanych z odżywianiem i zbilansowaną dietą. Aktywny tryb życia, uprawianie sportów, dbałość o wygląd zewnętrzny, wewnętrzny balans i kondycję psychiczną sprawiają, że zwracają też dużą uwagę na jakość spożywanych produktów. Przygotowując posiłki, dobierają artykuły o dobrym składzie, dostarczające organizmowi niezbędną dawkę składników od-

żywczych i witamin. Dlatego też ze swojej diety starają się eliminować niektóre czynniki.

Ekologia a konsumenckie wybory

Kolejną przyczyną tego, że młodzi ludzie coraz rzadziej sięgają po asortyment pro-



centowy, jest również moda na ekologię. Troska o środowisko wyraża się w wielu dziedzinach życia. Oprócz zrównoważonej produkcji dla młodych ludzi istotna jest również proekologiczna postawa producentów.

Wyraz indywidualności

Do innych aspektów zaliczyć można również postawę życiową. Młodzi ludzie często stawiają na indywidualność. Nie mają oporów przed afiszowaniem swoich poglądów. Jeśli dotychczas spożywanie alkoholu podczas różnego rodzaju imprez było uznawane za coś, co wpisywało się w tradycję, to nowe pokolenie niekiedy stara się temu przeciwstawiać. Osoby z młodego pokolenia swoją postawą często chcą pokazać, że wbrew przyjętym w różnych kulturach wzorcom, możliwe są spotkania w gronie znajomych i dobra zabawa również bez alkoholu.

Imprezy i okoliczności w duchu NoLo

Moda na abstynencję staje się coraz bardziej rozpowszechniona wśród osób wkraczających w dorosłość, ale również w grupie osób powyżej dwudziestego roku życia. Ten trend jest obserwowany nie tylko w przypadku imprez, wyjść do klubu, dyskotek, osiemnastek, wyjazdów integracyjnych czy wydarzeń organizowanych na świeżym powietrzu. Zdarza się nawet, że ważne uroczystości takie jak np. wesele, urodziny, rocznice również odbywają się bez napojów alkoholowych i jest to świadomy wybór organizatorów.

Odpowiedź rynku

Rynek napojów bezalkoholowych i niskoprocentowych rozwija się. Producenci także starają się dopasować ofertę swoich produktów do nieustannie zmieniających się upodobań konsumentów. Stale poszerzają swoje portfolio o nowe typy napojów

bezalcoholowych lub o niskiej zawartości alkoholu w składzie w taki sposób, aby odpowiadały zmieniającym się wymaganiom i gustom konsumentów. Bezalkoholowe lub niskoprocentowe piwa, wina, drinki czy gin, to odpowiedź na zapotrzebowanie rynku i młodego pokolenia konsumentów. Wielość smaków i wariantów tego typu trunków pozwala kupującym na wybór odpowiedniej opcji. Część asortymentu jest wytwarzana w taki sposób, aby zachowywała smak, aromat i wygląd napojów alkoholowych, stanowiąc substytuty drinków z zawartością alkoholu.



Wkraczający w dorosłość młodzi ludzie decydują się na ograniczanie napojów alkoholowych. Wybierają drinki bezalkoholowe lub o niskiej zawartości alkoholu

Drinki i koktajle bez alkoholu

W poszukiwaniu alkoholowych alternatyw niektórzy decydują się również na samodzielne wykonanie drinków zero, którymi częstować będą gości podczas np. domowej imprezy czy grilla w ogrodzie. Wówczas także poszukują produktów, z których będzie można przyrządzić napoje, które stanowiąc będą zamienniki dla alkoholowych trunków. Do tego celu stosowane są np. soki, napoje gazowane, lemoniady, słodkie

syropy, wody oraz dodatki np. w postaci cukru trzcinowego czy świeżych lub mrożonych owoców. Składniki są zazwyczaj blendowane, co pozwala na uzyskanie drinka zero w domowych warunkach. Na rynku dostępne są również gotowe bazy do samodzielnego przygotowania takiego wariantu napoju. Młodzi konsumenci gustują zarówno w tradycyjnych, jak i w egzotycznych smakach. Dopasowując je do okazji lub pory roku. Latem sięgają rozmaite owocowe smaki, które łączą np. z dodatkiem kostek lodu bądź mrożonych owoców lub mięty.

Zaangażowanie marek w kampanie społeczne

Takie postawy wpływają na to, w jaki sposób producenci kształtują swoje oferty, ale również w jakim kierunku podążają budując swoje kampanie marketingowe, w celu promocji pozbawionego procentów asortymentu. Jednym z działań marketingowych jest zaangażowanie marek napojów alkoholowych w kampanie społeczne dotyczące chociażby racjonalnego podejścia do picia napojów procentowych. Wymienić wśród nich można np. kampanie przestrzegające przed jazdą pod wpływem alkoholu, przeciwko uzależnieniom czy ilu-



strujące wszelkie zagrożenia, jakie mogą być związane z nadmiernym spożywaniem alkoholu. Tego typu kampanie ukazują, że nieracjonalne picie alkoholu może przyczynić się np. do wypadku, problemów zdrowotnych czy rozluźniania się więzi rodzinnych lub społecznych. Powodować może również kłopoty z pracą i nauką. Te działania mają na celu uświadomienie społeczeństwu o odpowiedzialności oraz fakcie, że każdy samodzielnie decyduje, ile i czy w ogóle powinien spożywać alkohol w danej sytuacji.

Nowy trend na sklepowych półkach

Nowy trend na abstynencję wpływa także na rozwój punktów handlowych, w których można nabyć wyłącznie bezalkoholowy asortyment. Dotyczy to zarówno sklepów stacjonarnych, jak i internetowych. Placówki handlowe, które oferują zakup produktów bez procentów na miejscu, póki co w Polsce powstają w większych miastach, ale niewykluczone, że rosnąca popularność zdrowego stylu życia przyczyni się do tego, że tego typu obiekty będą powstawały również w mniejszych miejscowościach. W związku z większym zainteresowaniem tego typu produktami również branża gastronomiczna, czyli puby, kluby czy restauracje wprowadzają do swojego menu większą gamę napojów bezalkoholowych lub o niższej zawartości alkoholu. I w tym przypadku również wpływ na te działania mają preferencje klientów. ♦



Sprzedaż detaliczna

W kwietniu odnotowano spadek w kategorii żywność i napoje

Tekst **Monika Pawluk** źródło danych: GUS, www.nbp.pl

Zdjęcia ©Shutterstock.com

Sprzedaż detaliczna w cenach stałych w kwietniu 2024 r. była wyższa niż przed rokiem o 4,1% (wobec spadku o 7,3% w kwietniu 2023 r.), poinformował Główny Urząd Statystyczny. W porównaniu z marcem 2024 r. notowano spadek sprzedaży detalicznej o 1,8%. Natomiast w okresie styczeń-kwiecień 2024 r. sprzedaż wzrosła r/r o 5,0% (wobec spadku o 4,8% w analogicznym okresie 2023 r.).

Jak podaje Główny Urząd Statystyczny, w kwietniu 2024 r. znaczny wzrost sprzedaży detalicznej (w cenach stałych) w porównaniu z analogicznym okresem 2023 r. odnotowały podmioty z grup: „pojazdy samochodowe, motocykle, części” (o 33,8%), „pozostałe” (o 29,7%), „paliwa stałe, ciekłe, gazowe” (o 11,9%). „Przedsiębiorstwa zaklasyfikowane do grupy o największym udziale w sprzedaży detalicznej „ogółem” – „żywność, napoje i wyroby tytoniowe” wykazały spadek o 6,8%, co było spowodowane m.in. wcześniejszą datą Świąt Wielkanocnych w 2024 r.” – podaje GUS.

Wyższa wartość sprzedaży detalicznej

Natomiast w kwietniu 2024 r. w porównaniu z kwietniem 2023 r. notowano wyższą wartość sprzedaży detalicznej przez Internet w cenach bieżących (o 14,2%). „Udział sprzedaży przez Internet w sprzedaży „ogółem” zwiększył się w kwietniu 2024 r. w porównaniu z analogicznym okresem roku poprzedniego z 8,1% do 8,8%. Spośród prezentowanych grup o znacznym udziale sprzedaży przez Internet wzrost udziału raportowały przedsiębiorstwa z grup: „tekstylia, odzież, obuwie” (z 20,0% przed rokiem do 23,1%), „prasa, książki, pozostała sprzedaż w wyspecjalizowanych sklepach” (odpowiednio z 21,5% do 22,4%) oraz „meble, rtv, agd” (z 15,7% do 16,3%) – informuje GUS.

Według danych GUS „po wyeliminowaniu wpływu czynników o charakterze sezonowym sprzedaż detaliczna w cenach stałych w kwietniu 2024 r. była o 3,5% niższa w porównaniu z marcem 2024 r.”.



Inflacja bazowa w maju

Natomiast Narodowy Bank Polski 17 czerwca opublikował comiesięczny komunikat o wskaźnikach inflacji bazowej w maju 2024 r. „W relacji rok do roku inflacja: po wyłączeniu cen administrowanych (podlegających kontroli państwa) wyniosła 2,4 proc., wobec 2,3 proc. miesiąc wcześniej; po wyłączeniu cen najbardziej zmienionych wyniosła 3,1 proc., wobec 3,5 proc. miesiąc wcześniej; po wyłączeniu cen żywności i energii wyniosła 3,8 proc., wobec 4,1 proc. miesiąc wcześniej; tzw. 15-proc. średnia obcięta, która eliminuje wpływ 15

proc. koszyka cen o najmniejszej i największej dynamice, wyniosła 3,0 proc., wobec 3,0 proc. miesiąc wcześniej” – czytamy w informacji opublikowanej na stronie internetowej NBP.

Wskaźniki inflacji bazowej

Narodowy Bank Polski co miesiąc wylicza cztery wskaźniki inflacji bazowej, co pomaga zrozumieć charakter inflacji w Polsce. „Wskaźnik CPI pokazuje średnią zmianę cen całego, dużego koszyka dóbr kupowanych przez konsumentów. Przy wyliczaniu wskaźników inflacji bazowej analizie są poddawane zmiany cen w różnych segmentach tego koszyka. To pozwala lepiej identyfikować źródła inflacji i trafniej prognozować jej przyszłe tendencje. Pozwala też określić, w jakim stopniu inflacja jest trwała, a w jakim jest kształtowana np. przez krótkotrwałe zmiany cen wywołane nieprzewidywalnymi czynnikami” – czytamy w komunikacie NBP.

Najczęściej stosowanym w różnego typu analizach wskaźnikiem jest wskaźnik inflacji po wyłączeniu cen żywności i energii. „Pokazuje on tendencje cen tych dóbr i usług, na które polityka pieniężna prowadzona przez bank centralny ma relatywnie duży wpływ. Ceny energii (w tym paliw) są bowiem ustalane nie na rynku krajowym, lecz na rynkach światowych, czasem również pod wpływem spekulacji. Ceny żywności w dużej mierze zależą m.in. od pogody i bieżącej sytuacji na krajowym i światowym rynku rolnym” – wskazuje w komunikacie NBP. ♦

Grill



Produkty na grilla

Mięso, wędliny, ryby, warzywa i dodatki



Tekst **Monika Pawluk**
Zdjęcia ©Shutterstock.com

**Producenci oraz handel dużą uwagę przy konstruowaniu każdej oferty przywiązują do trendów konsumenc-
kich. Preferencje oraz wybory klientów sklepów mają
również znaczący wpływ na przygotowywanie asor-
tymentu pod okresy wiosny i lata, kiedy popularnym
sposobem na spędzanie wolnego czasu są spotkania
z rodziną lub znajomymi przy grillu. Sprawdzamy, bez
jakich produktów spożywczych nie mogą odbyć się tego
typu imprezy organizowane na świeżym powietrzu.**

Pierwsze dni maja i przypadające w tym okresie dni wolne od pracy i szkoły są zazwyczaj początkiem sezonu grillowego, który przy utrzymywaniu się dobrych warunków atmosferycznych trwa w Polsce nawet do września. W tym okresie popularnym sposobem na spędzanie wolnego czasu staje się organizowanie spotkań w ogrodzie czy na tarasie, podczas których spożywane są potrawy upieczone na ruszcie, przyrządzone z dostępnej w tym czasie oferty artykułów. Asortyment na grilla jest bardzo bogaty. Wybierać można spośród różnego

rodzaju produktów, które uwzględniają preferencje żywieniowe konsumentów, również w zakresie diet.

Gotowe na ruszt

Popularnym segmentem są produkty gotowe: bejcowane, przyprawione i zamarynowane mięsa. Zainteresowaniem cieszą się przygotowane do grillowania ryby czy warzywa, które wystarczy wyjąć z opakowania i położyć na ruszcie. To dobry sposób w przypadku wyjazdowego grilla oraz doskonała opcja dla zapracowanych lub osób, które niekoniecznie lubią poświęcać

czas na kuchenne czynności. Tego typu asortyment dostępny jest zarówno w ofercie marketów, jak i małych formatowych placówek handlowych.

Wśród chętnie wybieranych produktów gotowych na grilla są różnego rodzaju szaszłyki mięsne, ale również warzywne. Cenione przez konsumentów są również różne rodzaje mięs przyrządzone na ruszt, np. skrzydełka i udka z kurczaka, karkówka, golonka, boczek, żeberka przyprawione, w ziołach lub zamarynowane. Niektórzy producenci, wychodząc naprzeciw zapotrzebowaniu na tego typu asortyment, w swojej ofercie mają również zestawy, w których znaleźć można różne typy produktów.

Wśród gotowych dań na grilla chętnie wybierane są również burgery czy steki z mięsa drobiowego, wieprzowego lub wołowego. Segmentem produktów na grilla, który w ostatnich latach rozwija się, są zamienniki mięsa – produkty wegańskie i wegetariańskie. Alternatywą dla mięsa często są roślinne burgery czy sojowe kotlety.

Tradycyjne podejście do grillowych kulinariów

Pomimo ogromnego wyboru produktów gotowych, są osoby, dla których szczegól-

nie ważne jest samodzielne przygotowanie dań do grillowania. Tradycjoniści nie wyobrażają sobie grilla bez mięsa upieczonego na ruszcie, które wcześniej kilka godzin spędziło w marynacie przygotowanej według własnej receptury. W przypadku tych konsumentów istotną kwestią będzie zakup odpowiedniego mięsa oraz wędlin do grillowania. Warto przy tej okazji wspomnieć o tym, na jakie względy zwracają uwagę konsumenci przy zakupie mięsa. Istotną kwestią dla osób spożywających mięso jest jego pochodzenie. Ta kwestia nie jest pojmowana tylko w kontekście kraju czy konkretnego zakładu produkcyjnego. Z punktu widzenia współczesnego konsumenta istotny jest również dobrostan zwierząt, od których pochodzi mięso, to znaczy, w jakich warunkach odbywała się hodowla. Duże znaczenie ma również zrównoważony rozwój, czyli ekologiczna produkcja odbywająca się z poszanowaniem środowiska oraz zasobów naturalnych.



W przypadku wielu wyborów zakupowych istotnym wyznacznikiem jest również cena, choć w przypadku organizowania uroczystości dla swoich bliskich Polacy przywiązują dużą uwagę do jakości produktów spożywczych, które będą serwować gościom. Dlatego nawet w czasach rosnącej inflacji są w stanie sięgnąć po asortyment lepszej jakości, aby zadowolić gusta smakowe współbiedniaków.

Grillowe bestsellery

Pod względem wędlin odpowiednich do grillowania prym wiedzie oczywiście kiełbasa, która pojawia się praktycznie w każdym koszyku zakupowym kompletnym na tego typu okoliczność. Najczęściej są to produkty wytwarzane z wieprzowego mięsa, w zależności od preferencji, o średnio lub grubo rozdrobnionej konsystencji. Popularnym wyborem jest również kaszanka, która serwowana na gorąco z rusztu stanowi urozmaicenie grillowego menu.

Szeroki wybór rodzajów mięs również pozwoli na przygotowanie na grillu wielu smacznych potraw. W zależności od upodo-

w ofercie sklepów. Do wyboru mamy zarówno całe ryby, jak i gotowe filety. Mięso, przyprawione lub zamarynowane, wystarczy położyć na ruszcie. Jeśli przyjrzeć się gatunkom, które najczęściej wybierane są na grilla, są to przeważnie ryby tłuste – tuńczyk, łosoś lub makrele.

Gama grillowych dodatków

Udany grill to nie tylko smaczne mięso, wędliny, ryby, warzywa czy mięsne zamienniki. Potrawy na gorąco z rusztu zawsze serwowane są z odpowiednimi dodatkami. Żeby grillowane mięso nabrało bardziej wyrazistego smaku, można urozmaicić je dodatkami w postaci musztardy, ketchupu czy różnego rodzaju gotowych sosów. Tego typu produkty dostępne są w słoikach, ale również w plastikowym opakowaniu, które umożliwia łatwe rozprowadzenie kremowej konsystencji po potrawie. Wśród sosów preferowanych na grilla są tradycyjne produkty przygotowane na bazie majonezu lub jogurtu z dodatkiem ziół czy warzyw, ale również bardziej egzotyczne warianty.

Potrawy z grilla zazwyczaj spożywane są razem z pieczywem. Zdarza się, że także bagietki czy chleb po odpowiednim przygotowaniu – np. przyprawieniu ziołami – trafiają na ruszt. Tego typu imprezy nie mogą się obejść również bez sałatek, które stanowią doskonały dodatek do mięsnych potraw. Wygodnym i szybkim rozwiązaniem jest sięgnięcie po gotowe produkty – np. sałatki czy surówki w formie lunchboxa – opakowania, w którym znajduje się mieszanka sałat, warzyw oraz dodatków w postaci sera typu śródziemnomorskiego, dipu lub sosu. Wystarczy zmieszać ze sobą wszystkie składniki i rozkoszować się wspólnym czasem w gronie rodziny lub przyjaciół. Tego typu asortyment także znajdziemy w każdym markecie czy mniejszych placówkach handlowych. ♦

mięs wieprzowych niekwestionowaną królową serwowaną obowiązkowo przy tego typu okolicznościach jest karkówka. Na liście hitów na grilla można wymienić także boczek, żeberka czy steki, np. z szynki wieprzowej.

Alternatywne produkty

Alternatywą dla mięsa na grilla mogą być również ryby. Tych również nie brakuje

Drobiowe mięso na ruszt

Czym kierują się konsumenci wybierając asortyment na grilla?

Tekst **Monika Pawluk**
Zdjęcia ©Shutterstock.com

Nie tylko kielbasa i karkówka królują wśród konsumenckich wyborów dotyczących asortymentu na grilla. Popularnością cieszy się również mięso drobiowe. Przyprawione lub zamarynowane podudzia, skrzydełka czy filety z kurczaka często trafiają na rozgrzany ruszt.



Polska jest czołowym producentem oraz eksporterem mięsa drobiowego w Europie i na świecie. Nie powinien zatem dziwić fakt, że mięso z kurczaka czy indyka dosyć często pojawia się w codziennej diecie Polaków pod różnymi postaciami. Oprócz wieprzowiny czy wołowiny stanowi jeden z popularniejszych produktów odpowiednich na grilla. Dlaczego mięso drobiowe często pojawia się na stołach? Cenione jest nie tylko za smak i walory kulinarne. Powszechnie drób uznawany jest za najchudszy oraz lekkostrawny rodzaj mięsa. Właściwa obróbka drobiu sprawia, że mięso jest soczyste, kruche i aromatyczne. Stanowi również cenne źródło białka, witamin oraz składników odżywczych. Poza tym daje szerokie możliwości wykonania różnorodnych potraw.

W przypadku asortymentu na grilla mięso drobiowe również występuje w wielu odstonach. Najczęściej na ruszt trafiają udka i skrzydełka, popularnością cieszą się również filety z piersi kurczaka lub indyka, które grillowane są zarówno w formie pokrojonych i przyprawionych płatów, ale również jako jeden ze składników szaszłyków, w połączeniu np. z warzywami.

Trend na gotowe produkty

Natłok codziennych obowiązków, długie godziny spędzane w pracy nie zawsze sprzyjają temu, aby wygospodarować wolny czas, który można poświęcić na kompleksowe przygotowanie mięsa na grilla. Tym bardziej że niejednokrotnie jest to

długotrwały proces, ponieważ mięso trzeba odpowiednio przyprawić lub na kilka godzin umieścić w samodzielnie wykonanej marynacie. Osoby, które nie posiadają zdolności kulinarnych lub pochłonięte są wykonywaniem zbyt wielu codziennych zadań, chętnie sięgają po gotowe produkty, które wystarczy wyjąć z opakowania i umieścić na ruszcie celem grillowania. Aktywny styl życia współczesnych społeczeństw wpłynął zatem na rozwinięcie się również w segmencie asortymentu na grilla popytu na gotowe produkty. Ten trend dostrzec można również w przypadku drobiowego mięsa przeznaczonego na ruszt. Na rynku dostępny jest szereg produktów bejcowanych, przyprawionych ziołami lub uprzednio zamarynowanych. Producenci tworzą własne receptury marynat, tak aby smak drobiowego mięsa po upieczeniu odpowiadał preferencjom żywieniowym szerokiego grona konsumentów.

Przyprawy do grillowania

Równie rozbudowany jest segment mieszanek, ziół i przypraw odpowiednich do przygotowania drobiowego mięsa do grillowania. Produkty te używane są do samodzielnego przyrządzania mięsa na grill. Wśród różnorodnych mieszanek cenione są zarówno tradycyjne, ziołowe, jak i smaki zaczerpnięte ze światowych kuchni. Popularnymi przyprawami używanymi do wzbogacenia walorów kulinarnych drobiowego mięsa są np. cur-

ry, czerwona papryka, chili, oregano, czosnek, pieprz czarny, zioła prowansalskie a nawet miód. Bogactwo rodzajów przypraw i ich mieszanek pozwala na dopasowanie smaku do indywidualnego gustu. Produkty te różnią się między sobą nie tylko recepturą i walorami kulinarnymi, ale również opakowaniami i ich formatami. Najpopularniejszy asortyment przypraw to produkty pakowane w torebki wyposażone w zamknięcie strunowe. To praktyczne rozwiązanie, przydatne szczególnie w przypadku opakowań większych formatów. W ten sposób przyprawy utrzymują dłużej świeżość, nie wietrzeją i nie ulegają zawilgoceniu, przez to można z powodzeniem stosować je wielokrotnie. Podobną funkcję spełniają wykonane z tworzywa sztucznego lub szkła opakowania w formie przyprawników. Nadają się do transportu, dobrze prezentują się w przestrzeni kuchni.

Urozmaicające sosy

Drobiowe mięso dobrze komponuje się smakowo z różnego rodzaju sosami i dipami. Na rynku dostępnych jest bardzo wiele różnorodnych produktów, które urozmaicą grillowaną potrawę z kurczaka czy indyka. Jeśli chodzi o tego typu dodatki do mięs konsumenci cenią produkty o lekkiej, kremowej konsystencji, produkowane na przykład na bazie jogurtu naturalnego z dodatkiem ziółowych przypraw. Do drobiowego mięsa pasują też sosy o bardziej egzotycznych smakach, dlatego takie warianty również są chętnie wybierane przez konsumentów.

Konsumenci bardzo często poszukują w sklepach produktów do samodzielnego wykonania sosu do mięsa lub sałatki, która stanowić będzie doskonały dodatek do grillowanej potrawy z drobiu. Na liście tych zakupów znajdują się majonezy – tradycyjne, ale coraz częściej również typu light. Ulubioną bazą do stworzenia własnego

sosu do drobiu jest jogurt naturalny. Popularne są również produkty typu skandynawskiego lub greckiego. Jako inne dodatki do sosów, w celu urozmaicenia smaku potrawy z grillowanego kurczaka chętnie stosuje



wanymi składnikami są na przykład musztarda i miód.

Warzywa wybierane do drobiowych dań z grilla

Drobń dobrze smakuje w towarzystwie warzyw, dlatego często grillowany jest z takimi dodatkami. Warzywa stanowią składnik drobiowych szaszłyków i gdy konsumenci

Na rynku dostępny jest szereg produktów przyprawionych lub zamarynowanych. Producenci tworzą własne receptury marynat, tak aby smak drobiowego mięsa po upieczeniu odpowiadał preferencjom konsumentów

szukają warzyw, które idealnie skomponują się z drobiem, zazwyczaj wybierają: cukinię, bakłażan, paprykę, cebulę, ziemniaki. Chętnie sięgają również po dodatki ze światowych kuchni, na przykład śródziemnomorskie oliwki.



Innym popularnym dodatkiem stosowanym m.in. do grillowanego mięsa drobiowego są warzywa konserwowe, marynowane i kiszonki. Tego typu asortyment obfituje w produkty różnych kategorii. Cenione są ze względu na to, że stanowią bogate źródło witamin i składników odżywczych. Nadają się do przygotowania zdrowych sałatek, jak i dodatki do potraw. Konsumenci do grillowanego drobiu najczęściej wybierają ogórki konserwowe, które występują w tradycyjnej odsłonie, ale również w nietypowych zalewach czy z niestandardowymi dodatkami smakowymi. Wśród tego typu produktów kupowanych na grilla wymienić można również konserwowe: paprykę, pomidory, kukurydzę, groszek, fasolę, z których można np. przyrządzić ulubioną sałatkę. Wielość rodzajów i formatów stoików oraz puszek, w których pakowany jest ten asortyment, pozwala wybrać dogodne rozwiązanie.

Miejsce zakupów

Jeśli przyjrzeć się kwestii, gdzie konsumenci najczęściej dokonują zakupów mięsa drobiowego na grilla, to pod względem produktów gotowych często korzystają z oferty supermarketów, ze względu na szeroki wybór asortymentu. W przypadku świeżego mięsa – są to stoiska z ladą mięsną w marketach i sklepach lokalnych. ♦

Sałatki, sosy i dipy

Urozmaicone menu na grilla

Tekst **Monika Pawluk**
Zdjęcia ©Shutterstock.com

Grillowane mięso, ryby, warzywa czy roślinne zamienniki często serwowane są w towarzystwie smacznych dodatków, które doskonale komponują się z konkretną potrawą oraz nadają daniu charakter. Do dodatków odpowiednich na grilla i nie tylko zaliczyć można sałatki, sosy i dipy.

Sałatki, sosy, dipy czy sery stanowią doskonałą przekąskę, którą można serwować pomiędzy grillowanymi potrawami. Dlatego często są wybierane jako dodatki, które można podawać podczas spotkań w gronie rodziny lub znajomych na świeżym powietrzu.

Sałatki cenione są za moc witamin oraz świeży smak. Podawane są jako samodzielne danie, ale również jako dodatek do potraw, na przykład mięs przyrządzanych na grilla. Do ich wykonania często wybierane są gotowe zestawy różnego typu sałat czy mieszanki pokrojonych warzyw. To proste rozwiązanie, dzięki któremu szybko można stworzyć sałatkę, bez potrzeby kupowania oddzielnie tych składników. Równie wygodnym sposobem na szybką sałatkę na grilla, do którego przychyliła się wielu konsumentów, są gotowe sałatki w formie lunchboxów, gdzie oprócz miksów różnych sałat w opakowaniu znajdują się również

inne dodatki takie jak sos, przyprawy, oliwki czy sery typu śródziemnomorskiego. Odpowiednio skomponowane składniki tworzą danie w określonym stylu, np. greckim, włoskim, meksykańskim.



Surówki: gotowe czy ze świeżych warzyw?

Innym równie chętnie kupowanym rozwiązaniem z kategorii produktów gotowych są surówki, których wybór na rynku jest bardzo szeroki. Asortyment z kiszonek, konserwowych oraz świeżych warzyw trafił w wiele gustów, stanowi też ważne źródło witamin w codziennej diecie. Dlatego oprócz urozmaicenia zwykłych posiłków,

pojawiają się również jako częsty dodatek do dań serwowanych z grilla. Konsumenci, którzy są wierni tradycji również w kuchni, każde danie, szczególnie na wyjątkowe okazje, lubią wykonać samodzielnie. Wówczas wybierają świeże warzywa. Przygotowują z nich smaczne i zdrowe sałatki, którymi częstować będą swoich bliskich i przyjaciół na przykład podczas przyjęcia zorganizowanego w ogrodzie lub na tarasie.

Składniki grillowych sałatek

Rozbudowaną kategorią produktów stanowiących dodatki do dań na grilla są również sosy i dipy. Ten asortyment jest wybierany głównie ze względu na walory kulinarne, które podkreślają smak grillowanych dań – mięs, ryb, warzyw i roślinnych zamienników. Ich zastosowanie jest bardzo uniwersalne, ponieważ sosy i dipy nadają się także do różnego typu sałatek, które również są chętnie serwowane podczas spotkań organizowanych na świeżym powietrzu. Produk-

W koszyku zakupowym na grilla znajdują się m.in. sosy, które można podawać zarówno na zimno, jak i na gorąco. Podkreślają one smak grillowanych dań

tami często wybieranymi do przyrządzenia sałatek na grilla są sałaty różnych odmian, od masłowej po rzymską, lodową i rukolę. Wśród ulubionych zielonych składników na sałatkę wymienić można chociażby kapu-



stę, kapustę pekińską, roszponkę warzywną, szpinak czy brokuł. Wśród sałatkowych warzyw królują także warzywa sezonowe, takie jak: pomidory, papryka, ogórki i rzodkiewka. Warto podkreślić fakt, że konsumenci coraz częściej poszukują produktów wyprodukowanych ekologicznie oraz pochodzących z lokalnych gospodarstw. Aspekt zrównoważonej produkcji jest bardzo ważny z perspektywy coraz większej grupy konsumentów.

Produkty do dressingu

W koszyku zakupowym na grilla znajdują się również sosy, które można fakt, zarówno na zimno, jak i na gorąco. Choć ze względu na charakter grilla, to znaczy faktu, że takie imprezy organizowane są zazwyczaj w strefie outdoor, czyli w ogrodzie lub na tarasie, to jednak częściej wybór pada na sosy na zimno. Najważniejszą kwestią jest tutaj wygoda i szybkość wykonania takiego dodatku do sałatki lub grillowanego dania.

Konsumenci mogą wybierać spośród wielu różnego rodzaju produktów. Popularnym rozwiązaniem ze względu na łatwe wykonanie są sosy w proszku. Asortyment typu instant ceniony jest przez konsumentów, ponieważ w opakowaniu kupują gotową mieszankę przypraw, którą wystarczy wymieszać z wodą, oliwą lub jogurtem naturalnym i dodać do sałatki. Przygotowanie

sosu trwa chwilę i nie jest skomplikowane, ponieważ instrukcję, według której na opakowaniu instrukcję według, której należy postępować przy wykonaniu tego dodatku do sałaty lub dania z rusztu.

Moda na gotowe sosy

Innymi rodzajami produktów z tej kategorii są sosy gotowe, dostępne np. w szklanych lub plastikowych opakowaniach. W tym przypadku wybór jest ogromny. Zyskującymi coraz większe zainteresowa-



nie konsumentów są gotowe sosy typu street food – czyli kompozycje smakowe nawiązujące do dodatków serwowanych w daniach z fast foodów czy food trucków, np. używane do hot dogów czy hamburgerów. Wśród chętnie wybieranych produktów są również takie, które w swoich recepturach czerpią inspirację z różnych

kuchni świata. Nie brak w tym asortymencie gotowych sosów nawiązujących do japońskich, tajskich, śródziemnomorskich czy meksykańskich smaków. Warto podkreślić, że stanowią one nie tylko dodatek do potraw z grilla czy sałatek, ale pojawiają się również w codziennej diecie, jako urozmaicenie kanapek czy składnik domowych posiłków. Wśród chętnie wybieranych smaków na grilla i nie tylko, są różnego rodzaju sosy: czosnkowe, tatarskie, jogurtowe, ziołowe czy meksykańskie z dodatkiem ostrej czerwonej papryki. Konsumenci lubią sięgać również po nieco egzotyczne smaki, gdzie składnikami są np. mango czy papryczki jalapeno. Wybierane są zarówno smaki ostre, jak i kwaśne, słodkie oraz ich kombinacje. Duże butelki wykonane z tworzywa sztucznego, wygodne w obsłudze i transporcie, ułatwiają przechowywanie sosu w lodówce. Są też praktycznym rozwiązaniem na grilla w plenerze, głównie ze względu na łatwą aplikację oraz bezpieczne, uniemożliwiające wylanie się zawartości zamknięcie.

Sery wybierane na grill party

Jako dodatki do sałatek i doskonała przekąska, świetnie komponująca się z grillowanymi mięsami, często występują też sery, np. typu śródziemnomorskiego. Konsumenci chętnie sięgają po greckie i włoskie smaki produktów mlecznych, przygotowując menu na ważne okazje, dlatego także podczas grilla jako dodatek do dań pojawiają się sery o kremowej konsystencji, o lekko słodkawym smaku i na przykład w olejowej zalewie z ziołami lub suszonymi warzywami. Niektóre sery z powodzeniem nadają się do grillowania, jako szybka przekąska serwowana pomiędzy daniami mięsnymi albo alternatywne danie dla osób, które nie jedzą mięsa. Zazwyczaj konsumenci poszukują w tym celu takich produktów jak: podwędzany ser, camembert, feta czy sery kozie. ♦

Zamienniki mięsa

Roślinne produkty na grilla

Tekst **Monika Pawluk**
Zdjęcia ©Shutterstock.com

Alternatywy dla mięsa poszukiwane są również wśród asortymentu na grilla. Na rynku dostępnych jest wiele produktów, tworzonych z myślą o osobach, które ze względu na określone preferencje żywieniowe wykluczają ze swojej codziennej diety mięso.

Z jednej strony względy zdrowotne, z drugiej dynamiczne zmiany zachodzące w stylu życia nowoczesnych społeczeństw decydują o tym, że część osób rezygnuje z jedzenia mięsa. Z myślą o konsumentach o tak określonych preferencjach żywieniowych na rynku dostępnych jest szereg artykułów, które mogą stanowić alternatywy dla produktów pochodzenia zwierzęcego.

Oczekiwania konsumentów a oferta rynku

W zastępstwie mięsa spożywane są produkty wytwarzane na bazie roślinnych składników. Konsumenty oczekują, że produkty tego typu nie tylko stanowią będą smaczną i syćącą przekąskę odpowiednią na grilla, ale również będą źródłem białka, białka oraz innych składników odżywczych niezbędnych dla ludzkiego organizmu. Poza tym chcieliby, żeby produkt był wolny np. od

sztucznych barwników, konserwantów i cukru. A niekiedy również rekompensował smak tradycyjnych potraw oraz wyrobów mięsnych.

Przykładem takiego asortymentu, który sprawdzi się również w przypadku spotkań przy grillu, są różnego rodzaju kiełbaski

roślinne. Na rynku spotkać można np. kiełbaski, w których składzie zamiast mięsa występują produkty roślinne, np. kasza – gryczana lub jagłana, produkty zbożowe, soja, a nawet boczniki. Konsumenty lubią produkty tego typu, np. parzone i wędzone.

Wśród roślinnego asortymentu na grilla znajdują się także kiełbaski z dodatkiem sera oraz pikantne i w przyprawach, które podkreślają smak i aromat produktu. Tego typu asortyment podawany jest na gorąco – z grilla lub patelni, ale też na zimno. Do wyboru jest również wiele kształtów oraz form, w jakich występują roślinne kiełbaski, które wyglądają niemal identycznie jak mięsne kiełbaski, parówki lub frankfurterki.

W zastępstwie mięsa

Roślinne burgery to również jeden z częstszych wyborów w przypadku produktów, które w zastępstwie mięsa trafiają na ruszt. Konsumenty przed zakupem zwracają uwagę na jakość alternatywnej żywności. Na grilla poszukiwane są przede wszystkim



produkty pełnowartościowe. Duże znaczenie przy wyborze ma również fakt, czy jest to asortyment z kategorii convenience, czyli dania gotowe lub półprodukty, z których można przyrządzić posiłek w krótkim czasie. To istotne z perspektywy osób, którym trudno wygospodarować taką ilość wolnego czasu, która wystarczałaby na kompleksowe oraz samodzielne przygotowywanie posiłków.

Konsumenty zwracają uwagę również na smak roślinnych burgerów. Na rynku dostępny jest duży ich wybór, w zależności od tego, z jakiego rodzaju warzyw zostały wyprodukowane. Asortyment ten jest bardzo rozbudowany pod względem smaków. Wśród nich rozróżnić można np. burgery z: marchewki, szpinaku, buraka, kalafiora czy brokułowe. W ofercie niektórych producentów znajdują się również gotowe naturalne ►►



Andante
Seduta 1953



* dodatkowo sól w LadyFingers.

**PROSTY SKŁAD. TYLKO 3 SKŁADNIKI.*
JAK W DOMU.**



/andante_family



/andante_family

mieszanek, które stosowane są w zastępstwie mięsa mielonego do przyrządzania wegeburgerów oraz kotletów.

Alternatywne dodatki

Jako alternatywny dla mięsa dodatek do sałatek i pieczywa, ale również przekąska idealna na grilla, często wybierane jest również tofu, czyli ser twarogowy wytwarzany na bazie mleka sojowego. W swojej ofercie pro-



opryski oraz substancje chemiczne. Weryfikują także czy asortyment jest świeży, aby wykonane z niego potrawy zachwyciły smakiem i wyglądem. Niejednokrotnie konsumenci sprawdzają także, czy produkt na pewno jest pochodzenia krajowego bądź z jakiego państwa lub regionu jest importowany.

Jako zamienni-

ki mięsa na grilla sprawdzają się również owoce. W tym przypadku konsumenci zazwyczaj sięgają po egzotyczne smaki takie jak: mango, banan, ananas i melon. Z krajowych owoców wśród dodatków na grilla wymienić można jabłko, gruszkę czy śliwki. Owoce i warzywa grillowane są osobno, w połączeniu z innymi produktami, takimi jak tofu, ale również występują w formie smacznych szaszłyków.

Warzywne zakupy na ruszt

Zamiennikami mięsa na grilla mogą być również warzywa. Niektóre z nich po odpowiednim przygotowaniu przed upieczeniem na ruszcie, to znaczy zamarynowaniu, przyprawieniu – smakiem mogą przypominać produkty mięsne. Przykładem

Możliwe zmiany w nazewnictwie produktów roślinnych

Obecnie procedowane są zmiany dotyczące nazewnictwa produktów roślinnych stanowiących zamienniki mięsa. Rozważane jest wprowadzenie zakazu nazywania roślinnych alternatyw mięsa określeniami typowymi dla mięsnych wyrobów. Nowe przepisy miałyby zapobiec wprowadzaniu w błąd konsumentów pod względem rodzaju produktu. Postulowano, aby takie nazwy jak np. kiełbasa, szynka,

kaszanka, były prawnie zarezerwowane wyłącznie dla asortymentu pochodzenia zwierzęcego. Takie przepisy wprowadzone zostały już we Francji. Możliwe, że na podobny krok zdecydują się również inne europejskie kraje, w tym Polska. ♦



ducenci posiadają tofu w kilku formach. Na grilla konsumenci preferują np. tofu zamarynowane w specjalnej zalewie i przyprawach. Zainteresowaniem cieszy się też tofu w wersji podwędzanej, jak również tradycyjnej – naturalnej, która bez dodatkowych składników sprawdza się jako baza do przygotowania dań, deserów i sałatek.

Subsytytem mięsa jest tempeh, czyli produkt wytwarzany z soi na bazie fermentacji jej nasion, które przedtem zostały namoczone w wodzie. Ceniony jest ze względu na właściwości odżywcze, czyli dużą zawartość białka, żelaza, wapnia, fosforu, sodu oraz innych składników. Na rynku dostępny jest w wersji marynowanej oraz naturalnej, którą bez wcześniejszego i przygotowania można dodawać do sałatek czy kanapek. Stanowi smaczny i sycący posiłek, nadaje się również do grillowania i serwowania w towarzystwie ulubionych sosów.

mogą być np. boczniaki, które ze względu na smak i właściwości często spotykane są w menu dedykowanym na wegański czy wegetariański grill. Na tego typu okazje wybierane są również warzywa takie jak: cukinia, bakłażan, papryka czy ziemniaki.

Osoby dbające o zbilansowaną i zdrową dietę dużą uwagę skupiają na doborze wysokiej jakości składników niezbędnych do przygotowania posiłków. Dotyczy to również warzyw. Konsumenci poszukują asortymentu, który został wyprodukowany w lokalnym gospodarstwie, co do którego jest pewność, że w procesie hodowli nie były zastosowane nawozy,

W zastępstwie mięsa spożywane są produkty wytwarzane na bazie roślinnych składników. Konsumenci oczekują, że stanowiąc będą smaczną i sycącą przekąskę

Wakacje



Ochłoda latem

Lody impulsowe i rodzinne

Tekst **Monika Pawluk**
Zdjęcia ©Shutterstock.com

Gdy w upalny dzień potrzeba orzeźwienia, jedni sięgają po butelkę wody, inni wybierają lody. Mrożony deser nie dość, że smaczny, to zapewnia szybką ochłodę. Lody impulsowe, rodzinne, w kubeczkach, rożkach czy na patyku – wybór produktów dostępnych na rynku jest ogromny. Sprawdzamy zatem, jakie lody preferują konsumenci.

Gdy na zewnątrz robi się cieplej, coraz częściej poszukiwany jest asortyment, który pozwoli na ochłodę w gorące dni. Sposobem na orzeźwienie, po który chętnie sięgają konsumenci niezależnie od wieku, są lody. Asortyment ten dostępny jest w sklepach w różnych rodzajach. Do wyboru są lody impulsowe i rodzinne oraz produkty mrożone. Jakie desery preferują Polacy dla ochłody w gorące dni?

Zakupy dla ochłody

Niewątpliwie lody są jednym z ulubionych deserów Polaków wybieranych w sezonie letnim. Największym zainteresowaniem wśród konsumentów produkty mrożone na patyku, w kubeczku lub rożku cieszą się szczególnie w okresie od maja do początku września. Wpływ na dynamikę sprzedaży oraz długość sezonu lodowego ma głównie pogoda. Zazwyczaj wynika to z faktu, że im wcześniej temperatury sięgają wysokich wartości, tym klienci chętniej rozglądają się będą za produktami, które przyniosą ochłodę w gorący dzień. Chłód i deszcz na początku września będą miały natomiast wpływ na zmniejszenie sprzedaży lodów w okresie letnio-jesiennym.

Jak informowała nas w lutym ubiegłego roku firma Mintel, aż 73% Polaków je lody



raz w tygodniu lub częściej. Badanie przeprowadzono w lipcu 2022 r. na grupie 946 internautów w wieku 16 plus. Osoby podane badaniu jadły lody w ciągu ostatnich trzech miesięcy.

Uwarunkowania zakupowych decyzji

Konsumenci są coraz bardziej świadomi i mają konkretne oczekiwania względem produktów. Ważnym aspektem jest dla nich ekologia, to znaczy, że przed zakupem upewniają się, czy asortyment został wytworzony z naturalnych składników. Niezmiennie istotną informacją jest dla nich również to, czy w procesie produkcji i dystrybucji zadbano o zachowanie procedur, które przyczyniają się do ochrony środowiska

oraz zasobów naturalnych. Poza doskonałą jakością lodów i deserów mrożonych konsumenci oczekują, żeby były one wykonane z jak najbardziej naturalnych składników. Względem zdrowotne, zbilansowana dieta, aktywny tryb życia czy preferencje żywieniowe również mają wpływ na decyzje zakupowe. Producenci starają się dostosować do zmieniających się oczekiwań

konsumentów. Stąd w tworzonych przez nich ofertach pojawia się coraz więcej lodów typu light, bez cukru, a nawet produktów wegańskich. Tego rodzaju asortymentem najczęściej zainteresowani są młodzi konsumenci, którzy cenią lody nie tylko za ich smak czy unikatowe receptury,

ale również naturalne składniki przyjazne dla zdrowia i środowiska.

Rozbudowana oferta smaków

Jeśli przyjrzeć się wariantom smakowym, po które chętnie sięgają konsumenci, to jest ich wiele. Niektórzy cenią tradycyjne smaki – stąd też produktami, które obowiązkowo pojawiają się w ofercie różnych producentów, są lody mleczne o waniliowym czy śmietankowym smaku z dodatkiem polewy z białej lub gorzkiej czekolady lub kawałkami słodkości. Często urozmaicenie lodów stanowią również różnego rodzaju bakalie, np. orzechy, rodzynki, kandyzowane owoce. Tego typu lody występują zarówno w rożkach, jak i w kubeczkach oraz na patyku.

Wśród ulubionych smaków są również lody owocowe, które także występują w wielu wariantach – kremowe lody mleczne, w owocowych smakach lub polane owocowym sosem, lody wodne czy mrożone sorbety. Wśród popularnych klasycznych smaków można wymienić chociażby: truskawkę, pomarańczę, limonkę czy wiele innych krajowych, jak i egzotycznych owoców. W okresie letnim wybierane są również nietypowe smaki, takie jak kaktus.

Wśród ulubionych smaków są lody, które wyróżniają się stoderczą, jak i o lekko lub intensywnym kwaśnym posmaku. Konsumenci po-

szukują również produktów w nietypowych polewach, których szeroki wybór dostępny jest na rynku. W gusta smakoszy mrożonych deserów trafiają lody w tradycyjnych czekoladowych polewach z dodatkiem np. orzechów oraz innych bakalii, płatków czekolady lub migdałów, pokruszonych ciasteczek czy cukierków. Duży wybór smacznych wariantów oferują również producenci lodów w owocowych polewach. Lekkie, orzeźwiające smaki to doskonały wybór na upalne letnie dni.

Komunikacja z konsumentem

Konsumenci zwracają również uwagę na opakowanie, jego szatę graficzną, formę oraz wielkość. Producenci sięgają także po niebanalne środki komunikacji z konsumentami. Służą temu kampanie marketingowe prowadzone w telewizji, radiu, ale również w sieci. Ważnym kanałem dotarcia, szczególnie w przypadku młodszego pokolenia, są media społeczne.

nościowe. Wsparcie kampanii wizerunkami znanych osób: artystów, aktorów, muzyków czy popularnych influencerów, to tylko część pomysłów wdrażanych w celu promocji oferty.

Lody impulsowe czy rodzinne?

Zainteresowanie lodowym asortymentem wzrasta wraz z nadejściem ciepłych miesięcy. Tendencję tę można zaobserwować



wać zarówno w przypadku supermarketów, marketów, jak również sklepów małych i lokalnych punktów sprzedaży. W okresie wakacyjnym ważną kategorię lodów stanowią produkty impulsowe, czyli asortyment który kupujemy instynktownie,

Lody są jednym z ulubionych deserów Polaków wybieranym w sezonie letnim. Mrożone desery cieszą się zainteresowaniem szczególnie od maja do września

pod wpływem impulsu – najczęściej kierowani chęcią ochłody – zjadamy je od razu po wyjściu ze sklepu. Często tego rodzaju asortyment jest umieszczany w pobliżu strefy kas, aby w oczekiwaniu w kolejce na płatność skusić klientów jeszcze na zakup mrożonego deseru.

Produktem z kategorii lodów, na który popyt jest praktycznie przez cały rok, są lody rodzinne. Duży format sprawia, że są chętnie wybierane jako forma deseru serwowana po posiłkach czy w trakcie celebrowania w domu różnych ważnych okazji. Mogą stanowić też dodatek do serwowanych ciast, np. szarlotki, i gofrów.

Branża lodów a rynek

O tym, że lody stanowią jeden z ulubionych rodzajów deserów Polaków, świadczyć może również fakt, że producenci lodów całkiem nieźle po-

radzili sobie w czasie pandemii i dobrze radzą sobie w obecnej sytuacji gospodarczej, obciążonej wzrostem kosztów prowadzenia biznesu wynikającym z wysokiej inflacji. Wskazywały na to chociażby dane zgromadzone w Rejestrze Dłużników BIG InfoMonitor oraz bazie informacji kredytowych BIK, które przytaczaliśmy w poprzednich wydaniach „Katalogu Branżowego FMCG Trends”. – Szczególnie pierwszy rok covidowych ograniczeń wpłynął negatywnie na ten biznes. Gros czasu nie funkcjonowały lodziarnie i kawiarnie. A dodatkowo aż o 20 proc. r/r. spadła też sprzedaż lodów impulsowych: na patyku, w kubeczku lub rożku, stanowiących sporą część obrotów małych sklepów – wyjaśniał na łamach naszego katalogu w lutym ubiegłego roku prof. Waldemar Rogowski, główny analityk BIG InfoMonitor (Grupa BIK). ♦

Konserwy i dania gotowe

Żywność na wyjazd i biwak

Tekst **Monika Pawluk**
Zdjęcia ©Shutterstock.com

Wakacje to aktywny czas, który sprzyja wyjazdowi. Biwak, urlop w domkach wczasowych czy zyskującym popularność glampingu, to ciekawe opcje na wypoczynek, do których trzeba jednak należycie się przygotować. Jednym z obowiązkowych punktów do zrealizowania przed wyprawą jest zakup żywności, którą zabierzemy np. pod namiot. Konserwy i convenience food to prosty sposób, aby nie martwić się o posiłki podczas wyjazdu.



okazje są produkty puszkowane oraz convenience food, czyli dania gotowe, częściowo przygotowane i półprodukty, które ułatwiają przygotowanie posiłków również poza domem.

Żywność puszkowana

Najpopularniej-

Podczas urlopu spędzanego na polu biwakowym czy w kompleksie domków wypoczynkowych położonych z dala od miejskiego gwaru często nie mamy czasu ani możliwości skorzystania z bazy restauracyjnej. Zdarza się również, że miejsce pobytu jest oddalone od sklepów lub świadomie chcemy unikać dużych skupisk ludzi. Dlatego planując tego typu wyjazd dobrze wcześniej zaopatrzyć się w żywność, tak aby nie było potrzeby zaprzętać sobie głowy skompletowaniem menu podczas wypoczynku. Popularnym rozwiązaniem na tego typu

szymi produktami, które konsumenci wybierają na wyprawę pod namiot lub inny rodzaj relaksu w duchu slow life, jest żywność puszkowana. Segment tych produktów jest bardzo rozbudowany. Najpopularniejszym rodzajem tych artykułów spożywczych są konserwy mięsne. Są cenione przez konsumentów, bo stanowią opcję do przygotowania na szybko posiłku w drodze, np. kanapek. Opakowania, które umożliwiają bezpieczny i wygodny transport tego typu asortymentu, również decydują o tym, że bardzo często produkty te stanowią część ekwipunku zabieranego w podróż. Kon-



serwy mięsne wytwarzane są z różnego rodzaju mięsa, na rynku dostępne są produkty wieprzowe, drobiowe, wołowe, ale również kombinacje tych rodzajów mięsa. Przy zakupie tego asortymentu konsumenci dużą uwagę skupiają na składzie produktu oraz jego pochodzenie. Swoją decyzję zakupową uzależniają także od ilości mięsa znajdującego się w produkcie, chętniej sięgając po konserwy o dużej zawartości mięsa i dobrej jakości składników. Konserwy mięsne mogą występować w tradycyjnych formach mielonek i z dodatkami. Wiele produktów oprócz rozdrobnionego mięsa posiada w swoim składzie smakowitą galaretkę lub smalczyk.

Nowe smaki

Kolejną grupą produktów puszkowanych odpowiednich na wyjazd są pasztety. W tym przypadku również producenci starając się sprostać oczekiwaniom klientów, stale rozszerzają swoje oferty o nowe smaki i receptury. Pasztety drobiowe i wieprzowe to produkty, po które zazwyczaj sięgają osoby szykujące się na biwak. W tym przypadku również poszukiwany jest asortyment dobrej jakości i wyprodukowany z dużej zawartości mięsa. Cenione

Konsumenci wybierając żywność na wakacyjne wyjazdy, poszukują produktów, które stanowić będą szybki, pożywny i regenerujący siły po dniu pełnym aktywności posiłek

są produkty o standardowych smakach, ale również urozmaicone, np. poprzez dodatek warzyw czy prażonej cebulki. Konsumenty w przypadku pasztetów wybierają także produkty o wyjątkowej recepturze, w tym wyroby nawiązujące do tradycyjnych, lokalnych a nawet staropolskich smaków. Lubią pasztety o aksamitnej, delikatnej konsystencji, które łatwo rozsmarowują się na pieczywie.

Warto podkreślić, że na rynku dostępne są nie tylko pasztety mięsne, ale również produkty uwzględniające preferencje żywieniowe oraz wpisujące się w konkretny styl życia. Do takiego asortymentu możemy zaliczyć wyroby wegetariańskie i wegańskie. W tym przypadku konsumenci mogą wybierać spośród różnych formatów oraz rodzajów opakowań. Metalowe puszki z zamkiem umożliwiającym otwarcie produktu, aluminiowe opakowanie czy stoik

nvenience. To intensywnie rozwijająca się w ostatnich latach kategoria dań gotowych, częściowo przygotowanych oraz półproduktów, z których w szybki sposób można przygotować różnego rodzaju posiłki. Z tej grupy chętnie wybierane są np. gotowe zupy w puszcze, które należy podgrzać w garnku lub odpowiednim naczyniu. Konsumenty wybierając żywność na wyjazdy, szukają produktów, które stanowiąc będą szybki, pożywny i regenerujący siły po dniu pełnym aktywności posiłek. Rozgrzewające

opakowania, które łatwo zmieścić w torbie podróżnej i co ważne nie zajmują zbyt wiele miejsca. Dlatego tych produktów możemy zabrać ze sobą w podróż dużo. Innymi rodzajami zup gotowych, które również cieszą się zainteresowaniem w okresie wakacyjnym są produkty do gotowania i typu instant, które w połączeniu z innymi składnikami mogą stanowić inspirację do stworzenia smacznej go posiłku podczas wyjazdu czy biwaku.

Wśród produktów z kategorii convenience wyróżnić można również dania gotowe



– ułatwiają przewożenie i przechowywanie produktów nawet w trudnych warunkach podczas wakacyjnego wyjazdu.

Warzywa konserwowe

Żywność puszkowana to również warzywa konserwowe, które stanowią doskonały dodatek do sałatek i dań. Wśród najpopularniejszych produktów tego typu można wymienić groszek, kukurydzę, fasolkę czy pomidory.

Żywność convenience

Równie rozbudowanym segmentem jak produkty konserwowe jest żywność co-

W ofercie producentów nie brakuje także produktów, których receptury zaczerpnięto ze światowej kuchni.

Zupy gotowe

Odrębną kategorię stanowią zupy w proszku, których przygotowanie sprowadza się do zalania produktu gorącą wodą i wymieszania. To, co przekonuje konsumentów do zakupu tych produktów z myślą np. o skompletowaniu ekwipunku na wyjazd, to fakt, że wybierać można spośród wielu wariantów smakowych, aby w błyskawiczny sposób przygotować ciepły oraz sycący posiłek. Konsumentów przekonują również

grochówka, pomidorowa z makaronem, fasolowa, leczko, żurek, barszcz to smaki, które odpowiada ją wielu konsumentom.

przeznaczone do gotowania lub odgrzania. Do zakupowych hitów w tej grupie produktów można wymienić różnego rodzaju pulpety, fasolkę czy bigos. Wśród często kupowanego asortymentu są także gotowe sosy do odgrzania, które można połączyć z makaronem, ryżem, kaszą, ziemniakami, mięsem lub warzywami.

Konserwy i dania gotowe to asortyment kojarzący się z wyjazdami, wakacjami, ale zapotrzebowanie na tego typu produkty widoczne jest przez cały rok. Aspektem, który wpływa na silnie rozwijający się rynek produktów z kategorii convenience, to styl życia współczesnego społeczeństwa, szczególnie młodego pokolenia. Coraz więcej osób korzysta z dań gotowych, kiedy ma do tego okazję, ponieważ to rozwiązanie pozwala zaoszczędzić czas niezbędny do przygotowania posiłków. ♦

Ekspozycja letniego asortymentu

Jak zaplanować prezentację produktów?

Tekst **Monika Pawluk**

Zdjęcia ©Shutterstock.com

Merchandising to różnego rodzaju działania marketingowe podejmowane w celu skierowania uwagi klientów na produkt. Zjawisko to polega między innymi na sposobie ekspozycji produktów. To jeden z czynników mających wpływ również na decyzje zakupowe. Rozmieszczenie towarów na sklepowych półkach jest niezwykle istotne w przypadku artykułów typowych dla letniego asortymentu. Odpowiednio zaplanowana ekspozycja jest kluczem do zainteresowania konsumentów konkretnymi artykułami.

Klienci sklepów, przemierzając powierzchnie handlowe podczas realizowania listy zakupów, pewnie nie zawsze są świadomi tego, że za rozmieszczeniem poszczególnych towarów na półkach kryje się głęboko przemyślana strategia sprzedaży. Merchandising to pojęcie, w ramach którego mieści się między innymi prezentacja produktów w sklepach stacjonarnych, ale również internetowych. Właściwa ekspozycja towarów ma ogromne znaczenie w różnych dziedzinach handlu, także w przypadku branży FMCG.

Odpowiednio zaplanowana prezentacja towarów

W każdej placówce handlowej, niezależnie od tego, czy jest to sieć handlowa, obiekt wielkopowierzchniowy, małoformatowy czy niewielki lokalny sklep istotną kwestią jest chęć wyróżnienia oferty na tle konkurencji. W tym celu w handlu stosowanych jest wiele narzędzi marketingowych, które mają sprawić, aby konsument spośród tak ogromnego wyboru zdecydował się na zakupy właśnie w konkretnym punkcie. Jednym ze sposobów na pozyskanie klienta oraz na skupienie jego uwagi na danym asortymencie jest właściwie zaplanowana prezentacja towarów na sklepowych regałach. Trzymanie się kilku kluczowych zasad może poskutkować nawet zwiększe-

niem wartości koszyka zakupowego w trakcie jednej wizyty w placówce handlowej.

Letnie zakupy impulsowe

Właściwe rozmieszczenie towarów ma niebagatelne znaczenie także w przypadku produktów sezonowych, na przykład letniego asortymentu. Wakacje, czyli czas

jomymi nie zawsze skupiamy się na sezonowej ofercie sklepów, zwłaszcza że nie jest ona związana z konkretną okolicznością, tak jak w przypadku ofert konstruowanych pod kątem: świąt Bożego Narodzenia, Wielkanocy, Walentynek, Dnia Kobiet, Dnia Matki czy Dnia Dziecka. To znaczy, konsument nie ma tutaj dodatkowego powodu, żeby

skłonić go do wyboru konkretnego towaru jak w przypadku np. asortymentu świątecznego, gdzie taką zachętą będzie np. kwestia przygotowania prezentów dla bliskich osób. W tym przypadku nierzadko za decyzjami zakupowymi dotyczącymi letnich produktów kryje się impuls. Z sytu-



beztroski, to moment, kiedy mniejszą uwagę przywiązujemy do codziennych mniej istotnych zadań, a wolny czas lubimy zagospodarować na przykład na aktywności na świeżym powietrzu: uprawianie sportów, pracę, rekreację w ogrodzie lub wyjazdy w celach turystycznych. Zdarza się, że w tym okresie mniejszą uwagę przykładamy także do kwestii związanych z zakupami. Zajęci planowaniem wycieczki z rodziną lub zna-

acjami skłaniającymi do spontanicznych decyzji konsumenckich mamy do czynienia na przykład, kiedy wybieramy się na zakupy w upalny dzień i przemierzając kolejne działki po drodze napotykamy półkę z ciekawe wyeksponowanymi napojami orzeźwiającymi lub w kolejce do kasy stoimy obok lodówki, w której pełno pysznych mrożonych deserów. Biorąc pod uwagę warunki termiczne, niekiedy również bez-



troskę związaną z urlopem, instynktownie sięgamy po te produkty. Często są one spożywane od razu po wyjściu ze sklepu, dlatego przy części produktów zaliczanych do letniego asortymentu można mówić o ich impulsowym charakterze.

Z tego względu istotne jest właściwe wyeksponowanie artykułów spożywczych z letniej oferty, aby konsument nie musiał błędzić po sklepie w poszukiwaniu tego rodzaju produktów, ale żeby wręcz wpadał na nie podczas wybierania np. standardowego asortymentu z listy zakupów.

Drobne zakupy „przy okazji”

Do wakacyjnej oferty zaliczyć możemy różnego rodzaju przekąski, słodkie i słone. Te zazwyczaj oprócz tego, że umieszczone na półkach w konkretnych działach, np. ze słodczymi, ciastkami czy chipsami i paluszkami, rozkładane są również na regałach w pobliżu strefy kas. Ma to związek z zależnością, że zazwyczaj do sklepu wybieramy się po: pieczywo, nabiał, mięso, owoce, warzywa, produkty gotowe lub niezbędne do przyrządzenia posiłków. Przekąski do przegryzienia na szybko zazwyczaj nie są umieszczane na listach zakupów, ale odpowiednia prezentacja i umiejscowienie produktów w strefie kas pozwoli ukierunkować klienta na zakup tych produktów. Lokalizacja tego asortymentu w pobliżu kas znacznie usprawnia zakupy np. osobom będącym w drodze, które zatrzymują się przy sklepie tylko na chwilę, w celu zakupu przekąsek. Spośród letniego asortymentu

eksponowane są zazwyczaj chipsy, paluszki, precele, krakersy, ale również batony w lekkich polewach lub produkty bez polewy. Wśród tego asortymentu dominują także świeże owocowe smaki, które konsumenci preferują w okresie letnim.

Ekspozycja mrożonych produktów

Do letnich hitów w ofercie sklepów spożywczych zaliczyć możemy oczywiście lody. Chyba nikt nie wyobraża sobie wakacji bez mrożonych słodkich, kwaśnych i orzeźwiających smaków. Ten asortyment prezento-

na pokrywie lodówki wykazu produktów oraz marek, które możemy w niej znaleźć. W przypadku dużych sklepów niekiedy lodówki z lodami rozstawiane są w kilku miejscach, np. oprócz działu mrożonek możemy je spotkać również na skrzyżowaniach działów lub, tak jak już wspominaliśmy, w pobliżu strefy kasy.

Stoiska z owocami i warzywami

Ważnym elementem letniej oferty sklepów spożywczych są stoiska ze świeżymi owocami i warzywami. To miejsce, które klienci bardzo często odwiedzają w poszukiwaniu odpowiedniego asortymentu do przyrządzenia sałatek, surówek, soków czy pysznych owocowych deserów. Przy rosnących cenach warzyw i owoców zainteresowanie konsumenta ofertą oraz zachęcenie go do zakupu tego typu produktów jest niezwykle istotne, ponieważ może przetożyć się również na wartość jednorazowych transakcji dokonywanych w placówkach handlowych z żywnością. Kluczową kwestią przy planowaniu rozmieszczenia takiego stoiska jest umożliwienie klientom do-

Właściwa ekspozycja towarów ma ogromne znaczenie w różnych dziedzinach handlu, także w branży FMCG. To czynnik, który wpływa na decyzje zakupowe konsumentów

wany jest zwykle w dziale z mrożonkami. Wymaga dodatkowych zabiegów, ponieważ lody są umieszczane w chłodziarkach, które niekiedy mogą utrudniać dokonanie wyboru. Istotne jest w tym przypadku zadbanie o to, aby lodówki były wyposażone w dużą przeszkloną pokrywę. Najlepiej (jeśli oczywiście jest taka możliwość) umieszczać lody w kilku lodówkach, wówczas jest szansa na lepsze wyeksponowanie różnego typu produktów. To wygodne rozwiązanie również z perspektywy konsumenta. W przypadku samoobsługowych placówek klienci nie są zmuszeni do długotrwałego przeszukiwania lodówki w poszukiwaniu ulubionych lodów. Ułatwieniem jest także umieszczenie

kładnego obejrzenia i samodzielnego wyboru konkretnego towaru. Często dział z owocami i warzywami umieszczane są zaraz przy wejściu do sklepu, niekiedy zlokalizowane są pośrodku sklepów.

Innym sposobem na wyeksponowanie letniej oferty jest umieszczenie w różnych punktach sklepu dodatkowych stojaków z produktami, np. przekąskami. ♦



Chcemy dostarczać wysokiej jakości żywność, produkowaną w odpowiedzialny sposób

Rozmawiała **Monika Pawluk**
Zdjęcie **SM Mlekpól**



– Niezmiennie od lat, dzięki modernizacji i rozbudowie parków maszynowych w poszczególnych zakładach Spółdzielni, skupiamy się na zwiększeniu naszych możliwości produkcyjnych. Kładziemy nacisk na nowości oraz innowacje produktowe. Chcemy dostarczać konsumentom wysokiej jakości żywność, produkowaną w odpowiedzialny sposób, wyłącznie z krajowego surowca – mówi Małgorzata Cebelińska, wiceprezes Zarządu SM Mlekpól, z którą rozmawiamy na temat inwestycji w automatyzację i cyfryzację procesów produkcyjnych oraz o budowaniu strategii komunikacji marketingowej.

SM Mlekpól stawia na rozwój. Inwestycje w automatyzację i cyfryzację produkcji to ważne aspekty w strategii firmy. Jakie istotne przedsięwzięcia zwiększające efektywność produkcji udało się zrealizować lub są w trakcie realizacji? I czy w planach są kolejne inwestycje?

Rzeczony rozwój Mlekpola odbywa się wielotorowo i obejmuje wszystkie obszary jego działalności: od wspierania podnoszenia jakości produkowanego surowca, poprzez optymalizację przetwórstwa mleka aż po usprawnianie dystrybucji i obsługi odbiorców, tak w kraju, jak i za granicą. Niezmiennie od lat, dzięki modernizacji i rozbudowie parków maszynowych w poszczególnych zakładach Spółdzielni, skupiamy się na zwiększeniu naszych możliwości produkcyjnych. Kładziemy nacisk na nowości oraz innowacje produktowe. Chcemy dostarczać

konsumentom wysokiej jakości żywność, produkowaną w odpowiedzialny sposób, wyłącznie z krajowego surowca. To wymaga od nas szeregu inwestycji w automatyzację i cyfryzację procesów, także z wykorzystaniem sztucznej inteligencji. Ostatnio przeprowadziliśmy m.in. kluczowe inwestycje w macierzystym zakładzie w Grajewie, znacznie podnosząc efektywność produkcji na dziale UHT i na masłowni.

W ramach poprawy efektywności procesów produkcyjnych oraz dalszej cyfryzacji firmy wdrażamy rozwiązania klasy MES (Manufacturing Execution System). To profesjonalne narzędzie do zaawansowanego zarządzania produkcją i ciągłego monitorowania wydajności procesów wytwórczych. W naszych planach są kolejne inwestycje poprawiające efektywność energetyczną firmy, wpisujące się w strategię zrównowa-

żonego rozwoju. W ramach tych inwestycji planujemy modernizację oczyszczalni ścieków w zakładach w Kolnie i Zambrowie wdrażając nowoczesne technologie redukujące zużycie czynników energetycznych, oraz wdrożenie technologii pozwalającej wykorzystać ciepło odpadowe skraplania par amoniaku w ramach budowy hybrydowej instalacji amoniakalnej pompy ciepła wykorzystującej energię elektryczną z OZE.

Szereg podejmowanych przez firmę inwestycji to również dostosowanie procedur wytwarzania produktów do założeń zrównoważonego rozwoju. Jakie rozwiązania wprowadzane są przez firmę dla ekorozwoju?

Na drogę zrównoważonego rozwoju Mlekpól wszedł już kilka lat temu, rozpoczynając ją od eliminacji użycia węgla ka-

miennego i zastępując go paliwami niskiemisyjnymi. Następnym krokiem, który systematycznie realizujemy, jest produkcja własnej energii elektrycznej i ciepłej. W tym procesie wykorzystujemy technologie wysokosprawnej kogeneracji. W ubiegłym roku uruchomiliśmy też pierwszą biogazownię przy zakładowej oczyszczalni ścieków w Grajewie, co otworzyło nam drogę do planowania tego typu inwestycji w kolejnych naszych zakładach.

Działania zmierzające w kierunku osiągnięcia neutralności klimatycznej wspieramy także poprzez racjonalną gospodarkę czynnikami energetycznymi. W efekcie podnosimy efektywność energetyczną całej firmy oraz redukujemy jej emisyjność. Dzięki temu spokojnie i odpowiedzialnie zmierzamy do 2026 roku, kiedy to rozpoczniemy obowiązkową publikację niefinansowego raportu ESG.

Znajdujemy się w przededniu wprowadzenia przepisów w ramach dyrektywy Unii Europejskiej Single Use Plastics (SUP), na mocy której od 1 lipca 2024 r. nakrętki będą musiały być przymocowane do plastikowych butelek. To nowy obowiązek nałożony na producentów. Jak firma poradziła sobie z dostosowaniem do tych regulacji? W przypadku SM Mlekpól to nie tylko wdrożenie działań dotyczących produkcji, ale również edukacja konsumentów. Dlaczego uznali Państwo, że należy podjąć działania edukacyjne w tym zakresie?

Mlekpól jako pierwszy producent przetworów mleczarskich w Polsce wprowadził na rynek produkty z korkami przytwierdzonymi do opakowania. Nastąpiło to już na początku 2023 roku, gdy w obiegu znalazły się wybrane kartony mleka oraz śmietanek marki Łaciate ze zintegrowanymi zakrętkami. Naszym celem było z jednej strony przyzwyczajanie konsumentów do tego rozwiązania, z drugiej zaś odpowiednio wcześnie dostosowanie produkcji do nowych przepisów. Wymagało to od Spółdzielni modernizacji całych linii produkcyjnych, a w niektórych przypadkach – wymiany ich na nowe.

Pomimo że zintegrowana zakrętka spotkała się z entuzjazmem ze strony ekspertów branżowych – otrzymaliśmy za nią nagrodę specjalną „Hit Handlu” w obszarze nowości opakowaniowych – to w wypadku konsumentów sprawa nie była już tak prosta. Naszym zdaniem zabrakło ogólnopolskiej kampanii informacyjnej, która tłumaczyłaby konieczność wprowadzenia zmian w myśl unijnej regulacji. Przeprowadziliśmy wprowadzić własną kampanię marketingową „Nie zrywaj zakrętki z Łaciatego”, która w humorystyczny sposób traktowała o recyklingu i korzyściach płynących ze zintegrowanej zakrętki, nadal stoimy jednak na stanowisku, że konieczna jest w tym względzie ogólnopolska kampania finansowana ze środków publicznych.

Istotnym elementem promocji marki jest komunikacja z konsumentami. Na jakich aspektach skupiacie się Państwo w podejmowanych działaniach marketingowych?

Ważną grupę konsumentów produktów Mlekpolu stanowią młodsze generacje, jak Z i Alfa, dlatego aby jak najskuteczniej dotrzeć do nich z przekazem – realizujemy strategię digitalizacji naszej komunikacji. Internet, a w szczególności social media, są dziś naturalnym środowiskiem młodych ludzi, dlatego silnie zaznaczamy tam swoją obecność w ramach poszczególnych

tak aby czuli, że mają bezpośredni wpływ na swoją ulubioną markę. Nasze wyroby przedstawiamy ponadto w konkretnych kontekstach kulinarnych, pokazując, że można z ich pomocą przygotować szybkie, smaczne i nowoczesne potrawy. Z drugiej strony, nie zapominamy o starszych pokoleniach, dla których to telewizja nadal stanowi ważne źródło informacji i rozrywki. To właśnie z myślą o nich w komunikacji marketingowej posługujemy się także spotami reklamowymi, lokowaniem produktów, np. w popularnych formatach kulinarnych, takich jak „Doradca Smaku” stacji TVN czy sponsoringiem innych programów.

Oprócz szeroko prowadzonej kampanii marketingowej wdrażacie Państwo również działania związane z refreshingiem opakowań. Od niedawna w odświeżonej szacie graficznej na sklepowych półkach prezentuje się np. śmietana Łaciate. Jakie efekty przynoszą takie działania promocyjne i jaką metamorfozę przeszło opakowanie śmietany Łaciatej?

W wypadku opakowania śmietany Łaciatej zastosowaliśmy bardziej wyraziste kolory odnoszące się do jej wariantów tłuszczowych (pomarańczowy – 18%, niebieski – 12%). Zamieściliśmy także wyraźniejszą informację na temat prostego składu produktu, jego kategorii i przeznaczenia. Dodatkowo na wieczku pojawił się motyw kreatywny z łyżką. Refreshing śmietany Łaciatej jest jednym z elementów dynamicznej kampanii marketingowej, zaplanowanej na cały 2024 rok. Jej hasło brzmi: „Śmietana na 100%. Procentuje pysznościami” i odnosi się zarówno do czystej etykiety produktu, jak i jego wszechstronnego zastosowania w kuchni. Zależało nam na tym,

Rozwój Mlekpolu odbywa się wielotorowo i obejmuje wszystkie obszary jego działalności: od wspierania podnoszenia jakości produkowanego surowca, poprzez optymalizację przetwórstwa mleka, po usprawnianie dystrybucji i obsługi odbiorców

aby tradycyjny wyrób, jakim bez wątpienia jest śmietana, przedstawić w nowoczesny sposób i pokazać konsumentom, że wysoka jakość nabiału to gwarancja kulinarnego sukcesu.►

Oferta SM Mlekpól w tym roku wzbogaciła się o kilka nowych produktów. Są to m.in. jogurty pitne Łaciaste Protein+. Czym wyróżnia się ta linia produktów?

Produkty wysokobiałkowe z linii Łaciaste Protein+ to odpowiedź na oczekiwania współczesnych konsumentów. Od pewnego czasu zauważamy na rynku wyraźny wzrost zainteresowania wyrobami proteinowymi, szczególnie ze strony osób aktywnych fizycznie czy będących na diecie. Porcja jogurtu marki Łaciaste Protein+ dostarcza nawet do 29 g białka – jednego z podstawowych składników odżywczych, niezbędnych do prawidłowego funkcjonowania organizmu. Produkty bogate w proteiny zapewniają więc szybszą regenerację po treningu, są też sposobem na uzupełnienie braków w jadłospisie czy pomysłem na zdrowy posiłek w pracy lub w podróży. Dzięki wygodnemu opakowaniu z zakrętką wpisują się w kategorię produktów on-the-go.

Obecnie linia Łaciaste Protein+ to cztery produkty: jogurt pitny naturalny, jogurt pitny truskawkowy, jogurt pitny mango oraz kefir pitny naturalny. Wszystkie smaki dostępne są w 360-gramowych opakowaniach. Ze względu na duże zainteresowanie ze strony konsumentów portfolio wyrobów proteinowych od Mlekpolu będzie systematycznie rozbudowywane.

Na rynku zadebiutowały również dwie inne nowości produktowe – serek śmietankowy puszysty Łaciaste burak z chrzanem. Pojawił się także nowy wariant serka homogenizowanego Rolmlecz, dotąd dostępnego w kultowej odsłonie o smaku waniliowym. Dlaczego zdecydowali się Państwo na poszerzenie oferty serków puszystych śmietankowych Łaciastych oraz serków z krówką marki Rolmlecz?

Powód, dla którego wprowadzamy kolejne warianty dobrze znanych i docenianych przez konsumentów produktów, jest dokładnie taki jak w wypadku nowości w rodzaju linii Łaciaste Protein+. Uważnie śledzimy preferencje i trendy konsumenckie, które wyznaczają kierunek ewolucji naszego portfolio. Serek śmietankowy puszysty

Łaciaste burak z chrzanem odpowiada zatem na rosnące zapotrzebowanie rynku na zdrowe i smaczne wyroby, czerpiące z tradycji kulinarnych różnych krajów, w tym Polski. Burak to witaminowa bomba, a chrzan powszechnie znany jest ze swoich właściwości bakteriobójczych – razem tworzą ciekawą kompozycję, która świetnie nadaje się do tworzenia szybkich, zdrowych kanapek czy wyrazistych w smaku przekąsek.

Serek homogenizowany Rolmlecz stracciatella to natomiast deserowo-przekąskowy produkt z linii serków z krówką obecnych na polskim rynku od równo 50 lat. Poza smakiem stracciatella, dostępny jest w pięciu innych wariantach: naturalnym, waniliowym, czekoladowym, truskawkowym i waniliowym z laską wanilii. Produkt ten wpisuje się w kategorię comfort food i z pewnością przypadnie do gustu osobom poszukującym wyrobów mleczarskich o czystym składzie, które można zjeść jako samodzielny posiłek lub dodać do wielu dań na słodko – naleśników, serników, muffinek czy innych wypieków.

Jakie nowości produktowe znajdują się jeszcze w tegorocznej ofercie?

Poza wspomnianymi już nowościami na rynku pojawiło się także mleko Łaciaste UHT Barista 3,2%. Powstaje ono z najwyższej jakości polskiego surowca, dzięki czemu nadaje kawie wyjątkowy smak, tak lubiany przez miłośników włoskich naparów na bazie espresso – cappuccino, latte czy macchiato. Można go używać do kaw tradycyjnych i mrożonych, ale także do koktajli oraz deserów. Mleko to zachowuje swoje właściwości również w procesie gotowania i pieczenia, co czyni je wszechstronnym składnikiem kulinarnym. Mleko UHT Łaciaste Barista wyróżnia wysoka, 3,6-procentowa zawartość białka – to między innymi ona sprawia, że produkt doskonale się spienia, tworząc gęstą i kremową piankę, która utrzymuje się na dłużej. Ta cecha jest wyjątkowo poszukiwana przez baristów, szczególnie tych zajmujących się latte art.

Kolejnym produktem, który ostatnio trafił do oferty Mlekpolu, jest śmietanka Ła-

ciaste 30% pasteryzowana w większym niż dotychczas opakowaniu – 330 ml. Śmietanie sprawdza się jako dodatek do kawy, zup, sosów i sałatek, a także słodkich deserów, tortów i koktajli. Do wykorzystania na zimno i na gorąco – nie warzy się i nie rozwarstwia pod wpływem temperatury. Proces pasteryzacji sprawia natomiast, że śmietanka charakteryzuje się naturalnym, pysznym smakiem, przy zachowaniu wielu cennych wartości odżywczych. Jak większość wyrobów mleczarskich produkt jest ponadto bezglutenowy i odpowiedni dla wegetarian.

Spółdzielnia Mleczarska Mlekpól po raz kolejny znalazła się na prestiżowej liście 50 najlepszych pracodawców tygodnika „Wprost”; w gronie polskich firm, które oferują stabilne zatrudnienie w trudnych realiach gospodarczych, wynikających z trwającej wojny za wschodnią granicą oraz inflacją. Jak firma traktuje to wyróżnienie?

Obecnie Spółdzielnia Mleczarska Mlekpól zatrudnia ponad 3 tys. osób w 14 zakładach produkcyjnych, zlokalizowanych w różnych częściach Polski. Tym, co wyróżnia nas jako pracodawcę, jest fakt, że wszyscy pracownicy Mlekpolu mają zagwarantowaną umowę o pracę, systematyczny wzrost wynagrodzeń oraz możliwość rozwoju zawodowego. W obecnej sytuacji politycznej i gospodarczej stabilność zatrudnienia jest kluczowa. Mlekpól doskonale to rozumie i jest jedną z tych firm, w których mogą pracować całe rodziny, a często nawet – kolejne ich pokolenia. Motto „Naturalnie dbamy o ludzi” odnosi się bowiem nie tylko do konsumentów, ale także do wszystkich osób, które tworzą nasze przedsiębiorstwo, czyli rolników-członków Spółdzielni, pracowników, kontrahentów i ich rodzin. Wyróżnienia takie jak znalezienie się na liście 50 najlepszych pracodawców bardzo nas cieszą i są docenieniem naszych starań. Mamy też nadzieję, że dobre praktyki, związane z tworzeniem pozytywnego środowiska pracy, będą w naszym kraju jeszcze powszechniejsze. ♦

Łaciaty[®] PROTEIN+ DOŁĄTUJ SIĘ!



= WIĘCEJ
MOCY!



SPRÓBUJ NOWOŚCI

WSPARCIE
MARKETINGOWE



TV



DIGITAL



SOCIAL MEDIA



INFLUENCERZY

Przekąski proteinowe

Uzupełnienie diety

Tekst **Magda Baskurzyńska**
Zdjęcia ©Shutterstock.com

Coraz większa ilość osób zaczyna zwracać szczególną uwagę na odżywianie. Oprócz spożywania posiłków bogatych w istotne składniki odżywcze równie ważne jest rozsądne wybieranie przekąsek, które dodatkowo wpłyną na zbilansowaną codzienną dietę. Na rynku pojawia się coraz więcej opcji zawierających dodatkowe białko, odpowiednie dla osób aktywnych fizycznie, ale nie tylko.

Produkty wzbogacone o dodatkową ilość białka, inaczej nazywane proteinowymi, zapewniają uczucie sytości, dostarczają dodatkową ilość energii oraz wspierają regenerację organizmu. Dostępna jest szeroka gama produktów, w której skład wchodzi wszelkie batony, jogurty, koktajle oraz wiele innych rozwiązań przeznaczonych nie tylko dla osób aktywnych fizycznie, ale również dbających o zapewnienie w swojej diecie niezbędnych składników odżywczych.

Czy rola białka w organizmie jest istotna?

Przed dokładnym omówieniem produktów proteinowych, równie istotne jest wstępne zapoznanie się z rolą, jaką odgrywa samo białko w organizmie człowieka. Białko, inaczej nazywane proteinami, określa się jako cząsteczki zbudowane z aminokwasów połączonych ze sobą wiązaniami peptydowymi. Poszczególne rodzaje białek są produkowane przez organizm dzięki łączeniu ze sobą określonych aminokwasów. Istotne są również aminokwasy egzogenne, które należy dostarczyć z zewnątrz. Obszerne podział białek polega na różnych ich funkcjach w organizmie człowieka. Są one zarówno budulcem, jak i katalizatorem oraz

regulatorem niezbędnym przy różnego rodzaju procesach. Jest to niezbędny składnik, który w dużym stopniu przyczynia się do prawidłowego funkcjonowania ludzkiego organizmu.

Naturalne produkty bogate w białko

Poza specjalnie przetworzonymi produktami spożywczymi, w których skład wchodzi zwiększona ilość białka, istnieje także lista żywności, która również cechuje się zadowalającą ilością protein.



Najczęściej stawia się na zwiększoną ilość chudego mięsa. Dostarcza ono zadowalającą ilość składników, które wspomagają prawidłowe funkcjonowanie organizmu. Spożywanie piersi z kurczaka, polędwicy wieprzowej oraz polędwicy wołowej i piersi



z indyka należy do najchętniej wybieranych opcji przez wielu sportowców starających się utrzymać zdrowy tryb życia.

Równie chętnie wybieranym produktem są różnego rodzaju świeże ryby, takie jak: łosoś, tuńczyk, pstrąg, mintaj oraz dorsz.

Jajka, białka roślinne o różnych postaciach, orzechy czy nawet białko serwatkowe również należy do listy popularnych wyborów, które pozwalają na uzupełnienie niezbędnego białka. Odpowiednie zapoznanie się z wartościami odżywczymi umożliwia ułatwienie jego uzupełniania produktami, które można znaleźć w większości domowych kuchni, bez konieczności robienia specjalnych zakupów.

Szybka przekąska

Dosyć często zdarza się sytuacja, która dotyczy głównie zapracowanych osób.

Mowa tutaj głównie o osobach niemających wystarczającej ilości czasu na spokojne zjedzenie zbilansowanego posiłku. Przez natłok pracy, nauki czy nawet wyczerpujących obowiązków domowych, wiele osób sięga po szybszą alternatywę dla zdrowych, samodzielnie przygotowanych we własnym zacisku domowym przekąsek. Alternatywą dla słodyczy są ich proteinowe wersje, które dodatkowo dostarczają potrzebnych wartości odżywczych, ważnych dla prawidłowego funkcjonowania organizmu. Ich smak często dorównuje klasycznym słodkościom, a ogromny wybór dostępnych wariantów pozwoli zadowolić zróżnicowane gusta kupujących.

Z perspektywy konsumentów istotne jest, aby wybierać te, o dobrym składzie. Przekąski proteinowe mogą być elementem wzbogacającym diety osób, którym zależy na utracie masy ciała lub przyroście tkanki mięśniowej, dlatego bardzo istotne jest weryfikowanie ich jakości, a także ilość tego typu żywności, jaką wprowadzamy do codziennego menu. Ważne jest rozsądne spożywanie produktów proteinowych oraz wybór artykułów o dobrym składzie.

Jogurty w wersji wzbogaconej o dodatkową ilość białka

Oprócz popularnych batonów proteinowych coraz więcej marek produkuje również różnorodne jogurty z dodatkem białka w różnych postaciach i o różnych smakach. Proteinowe wersje produktów nabiałowych, w tym przypadku jogurtów, są często wzbogacone o dodatkową ilość białka i zawierają obniżoną ilość dodawanych cukrów. Dodatkowe urozmaicenie



dodatkiem białka ma również znaczenie dla budowy tkanek. Bakterie zawarte w jogurtach proteinowych wspierają florę bakteryjną jelit, co pozytywnie wpływa na układ trawienny.

Odżywki proteinowe nie tylko dla sportowców

Stosowanie odżywek proteinowych jest bardzo cenionym

Dostępna jest szeroka gama produktów, w której skład wchodzi batony, jogurty, koktajle oraz wiele innych rozwiązań przeznaczonych dla osób prowadzących aktywny i zdrowy styl życia

sposobem dostarczenia dodatkowej ilości białka, na którą decyduje się większość sportowców. Mają różnorodne możliwości zastosowania, w skład których wchodzi koktajle białkowe, owsianki, naleśniki proteinowe oraz dowolne formy zdrowych

diety w postaci jogurtów proteinowych z większym

deserów. To pozwala wkomponować produkty proteinowe do indywidualnej diety oraz zwyczajów żywieniowych i z ich pomocą przygotowywać zadowalające, syćące posiłki. Warto wziąć pod uwagę ilość białka, jaka będzie najodpowiedniejsza do suplementacji.

Niedobór lub nadmiar białka

Przy suplementacji białka istotne jest zachowanie umiaru. Wpływ na funkcjonowanie organizmu ma zarówno niedobór tego składnika, jak i jego nadmiar w diecie. Braki białka w organizmie powodują na przykład pogorszenie się kondycji włosów, paznokci czy wyglądu skóry. Gdy w diecie brakuje tego składnika, mogą występować również problemy z odpornością czy utratą masy ciała. W niektórych przypadkach niedobór białka może wpłynąć także na pogorszenie ogólnego samopoczucia. Trzymanie się zasad, które są zalecane przy dietach wysokobiałkowych, pozwoli na uzyskanie obiecanych efektów, bez negatywnych skutków.

Asortyment proteinowy to rozwijający się obecnie trend dotyczący różnych kategorii produktowych. W ten sposób konsumenci mogą, sięgając po szybką przekąskę, np. w postaci batona czy jogurtu, dostarczyć organizmowi dawkę białka. ♦

Globalne trendy i smaki

Międzynarodowe wpływy w branży napojów

Tekst **Magda Pawluk**
Zdjęcia ©Shutterstock.com

Współczesny kosmopolityczny świat sprzyja kształtowaniu postaw mobilności „bez granic”, globalnego obywatelstwa, międzynarodowej wspólnoty i kulturowej otwartości. Jako społeczeństwo dziś śmiało poruszamy się po świecie, a jako konsumenci – coraz odważniej odkrywamy smaki z różnych jego zakątków. Ten trend możemy obserwować m.in. w branży napojów, w której coraz bardziej zauważalne stają się globalne wpływy.

Asortyment napojów na krajowym rynku staje się coraz bogatszy i mocno zróżnicowany. W ostatnich latach ten segment towarów urozmaicają m.in. produkty inspirowane międzynarodowym rynkiem spożywczym oraz kulturą różnych części globu. Moda na egzotykę czy, Daleki Wschód przełożyła się nie tylko na chęć odwiedzania tych rejonów, ale także wprowadzania elementów tamtejszej codzienności do własnego życia, niezależnie od miejsca, w jakim się aktualnie znajdujemy. Możliwość sięgnięcia w dowolnej chwili po napój z drugiego krańca kuli ziemskiej albo po produkt o smaku nim zainspirowanym to duży komfort dla miłośników światowych kulinarnych trendów. Ich wpływ silnie oddziałuje na lokalną ofertę

handlową napojów, która dopasowując się do potrzeb i oczekiwań konsumentów, poszerza się o bogatą gamę nowych smaków. W ten sposób na sklepowe półki trafiają oryginalne produkty importowane z innych krajów, ale także wyroby rodzimych producentów w ciekawych wariantach nawiązujących do smaków z różnych stron świata. Często są to produkty wypuszczane w ramach edycji limitowanych, dla urozmaicenia oferty lub sprawdzenia reakcji nabywców.

Również konsumenci są pod tym względem coraz odważniejsi i coraz chętniej próbują pojawiających się na rynku nowości. Niektórzy traktują te napoje w kategorii ciekawostki do wypróbowania w ramach nowego kulinarnego doświadczenia, inni wprowadzają wybrane smaki do swojego



codziennego „napojowego” menu i na zakupową listę.

Kanały sprzedaży

Nowości inspirowane globalnymi trendami w kategorii napojów są dostępne w sklepach różnych formatów. Szeroką ofertę udostępniają sklepy wielkopowierzchniowe o mocno zróżnicowanym asortymencie, ale zakupu napojów o nietradycyjnych, modnych smakach można dokonać też w mniejszych placówkach. Szczególną kategorią obiektów handlowych są pod tym względem sklepy typu convenience shop wyspecjalizowane w sprzedaży produktów dystrybuowanych z konkretnego kraju, kręgu kulturowego czy rejonu. Prężnie rozwija się pod tym kontem również branża e-commerce. Sklepy internetowe oferują bardzo rozbudowany asortyment wyselekcjonowanych spożywczych ciekawostek, w tym napojów trudno dostępnych w sklepach stacjonarnych. Zróżnicowane kanały sprzedaży tworzą bogatą, uzupełniającą



się ofertę, wśród której konsumenci mogą wybierać w poszukiwaniu nowych lub już znanych i lubianych smaków napojów.

Egzotyczne smaki

W branży napojów coraz silniej zauważalny jest trend na smaki alternatywne dla tradycyjnych. Dotyczy to szczególnie soków i napojów owocowych, wśród których obok lokalnych gatunków, takich jak: jabłko, truskawka, wiśnia, gruszka, winogrono, ale także popularnych cytrusów, pojawiają się również bardzo egzotyczne warianty. Dziś w wielu sklepach konsumenci mogą nabyć produkty o smaku tropikalnych, do niedawna jeszcze mało znanych na polskim gruncie, owoców oraz ich kompozycji. Są to np.: gujawa, liczi, marakuja, jagody acai, yuzu, kaktus czy smoczy owoc. W wielu przypadkach są to napoje o kwaśnych, wyrazistych smakach. Polscy konsumenci zaczęli się do nich przekonywać i przyzwyczajać. Napoje z egzotyczną nutą kupują z myślą o bezpośrednim spożyciu lub jako składnik do samodzielnego przygotowania drinków i koktajli.

Trendem wśród orzeźwiających napojów o funkcjonalnym profilu są również zyskujące na popularności napoje aloesowe, cenione m.in. jako bogate źródło substancji odżywczych. Aloe w składzie napojów występuje najczęściej w postaci miąższu, soku z cząstkami aloesu albo żelu z aloesu.

Koreańskie orzeźwienie

Kultura Korei Południowej ostatnio podbija świat. Obok mody na koreańską pielęgnację, muzykę popularną, seriale oraz animacje, zainteresowanie wzbudzają także kulinaria oraz produkty spożywcze, w tym napoje. Niemała w tym zasługa Internetu oraz procesów globalizacji. Napoje, po jakie sięgają bohaterowie k-dram oglądanych na całym świecie za pośrednictwem platform streamingowych, albo napój mleczny, który popija gwiazda k-popu podczas relacji live w mediach społecznościowych śledzonych przez milionową międzynarodową publiczność, wzbudzają ciekawość i chęć posmakowania nowej formy napoju przez naprawdę dużą grupę potencjalnych

konsumentów. Poprzez szerokie dotarcie do odbiorców modnego obecnie kontentu produkty te stają się viralowe i globalne. Informacje na ich temat, często w ciekawej formie, szybko i na dużą skalę rozprzestrzeniają się w Internecie. Taki status zyskało wiele koreańskich napojów. Wśród nich są kultowe orzeźwiające napoje sprzedawane nie w butelkach, ale kolorowych torebkach. W Korei są one dostępne w ogromnej ilości smaków. Ze względu na różnorodność ich wariantów, w koreańskich sklepach wielobranżowych saszetki z napojami tworzą często osob-



ne działy. Produkty te zyskały zainteresowanie konsumentów z innych części świata m.in. dzięki bardzo atrakcyjnemu sposobowi przygotowania napoju, który można pić przez słomkę, ale też po dokupieniu kubeczka wypełnionego lodem, przelać do

a także tradycyjny fermentowany napój ryżowy.

Na półkach polskich sklepów możemy znaleźć coraz więcej importowanych produktów oryginalnych, jak i inspirowanych smakami koreańskich artykułów. W większych miastach powstają też wyspecjali-



zowane sklepy typu convenience shop, wyłącznie z koreańskim albo azjatyckim asortymentem.

Herbaty w butelkach

W ostatnich latach zainteresowaniem konsumentów cieszy się segment herbat i napojów herbacianych w butelkach. W tej kategorii produktów można znaleźć tradycyjne smaki, jak herbata zielona i czarna, jak i warianty smakowe – cytrynowe, mię-
 “
 towe, brzoskwińowe. Na fali globalnych trendów do oferty napojów trafiły również butelkowane herbaty matcha czy yerba mate. Zainteresowanie konsumentów wzbudzają też napoje typu bubble tea, czyli herbata perłowa, nazywana też popularnie bąbelkową. To rodzaj napoju pochodzący z Azji,

Możliwość sięgnięcia po napój z drugiego krańca globu lub po produkt o smaku nim zainspirowanym to komfort dla miłośników światowych trendów

plastikowego naczynia zawartość torebki, by uzyskać chłodzący, mrożony napój.

Wśród modnych napojów rodem z Korei jest też wiele produktów nie tylko o ciekawym smaku, ale też o nietypowej teksturze. Są to np.: słodkie mleko bananowe, napoje mleczne w wersji gazowanej, kolorowe napoje gazowane o rozmaitych smakach w wersji butelkowanej lub puszkowanej,

który wywodzi się z Tajwanu, a swoją nazwę zawdzięcza zawartości kuleczek tapioki albo soku owocowego zamkniętego w specjalnej otoczce. Dostępne w różnych smakach stanowią ciekawe urozmaicenie codziennego menu, jak i sklepowego asortymentu, który w odpowiedzi na globalne trendy nabiera coraz bardziej widocznych międzynarodowych cech. ♦

Nowe nakrętki w butelkach

Jakie zmiany dla producentów i konsumentów wprowadza dyrektywa SUP?

Tekst **Monika Pawluk**
Zdjęcia ©Shutterstock.com

Od 1 lipca zaczną obowiązywać w Polsce przepisy nakładający na producentów obowiązek fabrycznego przytwierdzenia na stałe nakrętek w butelkach plastikowych i kartonach. Konsumentom udało się poznać to rozwiązanie, ponieważ większość asortymentu napojów lub przetworów mlecznych dostępnych na rynku już takie nakrętki posiada. Pojawienie się tego typu zamknięcia butelek wywołało niemałe kontrowersje, jedni nową technologię chwalą, ale nie brak też negatywnych opinii.

Już od kilku miesięcy producenci napojów oraz przetworów mlecznych sukcesywnie wprowadzają na polski i europejski rynek opakowania, w których nakrętka jest przytwierdzona na stałe do opakowania. Dotyczy to zarówno butelek plastikowych na napoje gazowane i niegazowane, jak i kartonów na różnego rodzaju soki, przeciery lub przetwory mleczne. Powodem zmian w technologii otwierania i zamykania tego typu produktów jest unijna dyrektywa SUP, czyli Single Use Plastics, tzn. „plastiki jednorazowego użytku”, do której muszą się dostosować wszyscy producenci w kraju, ale również na terenie UE. Dyrektywa ma na celu ograniczenie stosowania najbardziej zanieczyszczających środowisko produktów, jak również wszystkich produktów wykonanych z tworzyw sztucznych. „Według szacunków produkty jednorazowego użytku z tworzyw sztucznych objęte środkami niniejszej dyrektywy stanowią około 86% produktów jednorazowego użytku z tworzyw sztucznych znajdujących na plażach w Unii Europejskiej” – czytamy w komunikacie opublikowanym na stronie internetowej Ministerstwa Klimatu i Środowiska.



Działania na rzecz środowiska

Zgodnie z nowymi przepisami państwa członkowskie UE są zobowiązane do wprowadzenia zakazów oraz szeregu działań mających na celu ograniczenie użycia tego asortymentu w procesach produkcji, ale również w codziennym użytkowaniu. „Ponadto dyrektywa SUP promuje rozwój alternatywnych rozwiązań i produktów przyjaznych dla środowiska. Propaguje podejścia wspomagające gospodarkę o obiegu zamkniętym, które dają pierwszeństwo zrównoważonemu i nietoksycznemu produktom wielokrotnego użytku i systemom ponownego użycia, zamiast produktom jednorazowego użytku, ma to na celu przede

wszystkim zmniejszenie ilości powstających odpadów” – czytamy na stronie internetowej MKiŚ.

Przepisy unijnej dyrektywy zostały wprowadzone do polskiego prawa Ustawą z dnia 14 kwietnia 2023 r. o zmianie Ustawy o obowiązkach przedsiębiorców w zakresie gospodarowania niektórymi odpadami oraz o opłacie produktowej oraz niektórych innych ustaw. Ustawa ma na celu zapobieganie powstawaniu odpadów z produktów jednorazowego użytku z tworzyw sztucznych i ograniczenia ich negatywnego oddziaływania na środowisko.

Nakrętki „obowiązkowo” przytwierdzone do butelek

Jednym ze sposobów ograniczenia powstawania odpadów oraz skutecznego recyklingu ma być nałożony na producentów obowiązek



fabrycznego przytwierdzenia nakrętek do butelek i kartonów po napojach oraz przetworach mlecznych, który zaczną obowiązywać od 1 lipca. Ma to się przyczynić do efektywniejszego pozyskiwania odpadów nadających się do przetworzenia. Gdy na-

krętka jest odrywana od butelki i razem z innymi odpadami trafia do sortowni, nie podlega recyklingowi, ponieważ ze względu na niewielki rozmiar wypada przez sito do frakcji drobnej i w rzeczywistości nie ma szans na jej przetworzenie. Dlatego nakrętka na stałe przytwierdzona do butelki czy kartonu z sokiem lub mlekiem ma gwarantować to, że całość, tzn. opakowanie i nakrętka, trafią razem do odpadów, a następnie poddane zostaną recyklingowi. Nowa technologia ma również nie utrudniać otwierania butelek oraz kartonów. Konsumenci na pewno muszą zmienić nawyki korzystania z tych produktów.



Proces wdrażania zmian

Do zmian w pierwszej kolejności musieli przygotować się producenci napojów oraz przetworów mlecznych. Wymagało to m.in. wdrożenia w zakładach produkcyjnych nowych technologii polegających na fabrycznym przymocowywaniu nakrętek do plastikowych butelek czy kartonów. Wiązało się to z poniesieniem

przez przedsiębiorstwa dodatkowych kosztów. Niektórzy podjęli również działania edukacyjne, mające na celu uświadomić konsumentów, w jakim celu wprowadzane są zmiany oraz jak korzystać z nowych rozwiązań, aby przyczynić się do skutecznego recyklingu. Te inicjatywy już kilka miesięcy temu podjęły lokalne firmy, ale również wielkie, światowe koncerny. „Nowy rodzaj zamknięcia to kolejny krok na drodze do realizacji przez system firm Coca-Cola w Polsce i krajach bałtyckich wymogów europejskiej dyrektywy o tworzywach sztucznych jednorazowego użytku. Innowacja pojawi się na rynku w ciągu najbliższych tygodni, a więc niemal rok przed terminem wyznaczonym przez Komisję Europejską. Projekt nowego zamknięcia zakłada, że butelka i nakrętka pozostają nierozłączne. Dzięki temu zbierane do ponownego przetworzenia będą

**„
Od kilku miesięcy producenci napojów oraz przetworów mlecznych sukcesywnie wprowadzają na rynek opakowania, w których nakrętka jest przytwierdzona na stałe**

w 2021 r. system firm Coca-Cola rozpoczął stopniowe dostosowywanie swoich linii produkcyjnych w całej Europie do wprowadzenia nowego rozwiązania. Proces przebiegał w ścisłej współpracy z europejskimi rozlewniami, w tym z zakładami Coca-Cola HBC, które wdrażają innowację w różnych krajach tak, by wszystkie były gotowe na produkcję butelek z przymocowanymi nakrętkami do 2024 roku, czyli przed wejściem w życie wymogu Komisji Europejskiej” – podaje na swojej stronie internetowej producent popularnego napoju.

Nowe rozwiązanie a odbiór społeczny

W mediach społecznościowych od pewnego czasu pojawiają się wpisy oraz

całe opakowania, co oznacza, że mniej odpadów trafi do środowiska. Nowe nakrętki to nie tylko ważny element unijnych przepisów, ale także następny krok w kierunku realizacji ambicji systemu Coca-Cola – Świata bez Odpadów. Już

filmiki, w których również znane osoby oceniają zmiany dotyczące nakrętek, pokazując np. jak nowa technologia wpływa na proces picia i nalewania napoju. W przestrzeni publicznej pojawiają się także obawy, że nowe nakrętki mogą zniechęcać konsumentów do udziału w zbiórkach charytatywnych, polegających na przekazywaniu plastikowych nakrętek na przykład celem wsparcia leczenia lub rehabilitacji potrzebujących osób, których w takiej formie w ostatnich latach było prowadzonych bardzo wiele. Jednak oderwanie i przekazanie nakrętek na zbiórkę charytatywną nadal będzie możliwe. ♦



Powrót niedziel handlowych?

Zdania na temat przywrócenia handlu podzielone

Tekst **Monika Pawluk**
Zdjęcia ©Shutterstock.com

Czy powrócą niedziele handlowe? Obecnie w Sejmie prowadzone są prace nad projektem Ustawy, która miałaby znosić obowiązujący od 2018 roku zakaz handlu i umożliwić sprzedaż w placówkach handlowych w dwie niedziele w miesiącu.

Z propozycją takich zmian w obowiązujących przepisach wystąpił klub parlamentarny Polska 2050 – Trzecia Droga. Poselski projekt Ustawy o zmianie ustawy o ograniczeniu handlu w niedziele i święta oraz w niektóre inne dni oraz ustawy – Kodeks pracy zakłada, że zakaz handlu nie obowiązywałby w pierwszą i третią niedzielę każdego miesiąca kalendarzowego. Sklepy mogłyby funkcjonować także w pierwszą niedzielę grudnia i kolejne dwie niedziele poprzedzające pierwszy dzień Bożego Narodzenia, z wyłączeniem niedzieli przypadającej na dzień 24 grudnia. Ponadto handlowa byłaby

niedziela bezpośrednio poprzedzająca pierwszy dzień Wielkiej Nocy, a jeżeli jest to pierwsza albo trzecia niedziela w miesiącu, zakaz nie obowiązywałby także w niedzielę poprzedzającą pierwszą albo третią niedzielę tego miesiąca. Przypomnijmy, że przy przepisach obowiązujących w obecnym kształcie handel w niedziele jest możliwy, ale tylko w przypadku gdy za ladą stanie właściciel sklepu, a nie pracownik.

Praca w niedziele dodatkowo wynagradzana?

Autorzy projektu Ustawy proponują również wprowadzenie gratyfikacji dla pracowników, którzy wykonywaliby swoje obowiązki w niedziele w postaci 200% wynagrodzenia za pracę, zapewnienia innego dnia wolnego od pracy w okresie 6 dni kalendarzowych poprzedzających lub nastę-

i dochodów osób zatrudnionych w handlu. Gwarancje wolnych dni i weekendów sprawiają, że większa liczba dni pracy w niedzielę w znikomym stopniu wpłynie na sytuację pracowników i rodzin – czytamy w uzasadnieniu do projektu Ustawy.

Zdania są podzielone

Losy liberalizacji zakazu handlu w niedziele obecnie wąż się w Sejmie, gdzie skierowany został projekt postów klubu Polska 2050 – Trzecia Droga. Podczas czerwcowych obrad Sejmu odbyło się pierwsze czytanie projektu Ustawy. Wcześniej prowadzone były również konsultacje społeczne, w trakcie których swoje zdanie wyrazili przedstawiciele związków zawodowych oraz organizacji związanych z handlem. Zdania na temat pomysłu przywrócenia handlu w dwie niedziele w każdym miesiącu są podzielone.

Jak czytamy w opinii Forum Związków Zawodowych przesłanej do Sejmu w ra-



pujących po takiej niedzieli oraz wolnych od pracy, co najmniej dwóch niedziel w miesiącu kalendarzowym.

Zdaniem pomysłodawców projektu Ustawy: „Zmiany dotyczą całego społeczeństwa. Proponowany projekt oznaczać będzie zwiększenie swobody wyboru konsumentów, co do czasu i miejsca robienia zakupów. Nastąpi wzrost zatrudnienia

mach konsultacji społecznych organizacja zwróciła się do Marszałka Sejmu Szymona Hołowni o przekazanie projektu do Rady Dialogu Społecznego, celem działań „w zakresie poszukiwania ostatecznej, konsensualnej propozycji”.

Możliwa rotacja pracowników

Z kolei NSZZ Solidarność w swojej opinii wyrażonej w trakcie konsultacji w całości odrzuca argumenty przedstawione w uzasadnieniu projektu. „(...) proponowane przepisy stwarzają zagrożenie rotowania pracowników między placówkami, co oznacza, że pracownicy będą przez siedem dni w tygodniu świadczyć pracę w różnych placówkach, czyli tych, które gwarantują podwójne wynagrodzenie za pracę w niedziele oraz tych, które nie będą otwarte tylko w pozostałych dniach w tygodniu. Tendencje pracowników do fluktuacji i rotacji w sektorze handlu ze względu na korzyści finansowe regulowane ustawowo mogą spowodować nieodwracalną deregulację zatrudnienia i stabilności w tej branży. Biorąc pod uwagę wszystkie wskazane argumenty, nasza opinia do poselskiego projektu Ustawy o zmianie Ustawy o ograniczeniu handlu w niedziele i święta oraz w niektóre inne dni oraz Ustawy – Kodeks pracy jest negatywna zarówno w zakresie wskazanego celu, jak i ze względu na wadliwość prawną proponowanych przepisów oraz ryzyka, jakie stwarzają dla pracowników oraz przedsiębiorców/pracodawców.” – czytamy w opinii NSZZ Solidarność opublikowanej przez Rządowe Centrum Legislacji.

Negatywnie zaopiniowało projekt Ustawy również Ogólnopolskie Porozumienie Związków Zawodowych. „Wolne niedziele w handlu to prawo doceniane przez pracowników tego sektora w sposób szczególny. Nie da się bowiem zamienić wolnego czasu spędzonego wspólnie z rodziną, z przyjaciółmi, na niewiele wyższe wynagrodzenie. Miażdżąca większość pracowników handlu nie chce i obawia się proponowanych w projekcie zmian. (...)” – wskazuje Ogólnopolskie Porozumienie Związków Zawodowych.

Wpływ zmian w przepisach na małe sklepy

Natomiast Polska Izba Handlu w swoim stanowisku wyrażonym w trakcie konsultacji społecznych zwróciła uwagę na skutki, jakie niosłoby przywrócenie handlu w nie-



dziele dla małych sklepów. „Dziś właściciele małych sklepów mierzą się z ogromnym wzrostem kosztów prowadzenia działalności, zwłaszcza w porównaniu do okresu sprzed wprowadzenia regulacji w 2018 roku. Dzięki ograniczeniu handlu w niedziele i jednoczesnym pozostawieniu możliwości prowadzenia sprzedaży przez mikroprzedsiębiorców, mogą oni, zgodnie z intencją tej ustawy, wyrównywać swoje szanse w konkurencji z sieciami wielkopowierzchniowymi. Odebranie im tej sposobności będzie skutkowało umocnieniem się trendu zamykania małych, osiedlowych i wiejskich sklepów, które pełnią dodatkowe, ważne funkcje w lokalnych społecznościach. Dlatego chcemy zdecydowanie przestrzec przed negatywnymi konsekwencjami dla całego rynku handlu, a zwłaszcza dla mikroprzedsiębiorców, jakimi skutkować będzie zmiana zasad handlu w niedziele w kształcie proponowanym w Projekcie ustawy.” – czytamy w stanowisku Polskiej Izby Handlu.

Zdaniem Polskiej Organizacji Handlu i Dystrybucji w projektowanych przepisach

zastrzeżenia budzi m.in. 1-miesięczne vacatio legis, co według POHID jest zbyt krótkim terminem na dostosowanie grafików pracy i operacji logistycznych. „Jako branża handlowa traktujemy poselski projekt ograniczenia handlu przygotowany przez

**„
Proponowane jest wprowadzenie gratyfikacji dla pracowników, którzy wykonywaliby swoje obowiązki w niedziele w postaci 200% wynagrodzenia za pracę**

Klub Parlamentarny Polska 2050 – Trzecia Droga jako swego rodzaju otwarcie dyskusji publicznej dotyczącej przyszłego kształtu handlu w niedziele. Projekt ten nie porządkuje jednak sytuacji na rynku, utrzymując dużą liczbę wyjątków od zaka-

zu handlu w niedziele i różnicując status osób pracujących w niedziele w różnych podmiotach sektora handlu. Przewidziana w projekcie możliwość handlu w pierwszą i третią niedzielę każdego miesiąca doprowadzi naszym zdaniem do dezorientacji klientów, którzy nie będą pamiętać, która właściwie niedziela jest handlowa, a która nie jest handlowa. Takie rozwiązanie komplikuje też organizację logistyki i prowadzi do marnowania żywności.” – podkreśla w swoim stanowisku przesłanym do Sejmu Polska Organizacja Handlu i Dystrybucji. ♦

Bezpieczeństwo żywności

Odpowiedzialna produkcja i dystrybucja

Tekst **Monika Pawluk** źródło: IJHARS

Zdjęcia ©Shutterstock.com

Przypadający na 7 czerwca Międzynarodowy Dzień Bezpieczeństwa Żywności (WFSD2024) jest okazją do zwrócenia uwagi na to, jak istotna jest odpowiedzialna produkcja i dystrybucja oraz edukacja konsumentów w zakresie bezpiecznych nawyków żywieniowych. O tych zasadach przypominała Inspekcja Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych.

instytucji i rządów. Musimy być świadomi ryzyka, odpowiedzialnie zarządzać procesami produkcji i dystrybucji, a także edukować społeczeństwo na temat bezpiecznych praktyk żywieniowych. Współpraca i wymiana doświadczeń są kluczem do budowania silnego systemu bezpieczeństwa

Międzynarodowy Dzień Bezpieczeństwa został ustanowiony w 2018 roku na podstawie rezolucji Zgromadzenia Ogólnego Narodów Zjednoczonych, z inicjatywy Komisji Kodeksu Żywnościowego FAO/WHO. Jak informuje w komunikacie opublikowanym na swojej stronie internetowej Inspekcja Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych, hasło przewodnie tegorocznego święta to „Bezpieczeństwo żywności – Bądźmy przygotowani na nieoczekiwane!” Zostało ono wybrane w związku z przypadającą 20. rocznicą uruchomienia Międzynarodowej Sieci Organów Bezpieczeństwa Żywności FAO/WHO (INFOSAN).

Gotowość gwarancją bezpieczeństwa żywności

„WFSD2024 inspirowane jest do gotowości w zakresie bezpieczeństwa żywności, szczególnie kiedy konieczne jest szybkie zidentyfikowanie charakteru i zasięgu międzynarodowego ogniska lub potencjalnego ogniska choroby przenoszonej przez żywność. Przez ostatnie dwadzieścia lat INFOSAN był liderem gotowości w zakresie bezpieczeństwa żywności, zapewniając platformę do szybkiej wymiany informacji dla organów odpowiedzialnych za bezpieczeństwo żywności na całym świecie. Rolą INFOSAN jest zapobieganie, wykrywanie i zarządzanie zagrożeniami w łańcuchach dostaw żywności oraz pasz, a tym

samym ochrona zdrowia i życia ludzi” – czytamy w komunikacie na stronie internetowej IJHARS.

Istota komunikacji w sytuacjach zagrożenia

IJHARS przypomina, że inicjatywa utworzenia sieci powstała w wyniku prac nad Zasadami i wytycznymi Komisji Kodeksu Żywnościowego dotyczącymi wymiany informacji w sytuacjach zagrożenia bezpieczeństwa żywności (CXG 19-1995). „Rewizja CXG 19-1995 z 2004 roku (ostatnia rewizja zasad miała miejsce w 2016 roku) wprowadziła zalecenia dotyczące szybkiej międzynarodowej i międzysektorowej wymiany informacji, które doprowadziły między innymi do utworzenia INFOSAN. Wspomniany dokument podkreśla znaczenie sprawnej komunikacji w sytuacji zagrożenia bezpieczeństwa żywności, mającej na celu zminimalizowanie potencjalnych negatywnych skutków dla zdrowia publicznego. Globalny charakter handlu żywnością wymaga, aby komunikacja odbywała się tak szybko, jak to możliwe, między wszystkimi właściwymi organami kontroli żywności państw dotkniętych zagrożeniem”.

Z apelem do wszystkich

– „Bądźmy przygotowani na nieoczekiwane” to apel do nas wszystkich – producentów, konsumentów, naukowców,



żywności – podkreśla cytowany w komunikacie opublikowanym na stronie internetowej IJHARS dr Przemysław Rzodkiewicz, Główny Inspektor Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych.

Międzynarodowy Dzień Bezpieczeństwa Żywności ma przypomnieć, że bezpieczeństwo żywności to zbiorowa odpowiedzialność producentów, dystrybutorów żywności, a także konsumentów.

„Tylko w ten sposób możemy mieć pewność, że żywność na naszym talerzu jest bezpieczna. Istnieją jednak wyjątkowe sytuacje i nieoczekiwane okoliczności, które mogą sprawić, że bezpieczeństwo żywności jest zagrożone. Dlatego wszyscy musimy być przygotowani na nieoczekiwane! Sprawnie działająca sieć wymiany informacji o sytuacjach kryzysowych związanych z żywnością, z pewnością może nam w tym pomóc” – czytamy w komunikacie opublikowanym przez IJHARS. ♦

SPECIAL
DOG
KITCHEN

HIGH PREMIUM QUALITY
Gemon
VetSolution



Monge
Natural Superpremium

LECHAT
EXCELLENCE

WYSOKA JAKOŚĆ
W PRODUKTACH
DOPASOWANYCH DO
TRENDÓW I POTRZEB
KLIENTÓW

SZEROKA GAMA
ROZWIĄZAŃ
NA KAŻDY SEGMENT
RYNKU



Monge

*mamy dedykowaną
ofertę na każdą półkę*

Nr 1 WE WŁOSZECH
NAJWIĘKSZY
PRODUCENT KARM
DLA
PSÓW I KOTÓW



Zapraszamy
do współpracy

Skontaktuj się z nami

Monge Polska

✉ info@mongepolska.pl ☎ 726-200-901

monge.shop



Mleko UHT Łaciate barista – nowość w ofercie Mlekpola

Naturalny smak i aromat oraz trwała, kremowa pianka – mleko UHT Łaciate barista to odpowiedź na potrzeby zarówno profesjonalnych, jak i domowych baristów. Można go używać do kaw tradycyjnych i mrożonych, ale także do koktajli oraz deserów. Produkt wyróżnia wysoka zawartość białka, wynosząca 3,2%.

Producent: Spółdzielnia Mleczarska MLEKPOL
www.mlekpola.com.pl



Aromatyczna nowość od Doliny Dobra

Smakowe kielbaski z suszonymi pomidorami od Doliny Dobra to produkt o czystym składzie, bez konserwantów i sztucznych dodatków. Wykonane w 100% z polskiego mięsa stanowią idealną propozycję dla miłośników aromatycznych smaków. Kielbaski z dodatkiem wyrazistych, suszonych pomidorów doskonale sprawdzą się zarówno jako przekąska, ale i danie główne.

Producent: Goodvalley
www.goodvalley.com



Nowość – Śmietanka Łaciate pasteryzowana 30%

Do doskonałego wszechstronnego wykorzystania w kuchni, nadająca potrawom idealną konsystencję, o prostym składzie i w praktycznym, większym opakowaniu – taka jest Śmietanka Łaciate 30%, która trafiła właśnie do oferty Mlekpola. Świetnie sprawdza się jako dodatek do kawy, zup, sosów i sałatek, a zwłaszcza do słodkich deserów, tortów i koktajli.

Producent: Spółdzielnia Mleczarska MLEKPOL
www.mlekpola.com.pl

TINY TEDDY

Wyjątkowe galaretki w czekoladzie zamknięte w uroczej puszcze w kształcie małego misia, która po zjedzeniu smakołyków staje się skarbonką. Idealny pomysł na prezent, który cieszy dwa razy. Pozwoli delektować się słodyczami i zbierać oszczędności. Misie dostępne w dwóch wariantach kolorystycznych. Waga netto: 60g.
 Producent: MAGNAT sp. z o. o.
www.magnat.com.pl

**Smak wakacji w słonecznej Italii**

TEEKANNE „Italian Lemon” to aromatyzowana mieszanka herbatek owocowych, która zabierze Twoje kubki smakowe w podróż wprost do słonecznej Italii. Łączy w sobie aromatyczną świeżość cytryny z niezwykle przyjemną słodkością miodu. Ten wyśmienity napar herbaciany oferuje wyrazisty owocowy smak i orzeźwia w upalne dni. Spróbuj sam i przenieś się wyobraźnią na letnie, słoneczne wakacje we Włoszech.
www.teekanne.pl

REKLAMA

Odkrywanie głębi smaku sztuka fotografii produktowej

sesje produktowe
 sesje biznesowe
 sesje wizerunkowe
 fotorelacje z wydarzeń
 fotografia wnętrz showroomu
 wideofilmowanie

DESIGN
 BOOK

☎ 577 007 626

www.designbook.pl



Nowe technologie

Wykorzystanie AI w handlu

Tekst **Magda Baskurzyńska**

Zdjęcia ©Shutterstock.com

Technologia AI odnajduje coraz większe zastosowanie w wielu dziedzinach. Poza wykorzystaniem w budownictwie czy medycynie równie duży wpływ sztucznej inteligencji można zaobserwować w wielu innych sektorach gospodarki, wśród których znajduje się także handel. Jest przydatna w automatyzacji i optymalizacji wielu procesów niezbędnych dla tego rodzaju placówek, a także daje nowoczesne możliwości interakcji z klientami oraz personalizacji ich zakupów.

Wykorzystanie możliwości sztucznej inteligencji w handlu okazuje się bardzo pomocne nie tylko dla klientów, ale również dla przedsiębiorców. Dzięki temu podejmowanie ważnych decyzji dotyczących biznesu będzie przebiegało w sprawniejszy i łatwiejszy sposób. W dzisiejszych czasach rynek zmienia się w przerażająco szybkim tempie, dlatego korzystanie z nowych rozwiązań może pomóc w utrzymaniu się na wysokiej pozycji. Wykorzystywanie danych klientów, np. z historii zamówień, trendów w social mediach oraz wielu innych odgrywających istotną rolę czynników będzie tutaj kluczowe w usprawnieniu sprzedaży.

Na czym polega handel z użyciem AI?

Zastosowanie sztucznej inteligencji w procesach handlowych jest zauważalne nie tylko w samej sprzedaży, ale również



i magazynowaniu oraz również w usługach finansowych i ubezpieczeniowych.

Nowoczesny handel wykorzystujący sztuczną inteligencję obejmuje dużą ilość nowoczesnych technologii. Wśród nich znajdują się już od jakiegoś czasu popularne chatboty, analiza danych, uczenie maszynowe, robotyka i automatyzacja pro-

cesów oraz sieci neuronowe. Wiele firm decyduje się na ułatwienie sobie pracy z pomocą sztucznej inteligencji, co dodatkowo pozwoli dokładniej sprecyzować prognozy sprzedaży, dokonywać personalizacji oferty dla klientów, a także optymalizować procesy logistyczne i maszynowe. Oprócz wymienionych przykładów nowoczesne mechanizmy przyczynią się również do usprawnienia wielu innych działań, dzięki czemu koszty i czas poświęcone pracy mogą ulec zmniejszeniu.

Opinie i recenzje klientów

Równie duże znaczenie w usprawnieniu procesów handlu ma zastosowanie przetwarzania języka naturalnego. Te procesy pozwalają na automatyczne przetwarzanie dużej ilości danych takich jak opinie i recenzje

przy dowolnych zakupach. AI jest najczęściej wykorzystywane w handlu detalicznym, e-commerce, B2B, produkcji, logistyce

klientów. Jest to jedna z przydatniejszych funkcji, ponieważ stanowi gwarancję dopasowania oferty do potrzeb i preferencji konsumentów, które są niezwykle ważne przy dokonywaniu decyzji zakupowych. Równie przydatna jest możliwość pomocy przy procesach takich jak składanie zamówień i niezbędne w tego typu biznesie fakturowanie. Jest to szczególnym udogodnieniem, które pozwala na poświęcenie czasu innym, równie istotnym strategicznym zadaniom. Wśród nich znajduje się analiza danych handlowych i opracowanie strategii biznesowych, które także wymagają dużej uwagi i czasu.

ZALETY STOSOWANIA SZTUCZNEJ INTELIGENCJI

Ilość korzyści, jakie daje stosowanie nowatorskich rozwiązań, znacznie przeważa nad wspomnianymi wcześniej wadami. Technologia AI jest tak rozwinięta, że ilość możliwości jej zastosowania może okazać się zaskakująca dla wielu osób. Tak samo jest z zaletami wynikającymi z jej stosowania, wśród których znajdują się:

- Możliwość personalizacji wybranych treści i oferty, która polega na analizie danych personalnych klientów.
- Automatyzacja procesów marketingowych, wśród których znajduje się pisanie wiadomości e-mail, zarządzanie kampaniami reklamowymi, a także kontrolowanie mediów społecznościowych.
- Analiza obszernych zbiorów danych, co jest bardzo przydatną funkcją w rozumieniu trendów i wyborów klientów. Ta opcja może się okazać szczególnie pomocna w dostosowaniu strategii marketingowej na podstawie podanych danych.
- Zapobieganie oszustwom i dodatkowe wykrywanie nieprawidłowości w transakcjach, co jest szczególnie ważne w branży e-commerce.

Optymalizacja cen

Równie wartościową pomocą przy zastosowaniu technologii AI jest optymalizacja cen. Dokładna i szybka analiza danych handlowych oraz zmian w popycie dokonana przez sztuczną inteligencję pozwoli firmie na osiągnięcie jak największego zysku. Tak samo jest w przypadku handlu elektronicznego, w którym zastosowano technologię AI. Tutaj przebiega dokładna analiza zachowań i wyszukiwań klientów, dzięki której następuje dopasowanie proponowanych produktów. Przez to może się pojawić znaczny wzrost sprzedaży, co następnie przełoży się również na większe zyski.

Technologia AI jako pomoc dla klientów

Nowoczesne rozwiązanie wykorzystujące sztuczną inteligencję jest również pomocne podczas zakupów samych klientów. Zazwyczaj stacjonarnie robione zakupy kojarzą się z długimi kolejkami, co bardzo często jest zauważalne w okresie przedświątecznym. Możliwe, że szybko postępujące unowocześnienia niedługo pozwolą na eliminację takich zjawisk. Wszystko dzięki coraz po-



wszechniejszemu wykorzystaniu potencjału sztucznej inteligencji. Dobrym tego przykładem są bezobsługowe sklepy. Pozwalają one na szybkie dokonanie zakupów, które będą wykluczeniem uciążliwych kolejek, pracy kasjerów i potrzeby posiadania ze sobą gotówki. Technologia AI w sklepach wykorzystuje możliwość polegającą na rozpoznawaniu i przetwarzaniu obrazów, by następnie śledzić zachowania klientów podczas pobytu w danym sklepie. Niewykluczone, że w przyszłości sztuczna inteligencja całkowicie opanuje działanie wielu sklepów. Półki w marketach mogą zostać przetworzone na wersje cyfrowe. Specjalne skanowanie dowolnych wybranych produktów pozwoli na dokonanie zakupów bez konieczności dźwigania ciężkich koszy wypełnionych jedzeniem lub innymi produktami spożywczymi. ♦

Nowoczesny handel wykorzystujący sztuczną inteligencję obejmuje dużą ilość nowoczesnych technologii: chatboty, analizę danych czy uczenie maszynowe

WADY ZASTOSOWANIA AI W HANDLU

Pomimo szerokich możliwości zastosowania sztucznej inteligencji, zauważalny jest również szereg wad, które mogą mieć negatywny wpływ na funkcjonowanie procesu handlu. Należą do nich:

- Często spotykany niski poziom empatii lub całkowity jej brak, przez co pojawia się niski poziom budowania relacji z klientem.
- Możliwe naruszenia prywatności. Systemy AI zbierają dane osobowe, na podstawie których mogą przejść do następnych etapów działania. Brak przestrzegania określonych wymagań może prowadzić do problemów prawnych i tracenia zaufania dużej ilości klientów.
- Narastające ryzyko utraty miejsc pracy. Postępujący rozwój, którego procesy wykorzystują zautomatyzowane możliwości, sprawia, że znaczna grupa osób zatrudnionych w handlu zaczyna obawiać się przyszłej utraty posady na rzecz działania nowych technologii, które nie wymagają pomocy człowieka.

Kontrole jakości lodów

Najwięcej błędów dotyczyło znakowania produktów

Tekst **Monika Pawluk** źródło: IJHARS
Zdjęcia ©Shutterstock.com

Inspekcja Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych (IJHARS) przedstawiła wyniki przeprowadzonych planowych kontroli lodów znajdujących się w ofercie gastronomii. Inspektorzy przyjrzeni się jakości handlowej mrożonych deserów. Najwięcej nieprawidłowości dotyczyło znakowania produktów. Co istotne, we wszystkich przypadkach skontrolowane produkty były przechowywane we właściwy sposób, zapewniający ich odpowiednią jakość i bezpieczeństwo.

Jak informuje na swojej stronie internetowej IJHARS, celem kontroli było sprawdzenie jakości handlowej lodów znajdujących się w ofercie gastronomii. Inspektorzy weryfikowali, czy dostępne produkty odpowiadają obowiązującym przepisom prawa i wymaganiom, których spełnienie zostało zadeklarowane m.in. w oznakowaniu na opakowaniu produktu.

Kontrole zostały przeprowadzone w lokalach gastronomicznych na terenie całej

go kraju w trzecim kwartale 2023 r. Objęły łącznie 45 punktów, w ofercie których dostępne są lody. Różnego rodzaju nieprawidłowości stwierdzono w 31 z nich (68,9 %).

Lody pod lupą IJHARS

Asortyment sprawdzano pod kątem cech organoleptycznych. W skontrolowanych 41 partiach lodów nie stwierdzono nieprawidłowości. Badania laboratoryjne pod kątem parametrów fizykochemicznych objęły 61 partii lodów, z czego zakwestionowano 7 partii,



w oświadczeniu kontrolowanego i w dokumentacji lub błękitu brylantowego niewymienionego w wykazie składników” – czytamy w komunikacie IJHARS.

W trakcie kontroli sprawdzane były również parametry mikrobiologiczne. Pod tym kątem sprawdzono 3 partie lodów ze składnikiem mlecznym. Nie stwierdzono nieprawidłowości w tym zakresie.

Główne nieprawidłowości

Jak podaje IJHARS najwięcej nieprawidłowości stwierdzono w zakresie znakowania produktów. Spośród 274 sprawdzonych partii nieprawidłowości stwierdzono w 169 partiach (61,7% skontrolowanych).

Nieprawidłowości zazwyczaj dotyczyły wykazu składników. Brakowało informacji na temat substancji powodujących alergię lub reakcje nietolerancji, które powinny być udostępnione w miejscu sprzedaży, na wywieszce dotyczącej danego środka spożywczego lub w inny sposób w miejscu dostępnym bezpośrednio konsumentowi finalnemu. Nie wyróżniono także nazw produktów powodujących alergię lub reakcje nietolerancji. W niektórych przypadkach zamieszczano też informację na temat niewłaściwej funkcji technologicznej dodatku do żywności. Zdarzały się również sytuacje, że w informacji dla konsumentów na temat składu produktu umieszczano surowce i półprodukty, które nie były użyte do produkcji albo nie występowały w recepturze danych lodów.

Nie zgodności z deklarowanymi składnikami

Często także umieszczano surowce, wymienione jako składniki składnika złożonego, które nie zostały stwierdzone w opisie



na jego opakowaniu. Do nieprawidłowości można zaliczyć także podanie składu składnika złożonego, który był niezgodny ze składem zadeklarowanym w oznakowaniu na opakowaniu tego składnika, np. „bazy mlecznej”, „bazy kakaowej”, „pasty czekoladowej”. Wśród częstych błędów ujawnionych w wyniku kontroli zaliczyć można też umieszczenie substancji zagęszczających innych niż zadeklarowane na etykiecie surowca zastosowanego do produkcji lodów czy podanie składnika złożonego bez wyszczególnienia jego składu, np. „pulpy z mango”, „syropu”. Zdarzały się również sytuacje pominięcia niektórych surowców stosowanych do produkcji lodów, np. dekstrozy, rumu, mleka, owoców lub produktów wchodzących w skład składnika złożonego, np. „masy lodowej”, „bazy śmietankowej”. W niewłaściwy sposób podawano składnik lodów – bez uwzględnienia dodatkowych informacji o sposobie jego przetwarzania, np. „pistacja” zamiast „pistacja prażona”, lub bez określenia roślinnego źródła pochodzenia składników, w tym: mąki, tłuszczu roślinnego, błonnika. Wykryte nieścisłości dotyczyły także stosowanego nazewnictwa, np. podanie w składzie nazwy produktu „glukoza” zamiast „syrop glukozowy” lub cytryna zamiast „sok z cytryny”. W niektórych lokalach gastronomicznych w składzie produktu widniała nazwa „baza mleczna”, podczas gdy w składzie tego wyrobu wskazano rafinowany olej kokosowy. Inne błędy dotyczyły np. podania składników środka spożywczego w nieprawidłowej kolejności.

Nieprawidłowości w nazewnictwie

Jak informuje w swoim komunikacie IJHARS, część nieprawidłowości dotyczyła nazwy artykułu. Zdarzały się przypadki, że w nazwie lodów lub wykazie składników podawano nazwy zarezerwowane dla przetworów mlecznych odnoszących się do produktów roślinnych np. „mleko sojo-

we w proszku”, „masło kakaowe”, „z masła orzechowego”. W niektórych sytuacjach używano nieprawidłowej nazwy lodów np. „kefir z (nazwa owocu)”, „masło palone z (nazwa składnika smakowego)” z zastosowaniem terminów zarezerwowanych dla przetworów mlecznych, podczas gdy jednocześnie do produkcji kontrolowanych wyrobów zastosowano surowce zawierające tłuszcze roślinne. Niekiedy nie używano też właściwej nazwy towaru umożliwiającej poznanie rzeczywistego charakteru produktu np. poprzez podanie nazwy owocu „mango” bez określenia „sorbet” lub poprzez zastosowanie jedynie nazwy fantazyjnej lodów z pomi-



niem części opisowej. Konsumenci byli wprowadzani w błąd poprzez rozbieżności w nazwie lodów, np. poprzez zamieszczenie informacji takich jak np. „lody tradycyjne”, „wyłącznie naturalne składniki”, „100% natura”, podczas gdy do produkcji lodów użyto składników wysoko przetworzonych oraz dodatków. Wśród innych błędów można wymienić użycie w nazwie lodów określeń takich jak np. „śmietanka”, „lody śmietankowe”, podczas gdy do produkcji lodów zastosowano surowce roślinne, np. rafinowany olej kokosowy lub składniki złożone zawierające tłuszcze roślinne.

Niepełne informacje

W niektórych przypadkach na lodowym asortymencie brakowało informacji o obecności substancji słodzącej także obok nazw na tablicy z ofertą lodów. Wśród nieprawidłowości inspektorzy wskazywali także nieumieszczenie nazwy albo imienia i nazwiska producenta lodów w miejscu bezpośrednio dostępnym dla konsumenta finalnego.



Przechowywanie i świeżość bez zastrzeżeń

W przypadku niektórych zakwestionowanych partii lodów ujawniono nawet kilka nieprawidłowości. Co istotne, we wszystkich przypadkach skontrolowane produkty były przechowywane we właściwy sposób, zapewniający ich odpowiednią jakość i bezpieczeństwo. Według informacji IJHARS tylko u 2 podmiotów stwierdzono przeterminowane surowce/półprodukty stosowane do produkcji lodów. „W przypadku pierwszego podmiotu było to kakao natomiast drugiego – przeterminowana pasta o smaku krówki. W pozostałych placówkach nie stwierdzono produktów przeterminowanych” – czytamy w komunikacie.

Inspektorzy wydali 30 decyzji administracyjnych nakładających kary pieniężne na kwotę 46 401,21 zł, a także nałożyli 3 mandaty karne oraz wydali 25 zaleceń pokontrolnych. ♦

Słodyczne na lato

Wakacyjne przekąski na słodko

Tekst **Magda Baskurzyńska**
Zdjęcia ©Shutterstock.com

Lato, a w tym również cały sezon wakacyjny, jest okresem w roku, podczas którego większość osób korzysta z długo wyczekiwanych urlopów i odpoczynku, ciesząc się pięknymi widokami i promieniami słonecznymi. Gorące wakacyjne dni są czasem wykorzystywanym głównie na relaks i przyjemności. Dlatego warto je spędzić w jak najlepszy sposób. Na pewno przyjemnym dodatkiem mogą okazać się orzeźwiające letnie desery, a także inne tego typu słodczyce.

Sezonowe owoce, budki z lodami, stoiska z goframi pełnymi rozmaitych słodkich dodatków... Chyba nic innego nie przychodzi bardziej na myśl wakacyjnego okresu pełnego przepysznych słodkich i kolorowych przekąsek. Powstaje coraz więcej możliwości, które zaspokoją każde, nawet najbardziej wymagające podniebienie. W tym artykule przyjrzymy się przykładowym opcjom, które zachęcają swoim wyglądem oraz smakiem, a tym samym przypominają beztroski klimat wakacji.

Smaki wakacji

Słodczyce są uważane za najpopularniejszą przekąskę, po którą sięga większość osób, niezależnie czy mowa o dorosłych, czy dzieciach. Często spotykane w menu na różnego rodzaju imprezach okolicznościowych, spotkaniach czy nawet na ekscytujących wakacyjnych wyjazdach.

Wakacje to okres w roku, kiedy większość osób decyduje się na poznawanie



innych kultur przez podróże i wycieczki. Każdy kraj czy region oferuje inną kuchnię oraz tradycję. Próbowanie lokalnych dań i słodkich deserów może być ciekawą, inspirującą częścią niezapomnianej podróży.

Mała przekąska

Słodczyce zawierają węglowodany, które są odpowiedzialne za podniesienie poziomu tryptofanu we krwi. Jest on prekursorem serotoniny, czyli inaczej hormonem szczęścia. Ma duży wpływ na samopoczucie,



cie, zmniejsza poziom stresu i lęku, a dodatkowo reguluje apetyt i sen.

Przy spożywaniu słodczych powinien być zachowany odpowiedni umiar. Mają one duży wpływ na poziom energii i wydajności. Słodkie przekąski są także dodatkowym źródłem glukozy, która jest określana na podstawowym paliwem dla ludzkiego organizmu, a tym samym jest niezbędna do prawidłowego funkcjonowania mózgu, mięśni i pozostałych narządów. Spadek glukozy może być zauważalny podczas zmniejszenia poziomu energii, zwiększenia senności, spadku możliwości koncentracji i wydajności. Dlatego mała przekąska w postaci różnych słodczych może wpłynąć pobudzająco do działania.

Słodkie i orzeźwiające przekąski są częstym zakupem, po który sięgamy podczas upalnego lata. Konsumentom zazwyczaj wybierają batony, ciastka, wafelki bez polewy o lekkich owocowych smakach. Oprócz typowych, znanych wszystkim pozycji, istnieje również wiele ich odpowiedników dla osób, które prowadzą zdrowy tryb życia. Tego typu produkty równie dobrze zaspokoją chęć zjedzenia czegoś słodkiego. Wykorzystanie naturalnych składników pozytywnie wpłynie na organizm. Będzie można je spożywać bez obaw o dietę.

Orzeźwiający deser pełny smaku

Lody są najpopularniejszą opcją, po którą sięgają zarówno dzieci, jak i dorośli, głównie podczas pory letniej. Kojarzą się z wakacjami, bez troską i dzieciństwem. Są produktami często wybieranymi na ciepłe dni. Stanowią stosunkowo niskokaloryczną przekąskę, która oprócz uczucia chłodu, dodatkowo zaspokaja również potrzebę zjedzenia słodkiego deseru. Istnieje wiele ciekawych mieszanek smaków i nietypowych rodzajów, dzięki czemu każdy może zaspokoić swoje podniebienie.

Podobnie dużym zainteresowaniem cieszą się owocowe sorbety. Często wybierane przez najmłodszych, pełne intensywnego smaku owoców. Soczyste, chłodzące lody owocowe stanowią beztłuszczową alternatywę dla tradycyjnych lodów, do których dodawana jest śmietanka oraz mleko. Te są natomiast lekkie i zawierają o wiele mniejszą ilość kalorii, dzięki czemu sprawdzą się jako przekąska również podczas diety redukcyjnej. Duża ilość owoców wykorzystywanych do ich produkcji to dodatkowe źródło błonnika pokarmowego, który ułatwia przemianę materii i przyspiesza trawienie. Ich prosty skład sprawia, że sprawdzą się również w przypadku osób, które są na diecie wegańskiej i wegetariańskiej. Taki deser warto przygotować w zaciszu domowej kuchni. Lista niezbędnych składników nie jest długa i skomplikowana, przez co ich zakup nie będzie dodatkowym obciążeniem kieszeni.

Kruche ciasto z owocami

Lato jest okresem w roku, podczas którego większość osób cieszy się świeżymi owocami i warzywami. Idealną opcją na wakacyjny deser będzie kruche ciasto

z dodatkiem sezonowych owoców. Jest lekkie, dzięki czemu nie powoduje uczucia ciężkości. Owoce takie jak wiśnie, śliwki, brzoskwinie, poziomki lub jeżyny w połączeniu z orzeźwiającym kremem stworzą idealny deser, który orzeźwi każde podniebienie, podobnie jak lody. Obszerna ilość przepisów pozwala na dostosowanie jego smaku do gustu każdego podniebienia. Wygodną opcją będzie sięgnięcie po gotową mieszankę w proszku do przyrządzenia kruchego ciasta.

Gofry przynoszące na myśl nadmorskie wakacje

Większości osobom okres wakacyjno-urlopowy kojarzy się z nadmorskimi budkami, w których sprzedawane są pyszne gofry z różnorodnymi słodkimi dodatkami. Mogą być serwowane w tradycyjnej formie, czyli z kłeksom bitej śmietany. Urozmaicenia w postaci świeżych owoców sezonowych lub dżemu stworzą ciekawe przełamanie dla słodkiego, śmietanowego smaku. Równie dobrze wypadnie wykorzystanie polewy do lodów lub innych nieoczywistych dodatków pełnych smaku. Gofry możemy przygotować samodzielnie w domu z dostępnych w sklepach półproduktów. Pomocne w tym będą różnego rodzaju mieszanki do gofrów. W ten sposób szybko przyrządzimy ulubiony deser, nawet jeśli w lodówce nie posiadamy niezbędnych składników. W mieszankach jest wszystko, co potrzebne do przygotowania ciasta gofrowego. W sklepach znajdziemy również gotowe, upieczone gofry – w kilku wersjach – niektóre można jeść na zimno, inne wymagają podgrzania przed podaniem. Popularnym dodatkiem do gofrów jest bita śmietana. W tym przypadku



konsumenci również mają szeroki wybór produktów. Mogą sięgnąć po gotowe rozwiązanie w postaci bitej śmietany w sprayu lub wykonać ją samodzielnie. Wówczas konsumenci poszukują produktów dobrej jakości, np. śmietany o dużej zawartości tłuszczu, minimum 30%. Stosowane są również specjalne sproszkowane mieszanki, dzięki którym w prosty sposób można przygotować bitą śmietanę.

Tiramisu z kawowym aromatem

Kolejne wakacyjne ciasto, które ma bardzo liczne grono fanów, to tiramisu. Deser składa się z biszkoptów nasączonych mocną kawą, dodatkowo przełożonych aksamiłnym serkiem mascarpone. Wilgotny, rozpylający się w ustach deser załatodzi potrzebę wielu osób na zjedzenie czegoś słodkiego, a schłodzony w lodówce idealnie sprawdzi się podczas gorących, letnich dni.

Zdrowa przekąska

Słodkie desery to nie tylko ciasta, lody czy przekąski w postaci batonów. Lato jest okresem, w którym cieszymy się dużą ilością świeżych owoców, a dzieje się tak dlatego, że ich smak jest wtedy najbardziej soczysty, słodki i wyrazisty. Skomponowanie ulubionych owoców będzie również idealnym sposobem na zrobienie pysznej sałatki. Truskawki, agrest, borówki, porzeczki, czereśnie oraz wiśnie są typowymi, sezonowymi owocami, które kojarzą się z rozpoczęciem okresu wakacyjnego. ♦



Napój na dzień dobry

Kawa ziarnista, mielona czy w kapsułkach?

Tekst **Magda Baskurzyńska**
Zdjęcia ©Shutterstock.com

Kawa jest napojem od dawna cenionym za swoje pobudzające właściwości. Wiele osób nie wyobraża sobie poranka lub dnia w pracy bez filiżanki dobrej, energetyzującej kawy. Istotne jest jednak podjęcie decyzji, jaki jej rodzaj będzie najlepszy dla wszystkich domowników lub także pracowników w firmie. Na rynku dostępnych jest wiele rodzajów tego napoju o różnym posmaku i intensywności, przez co każdy może wybrać coś odpowiedniego dla siebie, dopasowując produkt do indywidualnych upodobań.

Mielona, ziarnista lub w kapsułkach – każda z nich charakteryzuje się innym typowym smakiem i aromatem. Wiele osób ma swoje specyficzne preferencje, którymi kieruje się przy docelowym wyborze spośród wielu dostępnych wersji kawy. Wybrany rodzaj i sposób parzenia jest tak naprawdę gwarancją całkowicie odmiennego smaku. Warto się przyjrzeć wszystkim poszczególnym opcjom przed zakupem, by każdego poranka móc cieszyć się smakiem ulubionej, aromatycznej kawy.

Bogactwo ukryte w ziarnach

Duża ilość pasjonatów kawy twierdzi, że aromat ukryty w formie ziarnistej jest o wiele bogatszy niż w przypadku jej mielonego odpowiednika. Jak sama nazwa mówi, ziarna są przechowywane w całości, a mielone dopiero przed rozpoczęciem procesu parzenia. Dzięki temu sam smak powstałego napo-

ju jest o wiele bardziej wyrazisty. Unoszący się po pomieszczeniu zapach świeżo zmielonych ziaren kawy staje się częścią codziennej rutyny spędzonej w ciszy i atmosferze relaksu przed rozpoczęciem często ciężkiego i wymagającego wykonania wielu zadań dnia.



Arabika, czyli najpopularniejszy rodzaj kawy na świecie

Arabika jest uznawana za jeden z najczęściej wybieranych rodzajów kawy ziarnistej, a dzieje się tak z wielu istotnych powodów. Warto wspomnieć, że jako pierwsza została

ona wykorzystana w przemyśle kawowym, co dało jej największą popularność na całym świecie. Jest łagodna w smaku, aromatyczna oraz także lekko kwaskowata. Często również wzbogacana o dodatkowy czekoladowy posmak. Mówi się, że kawa Arabika posiada najwyższą jakość wśród pozostałych rodzajów kaw. Piękna, kremowa konsystencja o kolorze przypominającym orzech laskowy z dodatkowym odcieniem czerwonoci łączy przyjemną gorycz, przez co idealnie sprawdzi się podczas relaksujących poranków otulonych kawowym, pobudzającym aromatem.

Robusta oraz jej zawartość w mieszankach kawowych

Charakteryzuje się głównie mocniejszym i bardziej gorzkim smakiem niż wcześniej wspomniana – Arabika. Często wyczuwalny jest w niej również posmak orzechów ziemnych oraz zbóż. Warto wziąć pod uwagę, że tego rodzaju napar posiada większą zawartość kofeiny, dlatego tak przygotowany napój należy pić z umiarem. Robustę najczęściej wykorzystuje się do parzenia kaw białych, z dodatkiem mleka. Aromat jest tak intensywny, że nawet po dodaniu dużej

ilości mleka, będzie bardzo wyczuwalny. Duży wpływ na charakterystyczny posmak ma sposób jej uprawy. Wyższa odporność na szkodniki i choroby, możliwość hodowli na niższych wysokościach oraz stosunkowo mała wrażliwość na każde, nawet ciężkie



warunki pogodowe sprawia, że powstała kawa będzie wyróżniała się specyficznym smakiem.

Liberika – najrzadziej spotykane ziarna

Innym rodzajem kaw ziarnistych jest Liberika. Zazwyczaj wykorzystywana jest do produkcji kawy rozpuszczalnej lub wielu różnych kosmetyków. Rzadko stosowana odmiana ziaren zalicza się tylko do 1% światowej produkcji.

Kawa mielona

Zakup kawy mielonej jest idealnym rozwiązaniem dla osób, które nie posiadają specjalnego sprzętu umożliwiającego zaparzenie kawy ziarnistej. W codziennym pośpiechu nie każdy może również znaleźć czas i chęci na jej przygotowywanie. Takie ułatwienie jest też gwarancją świeżości i aromatu podobnego do kawy ziarnistej. Większość osób decyduje się na mieloną wersję ze względów smakowych oraz szybkiego przygotowania.

Kapsułki pełne aromatu

Kawa umieszczona w małych kapsułkach, która przygotowywana jest za pomocą specjalnego sprzętu, należy do najszybszych, a tym samym najwygodniejszych metod przyrządzania. Gotowy produkt, w postaci kawy hermetycznie zamkniętej w specjalnych kapsułkach, zyskuje coraz więcej zwolenników. Na rynku dostępny jest bardzo szeroki wybór różnorodnych

kapsułek, dzięki czemu każdy może znaleźć coś dla siebie, niezależnie, czy preferowana jest kawa z mlekiem, czy czarna. Jest dostępna w wielu wariantach, spośród których głównie wyróżnia się:

- Espresso – pojedyncze lub podwójne, wszystko zależy od producenta danych kapsułek,
- Czarne – lungo lub americano. Specjalne kapsułki do kawy czarnej zawierają zazwyczaj Arabikę, mieszankę Arabiki i Robusty w wielu proporcjach lub także Liberikę,
- Smakowe – urozmaicone dodatkowym aromatem o smaku karmelu, wanilii, czekolady oraz wielu innych,
- Z mlekiem – specjalne kapsułki, które umożliwiają przygotowanie wielu kaw, wśród których znajduje się cappuccino, caffè latte lub latte macchiato,
- Bezkofeinowe – idealna propozycja dla miłośników smaku kawy. Picie jej w większych ilościach nie przyniesie negatywnych skutków, dlatego coraz więcej osób decyduje się na kapsułki z kawą bezkofeinową.

Kawa zbożowa

Jest idealną alternatywą dla osób nadużywających picie kawy parzonej. Zbożowa wersja jest zalecana osobom cierpiącym na nadciśnienie lub nadkwaśność. Jeszcze niedawno była nieodłącznym elementem wielu śniadań. Dzisiaj często jest spotykana w jadłospisach diety łatwostrawnej. Produkowana ze zbóż takich jak żyto, jęczmień

lub także orkisz. Często spotykanym dodatkiem występującym w jej składzie jest cykorja lub burak cukrowy. Pozwalają one uzyskać właściwości sensoryczne zbliżone do typowych dla kawy naturalnej. Dzięki dodatkowej ilości zbóż zawiera ona również błonnik pokarmowy.

“
Mielona, ziarnista lub w kapsułkach – każdy rodzaj kawy charakteryzuje się innym, typowym smakiem i niepowtarzalnym aromatem

Zielona odmiana

Nietypowa odmiana kawy, która kryje się również pod nazwą kawy surowej. Charakteryzuje się wcześniejszym zakończeniem obróbki ziaren, które nastąpiło przed procesem palenia. Pojawiła się na polskim rynku już kilka lat temu, jednak dopiero od niedawna zaczęła zyskiwać większą popularność. Pozyskiwana jest z ziaren kakaowca, a występowanie w niej kwasu chlorogenowego odpowiada za pojawianie się wielu korzystnych właściwości dla zdrowia. Zielone ubarwienie powstało dzięki specyficznemu sposobowi jej przygotowania. Pomimo nadal niewielkiej popularności, coraz więcej marek produkuje tego typu kawę, która, podobnie jak pozostałe odmiany, jest warta zainteresowania. ♦

Lokalna półka

Sposób na skrócenie łańcuchów dostaw?

Tekst **Monika Pawluk**
Zdjęcia ©Shutterstock.com

W Sejmie prowadzone są prace nad projektem Ustawy o sprzedaży detalicznej produktów lokalnych. Nowe przepisy miałyby nakładać na sklepy powyżej 250 mkw. powierzchni sprzedażowej obowiązek wprowadzania do oferty co najmniej 2/3 produktów nabytych bezpośrednio od lokalnych producentów. Za nieprzestrzeganie tego prawa groziłyby kary pieniężne nakładane na placówki handlowe.

Projekt Ustawy o sprzedaży detalicznej produktów lokalnych określa zasady prowadzenia sprzedaży detalicznej produktów lokalnych oraz obowiązki sprzedawców żywności. Zdaniem autorów projektu nowe przepisy mogłyby się przyczynić do zapewnienia krótkich łańcuchów dostaw żywności. Ustawa określa także właściwość organów w sprawach dotyczących nadzoru nad wypełnianiem przez sprzedawcę żywności obowiązków w zakresie sprzedaży detalicznej produktów lokalnych.

Dostęp do lokalnych produktów

Jak czytamy w uzasadnieniu do projektu Ustawy: „projektowana ustawa o sprzedaży detalicznej produktów lokalnych ma na celu zapewnienie konsumentom dostępu do lokalnych produktów wiadomego pochodzenia, a producentom rolnym większego bezpośredniego udziału w sprzedaży detalicznej ich lokalnych produktów w jednostkach handlu”. Nowe przepisy nakładałyby na sprzedawców żywności w placówkach handlowych powyżej 250 mkw. obowiązek wprowadzania do oferty produktów lokalnych w ilości nie mniejszej niż 2/3 produktów w danym roku obrotowym, nabytych bezpośrednio od producentów.



Zaopatrzenie mogłoby się odbywać w następującej kolejności: „w pierwszej kolejności w ramach powiatu i powiatów przyległych, w drugiej kolejności w ramach województwa i województw do niego przyległych, w trzeciej kolejności w ramach województw przyległych do województw przyległych” – czytamy w uzasadnieniu do projektu Ustawy.

Informacja o pochodzeniu asortymentu

Ponadto sklepy detaliczne do 250 mkw. byłyby zobligowane do umieszczenia informacji o pochodzeniu produktów lokalnych w eksponowanym miejscu w sposób dobrane widoczny dla finalnego konsumenta. Co najmniej raz w roku jednostki handlu

musiałby realizować dwutygodniowe kampanie edukacyjno-informacyjne w zakresie produktów lokalnych. W tym przypadku autorzy projektu Ustawy pozostawiają sprzedawcom żywności swobodę w określeniu sposobu, jak i narzędzi co do prowadzenia tego typu kampanii.

Jak podano w projekcie Ustawy zawarty w planowanych przepisach obowiązek nabycia produktów bezpośrednio od wy-

twórcy ma przyczynić się do skrócenia łańcuchów dostaw, ograniczenia śladu węglowego, a także wsparcia lokalnych rolników. W projekcie tym określono także definicję produktu lokalnego rozumianego jako produkt rolno-spożywczy, który został wyprodukowany na terytorium RP. „Projektowana ustawa o sprzedaży detalicznej produktów lokalnych ma na celu zapewnienie konsu-

mentom dostępu do lokalnych produktów wiadomego pochodzenia, a producentom rolnym większego bezpośredniego udziału w sprzedaży detalicznej ich lokalnych produktów w jednostkach handlu” – czytamy w uzasadnieniu do projektu Ustawy.

Kary za naruszenie przepisów

W projekcie Ustawy określono również kary pieniężne za naruszenie przepisów o sprzedaży detalicznej produktów lokalnych. „Sprzedawca żywności, który nie oferuje do sprzedaży w ilości nie mniejszej niż 2/3 produktów lokalnych z objętych ustawą kategorii w danym roku obrotowym nabytych bezpośrednio od ich wytwórców, lub który nie prowadzi kampanii edukacyjno-informacyjnych w zakresie produk-



tów lokalnych podlega karze pieniężnej w wysokości nie wyższej niż 10% przychodu osiągniętego w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary, nie niższej jednak niż 5000 zł. Naruszenie przepisów ustawy dotyczących oflagowania, jako element informacji handlowej, podlega karze wynikającej z przepisów dotyczących jakości handlowej artykułów rolno-spożywczych” – wskazano w projekcie przepisów.

Organem właściwym w sprawach dotyczących nadzoru nad wypełnianiem przez sprzedawców żywności obowiązków wynikających z ustawy o sprzedaży detalicznej produktów lokalnych po wprowadzeniu przepisów byłby wojewódzki inspektor jakości handlowej artykułów rolno-spożywczych.

Krótszy łańcuch dostaw

Pomysłodawcy wprowadzenia nowych przepisów zakładają, że uregulowania prawne nakładające na sklepy obowiązek wprowadzania do swojej oferty produktów lokalnych, od miejscowych rolników, może pozytywnie wpłynąć na konkurencyjność gospodarki. „Wpływ na sektor przedsiębiorstw – rozwój dostępności produktów lokalnych, obniżenie kosztów ich dostaw wpłynie na poprawę sytuacji ekonomicznej tych podmiotów, poprzez skrócenie łańcucha dostaw żywności. W związku z trudnością oszacowania wartości ewentualnych

kar pieniężnych nakładanych na sprzedawców żywności, tj. duże podmioty, trudno jest oszacować finansowe skutki wpływu projektowanej regulacji na te podmioty. Wprowadzenie zmian będzie pozytywnie wpływać na konkurencyjność gospodarki, przedsiębiorczość, w tym sektor mikro, małych i średnich przedsiębiorstw, ponieważ pozwoli na skrócenie łańcucha dostaw żywności”.

Planowane zmiany a lokalny rynek

Zdaniem projektodawców nowe przepisy mogłyby przyczynić się do umożliwienia lokalnym producentom rozwoju, na przykład realizowania inwestycji, zatrudniania pracowników.

„Dostawcy wytwarzający i zbywających produkty rolne i spożywcze będą

mieli większą pewność funkcjonowania na lokalnym rynku, w oparciu o równoprawne umowy zawierane ze sprzedawcami żywności. Umożliwi to takim podmiotom lepsze planowanie produkcji i zaoferowanie swoim pracownikom stałego zatrudnienia. Będzie to również podstawą do podejmowania przez nich działań prorozwojowych, w tym inwestycyjnych i innowacyjnych.

Do pomysłu wprowadzenia „lokalnej półki” w sklepach detalicznych powyżej 250 mkw. po raz kolejny odniosła się Polska Izba Handlu. „Na polskim rynku działają i rozwijają się różne formaty rynku: od małych, osiedlowych sklepów i sklepów convenience, przez supermarkety, dyskonty, po hipermarkety. Każdy z nich oferuje inny asortyment, a przede wszystkim wymaga innego modelu

„

Projekt Ustawy o sprzedaży detalicznej produktów lokalnych określa zasady prowadzenia sprzedaży detalicznej produktów lokalnych i obowiązki sprzedawców

zarządzania. W przypadku niektórych placówek 2/3 półki to za duża liczba, dla innych za mała. Nie można narzucać na zróżnicowany rynek handlu sztywnych ram w zakresie wymaganych rodzajów produktów trafiających na półki” – czytamy w stanowisku Polskiej Izby Handlu opubliko-

wanym na stronie internetowej organizacji.

Ustawa miałaby wejść w życie z dniem 1 stycznia 2025 r. Projekt Ustawy został skierowany do pierwszego czytania w Sejmie. ♦



Dodatki do żywności

Nowe rozporządzenie w sprawie substancji wzbogacających

Tekst **Monika Pawluk**

Zdjęcia **©Shutterstock.com**

Obowiązuje nowe Rozporządzenie Ministra Zdrowia w sprawie substancji wzbogacających dodawanych do żywności. Dokument zawiera również listę substancji, których stosowanie jest zakazane przy wytwarzaniu artykułów przeznaczonych do spożycia.

Nowe Rozporządzenie Ministra Zdrowia z dnia 13 marca 2024 r. w sprawie substancji wzbogacających dodawanych do żywności określa środki spożywcze, do których są obligatoryjnie dodawane witaminy i składniki mineralne. Dokument zawiera również informacje na temat poziomów lub maksymalnych poziomów witamin i składników mineralnych stosowanych w produkcji żywności. Zawarto w nim również wykaz substancji innych niż witaminy i składniki mineralne zakazanych w produkcji środków spożywczych.

Witaminy i składniki mineralne dodawane do środków spożywczych

Do środków spożywczych są dodawane witaminy i składniki mineralne: „1) tłuszcze, o których mowa w rozporządzeniu Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1308/2013 z dnia 17 grudnia 2013 r. ustanawiającym wspólną organizację rynków produktów rolnych (...), z wyjątkiem tłuszczów mlecznych, (...); witamina A – tak, aby maksymalna ilość w 100 g produktu końcowego była nie wyższa niż 900 µg (3000 j.m.), przy czym 1 µg retinolu = 3,33 j.m. witaminy A, (...) witamina D – tak, aby maksymalna ilość w 100 g produktu końcowego była nie wyższa niż 7,5 µg (300 j.m.), przy czym

1 µg cholekalcyferolu = 40 j.m. witaminy D” – czytamy w rozporządzeniu.

Wśród składników dozwolonych do stosowania przy produkcji żywności wymieniono także sól przeznaczoną do bezpośredniego spożycia przez ludzi – jodek potasu lub jodan potasu, „tak aby 100 g soli kuchennej zawierało 2,3 (±0,77) mg jodu, co odpowiada 30 (±10) mg jodku potasu lub 39 (±13) mg jodanu potasu w 1 kg soli kuchennej – w celu zapobiegania i wyrównywania stwierdzonego niedoboru jednego lub więcej składników odżywczych w całych populacjach lub określonych grupach ludności” – czytamy w rozporządzeniu.

Dopuszczalna zawartość

Dokument określa także maksymalną ilość witamin i składników mineralnych zawartą w 100 g albo 100 ml środka spożywczego i witaminy C i folianów, ze względu na straty zachodzące podczas procesu przygotowywania żywności. Rozporządzenie

uwzględnia „dzienne referencyjne wartości spożycia witamin i składników mineralnych (dla osób dorosłych), minimalną ilość witamin i składników mineralnych zawartą w 100 g albo 100 ml środka spożywczego, albo w przeliczeniu na porcję”.

Wykaz substancji zakazanych w produkcji

Rozporządzenie zawiera też wykaz substancji innych niż witaminy i składniki mineralne zakazanych w produkcji środków spożywczych.

Wśród substancji innych niż witaminy i składniki mineralne, których stosowanie jest zabronione w produkcji żywności, wykaz zawiera: „chlorowodorek johimbiny oraz grupa johimbiny, DMAA (w szczególności określana jako: 1,3-DMAA, 1,3-dimetyloaminyloamina, 1,3-dimetylopentyloamina, 2-amino-4-metyloheksan, 2-heksanamina, 4-metylo-(9CI), 4-metylo-2-heksanamina, 4-metylo-2-heksyloamina, dimetyloaminyloamina, geranamina, metyloheksanamina, metyloheksanenamina), ewodiamina; grupa selektywnych modulatorów receptora androgenowego (SARMs, w tym: andaryna (S-4), ligandrol (LGD-4033), ostarina (Enobosarm), Rad-140 Testolone, higenamina, hordenina, ibutamoren (MK-677), pankreatyna, pieprz metystynowy (Piper methysticum), świerzbiec właściwy (Mucuna pruriens)”.

„Przepisów rozporządzenia nie stosuje się do wprowadzanych do obrotu w Rzeczypospolitej Polskiej wzbogaconych środków spożywczych znajdujących się w obrocie w państwach członkowskich Unii Europejskiej innych niż Rzeczpospolita Polska oraz w państwach członkowskich Europejskiego Porozumienia o Wolnym Handlu (EFTA) – stronach umowy o Europejskim Obszarze Gospodarczym” – czytamy w treści rozporządzenia. ♦



Sprawdzą pochodzenie żywności

Kontrole na rynkach hurtowych i w sklepach

Tekst **Monika Pawluk** źródło: MRiRW
Zdjęcia ©Shutterstock.com

Na rynkach hurtowych, w sklepach w całym kraju prowadzone są kontrole dotyczące pochodzenia produktów oferowanych np. na stoiskach z produktami rolnymi, warzywami i owocami. – Sprawdzamy, czy nasze polskie ziemniaki nie są podrabiane przez ziemniaki, które przyjeżdżają z zagranicy – poinformował sekretarz stanu w Ministerstwie Rolnictwa i Rozwoju Wsi Michał Kołodziejczak.



naprawę kontrolujemy „od pola do stołu” – dodał główny inspektor Przemysław Rzodkiewicz. Zapowiedział również, że kontrole prowadzone będą nieustannie i zaapelował o zgłaszanie wszelkich sygnałów o nieprawidłowościach do Inspekcji Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych, która sprawuje nadzór nad jakością handlową artykułów rolno-spożywczych w produkcji i obrocie, w tym wywożonych za granicę oraz sprowadzanych z zagranicy.

Zapowiedzi dalszych kontroli i plany uszczelnienia przepisów

Kontrole będą prowadzone na bieżąco, aby zapewnić branży równe zasady konkurencji. – W Polsce stawiamy na polskie produkty. Są one dla nas ważne i dlatego teraz „Brygady tygrysa”, jak je nazwałem roboczo, ruszyły w całym kraju do kontroli – powiedział cytowany w komunikacie MRiRW wiceminister Kołodziejczak. Dodał, że konsekwentnie i skutecznie będą dostosowywane przepisy do realiów, które ujawniają kontrole. – Będziemy tworzyć przepisy, które będą jeszcze bardziej szczelne, które będą dawały naszym producentom normalne zasady. Tym będziemy się zajmować po dokładnym zweryfikowaniu tego, co dzieje się na giełdach, rynkach, ale także w przyszłym tygodniu w sklepach i supermarketach – zapowiedział cytowany w komunikacie MRiRW sekretarz stanu Michał Kołodziejczak.

Przy okazji prowadzonych kontroli wiceminister Kołodziejczak nawiązał do tematu związanego z eksportem polskich ziemniaków. – Wystąpiłem w zeszłym tygodniu do unijnej komisarzy Stelli Kyriakides z pismem, z całą dokumentacją, o przyspieszenie procedury zdjęcia z Polski obostrzeń ograniczających eksport polskich ziemniaków – poinformował wiceminister. ♦

Jak poinformowało Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi w komunikacie opublikowanym na swojej stronie internetowej, wiceminister Michał Kołodziejczak wraz z głównym inspektorem jakości handlowej artykułów rolno-spożywczych Przemysławem Rzodkiewiczem pod koniec maja podczas jednej z takich kontroli odwiedzili Rynek Hurtowy Kraków-Rybitwy. W kontrolach uczestniczyli też przedstawiciele Państwowej Inspekcji Ochrony Roślin i Nasiennictwa oraz Inspekcji Sanitarnej.

Kontrole z myślą o bezpieczeństwie konsumentów

W ramach prowadzonych działań sprawdzane jest m.in. pochodzenie produktów rolnych oferowanych do sprzedaży na ryn-

kach hurtowych oraz w sklepach. Jak czytamy w komunikacie MRiRW Wiceminister Michał Kołodziejczak zwrócił uwagę, że obserwowany jest napływ czereśni z południa Europy, które nie są oznakowane. – Inspekcje wszystko sprawdzają, aby Polacy mogli czuć się bezpiecznie i wiedzieli, że kupują nasz produkt, że jest on bezpieczny. Widzimy duże zainteresowanie naszą kontrolą, co nas bardzo cieszy – podkreślił sekretarz stanu Michał Kołodziejczak, cytowany w komunikacie opublikowanym na stronie internetowej MRiRW.

Działanie na rzecz równej konkurencji

– Jako inspekcja służymy przede wszystkim ochronie konsumenta, ale też chronimy równe i wolne zasady konkurencji. Jesteśmy na rynkach hurtowych, ale tak

Kaucja za butelki i puszki

Opakowania po produktach mlecznych wyłączone z systemu

Tekst **Monika Pawluk** źródło: MKiŚ
Zdjęcia ©Shutterstock.com

Trwają przygotowania do wprowadzenia w Polsce systemu kaucyjnego. Wiadomo już jaki logotyp pojawi się na opakowaniach zwrotnych od 2025 r. Ważną zmianą w projektowanych przepisach będzie wyłączenie z systemu opakowań po mleku i produktach mlecznych.

Podczas konferencji prasowej, która odbyła się 13 czerwca, wiceministra klimatu i środowiska Anita Sowińska przedstawiła informacje dotyczące przygotowań do wprowadzenia w Polsce systemu kaucyjnego. Zaprezentowano też nowy logotyp systemu kaucyjnego, który pojawi się na opakowaniach zwrotnych w 2025 roku. Ważną informacją, szczególnie dla branży mleczarskiej, była wiadomość o wyłączeniu z systemu kaucyjnego opakowań po mleku oraz produktach mlecznych.

Opakowania po mleku poza systemem kaucyjnym

Do 31 maja trwał etap konsultacji i opiniowania projektu nowelizacji ustawy o gospodarce opakowaniami i odpadami opakowaniowymi. Jak informuje w komunikacie opublikowanym na swojej stronie internetowej Ministerstwo Klimatu i Środowiska, aktualnie w Rządowym Centrum Legislacji trwają ustalenia międzyresortowe. „W wyniku konsultacji z Ministerstwem Rolnictwa i Rozwoju Wsi uwzględniony został postulat branży mleczarskiej o wyłączeniu z systemu kaucyjnego opakowań po mleku i produktach mlecznych. Kolejna zmiana dotyczy logotypu systemu kaucyjnego, który pojawi się na opakowaniach zwrotnych już w przyszłym roku” – czytamy w komunikacie.

Wzór oznakowania można zobaczyć na stronie internetowej: www.gov.pl/web/klimat/system-kaucyjny

Rozporządzenie w sprawie systemu podpisane

Jak podaje na swojej stronie internetowej MKiŚ: „12 czerwca 2024 r. rozporządzenie o wysokości kaucji zostało podpisane przez ministra klimatu i środowiska Paulinę

faktem. Przechodzimy do kolejnego etapu, jakim jest procedowanie projektu ustawy przez Radę Ministrów – mówiła podczas konferencji w Ministerstwie Klimatu i Środowiska wiceszefowa resortu Anita Sowińska. – W procesie legislacyjnym konsultacje są bardzo ważnym elementem demokracji i dokładnie tak było w przypadku projektu ustawy o systemie kaucyjnym. 31 maja zakończył się etap konsultacji i opiniowania projektu ustawy. Aktualnie w Rządowym Centrum Legislacji trwają ustalenia międzyresortowe – dodała.

Względy sanitarne

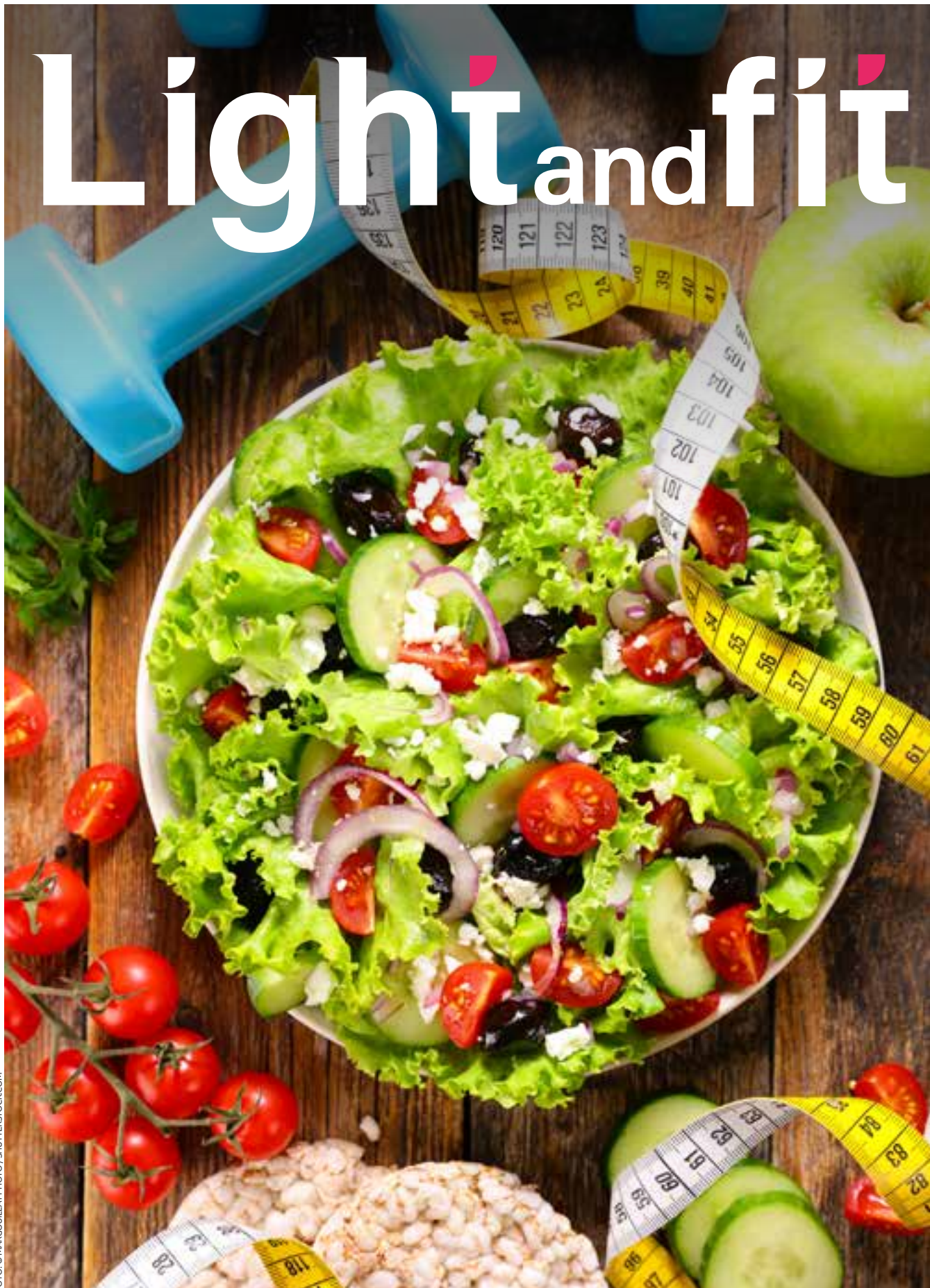
Jak poinformowano na stronie internetowej MKiŚ, w wyniku konsultacji z Ministerstwem Rolnictwa i Rozwoju Wsi uwzględniony został postulat branży mleczarskiej o wyłączeniu z systemu kaucyjnego opakowań po mleku i produktach mlecznych. „Jak przyznała wiceministra klimatu i środowiska Anita Sowińska za wyłączeniem tego typu opakowań przemawiały przede wszystkim względy sanitarne, dotyczące możliwości utrzymania czystości w punktach zbiórki” – czytamy w komunikacie.

Rozporządzenie ministra klimatu i środowiska o wysokości kaucji przeszło również procedurę notyfikacji unijnej. Powinno zostać ogłoszone w „Dzienniku Ustaw” w czerwcu albo na przełomie czerwca/lipca. ♦



Hennig-Kloskę. Teraz zostanie przekazane do pierwszego z dwóch współwydających, a po skompletowaniu podpisów – do publikacji w Dzienniku Ustaw”. – System kaucyjny jest jednym z kroków, który pozwoli nam osiągnąć ważne cele środowiskowe. Wszyscy chcemy czystych lasów i plaż. Chcemy, żeby w naszych rzekach, jeziorach, morzach nie pływały tony plastiku. Kaucja staje się

Light and fit



Clean label

Czyste etykiety na opakowaniach żywności

Tekst **Magda Baskurzyńska**
Zdjęcia ©Shutterstock.com

Wraz z rosnącą popularnością zdrowego trybu życia coraz więcej osób zaczyna zwracać szczególną uwagę na elementy wchodzące w skład swojego codziennego jadłospisu. W tym celu powstał trend żywieniowy o nazwie clean label, czyli „czysta etykieta”. Tak jak sama nazwa mówi, termin ten odnosi się do podkreślenia informacji, że dany produkt jest naturalny i nie posiada w składzie żadnych sztucznych dodatków, które mogą mieć negatywny wpływ na zdrowie.

Tego typu oznaczenie ma głównie za zadanie dawać konsumentom pewność co do składu, procesu wytwarzania i przetwarzania żywności, a tym samym poczucie bezpieczeństwa. Zdrowy tryb życia opiera się głównie na aktywności fizycznej oraz na przemyślanym doborze produktów żywieniowych, które wypełnią codzienną dietę. Stosując tę zasadę można uniknąć spożywania produktów, które mogą negatywnie wpływać na samopoczucie, sylwetkę oraz ogólne zdrowie. Specjalne oznaczenia wielu popularnych artykułów spożywczych są rozwiązaniem stosowanym przez marki w komunikacji z klientami.

Sztuczne dodatki do żywności

Pomimo dużej świadomości wielu osób zwracających szczególną uwagę na skład wypisany na etykietach, nadal część z konsumentów nie ma pojęcia, w jaki sposób należy rozróżniać składniki. Niektóre wykorzystywane są głównie w celu przedłużenia trwałości produktu, przeprowadzenia procesu technologicznego, zapobiegania niekorzystnym zmianom jakości, zwiększenia

atrakcyjności wyrobu oraz otrzymywania nowych produktów. Substancje oznaczone symbolem „E” same w sobie nie są na tyle niszczące, jednak spożywanie ich w dużym nadmiarze może w perspektywie czasu



szczególnie negatywnie wpłynąć na zdrowie i samopoczucie. Najczęściej zauważalne jest to w sytuacji, gdy w diecie przeważa przetworzona żywność. Według badań nieprzemyślane komponowanie składników codziennej diety może prowadzić do występowania różnorodnych schorzeń. Mowa

tutaj o alergiach i nietolerancjach pokarmowych, spadku odporności organizmu, nadciśnienia tętniczego, otyłości, a także nowotworach. Wczesne zwrócenie uwagi na prawidłowy sposób odżywiania pomoże zadbać o lepszy stan zdrowia, wyglądu i samopoczucia.

Nowe rozwiązanie

Tutaj z pomocą przychodzi pomysł na specjalne oznakowanie produktów spożywczych. Klienci coraz częściej domagają się dokładnie i czytelnie podanych informacji na temat tego, co spożywają na co dzień. Lista składników, pochodzenie, proces produkcji, transport oraz przechowywanie w dzisiejszych czasach odgrywają coraz większą rolę podczas codziennych wyborów. W tym celu powstało specjalne oznakowanie na opakowaniach. „Czysta etykieta” ma za zadanie informować o oryginalnych, znanych składnikach, których nazwy mają być przede wszystkim łatwe do wymówienia i nieobce konsumentowi. Jakość i przejrzystość odgrywają bar-

dzo istotną rolę w produkcji napojów i żywności, czyli ich etykietowania i regulacji.

Coraz większa część Polaków zwraca szczególną uwagę na swój sposób odżywiania. Etykiety niektórych produktów są często przepełnione dużą ilością składników, co zmusza konsumentów do czytania i dokład-

nego analizowania etykiet umieszczonych na opakowaniach żywności. Jednocześnie powstaje coraz więcej rozwiązań, które są wolne od sztucznych konserwantów.

Znakowanie żywności

Selekcja produktów z dobrym składem może się wydawać skomplikowana. W praktyce oznacza to głównie brak dodatków w postaci chemii, czyli wzmacniaczy i polepszaczy smaku, konserwantów i stabilizatorów. Niektóre z nich są jednak



dopuszczone jako niezbędne w procesie tworzenia danego produktu. Należą do nich: witamina C, ocet, pektyny oraz kwas cytrynowy. Poza wymienionymi gotowy produkt z czystą etykietą powinien zawierać wyłącznie naturalne składniki. Żywność oznakowana etykietą „clean label” powinien łączyć w składzie oba te aspekty.

Poprawne rozpoznanie

Dzięki nowej metodzie oznaczania, rozpoznanie zalecanych produktów stosowanych w codziennej diecie jest znacznie ułatwione. Kiedyś konieczne było dokładne analizowanie dużej ilości etykiet. Dzisiaj natomiast przebiega to o wiele szybciej. Według zasady „clean label” lista dodatków powinna być możliwie jak najkrótsza, a składniki znane konsumentom. Oprócz niezbędnych elementów, nie powinna zawierać konserwantów, sztucznych barwników, polepszaczy i wzmacniaczy smaku.

Jedną z pomocy, po którą powinny sięgnąć wszystkie osoby mające z tym problem, jest wsparcie ze strony sprzedawcy

Naturalna produkcja i brak sztucznych dodatków

Finalna cena danego produktu jest tak naprawdę zależna od wielu czynników. W jej skład wchodzi polityka cenowa firmy, koszty administracyjne oraz koszty pracy. Równie istotne są wydatki, jakie zostaną poniesione na koszty samej produkcji, marketing i wiele innych, które są zależne indywidualnie od produktu.

Pomimo że niektóre produkty z serii wytworzonych w naturalny sposób bez dodatku sztucznych substancji mogą również mieć stosunkowo wyższą cenę niż w przypadku tych z gorszym składem, konsumenci biorą pod uwagę ich późniejszy wpływ na stan zdrowia. Często wychodzą z założenia, że negatywne skutki długotrwałego spożywania niezdrowych

lub aplikacji, które zostały specjalnie stworzone w celu identyfikacji i upewnienia się, czy wybrany produkt rzeczywiście może być określany mianem żywności o prostym składzie.

produktów mogą okazać się bardziej bolesne niż w przypadku spożywania wyłącznie tych z dobrym składem.

Oznaczenie bez wprowadzania w błąd

W przypadku czystych etykiet niezwykle istotną kwestią jest, aby oznaczenie nie wprowadzało konsumentów w błąd. Określenia typu: naturalny, bez konserwantów, bez dodatków oraz wiele innych tego typu

“

Klienci poszukują czytelnie podanych informacji o składnikach, pochodzeniu, procesie produkcji, warunkach transportu i przechowywania żywności

sformułowań mogą być umieszczane na etykietach opakowań w kontekście ściśle związanym z procesem produkcji oraz zastosowanymi składnikami. Podanie przez producenta na opakowaniu nieprecyzyjnych informacji mogłoby zostać za-

kwestionowane na przykład w trakcie kontroli.

Zmieniające się preferencje konsumentów, zdrowy i ekologiczny tryb życia oraz rosnąca świadomość stawiają przed producentami żywności coraz większe wyzwania. Jednym z nich jest dostosowanie produkcji oraz składu do tego, aby asortyment wpisywał się w ideę clean label. ♦

Napoje roślinne

Rodzaje i zastosowanie

Tekst **Magda Baskurzyńska**
Zdjęcia ©Shutterstock.com



Powstałe głównie jako alternatywa produktów odzwierzęcych napoje roślinne zyskują coraz większe zainteresowanie. Stanowią również zamiennik dla powszechnie stosowanego w kuchni mleka krowiego. Dodawane do kawy, płatków śniadaniowych oraz wielu innych przepisów stanowi produkt, który znaleźć można w niemal w każdej lodówce. Pomimo tego pojawia się coraz większa grupa konsumentów skłaniająca się do sięgnięcia po alternatywę dla tradycyjnego mleka.

Roślinne zamienniki mleka zyskały na swojej popularności już kilka lat temu. Do ich produkcji zazwyczaj wykorzystuje się głównie soję, owies, ryż, migdały lub kokos. Takie produkty są stosowane nie tylko w przypadku osób z nietolerancją laktozy lub będących na diecie wegańskiej, ale również jako urozniczenie codziennego jadłospisu wielu osób, które szukają zamienników tradycyjnego mleka krowiego, kozie-

go, owczego lub także mniej popularnego mleka bawolego.

Mleko czy napój?

Jeszcze do niedawna napoje roślinne były nazywane mlekiem roślinnym. Pomimo tego, że takie produkty stanowią zamiennik typowego mleka pochodzenia zwierzęcego, ich prawidłowym określeniem jest właśnie „napój”. Według ustaleń mleko jest wyłącznie produktem pocho-

dzenia zwierzęcego, które stanowi wydzielinę gruczołów mlecznych ssaków. Nieprawidłowo używane określenie nie zmienia faktu, że pozyskiwane głównie z roślin oleistych lub orzechów napoje są znane i obecne w diecie wielu osób. Proces ich produkcji wykorzystuje metodę ekstrakcji wodnej, która polega na przenikaniu określonych składników odżywczych z wybranego surowca bazowego do wody. Podczas procesu produkcji związki chemiczne przenikają ze środowiska o wyższym stężeniu do tego o niższym. Nie jest to jednak jedyny sposób produkcji dowolnego napoju roślinnego. Równie dobre rezultaty można uzyskać we własnym zakresie, w domu. Wystarczy tylko zblendować wybrany surowiec roślinny z wodą.

Napój sojowy

Najczęściej spotykanym rodzajem napoju roślinnego, który można znaleźć na półkach większości sklepów, jest ten stworzony z ziaren soi. Zazwyczaj wybierany przez osoby preferujące wegański lub wegetariański sposób odżywiania, chorujące na celiakię oraz mające na celu redukcję masy ciała. Warto jednak zwrócić dokładną uwagę na jego skład.

Wiele osób decydujących się na jego włączenie do codziennej diety kieruje się głównie cennymi właściwościami ziaren soi. Zawierają one dużą ilość pełnowartościowego białka, węglowodanów, nienasyconych kwasów tłuszczowych, witamin z grupy B oraz wielu innych pożądanых minerałów. Mowa tutaj dokładniej o magnezie, wapniu, fosforze i potasie. Na liście składników większości tego typu produktów występuje mniejsza ilość cukru, a tym samym kalorii, przez co stanowi rozwią-

zanie dla osób cierpiących na cukrzycę oraz dbających o utrzymanie prawidłowej masy ciała. Na rynku dostępne są różne wersje roślinnych napojów sojowych, o tradycyjnych bądź urozmaiconych smakach, na przykład owocowych, waniliowych czy czekoladowych. Mogą stanowić urozmaicenie codziennych posiłków, nie tylko jako dodatek do kawy czy płatków śniadaniowych. Są również składnikiem do przyrządzania ulubionych dań, ciast czy jako baza do ugotowania kaszki.

Napój owsiany

Kolejną, równie ciekawą alternatywą jest wykorzystanie płatków owsianych. Powstały z nich napój wyróżnia się delikatnym, neutralnym smakiem i lekko białym kolorem. Zawiera niezwykle istotne dla zdrowia składniki, wśród których znajdują się witaminy z grupy B, witaminy A i D oraz substancje mineralne, czyli wapń, potas lub sód. Jest również cenionym źródłem błonnika pokarmowego. Dzięki temu, podobnie jak jego sojowy odpowiednik, sprawdzi się w diecie niskokalorycznej. Napój owsiany również występuje w wielu wariantach smakowych, od naturalnego, po waniliowy, czekoladowy, truskawkowy, brzoskwiniowy. Producenci pod tym względem starają się urozmaicać oferty, aby jak najlepiej sprostać preferencjom żywieniowym konsumentów.

Napój ryżowy

Podobnie, jak w wielu innych rodzajach napojów roślinnych, te z wykorzystaniem najczęściej brązowego ryżu charakteryzują się wysoką ilością białka. Napój ryżowy ma uniwersalne zastosowanie w kulinariach, może stanowić składnik wielu potraw. Konsumentom zazwyczaj poszukującym produktów o dobrej jakości, zwracają uwagę na skład, proces produkcji oraz pochodzenie tego asortymentu. Na rynku, podobnie jak w przypadku poprzednich wariantów napojów roślinnych, do wyboru są np. produkty

Roślinne zamienniki mleka zyskały na popularności już kilka lat temu. Do ich produkcji zazwyczaj wykorzystuje się głównie soję, owies, ryż, migdały lub kokos

bez dodatku cukru, występujące w różnorodnych wersjach smakowych. Ze względu na niższą zawartość tłuszczu napój ryżowy uznawany jest za produkt lekkostrawny. Oprócz wartości odżywczych dużym atutem



tem mleka ryżowego są również jego walory smakowe. Intensywny smak i aromat z delikatną nutą słodkiego posmaku sprawia, że idealnie odnajduje się w wielu kuchniach.

Napój migdałowy

Jest najbardziej wyrazistym roślinnym zamiennikiem typowego mleka. Produkowany jest z pasty migdałowej, wody oraz dodatków, które utrwalają niepowtarzalny i charakterystyczny dla migdałowego smaku aromat. Przez dosyć mocno odczuwalny orzechowy posmak, jest mniej uniwersalny niż pozostałe rodzaje tego typu

napojów. Idealnie sprawdzi się jako jeden ze składników śniadaniowej owsianki wypełnionej sezonowymi owocami, jagłanki lub kawy.

Migdały wykorzystywane do produkcji napoju migdałowego należą do najzdrowszych bakalii, przez co spożywanie wytworzonego z nich napoju ma wielu zwolenników. Wpływa między innymi na wysoką zawartość przeciwutleniaczy, w tym witaminy E, która pełni wiele istotnych funkcji. Jest między innymi silnym antyoksydantem zwalczającym działanie wolnych rodników, stabilizuje membrany błon komórkowych oraz stanowi urozmaicenie diety dla osób niespożywających mleka krowiego.

Napój kokosowy

Równie często spotykanym produktem na wielu sklepowych półkach jest napój kokosowy. Powstały przez zmielenie orzecha kokosowego płyn przypomina mleko krowie. Różni się jednak smakiem. Lekko kokosowy posmak sprawdzi się jako dodatek do wielu dań czy napojów. Napój kokosowy ma wysoką zawartość wapnia, przez co



stanowi cenne źródło tego składnika. Jego spożywanie może zapobiegać niedoborom wapnia w codziennej diecie. Produkty tego typu dostarczają również organizmowi dawkę energii. W ofercie producentów znajdziemy produkty w formie różnosmakowych napojów, dostępny jest również asortyment o bardziej gęstej – kremowej konsystencji. ♦

Gotowe dania wegańskie

Przegląd produktów

Tekst **Magda Baskurzyńska**
Zdjęcia ©Shutterstock.com

Zainteresowanie tematem dotyczącym diety wegańskiej z roku na rok zyskuje coraz większą liczbę zwolenników. Osoby decydujące się na przejście na taki sposób odżywiania dążą do zmniejszenia lub całkowitego wyeliminowania ze swojej diety mięsa oraz innej żywności, w składzie której znajdują się produkty pochodzenia zwierzęcego. Na rynku pojawia się coraz większa ilość gotowych dań wegańskich.

Producenti oferują coraz szerszy wybór dań wegańskich oraz wegetariańskich, dzięki czemu wielu konsumentów nie musi rezygnować ze swoich ulubionych potraw. Gotowe makarony z dodatkiem zamienników typowych produktów pochodzenia zwierzęcego oraz wiele innych podobnych propozycji, które dodatkowo zawierają cenne składniki odżywcze, mają pozytywny wpływ na codzienną dietę.

Czym jest weganizm?

Pomimo dużego zainteresowania, nadal wiele osób nie ma pojęcia na czym dokładnie polega dieta wegańska. Wywodzi się ona ze stylu życia, którego głównym celem jest całkowita eliminacja produktów pochodze-

nia zwierzęcego z diety. Mowa tutaj głównie o mięsie, jajkach, nabiale, owocach morza, a także miodzie. Weganie również rezygnują ze stosowania kosmetyków testowanych na zwierzętach, odzieży, w składzie której znajduje się wełna, naturalnych futer, jedwabiu lub skóry oraz wszelkich innych produktów,

tego typu dieta jest dużym wyrzeczeniem, efektem czego mogą być niedobory składników istotnych dla zdrowego funkcjonowania organizmu. Dlatego osoby wybierające taki sposób odżywiania wzbogacają swoją dietę o dodatkową suplementację. Okazuje się, że całkowite i przemyślane przejście na dietę wegańską czy też wegetariańską może w pewnym stopniu przyczynić się do zapobiegania niektórym chorobom. Niekiedy decyzja o przejściu na weganizm czy wegetarianizm spowodowana jest względami zdrowotnym, np. nietolerancją składników produktów spożywanych w przypadku tradycyjnej diety.

Pozytywne efekty wynikające z dobrze zbilansowanej diety mają związek z ograniczeniem spożycia tłuszczów nasyconych

i cholesterolu oraz włączenia do codziennego odżywiania większych ilości warzyw i owoców, które są bogate w związki bioaktywne i cenne witaminy. Dodatkowa rezygnacja z produktów zawierających konserwanty, sztuczne barwniki i aromaty pozytywnie wpływa na funkcjonowanie

przy których produkcji wykorzystywane były produkty pozyskiwane np. ze zwierząt.

np. układu pokarmowego.

Co jeść na diecie wegańskiej?

Sklepy oferują wiele gotowych dań, które usatysfakcjonują dużą ilość osób będących na diecie wegańskiej. W ich składzie znajdują się wyłącznie produkty pochodzenia roślinnego, a dodatkowo oznaczane są spe-

Czy taka dieta jest zdrowa?

Istnieje wiele opinii dotyczących właściwości wegańskiego stylu życia. Wiele osób uważa, że





cyjnymi etykietami informującymi klientów o charakterze artykułu. Dzięki temu każdy, kto jest na diecie roślinnej, może bez obaw, w szybki sposób sięgnąć po ulubione i smaczne danie.

Gotowe zupy wegańskie

W ofercie wielu marek znajdują się różne rodzaje zup wegańskich. W ich składzie zazwyczaj znajduje się duża ilość warzyw, dzięki którym mają one idealne właściwości odżywcze. Do wyboru jest wiele wersji produktów, często pod postacią aromatycznego kremu z warzyw lub przypominających domowe zupy. Specjalnie zabielane roślinnymi zamiennikami tradycyjnej mlecznej śmietany, w smaku do złudzenia przypominają tradycyjną kuchnię.

Coś dla mięsożerców

Całkowita rezygnacja z mięsa dla wielu osób może być trudna. W tym celu powstały specjalne zamienniki, dzięki którym nawet najwięksi fani typowych mięsnych dań znajdą dla siebie idealne rozwiązanie. Głównym celem „wegańskiego mięsa” jest dostarczenie organizmowi niezbędnych ilości białka roślinnego. Dodatkowo, wykorzystanie tego typu produktu pozwala na wzbogacenie potraw o charakterystyczny mięsny smak.

Beźmięsne plastry imitujące szynkę lub inne tego typu produkty, jak: parówki, pasztety, kaszanki, imitacja mięsa mielonego, które sprawdzi się jako podstawowy element sosu do np. makaronu spaghetti,



nych dań oferuje zamiennik klasycznego bigosu, który jest wykonany z wysokiej jakości składników ekologicznych. Konsumenci zazwyczaj oczekują, aby tego typu asortyment posiadał w swoim składzie witaminy, które umożliwią dostarczenie organizmowi dużej dawki składników odżywczych. Sam produkt zazwyczaj nie zawiera cukru, sztucznych barwników i konserwantów mających zły wpływ na organizm. Tego typu gotowe danie cenione jest przez konsumentów, dlatego że idealnie sprawdzi się jako osobny posiłek lub dodatek do wegańskiego obiadu.

Żurek wolny od produktów zwierzęcych

Tradycyjna polska kuchnia ma wielu zwolenników. Daniem, które zna większość osób, jest typowy polski żurek. Niestety, oryginalny przepis zawiera jajka, mięso oraz śmietanę. Rozwiązaniem, które będzie

paluszki roślinne, nuggetsy, to tylko niektóre z coraz dłuższej listy popularnych produktów roślinnych.

Bigos wegański

Wiele marek wśród alternatyw

idealną opcją dla osób na diecie wegańskiej, jest wersja żurku, często dostępna w wielu sklepach jako gotowe danie. Wykorzystanie zakwasu z żytniej mąki połączonego ze świeżym czosnkiem sprawia, że zupa nabiera niepowtarzalnego aromatu.

Pulpety w sosie pomidorowym

Idealny sposób na szybki obiad, który w połączeniu z młodymi ziemniakami i surówką zasmakuje nawet największym fanom tradycyjnych mięsnych potraw. Naturalne roślinne składniki połączone z aromatycznymi przyprawami i pomidorowym sosem, którego bazą są świeże pomidory, stanowią idealną kompozycję o głębokim smaku.

Kaszotto w wielu odstonach

Sposobem na wzbogacenie diety o dodatkową ilość białka jest spożywanie różnego rodzaju kasz. Wegańskie kaszotto z dodatkiem kaszy bulgur i wielu innych składników będzie smakowitym wyborem na szybki obiad. Sycące danie z dodatkiem kiełków i aromatycznych sosów można łatwo podgrzać, przez co jest doskonałym wyborem na zdrowy lunch w pracy lub także kolację w domu.

**“
Producenci oferują coraz szerszy wybór dań wegańskich oraz wegetariańskich, dzięki czemu wielu konsumentów nie musi rezygnować ze swoich ulubionych potraw i produktów**

Curry indyjskie

Curry warzywne powstało jako inspiracja kuchnią indyjską dzięki dodaniu specjalnie wyselekcjonowanych składników będzie idealną propozycją obiadową, która zaskoczy całą rodzinę. Ilość możliwości jego

przygotowania pozwala na dopasowanie się w gusta wielu osób. Sos połączony z ryżem, kaszą, plackami ziemniaczanymi, naleśnikami lub nawet grzankami jest idealną opcją dla fanów kuchni świata. ♦

Powrót do natury, prostoty i lokalności

Modne tendencje w żywieniu i zakupach

Tekst **Magda Pawluk**
Zdjęcia ©Shutterstock.com

Na decyzje zakupowe i postawy konsumenckie wpływa wiele zróżnicowanych aspektów. Dużą rolę w tych procesach odgrywają trendy oraz zjawiska społeczne. Obecnie silnie zauważalne są tendencje powrotu do natury, prostoty i lokalności, które mają związek ze wzrostem świadomości ekologicznej, rozumieniem znaczenia zdrowego stylu życia, a także dostrzeganiem wartości w tym co, najbliższe i rodzime. Te nurty przekładają się na sposób odżywiania, a tym samym na rodzaj artykułów spożywczych wybieranych przez konsumentów.

Nawyki zakupowe współczesnych konsumentów są w dużej mierze odzwierciedleniem aktualnej sytuacji społecznej, gospodarczej oraz klimatycznej w kraju i na świecie. Na dostrzegalną w ostatnich latach zmianę stylu kupowania, przejawiającą się m.in. zapotrzebowaniem na konkretne towary, częstotliwością zakupów oraz podejściem do kwestii ich jakości, duży wpływ mają kryzysy, z jakimi zmagają się dzisiejsze społeczeństwa. Niedawny trudny okres pandemii, niegasnące wojny, narastające niepokoje i konflikty na świecie, będący ich efektem kryzys gospodarczy, a także zagrożenia klimatyczne ukształtowały postawy większej świadomości konsumenckiej, odpowiedzialności i rozważności w podejmowanych decyzjach zakupowych. Jednocześnie, w obliczu niepewnej sytuacji gospodarczej oraz finansowej, bardziej liczy się ekonomia i rozsądek podczas zakupów.



Wszystko to składa się na nowy, szczególny obraz zachowań konsumenckich oraz żywieniowych. Istotnym efektem przewartościowania, jakie ostatnio dokonuje się

w społeczeństwie, jest idea świadomej konsumpcji.

Naturalnie i ekologicznie

Właściwie skomponowana dieta oraz przemyślana lista zakupowa to przykład zachowań wpisujących się w zasady świadomej konsumpcji. Większe skupienie się na zdrowym trybie życia to po części pokłosie trendu health & wellness, który silnie rozwinął się w okresie pandemii, kiedy przebywając w domach, znaleźliśmy więcej czasu na pielęgnację ciała oraz przygotowywanie wartościowych posiłków.

Zdrowe odżywianie to dla większości konsumentów przede wszystkim bazowanie na naturalnych produktach i eliminowanie z codziennego menu produktów wysoko przetworzonych czy zawierających sztuczne składniki. To również poszukiwanie zamienników dla produktów o wysokiej zawartości węglowodanów i tłuszczu. Na znaczeniu zyskuje asortyment z kategorii bio/eko, a także produktów wegetariańskich i wegańskich. Zanim towar trafi do zakupowego koszyka, wielu konsumentów analizuje go również pod kątem pochodzenia oraz tego, czy wyrób powstał w poszanowaniu idei zrównoważonego rozwoju. To przejaw troski o środowisko i odpowiedzialności społecznej – wartości, które są szczególnie bliskie młodym pokoleniom. Jednocześnie konsumenci stają się co-



raz bardziej wyczuleni na występowanie w handlu zjawisk takich jak greenwashing (tzw. „zielone kłamstwo”), które polega na nieuprawnionym przypisywaniu cech produktu naturalnego, ekologicznego czy bio towarom, które w rzeczywistości nie spełniają wymogów pozwalających na klasyfikowanie ich w tych kategoriach.

Prostota i minimalizm

Ostatnie kilka dekad można nazwać epoką konsumpcjonizmu. Wobec szerokiej do-

produktów. W tym przypadku liczy się przede wszystkim: ich skład, smak, brak szkodliwych substancji oraz pochodzenie. Ważnym pojęciem, które w związku z tym trendem weszło do słownika konsumentów i producentów, stała się czysta etykieta („clean label”), oznaczająca produkty z krótkim składem, pozbawione niepożądanych składników, np. ulepszaczy smaku, konserwantów, sztucznych barwników.

Zakupowe zero waste

Minimalizacja ilości kupowanych produktów to również istotne działanie na rzecz środowiska. Przemysłany koszyk zakupowy oznacza mniej odpadów i mniej zmarnowanego jedzenia. To przejaw kolejnej ważnej obecnie tendencji określanej jako zero waste. Jest to postawa polegająca na ograniczaniu produkcji śmieci i przetwarzaniu resztek, dążąca do całkowitego ich wykorzystania. Ideę tę wspierają konkretne działania. Jednym z przykładów inicjatyw mających na celu zmniejszenie

nią z potrzebującymi lub wymienić się na inny potrzebny produkt.

Lokalne wartości

Chociaż rynek spożywczy jest otwarty na globalne trendy, bardzo ważnym jego aspektem jest obecnie również dostrzeżenie wartości lokalnych zasobów. Tendencja ta przejawia się m.in. w dokonywaniu wyborów zakupowych



Zmieniające się nawyki zakupowe współczesnych konsumentów są odzwierciedleniem aktualnej sytuacji społecznej, gospodarczej i klimatycznej w kraju i na świecie

w odniesieniu do miejsca pochodzenia lub produkcji artykułów. Mając do wyboru produkty krajowe i importowane wielu konsumentów świadomie wybiera te rodzime. Na to, co ostatecznie trafi do koszyka wpływ ma też kwestia poczucia związku z danym regionem. Warzywa od lokalnych rolników, owoce z okolicznych gospodarstw sadowniczych, pieczywo z regionalnych piekarni, wędliny i mięsa z pobliskich masarni to gama produktów pożądaných przez nabywców wysoko ceniących wartość przynależności do lokalnej społeczności. Bogaty asortyment produktów lokalnych to jednak nie tylko domena małych sklepów. Swoją ofertę budują pod tym kątem również sklepy wielkopowierzchniowe, które często podkreślają cechę lokalności produktów w przekazie handlowym.

Przywiązanie do lokalności konsumentów widać też po tym, gdzie kupujemy. Duża grupa nabywców podczas codziennych zakupów jest wierna lokalnym, osiedlowym sklepom. Wysokiej jakości regionalnego asortymentu poszukujemy również w delikatesach i sklepach sieci handlowych. Zainteresowaniem cieszą się też zakupy bezpośrednie od miejscowych producentów. ♦



stępności różnorodnych towarów kupowaliśmy dużo, chętnie i bez głębszej refleksji. Dziś w zachowaniach konsumentów można dostrzec odwrotny trend. Coraz powszechniejszy antykonsumpcjonizm zachęca do minimalizacji ilości nabywanych towarów, ograniczania się wyłącznie do tego, co jest realnie potrzebne lub niezbędne. Jest to postawa dyktowana silnie odczuwaną odpowiedzialnością społeczną, jak i potrzebą oszczędzania. W rezultacie nawet drobnym zakupom towarzyszy często dłuższa refleksja. Rzadziej niż kiedyś kierujemy się spontanicznością decyzji, nie jesteśmy już tak podatni na impulsy czy napędzające sprzedaż promocje. Wydając pieniądze na artykuły spożywcze, kupujący obecnie analizują zakup i zwracają dużą uwagę na jakość wybieranych



skali marnowania żywności są kampanie prowadzone m.in. przez producentów, które zachęcają do przetwarzania resztek jedzenia, poprzez proponowanie pomysłów na ciekawe kulinarne przepisy z ich wykorzystaniem, ale także uświadamiają w jaki sposób mądrze przygotować listę zakupów, a także jak przechowywać produkty, by jak najdłużej zachowywały świeżość. W wielu miastach działają też różnego rodzaju inicjatywy, takie jak jadłodzielnie, gdzie można oddać nadwyżkę żywności, dzieląc się

Szybko i smacznie

Przekąski o obniżonej zawartości cukru

Tekst **Magda Baskurzyńska**
Zdjęcia ©Shutterstock.com

Wiele osób nie wyobraża sobie całkowitej eliminacji swoich ulubionych słodkich produktów, w których składzie zazwyczaj znajduje się ogromna ilość cukrów prostych. Słodkie przekąski i kolorowe napoje to tylko niektóre z bardzo długiej listy produktów, która tak naprawdę wydaje się, jakby nie miała końca. Cukier dodawany jest również do wielu konserw, miodu, sosów, chipsów oraz innych, najczęściej przetworzonych produktów, które niekiedy mają w składzie jego duże ilości.

Rezygnacja z większości popularnych, niekoniecznie zdrowych produktów niejednokrotnie może być skomplikowana. Dla ułatwienia tego procesu, na rynku pojawia się coraz większa ilość artykułów spożywczych, w których składzie zawartość cukru została zmniejszona lub całkowicie wyeliminowana. Wybór wyłącznie dobrej jakości składników pozwala na włączenie ich do codziennej diety bez dodatkowych obaw i wyrzutów sumienia w przypadku osób dbających o linię. Są one równie smaczne, a przy tym stanowią lekkie przekąski.

Wpływ cukru na organizm

Cukier jest składnikiem, który występuje w wielu produktach spożywczych i farmaceutycznych. Według badań, jego spożycie na osobę znacznie wzrosło w szybkim tempie. Nic dziwnego, ponieważ cukier jest podstawowym składnikiem, którego znaczne ilości występują w wielu produktach. Pomimo negatywnych skutków, jakie przynosi, stanowi często również niezbędny składnik wpływający na funkcjonowanie organizmu. Przyczynia się do prawidłowego działania mózgu i właściwego



poziomu erytrocytów. Warto jednak zapoznać się, jakie skutki uboczne powoduje jego nadmiar w codziennej diecie.

Spożywanie zbyt dużej ilości cukrów prostych często wiąże się z nadmiernym wybieraniem produktów wysokokalorycznych. Kolorowe napoje gazowane, słodkie i chipsy to tylko niektóre z długiej listy żywieniowych przewinień. Spożywanie dużych ilości cukru prowadzi do dostarczania organizmowi większej ilości kalorii w trakcie dnia, co

grozi problemami z nadwagą oraz otyłością, która może przyczynić się np. do cukrzycy. Jedzenie żywności o dużej zawartości cukru powodować może również wzrost stężenia poziomu glukozy we krwi, co może doprowadzić do zaburzeń pracy niektórych organów oraz gospodarki węglowodanowej.

Batony bez dodatku cukru

Batony są zazwyczaj wybierane w celu szybkiego zaspokojenia uczucia głodu. Na rynku dostępnych jest wiele wyszukanych smaków i rodzajów. Niestety nie wszystkie artykuły charakteryzują się dobrym i zdrowym składem. Dlatego poszerzane są oferty alternatywnych wersji tego typu tradycyjnych przekąsek.



Poprzez swój skład odpowiadający osobom prowadzącym aktywny i zdrowy styl życia stanowią one często wybierane zamienniki standardowych słodkich. Szeroka dostępność smaków pozwala na dopasowanie

wanie tego typu produktów do indywidualnych preferencji żywieniowych. Oprócz typowych, orzechowych, kakaowych i daktylowych smaków w ofertach producentów pojawiają się również o wiele bardziej urozmaicone, a tym samym zachęcające konsumentów do spróbowania opcje. Karmelowe, ciasteczkowe, kawowe oraz wiele innych propozycji wzbogacają asortyment batonów bez cukru lub o obniżonej zawartości tego składnika.

Produkty śniadaniowe

Poza szybkimi, słodkimi przekąskami w trakcie dnia, równie często wiele osób sięga po typowe produkty śniadaniowe. Pełne cukru płatki, dżemy oraz inne smarowidła są cenione przez wielu konsumentów, zwłaszcza w sytuacjach, kiedy priorytetem jest zjedzenie szybkiego śniadania. Producenci ciągle rozszerzają swoje oferty, urozmaicając je o nowy asortyment, który uwzględnia oczekiwania konsumentów o określonych preferencjach żywieniowych.

Kromka świeżego, pachnącego pieczywa z dodatkiem ulubionego dżemu lub konfitury może sprawić, że cały poranek będzie o wiele lepszy. Zmodyfikowany skład dżemu lub konfitury, w którym cukier został zastąpiony specjalnymi zamiennikami, sprawia, że w smaku i swoich właściwościach nie różni się zbyt wiele od tradycyjnych produktów. W takich przypadkach cukier zastępowany jest np. za pomocą ksylitolu, erytrytolu, pektyn oraz naturalnego soku z owoców. Dzięki starannie opracowanej recepturze będzie można się cieszyć zdrowszą wersją dżemów lub powideł o mniejszej zawartości kalorii.

Równie dobrym pomysłem na zdrowy i pełnowartościowy posiłek są płatki oraz musli bez dodatku cukru. Takie śniadanie dostarcza niezbędnej energii, uzupełnia braki witamin i minerałów. Staranna selek-

cja składników pozwala na otrzymanie alternatywy dla typowych, czekoladowych płatków, które są ulubionym wyborem wielu dzieci i dorosłych. Zdrowe mieszanki płatków musli będą atrakcyjnym uzupełnieniem codziennego jadłospisu, który sprawdzi się w przypadku wielu osób.

Jogurty pełne smaku

Produkty mleczne, takie jak jogurty naturalne, kefiry, jogurty islandzkie, czyli inaczej skyry oraz także wiele podobnych, często są spotykane bez dodatkowych ilości cukrów w składzie. Są one zalecane w codziennym jadłospisie ze względu na swoje właściwości dietetyczne i kulinarne, które zawdzięczają występowaniu pożytecznych bakterii. Sklepy oferują coraz więcej produktów z dopiskiem „mniejsza zawartość cukru” lub „bez dodatku cukru”. Takie produkty zazwyczaj są słodzone dzięki naturalnie występującej słodczy owoców lub przez dodatek specjalnych słodzików, co będzie alternatywą dla jogurtów, w których składzie znajdzie się cukier.

Soki i napoje bez dodatku cukru

Ulubionym napojem wielu dzieci i dorosłych są orzeźwiające soki owocowe. Wiele osób sięga również po inne słodkie napoje gazowane. Niestety część z nich posiada w składzie duże ilości dodatkowego cukru, który ma również wpływ na ich smak. Niektórzy konsumenci rezygnują ze sztucznie słodzonych płynów. Jako alternatywy dla standardowych napojów wybierają te z na-



turalnymi składnikami, które pozwolą rozkoszować się orzeźwiającym smakiem bez obaw o kalorie.

“
Wraz ze zmieniającymi się preferencjami, na rynku pojawia się coraz większa ilość artykułów spożywczych, w których składzie zawartość cukru została zmniejszona lub wyeliminowana

Słone przekąski

Produkty bez cukru prostego w składzie pojawiają się także w segmencie przekąsek. Taki asortyment konsumenci wybierają na różne okazje np. na imprezy lub podczas wieczoru spędzanego przy oglądaniu filmów. Jako przekąski, które w swoim składzie nie posiadają cukru, konsumenci wybierają np. popcorn, orzechy oraz wiele innych podobnych propozycji, których skład w większości opiera się na prostych, naturalnych składnikach. ♦





HIGH PROTEIN



LOTERIA WYGRAJ KAMPERA O WARTOŚCI 400 000 ZŁ

1

Każdy produkt promocyjny Duda, zawierający dowód zakupu na www.loteriakamperem.pl. Zachowaj paragon i naklejkę otagowaną.

2

Na stronie loterii zgłoś w grę bez paragonu. Zgłosz. 10 PLN!

3

ORLUSI z marką DUDA



4 x HULAINOGA 4 x ROWER
NAGRODY ETAPNE



5 x NOŻEL OZIERANIE
NAGRODY NATYCHMIASTOWE



1 x KAMPER
NAGRODA GŁÓWNA

Sprzedż promocyjna trwa: 15.04.2024 r. - 15.08.2024 r., a przyjmowanie zgłoszeń w loterii od 22.04.2024 r. - 15.08.2024 r. Zachowaj dowód zakupu. Regulamin i lista produktów promocyjnych na www.loteriakamperem.pl. Loteria tylko dla osób, które ukończyły 18 lat. Organizator: Nofliza Sp. z o.o.