

FMCG trends

NUMER 011 • ZIMA 2024 • PISMO BEZPŁATNE • ISSN 2543-6147

K A T A L O G B R A N Ż O W Y

SMACZNE PRZEKĄSKI

Asortyment na imprezę

ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ

Nowoczesna produkcja

CZAS PREZENTÓW

Słodczyce na upominek

CIASTA

Dodatki do wypieków



Świąteczne PARAGONY

Produkty, których nie może zabraknąć

Stworzony do celebracji



IL NOSTRO
FERRUCCIO

www.ilnostroferruccio.it



Produkt dystrybuowany do Hotelów oraz sklepów specjalistycznych
bok@pinot.com.pl tel. 792 815 415
@pinot_company www.pinotcompany.pl

Świąteczne zakupy

Inflacja i rosnące ceny żywności to problem, z którym konsumenci mierzą się od wielu miesięcy. To pewne, że będzie im doskwierał również w trakcie przedświątecznych zakupów. Czy większa kwota, jaką trzeba przeznaczyć na kupno produktów do przygotowania tradycyjnych dań i deserów, sprawi, że przedświąteczne listy zakupowe w wielu domach będą musiały być okrojone? Bez jakiego asortymentu Polacy nie wyobrażają sobie świąt? Odpowiedzi na te pytania będziemy poszukiwać w najnowszym wydaniu Katalogu Branżowego „FMCG Trends”.

Wigilia nieodłącznie kojarzona jest w wielu polskich domach ze smakiem karpia. Serwowany w różnych wydaniach to absolutny król świątecznych stołów. Jednak w menu przygotowywanym na ten niezwykły okres pojawiają się również inne gatunki ryb. Sprawdzamy, jakie ryby najczęściej podawane są podczas świąt?

Na postrzeganie marek spożywczych oraz sieci handlowych przez konsumentów oprócz jakości produktów wpływa również zaangażowanie firm w przedsięwzięcia realizowane na rzecz społeczeństwa i środowiska naturalnego. Nowoczesny konsument, wybierając konkretny asortyment, kieruje się jakością, jednak w wielu przypadkach decyzję zakupową determinują również pozytywne skojarzenia związane z działalnością marki. A te niewątpliwie wywoływane są poprzez aktywność na rzecz potrzebujących lub angażowanie się w inicjatywy związane z ochroną przyrody czy edukacją.

Wyzwaniem dla wielu dziedzin życia, również gospodarki, jest ekologia.

Także przedstawiciele branży FMCG stale prowadzą działania zmierzające do dostosowania produkcji oraz działalności do idei zrównoważonego rozwoju.

Troska o środowisko naturalne to nie tylko wymóg, ale również aspekt, na który zwracają uwagę współcześni konsumenci przy wyborze produktów oraz usług.

Zapraszamy do lektury,
Redakcja

DESIGN
BOOK



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

Grafik: Arkadiusz Czyżewski

Współpracują:

Magda Baskurzyńska, Łucja Lewandowska,
Paulina Majewska, Magda Pawluk

Korekta:

Monika Pawluk, Magda Pawluk

Reklama:

reklama@designbook.pl

Generalny dyrektor sprzedaży:

Emilia Szafrńska

Manager sprzedaży:

Magdalena Luty

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, ifiStudio

Reklamy całostronicowe na stronach:
2, 11, 15, 29, 30, 31, 33, 41, 46, 53, 68.



Rynek

- 8** Wyzwania stojące przed branżą nie zahamowały tempa wzrostu Spółdzielni
- 12** Sprzedaż detaliczna
- 34** Jak social media wpływają na decyzje zakupowe?
- 52** Konieczna ochrona tradycyjnych nazw
- 54** Makarony – produkty o szerokim zastosowaniu w kuchni
- 60** Kuchnia fusion – trend w asortymencie spożywczym

- 66** Produkty słodzące wśród sklepowego asortymentu

Handel

- 56** Stop podrabianej żywności
- 58** Turystyka sklepowa – zwiedzanie przez pryzmat zakupów
- 62** Zakupy przez internet staną się jeszcze bardziej ekologiczne
- 64** Nowe technologie w handlu



Święta

- 14** Dania gotowe – proste i szybkie przygotowania do świąt
- 16** Dodatki do wypieków
- 18** Tradycyjne produkty, które rozstawiają regiony
- 22** Ryby wybierane na świąteczny stół
- 24** Słodczyce na upominek
- 26** Świąteczne paragony



28 Produkty mleczne na święta

32 Sękacz – ciasto na specjalne okazje

Karnawał

36 Smaczne przekąski na domową imprezę

38 Napoje i soki na sylwestrowe i karnawałowe imprezy

42 Smaczne przystawki i sałatki

Light & Fit

48 Wyniki kontroli jakości przetworów zbożowych

50 Zrównoważony rozwój, nowoczesna produkcja

Raport

6 Społeczne i środowiskowe zaangażowanie marek



Społeczne i środowiskowe zaangażowanie marek

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

Na postrzeganie marek spożywczych oraz sieci handlowych przez konsumentów oprócz jakości produktów wpływa również zaangażowanie firm w przedsięwzięcia realizowane na rzecz społeczeństwa i środowiska naturalnego. Nowoczesny konsument, wybierając konkretny asortyment, kieruje się jakością, jednak w wielu przypadkach decyzję zakupową determinują również pozytywne skojarzenia związane z działalnością marki. A te niewątpliwie wywoływane są poprzez aktywność na rzecz potrzebujących lub angażowanie się w inicjatywy związane z ochroną przyrody czy edukacją.



Reputacja firmy to dobro, o które stara się dbać każda, niezależnie czy mniejsza, czy duża, znana marka. Wizerunek wpływa na relacje biznesowe, ale przede wszystkim na zaufanie klientów. Gdy konsument utożsamia się z wartościami, które są ważne dla danej marki, przekłada się to na podejmowane przez niego decyzje zakupowe. Jeśli kojarzy je z pozytywnymi działaniami, chętniej sięga po produkty danej firmy i wybiera asortyment konkretnej marki przy kolejnych zakupach. Natomiast jeśli identyfikuje się z polityką sieci handlowej, często staje się jej stałym klientem. Na zaufanie klientów pracuje się latami. Doświadczenie, jakość produktów i usług, zrównoważony

rozwój, a do tego wspieranie przedsięwzięć społecznych to klucz do tego, aby zbudować przywiązanie konsumenta do marki i pozyskać nowych klientów. Jest jedno „ale” – klienci muszą wiedzieć, że te inicjatywy płyną z prawdziwej potrzeby pomocy, bo szczerść działań jest dla nich kolejnym atutem.

Działalność charytatywna

Marki podejmują szereg zadań w różnorodnych dziedzinach. Jest to na przykład działalność charytatywna. Organizacja lub udział w różnorodnych akcjach, których celem jest wsparcie osób potrzebujących, to jedna z aktywności, w jakie chętnie angażują się marki, niezależnie czy mowa o pro-

ducentach żywności, czy przedstawicielach handlu. Tego typu działania przybierają różne formy. Może to być na przykład przekazanie produktów żywnościowych na zbiórki prowadzone przez organizacje pożytku publicznego. W przypadku sieci sklepów są to zbiórki prowadzone na terenie placówek handlowych. Odbывается to w taki sposób, że wolontariusze z konkretnej organizacji za zgodą sieci pojawiają się w sklepach (na przykład w okresie przedświątecznym) ze specjalnym koszykiem, do którego po zakupach klienci mogą przekazać wybrany asortyment. Ten następnie, w postaci wydzielanych paczek, za pośrednictwem organizacji trafia do potrzebujących.

Kolejnym typem działań są akcje „na kasach”. Podczas płatności kartą lub na kasach samoobsługowych klienci mogą przekazać dowolną kwotę na określony cel charytatywny. W ramach charytatywnego zaangażowania producenci deklarują również, że określona część dochodu ze sprzedaży jakiegoś towaru przeznaczona będzie na wsparcie konkretnej organizacji lub akcji pomocy.

Odpowiedzialność lokalna

Marki bardzo często prowadzą także innego typu działania na rzecz np. społeczności lokalnych, na terenie których np. znajduje się siedziba firmy, zakład produkcyjny czy punkty handlowe. W tym przypadku zakres realizowanych zadań również jest bardzo szeroki. Mogą to być m.in. działania wspierające lokalny samorząd. W ten sposób przy udziale firm powstają lub remontowane są np. drogi, chodniki, place zabaw, boiska szkolne czy wyposażane sale lekcyjne. Wielu przedsiębiorców



może poinformować o tym, na jakich zasadach odbywać się będzie akcja, przekazywanie darów i do kogo kierowana będzie pomoc. Marketing niezbędny jest także dla zachowania transparentności prowadzonych inicjatyw. O rezultatach akcji, podsumowaniu zbiórki czy na przykład relacjonowaniu momentu przekazania zebranej pomocy można informować na bieżąco za pośrednictwem mediów tradycyjnych oraz social mediów.

Pozytywne aspekty działalności

Udział marki w akcji charytatywnej lub aktywność na przestrzeni lokalnej czy środowiskowej to nie tylko korzyści związane z kreowaniem pozytywnego wizerunku w oczach konsumentów. Organizacja tego typu przedsięwzięć zazwyczaj wymaga pracy wielu osób. Takie działania sprawiają, że wzmacniane są więzi w zespole. Po prostu, że zadania wykonywane są po to, aby np. wesprzeć osoby w trudnej



wspiera także rozwój sportu i rekreacji wśród młodych osób. Przekazywanie funduszy na drużyny sportowe, dofinansowanie szkoleń, wyjazdów na turnieje, zakup odzieży sportowej to tylko część inicjatyw. Producenci i sieci handlowe w planowaniu swoich akcji społecznych nie zapominają również o seniorach i do tej grupy także kierują wsparcie, np. dofinansowując projekty klubów seniora czy domów pomocy społecznej.

Duże znaczenie w działalności marek ma również troska o środowisko i to nie tylko w kontekście zrównoważonej produkcji. Promowanie postaw ekologicznych, np. poprzez organizowanie akcji sprzątania terenów w okolicach zakładów produkcyjnych, włączanie się w edukowanie społeczeństwa na temat prawidłowej segregacji odpadów i recyklingu czy sadzenie nowych drzew, to tylko niektóre z zadań, jakie na rzecz planety realizują marki. Współcześni konsumenci cenią produkty firm, które wyrażają odpowiedzialne podejście do środowiska naturalnego.

Kampanie społeczne i ekologia

Przykładem działań społecznych mogą być również kampanie społeczne, które za pośrednictwem akcji marketingowych

realizują marki. Zazwyczaj są to działania prozdrowotne, zachęcające do wykonywania badań profilaktycznych, racjonalnego odżywiania, aktywnego trybu życia lub proekologiczne.

Reputacja firmy to dobro, o które stara się dbać każda, niezależnie czy mniejsza, czy znana marka. Wizerunek wpływa na relacje biznesowe, ale przede wszystkim na zaufanie klientów

Istotną kwestią w przypadku zaangażowania marek w akcje charytatywne, działania społeczne i proekologiczne jest zbudowanie odpowiedniego przekazu marketingowego, za pomocą którego firma

sytuacji życiowej, wywołują pozytywną atmosferę oraz chęć do angażowania się w takie przedsięwzięcie.

“

Istotną kwestią są również korzyści, jakie w wyniku zaangażowania społecznego otrzymują organizacje pożytku publicznego, instytucje, placówki edukacyjne, kluby sportowe, lokalne samorządy oraz znajdujące się w kryzysie, potrzebujące wsparcia osoby.

Można zatem śmiało powiedzieć, że w przypadku zaangażowania marek w działania charytatywne, społeczne, lokalne czy proekologiczne, ofiarowane przy okazji dobro wraca i procentuje rosnącym zaufaniem konsumentów. ♦

Wyzwania stojące przed branżą nie zahamowały tempa wzrostu Spółdzielni



Pomimo wielu niekorzystnych zjawisk ekonomiczno-politycznych, a także zmian legislacyjnych wpływających na naszą działalność handlową za granicą Mlekpól zamyka 2024 rok z satysfakcjonującymi wynikami skupowymi, sprzedażowymi i gospodarczymi. Poza tym w bieżącym roku przeprowadziliśmy wiele ważnych inwestycji na łączną kwotę ponad 250 mln zł. Dotyczą one głównie automatyzacji i robotyzacji procesów produkcyjnych oraz realizacji celów zrównoważonego rozwoju – mówi Małgorzata Cebelińska, wiceprezes Zarządu SM Mlekpól, z którą rozmawiamy o tym, jaki był kończący się rok dla Spółdzielni Mleczarskiej Mlekpól oraz priorytetach na najbliższe lata.

Rozmawiała **Monika Pawluk**
Zdjęcia **SM Mlekpól**

Grudzień to zazwyczaj czas podsumowań. Jaki był kończący się rok dla Spółdzielni Mleczarskiej Mlekpól?

Pomimo wielu niekorzystnych zjawisk ekonomiczno-politycznych, a także zmian legislacyjnych wpływających na naszą działalność handlową za granicą Mlekpól zamyka 2024 rok z satysfakcjonującymi wynikami skupowymi, sprzedażowymi i gospodarczymi. Poza tym w bieżącym roku przeprowadziliśmy wiele ważnych inwestycji na łączną kwotę ponad 250 mln zł. Dotyczą one głównie automatyzacji i robotyzacji procesów produkcyjnych oraz realizacji celów zrównoważonego rozwoju.

Dzięki stale rosnącej globalnej konsumpcji mleka i jego przetworów rozwijamy także eksport i poszerzamy ofertę produktową. Tylko w 2024 roku wprowadziliśmy około 20 nowości, głównie pod naszą wiodącą marką Łaciate. Cieszymy

się, że wyzwania stojące przed branżą, zarówno na rynku polskim, jak i na rynkach zagranicznych, nie zahamowały tempa wzrostu Spółdzielni.

Jakie było największe wyzwanie w mijającym roku dla Spółdzielni? Jakie priorytety wyznaczyli sobie Państwo na najbliższe lata?

W 2024 roku cała branża mleczarska w Polsce zmagala się z rosnącymi kosztami przetwórstwa, w tym przede wszystkim wzrostem cen energii, surowców, materiałów opakowaniowych i transportu. Dodatkowo firmy mleczarskie musiały dostosować się do nowych regulacji prawnych oraz wymogów związanych z zieloną transformacją i zrównoważonym rozwojem. Powrót podatku VAT na żywność oraz wzrost płacy minimalnej także miały wpływ na sytuację sektora.

Biorąc pod uwagę obecne realia, jednym z priorytetów na najbliższe lata jest dla nas sprawna współpraca z członkami Spółdzielni i zapewnienie im jak najlepszych warunków do rozwoju, dalsza optymalizacja produkcji we wszystkich zakładach i racjonalne wykorzystanie nie tylko skupionego surowca, ale także czynników energetycznych, jak prąd czy woda.

Ostatnie miesiące obfitowały w nowości, m.in. wprowadzenie na rynek przez markę Mlekpól linii Łaciate Protein+. Z jakim przyjęciem ze strony konsumentów spotkał się ten asortyment i czy w planach jest rozszerzenie oferty produktów funkcjonalnych?

Odbiór linii Łaciate Protein+ okazał się niezwykle pozytywny, nie tylko ze strony konsumentów, ale także specjalistów z branży. Produkty wysokobiałkowe Mlek-

polu weszły na rynek zaledwie w marcu, a już mogą pochwalić się kilkoma prestiżowymi wyróżnieniami, jak Złoty Medal targów Polagra czy nagrody Złotej Innowacji i Złotego Paragonu. Bardzo cieszy nas ponadto fakt, że produkty funkcjonalne Mlekpola stały się bardzo popularne nie tylko wśród sportowców, a ich walory zaczęli doceniać również seniorzy, pracownicy umysłowi, młodzież czy kobiety w ciąży.

Obecnie linię Łaciata Protein+ tworzą trzy jogurty pitne (naturalny, mango, truskawkowy), kefir pitny oraz mleko UHT w wersji klasycznej i bez laktozy. Już teraz mogą jednak zapowiedzieć, że w przyszłym roku na sklepowych półkach pojawią się kolejne nowości w tej kategorii, nad którymi prowadzimy obecnie zaawansowane prace.

W ofercie marki Mlepol znajduje się szereg różnorodnych produktów, które z nich będą odpowiednie do przygotowania świątecznych ciast, deserów i dań?

Do pieczenia ciast, takich jak sernik czy makowiec, polecamy między innymi twarogi tłuste i półtłuste Mazurski Smak, twaróg sernikowy Mlepol 1 kg, ser mascarpone marki Mlepol oraz np. masło ekstra Łaciata. Smak świątecznych potraw i słodkich wypieków z pewnością wzbogaci śmietany i śmietanki Łaciata. Jako dodatek do ciekawych i dekoracyjnych przekąsek, np. tortilli czy ślimaków z ciasta francuskiego, polecamy natomiast serki śmietankowe Łaciata w wielu smakach do wyboru, a także sery żółte i mozzarellę marki Mlepol. Smak grudiowej kawy doskonale wzbogaci nasza nowość – mleko UHT Łaciata Barista do spieniania. Dzięki niemu w prosty sposób przygotujemy efektowne latte czy cappuccino.

Na jakie aspekty zwracacie Państwo uwagę przy opracowywaniu świątecznej oferty i budowaniu przekazu marketingowego? Czego oczekują w tym okresie konsumenci?



Okres okołoswiąteczny to czas, kiedy konsumenci zwracają się w kierunku dobrze sobie znanych, sprawdzonych marek. Zależy im bowiem na gwarancji kulinarne-go sukcesu. W związku z tym w komunikacji podkreślamy właśnie aspekt najwyższej jakości, ale także – wszechstronność zastosowania i doskonały smak naszych

W bieżącym roku przeprowadziliśmy wiele ważnych inwestycji na łączną kwotę ponad 250 mln zł. Dotyczą one głównie automatyzacji i robotyzacji procesów produkcyjnych oraz realizacji celów zrównoważonego rozwoju

produktów oraz fakt, że powstają one wyłącznie z krajowego surowca. Polacy lubią przygotowywać Boże Narodzenie wspólnie i rodzinnie, kultywując tradycję we własnej kuchni. Przed świętami dokonują również pakietowych zakupów, często wybierając większe gramatury produktów – także wyrobów mleczarskich, dlatego odpowiadamy na tę potrzebę naszą szeroką, dostosowaną do tych oczekiwań ofertą.

Toteż warto sięgnąć po masło Łaciata osetka 500 g, śmietanki Łaciata UHT 30%

i 36% w wydajnych jednolitrowych kartonach oraz ser mascarpone Mlepol 500 g i 1 kg. Wyroby o większej pojemności sprawdzają się przy spotkaniach w większym niż zazwyczaj gronie, a także pozwalają zaoszczędzić miejsce w lodówce.

“

Dodatkowo SM Mlepol dba, by ich opakowania były praktyczne i wygodne w użyciu, a także cieszyły oko i wprowadzały świąteczny klimat dzięki bożonarodzeniowej szacie graficznej.

Jednym z istotnych trendów w social mediach staje się home cooking, również w kontekście przygotowań do świąt. Czy podejmujecie

Państwo działania, aby produkty marki Mlepol zainspirowały konsumentów do samodzielnego przygotowywania potraw w domu? I na czym one polegają?

Jednym z elementów naszej strategii marketingowej jest pokazywanie produktów Mlekpola w szerszym kontekście, przede wszystkim tym kulinarnym. Niemalże każda kampania opiera się na inspirowaniu konsumentów do samodzielnego gotowania w domu. W mediach społecznościowych prezentujemy przepi- ▶



sy na dania łączące tradycję z nowoczesnością, prowadzimy własny serwis kulinarny www.najlepszewkuchni.pl, szeroko współpracujemy z influencerami zajmującymi się gotowaniem, jesteśmy także obecni w programie „Doradca Smaku”, najpopularniejszym formacie kulinarnym w polskiej telewizji. Współpraca z Beatą Śniechowską, która w 2024 roku poprowadziła naszą Akademię Łaciata, czy Amadeuszem Braksatorem, tworzącym przepisy z wykorzystaniem masła Łaciatego, to tylko niewielka część działań, które podejmujemy, by zachęcić konsumentów do przygotowywania domowych posiłków.

Konsumenti chętnie sięgają po nowości wśród produktów nabiałowych, a jak na tym tle wypada asortyment tradycyjny? Czy pomimo zmieniających się trendów nadal można dostrzec silne przywiązanie do smaku i właściwości produktów nabiałowych obecnych na rynku od lat?

Produkty, takie jak mleko, śmietana, masło, twaróg czy ser to podstawa polskiej kuchni. Bez nich trudno wyobrazić sobie codzienne gotowanie. Co więcej,

wraz z rozwojem trendów związanych ze zdrowym odżywianiem, zauważamy, że rośnie spożycie fermentowanych produktów mlecznych, takich jak jogurty naturalne, kefir bądź maślanka. Są one coraz chętniej wybierane przez osoby młode, które z jednej strony doceniają ich właściwości probiotyczne, z drugiej zaś szukają pomysłu na szybką i zdrową przekąskę w ciągu dnia. O sile tradycyjnych produktów może też świadczyć jubileusz sera z krówką Rolmlecz, który świętowaliśmy przez cały 2024 rok. Serek ten jest obecny na rynku od 50 lat, co najlepiej pokazuje, że wysokiej jakości wyroby nabiałowe o prostym składzie nigdy nie wyjdą z mody.

Czego można życzyć w nadchodzącym roku branży mleczarskiej, producentom i właścicielom gospodarstw rolnych, współpracującym z Państwem przedstawicielom handlu oraz konsumentom?

Branży mleczarskiej trzeba życzyć przede wszystkim stabilności, przewidywalności, które pozwolą na dalszy rozwój w dynamicznie zmieniającym się otocze-

niu rynkowym. W 2025 roku innowacje technologiczne i zrównoważone podejście do przetwórstwa staną się bowiem kluczowe, jeśli chodzi o budowanie przewagi konkurencyjnej.

Producentom mleka i właścicielom gospodarstw mlecznych życzę natomiast obfitych plonów i satysfakcji z codziennej pracy, która jest fundamentem jakości produktów Spółdzielni. Przedstawicielom handlu współpracującym z Mlekołem życzymy z kolei owocnych relacji biznesowych i nieustającego zaufania konsumentów, które przekłada się na sukcesy sprzedażowe.

A czego można życzyć konsumentom? Przede wszystkim zdrowia, optymizmu i przyjemności płynącej ze spożywania produktów mlecznych, które na co dzień goszczą na ich stołach. Chcemy, aby wybory, których dokonują, wspierały nie tylko ich potrzeby, ale również dawały satysfakcję ze wsparcia polskiego rolnictwa i lokalnych przetwórców. Wspólna symbioza będzie służyła wszystkim – od rolników, przez przetwórców, aż po rodzinne stoły. ♦



Łaciaty®

*Na co dzień
i od święta*

[FACEBOOK.COM/LACIATE.POLSKA](https://www.facebook.com/LACIATE.POLSKA)

Sprzedaż detaliczna

Spadek w kategorii żywność, napoje i wyroby tytoniowe o 1,2%

Tekst **Monika Pawluk** źródło danych: GUS, www.nbp.pl
Zdjęcia ©Shutterstock.com

Według danych zaprezentowanych przez Główny Urząd Statystyczny sprzedaż detaliczna w cenach stałych w październiku 2024 r. była wyższa niż przed rokiem o 1,3% (wobec wzrostu o 2,8% w październiku 2023 r.). W porównaniu z wrześniem 2024 r. notowano wzrost sprzedaży detalicznej o 7,8%. W okresie styczeń-październik 2024 r. sprzedaż wzrosła r/r o 2,4% (wobec spadku o 2,6% w analogicznym okresie 2023 r.).



Według danych dotyczących sprzedaży detalicznej w październiku nastąpił spadek sprzedaży m.in. takich kategorii jak artykuły spożywcze. „W październiku 2024 r. wzrost sprzedaży detalicznej (w cenach stałych) w porównaniu z analogicznym okresem 2023 r. spośród prezentowanych kategorii towarów odnotowały podmioty z grup: „pojazdy samochodowe, motocykle, czę-

ści” (o 24,1%), „pozostałe” (o 12,0%), „farmaceutyki, kosmetyki, sprzęt ortopedyczny” (o 9,6%), „prasa, książki, pozostała sprzedaż w wyspecjalizowanych sklepach” (o 1,8%). Przedsiębiorstwa zaklasyfikowane do grup o najwyższym udziale w sprzedaży detalicznej „ogółem” wykazały spadek sprzedaży (podmioty sprzedające żywność, napoje i wyroby tytoniowe o 1,2%, nato-

Wzrost zainteresowania e-zakupami

W prezentowanych danych dostrzec można wzrost zainteresowania zakupami dokonywanymi za pośrednictwem internetowych platform sprzedażowych. „W październiku 2024 r. w porównaniu z październikiem 2023 r. notowano wyższą wartość sprzedaży detalicznej przez Internet w cenach bieżących (o 2,5%). Udział sprzedaży przez Internet w sprzedaży „ogółem” nieco zwiększył się w październiku 2024 r. w porównaniu z analogicznym okresem roku poprzedniego z 9,0% do 9,1%. Spośród prezentowanych grup o znacznym udziale sprzedaży przez Internet wzrost udziału raportowały przedsiębiorstwa z grup: „tekstylia, odzież, obuwie” (z 19,9% przed rokiem do 25,9%), „meble, rtv, agd” (odpowiednio z 17,1% do 19,0%) oraz „prasa, książki, pozostała sprzedaż w wyspecjalizowanych sklepach” (z 24,8% do 25,0%) – podaje GUS.

Wskaźniki inflacji bazowej w komunikacie NBP

Natomiast Narodowy Bank Polski opublikował w grudniu komunikat dotyczący

wskaźników inflacji bazowej w listopadzie 2024 r. „W relacji rok do roku inflacja: po wyłączeniu cen administrowanych (podlegających kontroli państwa) wyniosła 3,2 proc., wobec 3,5 proc. miesiąc wcześniej; po wyłączeniu cen najbardziej zmiennych wyniosła 5,3 proc., wobec 5,3 proc. miesiąc wcześniej; po wyłączeniu cen żywności i energii wyniosła 4,3 proc., wobec 4,1 proc. miesiąc wcześniej; tzw. 15-proc. średnia obciążona, która eliminuje wpływ 15 proc. koszyka cen o najmniejszej i największej dynamice, wyniosła 4,4 proc., wobec 4,5 proc. miesiąc wcześniej” – czytamy w komunikacie zamieszczonym na stronie internetowej Narodowego Banku Polskiego.

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. ♦



ści” (o 24,1%), „pozostałe” (o 12,0%), „farmaceutyki, kosmetyki, sprzęt ortopedyczny” (o 9,6%), „prasa, książki, pozostała sprzedaż w wyspecjalizowanych sklepach” (o 1,8%). Przedsiębiorstwa zaklasyfikowane do grup o najwyższym udziale w sprzedaży detalicznej „ogółem” wykazały spadek sprzedaży (podmioty sprzedające żywność, napoje i wyroby tytoniowe o 1,2%, nato-

Święta

Dania gotowe

Proste i szybkie przygotowania do świąt

Tekst **Monika Pawluk**

Zdjęcia ©Shutterstock.com

Święta Bożego Narodzenia to szczególny czas, gdy w wyjątkowy sposób celebруем chwile spędzane w gronie najbliższych. Rodzinne spotkania lubimy uprzyjemnić sobie smacznymi potrawami. Jednak nie zawsze codzienne obowiązki pozwalają na przygotowanie tradycyjnych dań i ciast. Między innymi do osób zapracowanych producenci i sieci handlowe kierują bogatą ofertę produktów gotowych.

Do dań gotowych odpowiednich na wigilię i świąteczny stół zaliczyć można szereg różnorodnych produktów, które znajdziemy w ofercie producentów i na sklepowych półkach. Bardzo często są to tradycyjne potrawy i przekąski, które kojarzą się ze świątecznym czasem. Co jest najważniejsze w tego typu daniach? Wiele osób ceni je głównie za to, że w wielu przypadkach wystarczy tylko rozpakować produkt i go podgrzać, by dosłownie w kilka chwil otrzymać gotowe danie. To waż-

ne również w przypadku konsumentów, którzy nie lubią kompletować wielu półproduktów, dodatków i przypraw niezbędnych do wykonania konkretnej potrawy. Nie każdy czuje w sobie zainteresowanie do kulinariów lub nie ma zdolności do odpowiedniego łączenia ze sobą składników.

Gotowe dania z ryb

Pierwsza kategoria tego typu asortymentu, której konsumenci zazwyczaj poszukują w okresie przedświątecznych zakupów, to oczywiście ryby. W tym przypadku oferta producentów jest bardzo rozbudowana.



w sklepach tylko w okresie świątecznym. Częstym wyborem przed Bożym Narodzeniem są zatem rybne produkty mrożone – przeznaczone do smażenia lub pieczenia, przede wszystkim filety rybne, wstępnie przyprawione lub przyrządzone – w smakowitych panierkach lub kompozycjach ziół.

Innym typem produktów będą gotowe przekąski, np. śledziowe. W tym przypadku oferta również jest bardzo bogata. Na rynku spotkamy filety śledziowe w różnego typu zalewach: olejowej, pomidorowej, octowej. Tradycyjny śledzik z cebulką, z rodzynkami, w warzywach, śmietanie, sosie musztardo-

wym, koperkowym, chrzanowym czy sałatkowym, to tylko przykłady wariantów smakowych przekąsek dostępnych na sklepowych półkach.

Ciasta i desery „na szybko”

Kolejną kategorią gotowych produktów popularnych w okresie przedświątecznym są ciasta i desery. W tym przypadku konsumenci również mogą wybierać z szerokiej gamy asortymentu. Będą to zarówno ciasta gotowe bezpośrednio do spożycia, jak i mieszanki na bazie, których można łatwo upiec i stworzyć słodki deser.

Święta Bożego Narodzenia nie mogą się obejść bez charakterystycznego zapachu i smaku piernika. W ofercie

sklepów znajdziemy to ciasto zarówno w wersji gotowej, jak i mieszanki do wypieku. Wśród ciast gotowych, które najczęściej w okresie przedświątecznym zobaczymy na sklepowych półkach, są również makowce, serniki czy babki piaskowe marmurkowe, cytrynowe bądź waniliowe.

Potrawy mięsne

Na świątecznych stołach w wielu domach nie może zabraknąć wykwintnych dań przygotowanych z mięs. Opcją dla osób zapracowanych są wstępnie przygotowane potrawy, które wystarczy tylko odgrzać, usmażyć lub upiec. Propozycją, po którą sięga wiele osób, są mięsa gotowe do upieczenia – przyprawione. Wystarczy je tylko rozpakować, włożyć do piekarnika i postępować zgodnie ze wskazówkami producenta umieszczonymi na opakowaniu. ♦

Zdrowe wypieki bez kompromisów!

Nasze bezglutenowe mieszanki piekarnicze to odpowiedź na potrzeby osób szukających zdrowych i naturalnych alternatyw. Bez sztucznych dodatków, bez zbędnych wypełniaczy – doskonale wyważone proporcje.

Nasze funkcjonalne mieszanki z dodatkiem skrzypu polnego – naturalnego źródła krzemionki, to nie tylko piękne włosy i zdrowa skóra i kości. Krzemionka ma działanie detoksykacyjne, wspiera odporność i regenerację organizmu oraz łagodzi bóle związane z dolegliwościami układu pokarmowego.

Wzbogacenie pieczywa o ten składnik to krok w stronę codziennej troski o siebie i bliskich.



- **Naturalny skład:** bez sztucznych dodatków, konserwantów i wypełniaczy.
- **Wysoka jakość:** namieszane z pudrowych mąk najwyższej jakości.
- **Bezglutenowe:** idealne dla osób z nietolerancją glutenu lub celiakią.
- **Łatwość przygotowania:** proste przepisy, które zapewniają doskonałe rezultaty za każdym razem.



Nie czekaj, aż inni zrobią pierwszy krok – wprowadź innowacyjne, zdrowe mieszanki **MONCANA**

do swojego asortymentu i zyskaj przewagę w segmencie premium. Sprawdź, jak proste są zasady współpracy: www.moncana.pl/b2b



Świąteczne ciasta

Dodatki do wypieków

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

Wśród konsumentów nie brak zwolenników domowych, samodzielnie przygotowanych ciast i ciastek. Sekret idealnie wypieczonego sernika, piernika, biszkoptu czy ciasta drożdżowego tkwi w zastosowaniu określonych składników, dzięki którym ich smak będzie niepowtarzalny. Na jakie produkty zwracają uwagę klienci sklepów, aby samodzielnie przygotować świąteczne wypieki, którymi poczęstują bliskich?

Do przygotowania domowych wypieków oprócz oczywiście dużych ilości serca niezbędne są określone produkty, które wpływają na ich walory smakowe i strukturę. Każdy rodzaj ciast czy ciasteczek posiada odrębną recepturę. Sekret tkwi w dobrej jakości składnikach, które sprawia, że domowe serniki, babki, pierniki czy makowce pięknie wyrosną, będą puszyste i trafią w gusta nawet najbardziej wymagających miłośników deserów. Mowa tutaj między innymi o odpowiednio wyselekcjonowanych rodzajach mąki, cukru, tłuszczu, jajkach i środkach spulchniających, dzięki którym uzyskać można odpowiednią konsystencję ciasta. Nie ma świątecznych deserów bez bakalii, posypek czy lukrów oraz wielu innych dodatków, przypraw, a także produktów do dekoracji.

Podstawowe kroki do udanego wypieku

Każdy przepis, niezależnie czy mowa tutaj o słodkich wypiekach, czy wytrawnych daniach, wymaga zastosowania określonej listy produktów mających wpływ nie tylko na smak, ale i konsystencję dania. W przypadku masy wykorzystywanej do puszystych ciast, kruchych i delikatnych ciasteczek, napowietrzonych ptyśków czy



nawet pieczywa, istotne jest dopasowanie konkretnych składników oraz odpowiednich proporcji, dzięki którym wypiek będzie udany. Idealnie zarumienione, wyrośnięte i wyjątkowo pachnące ciasto własnego wykonania to wspomnienia z dzieciństwa, które zajmują szczególne miejsce na świątecznym stole.

Samodzielne przygotowanie masy do ciasta wymaga również czasu i precyzji, bez czego nawet najlepiej opracowany przepis może się nie udać. Składniki muszą być koniecznie świeże i najwyższej jakości, co będzie gwarancją zachwycającego smaku i odpowiednio wyrośniętego ciasta. Każdy produkt wchodzący w skład przepisu musi mieć również określoną temperaturę.

Jaką mąkę wybrać?

Na rynku jest wiele dostępnych odmian i typów mąk, z czego każda przeznaczona jest do przygotowania innego rodzaju potraw. Przykładowo, mąka żytnia typu 580 najczęściej zalecana jest do wyrobu makaronów, 650 i 720 jest idealna do wypieku bułek, natomiast odmiany 800–2000 to składnik niezbędny do

wypieku różnego rodzaju chlebów.

Jaką mąkę wybrać do wypieku słodkich ciast? Zazwyczaj dodaje się do nich mąkę pszenną, która występuje w wielu odmianach będących gwarancją odpowiednich walorów smakowych i struktury. Jedną z popularnych wersji jest np. mąka tortowa,

spotykana na większości sklepowych półek. Charakteryzuje się przede wszystkim niską zawartością białka, co sprawia, że ciasto jest kruche i łatwe do rozwałkowania. Kolejnym, równie często wykorzystywanym rodzajem mąki jest ta uniwersalna, która sprawdzi się w różnego rodzaju wypiekach. Konsumenti wybierając rodzaj mąki, zwracają uwagę np. czy ciasto przygotowane na bazie danego produktu jest delikatne. Wśród innych odmian, które równie często wybierane są do przygotowania słodkich świątecznych wypieków, wymienić można mąkę krupczatkę, a także mąkę luksusową, która stosowana jest m.in. w przypadku biszkoptów będących podstawą rozmaitych tortów przygotowywanych na różne okazje.

Tłuszcz idealny do słodkich wypieków

Równie ważnym składnikiem wielu ciast jest tłuszcz. Dlaczego jego zastosowanie ma takie duże znaczenie? Wpływa głównie na kruchość ciasta oraz jego puszystość.

Z technicznego punktu widzenia, do przygotowania masy ciast lub nawet ciasteczek, doskonale się sprawdzi dowolny rodzaj tłuszczu spożywczego, zarówno ten roślinny, jak i zwierzęcy. Odpowiednia selekcja produktu wpływa na kruchość, fakturę, konsystencję ciasta oraz pomaga w zachowaniu jego dłuższej świeżości.



Z tego względu, ważne jest wstępne określenie docelowego rodzaju wypieku.

Jakie tłuszcze wybrać do pieczenia ciast? Wśród najczęściej wykorzystywanych opcji znajduje się margaryna w kostce, której dodatek sprawia, że wypiek staje się kruchy i lekki. Równie często wykorzystywaną opcją jest dodatek tłuszczu w postaci oleju. Może to być olej kokosowy, arachidowy czy nawet słonecznikowy. Są to najpopularniejsze z dostępnych opcji, nadające się do obróbki w wysokiej temperaturze. Inaczej jest w przypadku oliwy z oliwek, która sprawdzi się jedynie w obróbce poniżej 190°C. Wśród

pozostałych olejów wymienić można te produkowane z orzechów, rzepakowy oraz lniany.

Proszek do pieczenia

Na liście niezbędnych składników wykorzystywanych do pieczenia ciasta znajduje się również specjalny dodatek, dzięki któremu wypiek odpowiednio

urośnie. Mowa tutaj głównie o proszku do pieczenia, czyli o sypkim roztworze specjalnie wyselekcjonowanych substancji przyczyniających się do spulchniania wypieków. Jak wygląda jego skład? Tego typu produkt to nic innego, jak mieszanka sody oczyszczonej i regulatorów kwasowości. W jego składzie można również często znaleźć d o d a t e k

w postaci mąki ziemniaczanej lub skrobi kukurydzianej, co zapobiega jego zbrylaniu. Ciasta z dodatkiem do pieczenia, zaczynają rosnąć już w temperaturze 160°C.

Soda oczyszczona jako zamiennik typowego proszku do pieczenia? Jest to możliwe. Ma ona odczyn zasadowy, jednak, aby odpowiednio zadziałała, niezbędne będzie zastosowanie dodatkowych składników o kwaśnym odczynie. Może to być śmietana, maślanka, kwaśne owoce, sok z cytryny lub pomarańczy, masło, kakao, kawa, a nawet miód czy melasa.



Przyprawy, dodatki i dekoracje do ciast

Do przygotowania domowych wypieków oprócz dużych ilości serca niezbędne są określone produkty, które wpływają na ich walory smakowe

Na sklepowych półkach oraz w ofercie producentów nie brak asortymentu, dzięki któremu szybko przyrządzimy ulubione świąteczne ciasto, urozmaicimy jego smak, a do tego pięknie udekorujemy. Po pierwsze są to przyprawy. Z okresem świąt Bożego Narodzenia oczywiście nieodłącznie kojarzy się głęboki smak i aromat przypraw korzennych, dodawanych do ciasta piernikowego. Pomocne będą również różnego rodzaju lukry, polewy czy posypki, które sprawiają, że domowe wypieki nie tylko będą smakować wybornie, ale również prezentować się wyjątkowo się zaprezentują na świątecznym stole. ♦



TRADYCYJNE SERY

Produkty, które rozślawiają regiony



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

Tradycyjne sery i twarogi urozmaicą świąteczne menu. I chociaż w przypadku większości osób pierwszym skojarzeniem z lokalnym produktem będzie oscypek, to inne regiony kraju również słyną z własnych odmian sera. Wśród nich można wymienić bryndzę i ser koryciński. Każdy z nich powstaje na bazie innych receptur, odróżnia się unikalnym smakiem, aromatem i wyglądem.



Oscypek

Oscypek to najpopularniejszy regionalny ser, który jest jedną z najczęstszych pamiątek przywożonych przez turystów z wyjazdów na Podhale. Produkt wytwarzany jest z mleka owczego, a proces ten składa się z wielu czynności. Po uzyskaniu odpowiedniej masy, wymoczeniu i odsączeniu nadmiaru wody oscyp-

ki są formowane w specjalnych drewnianych ramkach, a następnie wędzone. Wyróżniają się formą, w kształcie wrzeciona z charakterystycznymi żłobionymi zdobieniami nawiązującymi do historii regionu. Oscypki odznaczają się lekko słonym, wędzonym smakiem.►►



Bryndza

Bryndza to kolejny produkt charakterystyczny dla kuchni podhalańskiej. Wyglądem przypomina oscypek, jednak różni się od niego recepturą oraz smakiem. Ten gatunek sera podpuszczkowego produkowany jest z mleka owczego, niekiedy z niewielkim dodatkiem mleka krowiego. Często stanowi uroz-

maicenie kanapek, dań zapiekanych i sałatek. Bryndza posiada charakterystyczny, wyrazisty, słony smak i grudkowatą białą konsystencję. Tradycyjny wyrób zainspirował również producentów przetworów mlecznych, którzy bryndzę włączyli do ofert swoich produktów.



Sery z ziołami

Ser koryciński, to regionalna odmiana sera podpuszczkowego, krótko dojrzewającego kojarząca się z województwem podlaskim oraz gminą Koryciny. Wytwarzany z mleka krowiego z dodatkiem aromatycznych ziół, przypraw, a także czosnku. Ser występuje w formie dużej spłaszczonej kuli i odznacza się

w miarę miękką, twarogową konsystencją. Stanowi smakowity dodatek do kanapek i sałatek. Natomiast z mleka krów wypasnionych na kaszubskich łąkach powstają podpuszczkowe dojrzewające sery kaszubskie, dostępne w wariantach naturalnym lub z dodatkami przypraw i ziół. ♦

Nie tylko karp

Ryby wybierane na świąteczny stół

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

Wigilia nieodłącznie kojarzona jest w wielu polskich domach ze smakiem karpia. Serwowany w różnych wydaniach to absolutny król świątecznych stołów. Jednak w menu przygotowywanym na ten niezwykle okres pojawiają się również inne gatunki ryb. Jakie ryby najczęściej podawane są podczas świąt?

Potrawy wigilijne to zazwyczaj określony zestaw dań, których według tradycji nie może zabraknąć na stole. Wśród nich ważne miejsce zajmują dania i przystawki przyrządzane z ryb. Od lat 50. minionego wieku niestabnącą popularnością w polskich domach cieszy się karp. Ale nie można zapominać, że wiele osób ceni sobie smak również innych gatunków ryb. W bożonarodzeniowym menu znaleźć można również smaczne potrawy przyrządzane z innych ryb. Bez jakich smaków Polacy nie wyobrażają sobie wigilijnej kolacji?

Tradycyjny karp

Karp to ryba, która jednoznacznie kojarzy się z Wigilią. To właśnie w okresie Bożego Narodzenia jest spożywana w największych ilościach. Dania przyrządzane z tego gatunku ryb cenione są za wyjątkowy smak oraz aromat. Na świątecznym stole karp pojawia się w różnych odstonach, np. w galarecie lub krojony w charakterystyczne dzwonki i smażony w panierce. W każdym domu, w zależności także od regionu kraju, mięso z karpia przygotowywane jest według odrębnych receptur oraz upodobań domowników. Karp jest rybą, wokół której w okresie przedświątecznym od wielu lat narasta sporo kontrowersji. Dyskusje toczą się na temat sprzedaży żywych ryb.

Co pewien czas przedstawiciele różnych środowisk postulują o to, żeby wprowadzać całkowity zakaz handlu żywymi karpiami. Konsumenci coraz większą uwagę przy decyzjach zakupowych zwracają nie tylko na



tradycję, ale przede wszystkim na warunki przechowywania oraz transportu, które wpływają na dobrostan zwierząt.

Popularną formą jest zakup świeżego mięsa karpia w płatach. Produkt pakowany w tackach dostępny jest w wielu marketach oraz mniejszych sklepach. To wygodna opcja w przypadku konsumentów, którzy chcą samodzielnie przygotować dania z karpia i zaserwować je gościom podczas świąt. Na wielu stoiskach w marketach można kupić smażonego karpia krojonego w popularne dzwonki. W sklepach dostęp-



ne są również tradycyjne dania przyrządzone z tej ryby pakowane w stoiki. Chociaż wielu konsumentów skłania się ku zakupowi karpia w markecie lub sklepach mniej-

szego formatu, niektórzy wybierają opcję zakupu karpia bezpośrednio z gospodarstwa specjalizującego się w hodowli ryb bądź na targowiskach.

Śledź w świątecznym wydaniu

Tradycją w wielu domach stało się podawanie podczas Wigilii przystawek w postaci śledzi. Ryby tego gatunku wyróżniają się charakterystycznym smakiem i można na ich bazie stworzyć naprawdę wiele smakowitych przekąsek. Zazwyczaj konsumenci sięgają po zasolone filety sprzedawane na

wagę lub filety pakowane np. w tacki, wiaderka czy słoiki. To opcja dla osób, które chcą przyrządzić śledzie według własnej świątecznej receptury.

Producenci w tworzeniu oferty produktowej bazują na tradycyjnych smakach związanych ze świętami Bożego Narodzenia. Dlatego na rynku dostępny jest szereg gotowych artykułów, które w przypadku braku czasu na przygotowania można zaserwować podczas wigilijnej kolacji.



Do wyboru są opakowania o różnych objętościach. Można kupić przygotowane śledzie w litrowych wiaderkach lub mniejszych pojemnikach. Wybór jest ogromny: śledzie w płatach w śmietanie, sosie musztardowym, koperkowym, chrzanowym, w warzywach, z rodzynkami, w oleju i cebulce, rolmopsy lub koreczki, to zaledwie kilka przykładów gotowych produktów dostępnych w ofercie sklepów, które wpisują się także w świąteczny klimat.

Co zamiast karpia?

Rybą cieszącą się dużą popularnością na polskim stole, nie tylko w okresie świątecznym, jest dorsz. Ma białe mięso i łagodny smak, z tego względu w wielu przypadkach może stanowić nawet alternatywę dla karpia (w przypadku osób, które nie przepadają za jego charakterystycznym smakiem). Ceniony jest również ze względu na niską kaloryczność. Dorsz na wigilijnym stole także serwowany jest w wielu różnych odstępach np. pieczony lub smażony w panierce lub sosach.

W południowej Polsce często na Wigilijnych stołach spotkać można potrawy przygotowywane z pstrągą. Chude mięso w kolorze jasnego różu trafia w gusta największych smakoszy. Pstrąga można kupić w postaci świeżej lub mrożonej, które dostępne są w wielu sieciach handlowych.

Niektórzy konsumenci wybierają opcję zakupu ryby bezpośrednio z hodowli.

Wśród ryb serwowanych na wigilijnym stole wymienić można także tososia. Upieczony w delikatnych przyprawach to opcja wybierana przez osoby, które lubią mięso o delikatnym smaku, a do tego potrawy niewymagające zbyt wielu przypraw i składników.

Miłośnicy tradycji na wigilijny stół wybierają potrawy z sandacza. To ryba, która kojarzy się z dawną polską kuchnią. Od wieków gościła na stołach w szlacheckich dworach. Ryby tego gatunku odznacza-

ją łatki rybne. Tego typu przekąska również sprawdzi się jako przysmak podawany na świątecznym stole.

“

Karp to ryba, która kojarzy się z Wigilią. To właśnie w okresie Bożego Narodzenia jest spożywana w największych ilościach. Dania z karpia cenione są za smak i aromat

Do przyrządzenia smakowitych dań na bazie ryb konsumenci wybierają różnego rodzaju przyprawy i dodatki. Wiele producentów wychodzi naprzeciw tym oczekiwaniom i w swojej ofercie posiada szereg produktów, z których można stworzyć pyszne sosy lub smacznie doprawić mięso przed pieczeniem, smażeniem lub grillowaniem. Specjalnie

skomponowane mieszanki przypraw do ryb sprawiają, że potrawy nabierają wyjątkowego smaku i aromatu. Tworzone są zazwyczaj na bazie tradycyjnie stosowanych w kuchni przypraw takich jak: czosnek, sól, pieprz,



ją się chudym, jędrnym mięsem o białym zabarwieniu i bardzo delikatnym smaku. Sandacz zazwyczaj podawany jest w wersji smażonej, pieczonej lub grillowanej.

Rybne produkty gotowe

Popularną opcją w kategorii produktów gotowych, tworzonych na bazie ryb są sa-

gorecznica, imbir czy suszona pietruszka. Na rynku można spotkać również bardziej egzotyczne wersje przypraw, nawiązujące do różnych kuchni świata. Wygodna z punktu widzenia wielu konsumentów jest również sięgnięcie po gotowe mieszanki do przyrządzenia sosów do ryb czy wybór produktów w słoikach. ♦

Czas prezentów

Słodczyce na upominek

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

Najpiękniejszy czas w roku zbliża się coraz większymi krokami. Mowa tutaj oczywiście o Świętach Bożego Narodzenia, czyli o okresie pełnym miłości i bliskości z rodziną. Co roku obdarowujemy najbliższych starannie wyselekcjonowanymi upominkami, dzięki którym na ich twarzach gości uśmiech. Z roku na rok pojawia się coraz więcej świątecznych odsłon słodczych, które możemy podarować drugiej osobie. Mogą to być pięknie przyozdobione pralinki, czekolady czy figurki świąteczne, które cieszą już na sam widok.

Grudzień to również intensywny czas dla właścicieli i pracowników sklepów spożywczych, którzy często zmagają się z trudem stworzenia wyjątkowej kompozycji świątecznych smakołyków. To właśnie idealna aranżacja półek o bożonarodzeniowych motywach sprawia, że decydujemy się na zakup poszczególnych produktów.

Jakie słodkości wybrać?

Święta Bożego Narodzenia większości z nas kojarzą się z intensywnym aromatem słodkiej czekolady. Sklepowe półki są przepełnione świątecznymi opakowaniami tabliczek czekolad czy pralinek. Czekolada należy do grona prezentów uniwersalnych, mających wielu fanów. Jej charakterystyczny smak już na samą myśl nawiązuje do świąt, dlatego również producenci wprowadzają do swojej oferty wiele nowych smaków, które będą ciekawym urozmaicheniem dla typowych czekolad mlecznych bądź deserowych. Poniżej przedstawiamy popularne pro-

pozycje słodkich upominków, które wybierają konsumenci.

Świąteczne figurki z czekolady to najbardziej ceniona opcja zarówno przez tych młodszych, jak i starszych. Słodka podobizna Mikołaja, reniferów i choinek będzie idealnym prezentem na Mikołajki lub Święta Bożego Narodzenia.

Kolejną propozycją, tym razem zazwyczaj skierowaną w kierunku osób nieco starszych, są elegancko opakowane pralinki. Małe czekoladki z bogatym, często podkreślającym świąteczny klimat nadzieniem to nieodłączna część świątecz-

nych podarunków. Wśród najpopularniejszych wariantów smakowych nadzienia typowego dla klimatu świąt znajduje się między innymi suszona śliwka, marcepan czy orzech.

Bardziej ponadczasową opcją, która zadowoli nawet tych najbardziej wymagających członków rodziny, jest klasyczna tabliczka czekolady. Często wzbogacona o dodatki w postaci korzennych przypraw takich jak cynamon, kardamon czy imbir, idealnie sprawdzi się jako dodatek do gorącej filiżanki kawy. Na rynku pojawia się również coraz więcej własnoręcznie wykonywanych tego typu produktów, które są dodatkowo

z d o b i o n e
t y p o w o
ś w i a t e c z n y -
m i p i e r n i c z -
k a m i c z y
l u k r o w a n y -

mi ozdobami. Tak wzbogacona, pozornie klasyczna opcja może zachwycić każdego miłośnika słodkich upominków.

Wśród słodkich produktów najczęściej wybieranych przez dzieci, znajdują się również żelki. Ich świąteczne odsłony obejmują najczęściej typowe dla tego okresu w roku kształty takie jak choinki, gwiazdki, laski cukrowe czy nawet mikołaje. To idealny pomysł na drobny słodki upominek, który zadowoli nie tylko najmłodszą część rodziny.

Coraz więcej producentów skupia się na typowo amerykańskiej propozycji, czyli cu-



krowych laskach. Ich wzrastająca popularność sprawia, że jest to nieodłączna część świątecznego zbioru słodczy.

Równie zachęcającą opcją, która od dawna gości na liście ulubionych słodkich przekąsek wśród dzieci, są lizaki w świątecznej odstonie. Mogą nie tylko być wyjątkowo zapakowane, ale również wzbogacone o dodatkowy, charakterystyczny dla świąt smak. Ciekawym urozmaicheniem jest również ich forma żelkowa lub z gumą balonową o smaku typowo świątecznych deserów.

Dlaczego słodczy to nieodłączny element świąt?

Święta Bożego Narodzenia to magiczny czas pełen radości wynikającej ze spotkań w gronie najbliższych, ale także prezentów, czyli momentu, który większość z nas pamięta już z dziecięcych lat. Jednym z nieodłącznych elementów każdego prezentu był oczywiście świąteczny dodatek, najczęściej w postaci czekolady. Dlaczego słodczy są nieodłącznym elementem wchodzącym w skład każdego prezentu? Słodki smak czekoladek, ciasteczek czy



Pięknie ozdobione półki sklepowe przyciągają uwagę klientów, co w tym okresie jest najważniejsze. Przed świętami pojawia się też wiele produktów zapakowanych w wersjach prezentowych

innych słodczy jest kojarzony z uczuciem radości i szczęścia, dlatego dając bliskim wszelkie słodkości, dzielimy się pozytywnymi emocjami i sprawiamy przyjemność.

Wyjątkowa szata graficzna

Początek okresu świątecznego sprawia, że coraz więcej producentów decyduje się na zastosowanie określonego motywu przewodniego na opakowaniach produk-



“
tów. Niezależnie czy mowa tutaj o słodczych, kosmetykach, napojach, czy innych produktach codziennego użytku. Może to być nowa, sezonowa szata graficzna, czyli zdobienia opakowań przedstawiające Świętego Mikołaja, sanie ciągnięte przez renifery czy pięknie ozdobione choinki. Mogą to być również

słodczy kształtami nawiązujące do świątecznych dekoracji takich jak np.: bombki, choinki, gwiazdy, Święty Mikołaj, renifery czy elfy.

Ekspozycja świątecznych słodczy w sklepach

Równie ważna jest odpowiednia ekspozycja świątecznych słodczy w sklepach spożywczych. Pięknie ozdobione półki

sklepowe przyciągają uwagę klientów, co w tym okresie jest najważniejsze. Pojawia się coraz więcej produktów zapakowanych w wersjach prezentowych. Pięknie ozdobione pudełka z typowo bożonarodzeniową kolorystyką, która głównie skupia się na czerwieni, zieleni, złocie i srebrze, skutecznie przyciągają wzrok wielu klientów poszukujących słodkich upominków czy przekąsek, które ucieszą podniebienie gości podczas świątecznych spotkań. Tutaj ważna jest również przemyślana aranżacja. Klasyczny, często minimalistyczny wystrój pótek ustępuje miejsca tym bardziej krzykliwym, co jest szczególnie doceniane przez dzieci, które mogą cieszyć się magią świąt również podczas codziennych zakupów. Dodatkowe dekoracje w postaci choinek, girland, łańcuchów i lampek choinkowych przyciągają uwagę kupujących.

Świąteczne dekoracje w sklepach

Typowe dekoracje świąteczne, którymi najczęściej przyozdabia się wnętrza domów, są również zauważalne w sklepach spożywczych. Wyjątkowo udekorowane półki sklepowe często są wzbogacane o klimatycznie mieniące się lampki choinkowe, duże ilości blasku, najczęściej w postaci brokatu i wiele innych, równie nastrojowych dekoracji. ♦

Świąteczne paragony

Jakich produktów nie może zabraknąć na zakupowej liście?

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

Inflacja i rosnące ceny żywności to problem, z którym konsumenci mierzą się od wielu miesięcy. To pewne, że będzie im doskwierał również w trakcie przedświątecznych zakupów. Czy większa kwota, jaką trzeba przeznaczyć na kupno produktów do przygotowania tradycyjnych dań i deserów, sprawi, że przedświąteczne listy zakupowe w wielu domach będą musiały być okrojone. Bez jakiego asortymentu Polacy nie wyobrażają sobie świąt?

Podsumowanie kwot wydanych na przedświątecznych zakupach przyprawić może wiele osób o zawrót głowy. I choć w niektórych przypadkach ze względu na wysokość wydanych kwot można tu mówić o popularnych „paragonach grozy”, Polacy są silnie przywiązani do tradycji i z okazji świąt są zazwyczaj gotowi przeznaczyć większe kwoty na zakup produktów do przygotowania ulubionych potraw oraz prezentów dla najbliższych. W tym roku na pewno będą musieli liczyć się z tym, że za ten sam zestaw produktów będą musieli zapłacić więcej niż rok temu czy jeszcze w poprzednich latach. Wpływ na to ma m.in. przywrócenie od marca 2024 r. 5 proc. stawki podatku VAT na żywność, m.in. mięso, nabiał, owoce i warzywa, która była okresowo obniżona. Znaczenie dla kwoty, jaką przeciętne gospodarstwo domowe będzie w stanie wydać na zakupy świąteczne, mają rów-



nież wyższe koszty energii elektrycznej oraz ogrzewania mieszkań.

Konsumenci nie chcą rezygnować z tradycji

Pomimo tych trudności wiele osób nie chce rezygnować z organizowania świąt w tradycyjnym klimacie i zamierza przygotować ulubione potrawy. Zmiana może dotyczyć jedynie podejścia do tej kwestii,

czyli przygotowywania mniejszych porcji, porównywania cen produktów oferowanych przez poszczególne sieci handlowe

czy wyszukiwania atrakcyjnych promocji, które pozwolą odrobić zaoszczędzić na zakupach.

Bez względu na koszty tego-rocznych świąt, bez niektórych produktów i potraw Polacy nie wyobrażają sobie Bożego Narodzenia. Pierwszą grupą takiego asortymentu będą oczywiście wędliny i mięsa. W czasie przedświątecznym konsumenci poszukują wyjątkowych produktów. Dlatego w kategorii

wędlin oraz mięs cenią naturalne wyroby, które wytworzone zostały z najwyższej jakości składników, według tradycyjnych receptur.

Tradycyjne wędliny

W okresie świątecznym zazwyczaj obserwuje się większe zainteresowanie produktami z grupy premium, czyli wyrobów wędliniarskich z wyższej półki cenowej. Ta



tendencja pokazuje, jak ważną rolę w życiu polskich rodzin stanowi okres świąt Bożego Narodzenia. Wynika to między innymi z faktu, że chcą przygotować swoim bliskim jak najlepsze potrawy, specjalne ze względu na niezwykłą okoliczność, jaką są święta. Wędliny klasy premium konsumenci zazwyczaj utożsamiają z tym, że są wyprodukowane z wysokiej jakości mięsa, według tradycyjnych przepisów przyrządzania wyrobów oraz ich konserwacji. W kategorii tego typu produktów, które również trafiają na świąteczny stół, są wędliny długodojrzewające. Wymienić w tym segmencie można również kindziuk czy pasturkę, czyli wędlinę występującą w postaci suszonej wołowiny.

Wśród wyrobów wędliniarskich, które królują na świątecznych stołach w wielu polskich domach, są oczywiście wędzone, przygotowane według tradycyjnych receptur szynki, polędwice oraz kielbasy, cienkie i grube. Kategoria kielbas jest bardzo rozbudowana. Na świąteczny stół chętnie wybierane są produkty o swojskim wyrazistym smaku, doprawione np. czosnkiem, pieprzem, ziołami, ale również delikatniejsze kompozycje. W tym segmencie znajdziemy także wiele rodzajów kielbas poduszanych, które często pojawiają się na świątecznym stole, ułożone na desce mięs lub w postaci dodatków chociażby do świątecznego bigosu. Konsumenci cenią asortyment w klasycznym wydaniu, jak również

wędzonki doprawione aromatycznymi ziołami czy czosnkiem. Na świąteczny stół bardzo często trafiają również wędliny oraz inne wyroby wędliniarskie z dodatkami.

Wykwintne potrawy mięsne

Konsumenci

w okresie poprzedzającym Boże Narodzenie poszukują również wykwintnych mięs, z których przyrządzają smaczne potrawy dla rodziny i gości. Liczy się przede wszystkim jakość produktów oraz ich świeżość. Wybór lokalizacji, w której klienci mogą nabyć mięso, jest ogromna: od sklepów mięsnych po stoiska i lady oraz działy mięsne w marketach. W większości punktów można kupić mięso na wagę. Dostępne są również opcje zakupu mięs pakowanych, a nawet odpowiednio przyprawionych, faszerowanych, gotowych do pieczenia. Konsumenci wybierają chętnie zarówno mięso wieprzowe, jak i drobiowe. Rośnie zainteresowanie również wołowiną. W przypadku drobiu, popularnością oprócz mięsa z kurczaka cieszy się mięso indyjskie, kaczki, a nawet gęsi. Wychodząc naprzeciw tym trendom, niektórzy producenci mają w swojej ofercie tuszki kaczki czy indyka faszerowanego, z przyprawami lub z dodatkiem warzyw i owoców.

Dodatki do ciast

Znaczącym segmentem produktów w okresie poprzedzającym Boże Narodzenie są dodatki i przyprawy do ciast. Wśród najpopularniejszych można wymienić różnego rodzaju rodzynki, orzechy, migdały,

wiórki kokosowe, suszone i kandyzowane owoce. Wiele osób dba o estetyczne udekorowanie ciast i deserów, w tym celu przydatne są kolorowe i czekoladowe posypki, perełki, pisaki oraz polewy i masy do dekoracji. Ważnym aspektem w przygotowaniu świątecznych wypieków jest również wybór odpowiedniej mąki, cukru oraz tłuszczu, na bazie których przygotowane będą smaczne wypieki.

Ślodycze na świątecznym paragonie

Obowiązkowym punktem na liście zakupowej w wielu domach są świąteczne słodycze, nabywane z myślą o przygotowaniu prezentów dla najbliższych. Wśród najczęściej wybieranych opcji są czekoladowe figurki w kształcie postaci Św. Mikołaja, aniołków, reniferów czy choinek. W ten kanon upominków wpisują się również czekolady i batony w okazjonalnych opakowaniach

“

Bez względu na inflację i wysokie koszty tegorocznych świąt, bez niektórych produktów i potraw Polacy nie wyobrażają sobie Bożego Narodzenia. Pomimo trudności wielu konsumentów zamierza przygotować ulubione potrawy

przozdobionych grafikami nawiązującymi do klimatu świąt. W świątecznej paczce nie może zabraknąć również pysznych ciastek, wafelków czy pierników. Bombonierki czy praliny o ciekawych wariantach smakowych to również często wybierane opcje wśród słodyczy na wykwintny prezent.

Na świątecznych paragonach znaleźć można także oczywiście warzywa potrzebne do przygotowania sałatek oraz owoce urozmaicające świąteczne menu oraz pieczywo. W wielu koszykach oprócz produktów spożywczych lądują również detergenty do sprzątania, prania i zmywania, niezbędne, aby przygotować dom na przyjęcie gości. ♦

Produkty mleczne na święta

Twarogi, sery, śmietany

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

Produkty mleczne mają w polskiej kuchni duże znaczenie i stałe miejsce. Wiele świątecznych dań nie mogłoby powstać bez twarogu, śmietany czy masła, dlatego w grudniowym koszyku zakupowym nie może zabraknąć asortymentu z tej kategorii. Które produkty mleczne są szczególnie pożądane i poszukiwane przez konsumentów w przedświątecznym okresie?

Produkty mleczne to produkty zaliczane do podstawowego koszyka zakupowego Polaków. Co roku, w okresie przedświątecznym, zainteresowanie tym segmentem żywności staje się jeszcze większe. Bo jak przyrządzić tradycyjne dania i desery na bożonarodzeniowy stół bez ich nieodłącznych składników – serów, twarogów, masła, śmietany czy jogurtów? Bogactwo dostępnych produktów mlecznych pozwala konsumentom wybierać rozmaite warianty potrzebnych artykułów. W swoich zakupowych decyzjach mogą kierować się: preferencjami smakowymi, ceną, gramaturą opakowań, indywidualnymi cechami produktów, a nawet przywiązaniem do danej marki. W wielu domach świąteczną tradycją jest bowiem nie tylko zwyczaj przyrządzania określonej potrawy, ale także wykorzystanie do jej przygotowania konkretnego – od lat tego samego – sera, masła czy śmietany. Sentymentalne względy mają w tym przypadku duże znaczenie.

Twarogi i sery sernikowe

Wiele rodzin nie wyobraża sobie świąt bez smaku tradycyjnego sernika – królewskiego, z rodzynkami lub bez, z rosą albo brzoskwiniami. Wariantów tego odświeżonego ciasta jest wiele, podobnie jak dostępnych w sklepach twarogów i serów odpowiednich do jego przygotowania.

Najbardziej klasyczną propozycją, jaką konsumenci mogą znaleźć na sklepowych półkach, jest tradycyjny biały ser przeznaczony do zmielenia. Czynność ta w wielu domach jest wręcz swoistym świątecznym



rytuałem, przy którym współpracują kolejne pokolenia. Na serniki najczęściej wybierane są sery półtłuste lub tłuste, które zapewniają wypiekowi odpowiednią konsystencję i smak. Popularnym wariantem serników są także wersje już zmielone, w wiaderkach. Pojemność 1 litra jest odpowiednia do wykonania małej blachy ciasta oraz wygodna w transporcie i przechowywaniu, a zróżnicowana zawartość tłuszczu w poszczególnych produktach pozwala wybrać odpowiednią dla danego wypieku opcję. Z pomocą już zmielonego sera można zaoszczędzić czas potrzebny na

przygotowanie sernika – na ciepło lub zimno – czy innych ciast na bazie sera.

Na świątecznej liście zakupów

Śmietana to kolejny mleczny produkt niezbędny podczas przygotowywania bożonarodzeniowego menu. Jest składnikiem zagniatanych ciast, kremów do deserów, wigilijnych zup czy rozmaitych sałatek. Ze względu na dużą ilość dań, a także ich zróżnicowany charakter, przy tworzeniu świątecznej listy zakupowej musimy zazwyczaj uwzględnić kilka wariantów śmietany o różnej zawartości tłuszczu. Kremówkę, czyli śmietanę 30 i 36%, która jest odpowiednia do ubijania, kupujemy z myślą o wykonaniu kremów do ciast oraz deserów. Do przygotowania zup i sosów potrzebujemy wersji 18%, a do sałatek i śledzi wariantu 12%, ewentualnie jogurtu.

Nieodłączną częścią wielu świątecznych receptur jest masło. Mimo że jego ceny w ostatnim czasie znacząco wzrosły, konsumenci nie rezygnują z zakupu tego produktu. W wielu tradycyjnych recepturach ten składnik trudno zastąpić innym. Przede wszystkim jest niezbędnym elementem świątecznych wypieków. Stosowane jest także do smażenia i niektórych dań. Zróżnicowane pod względem zawartości tłuszczu masło w kosztach to istotna pozycja na przedświątecznej liście zakupów z kategorii produktów mlecznych, bez których nie wyobrażamy sobie bożonarodzeniowych potraw. ♦

Bakoma skyr



W ten wyjątkowy czas
Świąt Bożego Narodzenia
niech radość i szczęście
wypełnią każdą chwilę,
a nadchodzący Nowy Rok
przyniesie wszelką pomyślność
i sukcesy.

Bakoma





Wesołych Świąt

Wszystkim Klientom,
Współpracownikom i Przyjaciółom
zdrowych, pełnych radości i spokoju
Świąt Bożego Narodzenia.



— MAGNAT —

Słodkie Pomysły na Święta

**Z okazji nadchodzących Świąt Bożego Narodzenia
pragniemy serdecznie podziękować za zaufanie
oraz wybór naszych produktów.**

**Życzymy Państwu chwil pełnych słodyczy,
miłości, radości i sukcesów
w nadchodzącym Nowym Roku.**

**Niech każda chwila będzie tak wyjątkowa,
jak smak naszych czekoladowych kreacji.**

MAGNAT sp. z o.o.



Szukasz słodkich pomysłów? Zeskanuj kod:

www.magnat.com.pl



Tradycje regionalne

Sękacz – ciasto na specjalne okazje

Tekst **Monika Pawluk**

Zdjęcia ©Shutterstock.com

Okres przedświąteczny to w wielu miejscowościach czas, kiedy organizowane są jarmarki, na których można kupić tradycyjne produkty. Okazjonalnym ciastem, które znajdziemy na straganach podczas tego typu wydarzeń, szczególnie we wschodnich regionach kraju, jest sękacz. To tradycyjny wypiek rozpowszechniony m.in. na Podlasiu. Sękacze przygotowywane w zakładach piekarniczych i cukierniczych można zakupić również w sklepach.

Tradycyjny sękacz wypiekany jest z ciasta biszkoptowo-tłuszczowego, na specjalnym rożnie. Jego nazwa nawiązuje do charakterystycznych sęków. Powstają one w wyniku zapiekania kolejnych warstw ciasta. Tradycja przygotowywania sękaczy najbardziej związana jest ze wschodnimi regionami Polski, jednak zwyczaj ich wypieku kultywowany jest również w innych częściach kraju.

Widowiskowy wypiek

Wypiek tradycyjnego sękacza to niemalże rytuał, składający się z wielu czynności. Praca nad przygotowaniem ciasta trwa wiele godzin. Receptura składa się z dużych ilości jajek (w zależności od wielkości sękacza od 40 do nawet 60 jajek), mąki, cukru i masła. Dla podkreślenia smaku ciasta do masy dodawany jest np. sok z cytryny czy cukier wanilinowy. Po wyrobieniu ciasta zaczyna się jego wypiek, który wygląda bardzo widowiskowo. Wykorzystywany jest do tego celu specjalny rożen z wałkiem, na którym płynne ciasto zapiekane jest warstwowo. W taki sposób, że po zapieczeniu jednej warstwy, wylewana jest na nią kolejna. Obrótowy ruch wałka utrzymywany podczas całego procesu pieczenia powoduje tworzenie się swoistych sęków. I w tym tkwi cały urok i wyjątkowość tego ciasta.

Im większe nierówności i sęki, tym wypiek uznawany jest za bardziej efektowny. Warstwowemu zapiekaniu zawdzięcza też swój charakterystyczny spiralny kształt, przypominający niekiedy ścięty pień drzewa.

Z historii sękacza

Mówi się, że każda gospodyni ma swój własny przepis i sekret, który sprawia, że jej sękacz wyróżnia się na tle innych smakiem, strukturą, aromatem i wyglądem. Przyjmuje się, że pierwsze sękacze w Polsce wypiekane były w miejscowości Berżniki (okolice Sejna). Ciasta miały zachwycić królową Bonę, która odwiedzała wówczas te tereny. Okolice Sejna do dzisiaj są uznawane za zagłębienie sękaczy. Innym miejscem na mapie Polski, w którym przygotowywane są regionalne sękacze, jest powiat bialski i miejscowość Huszcza w gminie Łomazy, w województwie lubelskim. Według informacji zamieszczonej na portalu internetowym samorządu, lokalna tradycja wypieku ciasta liczy już 100

lat. Organizowane są również różnego typu wydarzenia, np. festiwale, podczas których lokalni producenci mogą zaprezentować swoje ciasta. Są one także oceniane, a autorom najpiękniejszych i najsmaczniejszych wypieków przyznawane są nagrody.

Tradycja na nowo

Tradycyjne receptury inspirują również producentów przy tworzeniu oferty gotowych ciast i deserów. Sękacze wypiekane są również w zakładach piekarniczych oraz ciastkarskich. Dostępne są w marketach i sklepach mniejszych formatów. Można kupić całe sękacze lub ciasto pokrojone w wałki oraz pakowane w pudełka.

Tradycyjny sękacz ze względu na to, że jego wypiek jest bardzo pracochłonny, dawniej był kojarzony z ciastem przygotowywanym na specjalne okazje, np. ślub czy święta. Do dzisiaj na Podlasiu i Lu-



belszczyźnie na stołach weselnych spotkać można sękacze. Wręczane są również jako upominki. Wiele osób serwuje ten rodzaj ciasta podczas świąt Bożego Narodzenia czy Wielkanocy. ♦

DOLINA DOBRA

Przechlewo od 1994



Dobroci i Smakowitości przy świątecznym stole.



Social media

Jak wpływają na decyzje zakupowe?

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

Życie w bardzo wielu aspektach przeniosło się do internetu, a dokładniej toczy się na portalach społecznościowych. Tam dzielimy się ze znajomymi informacjami dotyczącymi sfery prywatnej, zawodowej czy zainteresowaniami. Tam również odnajdujemy inspiracje, a nawet dokonujemy zakupów.

Social media mają ogromny udział w budowaniu trendów konsumenckich. Wiedzą o tym producenci oraz właściciele sieci handlowych, dlatego znaczną część podejmowanych działań wizerunkowych marki ukierunkowują właśnie na promocję i aktywność na portalach społecznościowych. Dlaczego przekaz publikowany w social mediach jest tak atrakcyjny? Głównie ze względu na swoją wielowymiarowość. Może przybierać tradycyjne formy, takie jak posty, z krótkimi opisami i zdjęciem albo również skondensowane rolki z materiałami wideo. Trafiając na materiał na temat danego produktu marki, konsument bardzo często ma okazję zapoznać się z opiniami na jego temat zamieszczonymi przez innych użytkowników. Może wchodzić z nimi w interakcje, wymieniać doświadczenia. Poza tym informacje, których potrzebuje, są dostępne od ręki.

„Viralowa” popularność

Konsumenci korzystający z social mediów przy wyborze konkretnego produktu lub marki w wielu przypadkach biorą pod uwagę opinie osób znanych czy influencerów. Social media są niemal zalewane rolkami, na których prezentowane są nagrania, jak influencerzy testują kosmetyki czy sprawdzają smak napoju, lodów, chipsów, batonów lub innych słodkości. W wielu przypadkach taki produkt zostaje tak zwanym



„virałem”, czyli związane z nim treści bardzo szybko rozpowszechniają się w świecie wirtualnym, co przekłada się także na jego realną popularność. Bardzo często za tą popularnością idzie również popyt na dany produkt. Konsumenci poszukują informacji, gdzie można go dostać.

Inspirujące treści

W przypadku produktów spożywczych zachętą do przetestowania asortymentu danej marki może być również chęć wykonania dania według przepisu podpatrzonego na filmiku zamieszczonym na portalu społecznościowym. Od kilku lat w Polsce wzrasta zainteresowanie samodzielnym przygotowywaniem potraw. W odpowiedzi na tę modę w social mediach można natrafić na wiele stron z ciekawymi przepisami na różnorodne dania. Swoje internetowe blogi prowadzą również producenci oraz

sieci handlowe. Konsumenci mogą tam odnaleźć wiele inspiracji do przyrządzenia potraw z wykorzystaniem produktów konkretnej marki.

Wirtualna płaszczyzna dla reklamy

Portale społecznościowe stanowią też płaszczyznę dla reklamy produktów oraz usług. Konsumenci spędzając wiele godzin na wertowaniu publikowanych w internecie treści mogą natrafić na informacje promocyjne, które ich zainteresują, przyciągną uwagę i skłonią do zakupu. Przekaz w social mediach bazuje przede wszystkim na wzbudzeniu oczekiwanych emocji oraz reakcji użytkow-

ników. Niejednokrotnie tą reakcją jest zakup konkretnego produktu. Wpływ na decyzje zakupowe ma także wygoda i szybki przebieg transakcji, szczególnie w dobie elektronicznych płatności.

Zakupy w świecie social mediów

Popularność social mediów przenika do wielu dziedzin życia. Portale społecznościowe stały się już nie tylko platformą do wymiany opinii, dzieleniem się ze znajomymi informacjami dotyczącymi życia prywatnego, zawodowego oraz pasjami, ale wkracza również w codzienne czynności, takie jak zakupy. Social media to także popularna przestrzeń, na której konsumenci porównują oferty różnych marek. W wygodny i szybki sposób mogą uzyskać informacje na temat asortymentu sklepu oraz cen, poznać nowości w ofercie i wybrać najodpowiedniejszą dla siebie opcję. ♦

Karnawał

Smaczne przekąski

Asortyment na domową imprezę

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

Najbardziej rozrywkowy czas w roku zbliża się coraz większymi krokami. Oczywiście mowa tutaj o okresie poświątecznym, czyli o Sylwestrze i późniejszym karnawale, kiedy najczęściej organizujemy różnorodne imprezy i spotkania nie tylko w gronie tych najbliższych, ale również tych dalszych znajomych. Każda impreza wiąże się z przygotowaniem odpowiednich przekąsek, które przypadną do gustu wszystkim gościom.



Jakie propozycje najczęściej znajdują się na imprezowym stole? Wiele osób nadal decyduje się głównie na klasyczne rozwiązania, które są nie tylko smaczne, ale również łatwe w przygotowaniu. Wśród najczęściej wybieranych są stone chipsy, krakersy czy paluszki, które w szczególności przypadną do gustu tym najmłodszym uczestnikom spotkań. Jakie oryginalne propozycje wybrać?

Szybkie przekąski

Najważniejszą cechą przystawek podawanych gościom z okazji różnego rodzaju imprez i uroczystości, jest brak konieczności spożywania ich przy stole. Mają być

szybkie, poręczne, idealne do dzielenia się, a zarazem dodające energii przed całonocnym świętowaniem. Wybór różnorodnych wariantów stale się powiększa, co jest szczególnie zauważalne w przypadku nadchodzącego Sylwestra czy okresu karnawału. To pozwala na zakup produktów, które przypadną do gustu wszystkim uczestnikom spotkania.

Chipsy i chrupki

Stone przekąski już od dawna należą do ulubionych propozycji zarówno w przypadku tych starszych, jak i najmłodszych członków rodziny. Doskonale sprawdzą się nie tylko podczas dużych spotkań towarzyskich i rodzinnych, ale również przy wieczornym oglądaniu filmu bądź serialu. Na rynku pojawia się coraz więcej wariantów smakowych będących urozmaicheniem gamy typowych stonych przekąsek.



Orzeszki należą do grona klasycznych przystawek podawanych gościom na różnego rodzaju im-

prezach. Mogą to być produkty klasyczne, z dodatkiem soli czy przypraw lub te bardziej wzbogacone, w chrupiącym cieście. Taka przystawka urozmaici każde wspólnie organizowane spotkanie.

Uwielbianą przez wielu propozycją, która sprawdzi się zarówno jako przekąska do filmu, jak i poczęstunek dla gości, są chipsy. Najpopularniejszymi wariantami smakowymi wśród konsumentów są m.in. zielona cebulka lub papryka, jednak pomimo tego producenci oferują również wiele nowych połączeń smakowych, które z pewnością zaskoczą każde podniebienie. Mowa tutaj nie tylko o smaku pizzy czy makaronu bolognese, ale również ogórka, trufli, ramenu, limonki lub octu połączonego z solą.

Nachosy i chrupki z dipami to kolejna klasyczna propozycja, która sprawdzi się na wielu imprezach. Chrupiące nachosy o smaku sera, papryki czy bbq w połączeniu z klasycznym dipem lub nawet samodzielnie przygotowanym guacamole z avocado i pomidorów to idealna propozycja na Sylwestra czy karnawał.

Klasyczną opcją, znaną większości z nas z dawnych lat, są paluszki. Wersja bez dodatku soli będzie idealna dla młodszych uczestników spotkania. Na rynku dostępne są również te wzbogacone o różnorodne przyprawy, mak, sezam czy sól.

Słodycze

Sylwester i późniejszy karnawał to nie tylko czas na zabawę. To również okres, kiedy większość z nas delectuje się smakowitymi potrawami i przekąskami. Konsumenci dzielą się tak naprawdę na dwie grupy – jedni preferują słone opcje, natomiast drudzy wolą te słodkie przysmaki, które równie dobrze odnajdą się na stole pełnym sylwestrowego i karnawałowego poczęstunku.

Najczęstszą słodką opcją wybraną przez większość osób, są ciastka, które poza smakiem są również cenione ze względu na łatwość spożycia i ogólną dostępność. Szeroki wybór dostępny w sklepach spożywczych sprawia, że bez najmniejszego problemu dopasują się do gustu każdego uczestnika zabawy. Najczęściej wybierane są te kruche, słodkie i z wszelkimi dodatkami, takimi jak orzechy, rodzynki czy czekolada, które często znajdują się na podstawowej liście propozycji imprezowych.

Równie cenione są cukierki, a w szczególności te z polewą czekoladową. Jakiego rodzaju wybrać na Sylwestra? Na taką okazję idealne będą klasyczne krówki,

które z okazji corocznej uroczystości są wzbogacane o noworoczny akcent, czyli wróżbę na nadchodzący rok. Taka propozycja na pewno urozmaici noc pełną zabawy.

Na sylwestrowym stole nie może zabraknąć również propozycji idealnej dla miłośników klasycznych rozwiązań, jaką

ryczne. Na jakie opcje decydują się konsumenci, aby cieszyć się nie tylko smakiem?

Wafle ryżowe należą do grupy najbardziej cenionych wyborów wśród osób dbających o styl odżywiania. Występują w wielu odmianach, między innymi z dodatkiem nasion słonecznika, czarnuszki, soczewicy czy pestek dyni. Mogą być także wzbogacone o dodatek soli,

przypraw lub nawet czekolady.

Idealną, a zarazem najprostszą opcją, która powinna się znaleźć na imprezowym stole, są świeże warzywa. Może to być marchewka, ogórek lub papryka, które w połączeniu z hummusem będą doskonałą przekąską dla wszystkich gości.

Racjonalne odżywianie nie musi

oznaczać rezygnacji z ulubionych przekąsek. Alternatywą dla chipsów i różnego rodzaju słonych przekąsek są ich wersje pozbawione zawartości tłuszczu, równie smaczne, jak te klasyczne opcje.

Selekcja przekąsek podawanych gościom z okazji różnych uroczystości zazwyczaj opiera się na precyzyjnym dopasowaniu ich do preferencji każdego z uczestników. Jedni skupiają się wyłącznie na smaku określonych produktów, natomiast drudzy zwracają większą uwagę na skład i wartości odżywcze. Na rynku pojawia się coraz więcej opcji, idealnych na wiele różnych okazji. ♦



**“
Na rynku pojawia się
coraz więcej wariantów
smakowych będących
urozmaicheniem gamy
typowych słonych prze-
kąsek odpowiednich na
domowe imprezy**

jest między innymi czekolada. Dzięki różnorodności smaków, od gorzkiej i mlecznej po białą, z dodatkiem orzechów laskowych czy oryginalnym nadzieniem, każdy znajdzie coś dla siebie.

Ciekawe propozycje ze sklepów

Producenci oferują wiele przekąsek, które są mniej kalo-



NAPOJE I SOKI

Trendy świąteczne, sylwestrowe i karnawałowe

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

W świątecznym koszyku ważne miejsce oprócz wędlin, ryb, dodatków do wypieków czy słodczy zajmują również napoje. Soki, napoje niegazowane, gazowane, bezalkoholowe i alkoholowe oraz syropy w różnych wersjach smakowych kupowane są z myślą o przygotowaniu świątecznego poczęstunku dla najbliższych. Są częstym wyborem zakupowym również w kontekście organizowanych w domach zabaw sylwestrowych i karnawałowych.



mi przyprawami korzennymi. W kategorii soków na święta, Sylwestra, karnawał, ale również na co dzień, duże grono stanowią też zwolennicy napojów warzywnych, wybieranych jako urozmaicenie diety.

Napoje niegazowane

Alternatywą dla soków są napoje niegazowane, dostępne na rynku w szerokiej gamie produktów. Z świątecznymi daniami komponują się standardowe smaki jak jabłko, pomarańcza, wiśnia czy porzeczką. Podobnie jak w przypadku soków w ofertach producentów nie brak asortymentu odznaczającego się wyjątkowymi kombinacjami smakowymi. Gruszka, mango, truskawki, maliny, arbuz, cytryna, limonka to owoce, których kombinacje również odnaleźć można w wielu popularnych napojach. Popularnością cieszą się również niegazowane napoje kompotowe, które nawiązują do wywarów z owoców przygotowywanych samodzielnie. Nie może zabraknąć tradycyjnych smaków, które kojarzą się z domowymi kompotami, czyli truskawki, maliny i jabłka.

Orzeźwienie i ciekawy smak

Miłośnicy orzeźwiających smaków na okres świąt, Sylwestra oraz karnawałowych imprez wybierają napoje gazowane. W tym przypadku konsumenci mają szeroki wybór produktów. Podczas domowych imprez

Napoje to asortyment, który obowiązkowo znajdzie się w wielu przedświątecznych i przedsylwestrowych koszykach zakupowych. Konsumenci sięgają po różnorodne wersje napojów, w zależności od gustów smakowych oraz zapotrzebowania. Producenci oraz sieci handlowe wychodząc naprzeciw tym oczekiwaniom starają się, aby w ich ofertach każdy znalazł coś dla siebie.

Soki owocowe i warzywne

Popularną opcją, która oprócz pysznych tradycyjnych dań serwowana jest na świą-

tecznych stołach są soki. Występują w różnych wariantach, dużym zainteresowaniem cieszą się zarówno owocowe i warzywne napoje w kartonach, jak i plastikowych czy szklanych butelkach. Konsumenci cenią klasykę, czyli standardowe smaki takie jak pomarańcza, jabłko, porzeczką, ananas, winogrono lub multiwitamina. Lubią również bardziej fantazyjne kompozycje smakowe, np. połączenie krajowych owoców z egzotycznymi smakami. Często też z okazji świąt producenci przygotowują limitowane edycje soków, np. połączenie owocowego soku z kojarzącymi się okresem świąt Bożego Narodzenia mocno rozgrzewający-



jest niekwestionowaną królową zimowych wieczorów. To, że jesienią i zimą jest to popularny napój, po który sięgają Polacy, pokazują również dane sprzedażowe. Te udowadniają, że w miesiącach od września do marca sprzedaż herbat wzrasta. Wyróżniamy wiele rodzajów herbaty, w tym czarną, zieloną, białą, ziołową, aromatyzowaną czy oolong. Herbaty pochodzą z różnych regionów świata, choć największe plantacje tej rośliny występują w krajach azjatyckich. Do najważniejszych producentów zaliczamy Indie, Chiny czy Japonię. Ciekawym rozwią-

często sięgają po tradycyjne smaki: coli, pomarańczy, mandarynki i limonki.

Napoje i soki oprócz tego, że na rynku występują w wielu wariantach smakowych, mogą się różnić między sobą również dodatkami. Na przykład na sklepowych półkach spotkamy jeden produkt w wersji z cukrem lub bez cukru. Znaczna część napojów jest dostępna na sklepowych półkach przez dwanaście miesięcy. Największy wzrost zainteresowania tą kategorią przypada na okres wiosenno-letni. W odpowiedzi na tę sezonowość producenci urozmaicają ofertę. Zwracają także uwagę na preferencje konsumentów dotyczące wielkości opakowań. Od pewnego czasu dostrzegaliśmy powrót do mniejszych formatów. Jednak na święta wielu klientów skłania się ku temu, żeby wybierać napoje i soki w większych butelkach i kartonach. Podczas

spotkań niejednokrotnie w dużym gronie, sprawdzą się opakowania o dużych formatach. Przemawia za tym również ekonomia, ponieważ w okresie poprzedzającym święta

Bożego Narodzenia czy Sylwestra w sklepach klientów kuszą różnorodne promocje skłaniające, aby zdecydowali się na zakup asortymentu w większych opakowaniach lub ilościach.

Konsumenty w okresie świąt nie zapominają o odpowiednim nawodnieniu organizmu, dlatego w koszyku zakupowym często znajduje się również woda. Kupowana zazwyczaj nie pojedynczo, a w większych ilościach, tak aby w razie potrzeby mieć ją pod ręką i nawodnić organizm.

**“
Producenci oraz sieci
handlowe wychodząc na-
przeciw oczekiwaniom
konsumentów, starają
się, aby w ich ofertach
każdy znalazł coś dla
siebie**

Herbata na zimowy wieczór
Na świątecznych stołach nie może zabraknąć również herbaty, doskonale smakuje jako napój w połączeniu z różnymi daniami, ale również deserami. Atutem jest nie tylko jej smak. Zimą bardzo często poszukujemy sposobów na ogrzanie organizmu.

Doskonałym rozwiązaniem na szybkie rozgrzanie na przykład po aktywnym dniu spędzonym na zewnątrz będzie wypicie ciepłej herbaty lub innego napoju. Herbata



zaniem jest również wybór herbat w postaci gotowych mieszanek. Otwiera to nieograniczone możliwości do skomponowania własnego smaku oraz dodatków. Może to być kompozycja stworzona na przykład na bazie owoców, płatków kwiatowych, ale również ziół.

Filizanka aromatycznej kawy

Poza herbatą świąteczny okres, kojarzący się z większą ilością wolnego czasu i spotkaniami z bliskimi sprzyja delektowaniu się smakiem i aromatem kawy. Ten napój to doskonały dodatek do ciast i deserów. W okresie świątecznym i noworocznym konsumenci zazwyczaj wybierają produkty premium, tak aby uraczyć gości kawą dobrej jakości i o wyjątkowym smaku. W tym przypadku producenci dostarczają bardzo różnorodny asortyment. Na przykład kawy ziarniste, mielone, rozpuszczalne różnią się konsystencją, procesem przygotowania, a przede wszystkim smakiem.▶▶



Napoje mleczne i fermentowane

W okresie świątecznym klienci sklepów spożywczych sięgają także po napoje mleczne i fermentowane. Po okresie sprzyjającym częstym, obfitym posiłkom niektórzy konsumenci lubią mieć w lodówce pod ręką napoje, jogurty pitne i łyżeczkowe, kefiry czy maślanki, które nie dość, że są doskonałą opcją na lekkie śniadanie, to wspierają trawienie, mogą stanowić również przekąskę pomiędzy posiłkami. Popularnością cieszą się produkty nabiałowe i fermentowane w mniejszych opakowaniach. Tradycyjne smaki mleczne i owocowe urozmaicane są słodkimi dodatkami na przykład w postaci czekolady.

W czasie wolnym od pracy i szkoły konsumenci lubią przygotowywać samodzielnie napoje. Przykładem mogą być kompoty, które dodatkowo wpisują się w tradycję



Napoje alkoholowe i bezalkoholowe

W okresie świątecznym i noworocznym konsumenci kupują także napoje alkoholowe i bezalkoholowe. W kategorii tych produktów również można zauważyć zwrot ku asortymentowi premium. Wytrawne wina białe i czerwone oprócz tego, że są zazwyczaj spożywane do wystawnego obiadu, kolacji czy domowej imprezy, niejednokrotnie służą jako dodatek do dań, urozmaicając ich smak i konsystencję. Popularnością w tym czasie cieszą się również piwa i drinki. Oczywiście przed Sylwestrem wzrasta także sprzedaż szampana. Dodatkowo zdarza się, że takie trunki jak wino, whisky i piwo w wydaniu premium są wręczane jako prezent dla dorosłych osób.

Warto podkreślić, że w przypadku piw, win i drinków coraz częściej zauważalnym trendem, szczególnie wśród osób reprezentujących młode pokolenie w wieku 18-25 lat jest rezygnacja z alkoholu lub sięganie po bezalkoholowe wersje napojów. Trend NoLo, czyli No alcohol & low młode pokolenie wdraża także podczas imprez. Niejednokrotnie rezygnacja z alkoholu związana



jest ze stylem życia, jaki prowadzą. Są to osoby stawiające na zbilansowane odżywianie oraz aktywny tryb życia. Do tego poprzez rezygnację z alkoholu wyrażają swoją postawę życiową, pokazując, że potrafią spędzać czas i bawić się bez alkoholu, zrywając z dawnymi trendami.

dań serwowanych podczas Wigilii. Wywar z suszonych i wędzonych owoców to smaczna opcja i alternatywa dla standardowych soków i napojów. Na rynku dostępne są specjalne mieszanki suszonych lub wędzonych owoców, niekiedy także z dodatkiem korzennych przypraw, z których w prosty sposób można przyrządzić aromatyczny i pyszny wigilijny kompot.

Niektórzy konsumenci cenią sobie smak syropów, które po połączeniu z wodą mogą stanowić również ciekawą opcję napoju. W tym przypadku zazwyczaj wybór pada na standardowe smaki takie jak: malina i truskawka. Nie brak produktów, których smak urozmaicany jest przez różnorodne dodatki, np. żurawinę, miód, cytrynę czy syrop lipowy. ♦



**Dołącz
do
nas!**
Serwuj
najlepsze
czeskie piwo.

Leżakuje 90 dni!

BUDWEISER
Budvar

www.martin-zawiercie.eu
sprzedaz@martin-zawiercie.eu
tel. 576 868 000

Przystawki i sałatki

Produkty na imprezę karnawałową

Tekst **Monika Pawluk**

Zdjęcia ©Shutterstock.com

W trakcie sylwestrowych i karnawałowych imprez organizowanych w domu serwowane są nie tylko przekąski, ciasta, desery i napoje. Urozmaiceniem imprezowego menu są również sałatki, przystawki i sosy. Z jakich produktów są przyrządzane?

Sałatki, sosy, dipy stanowią doskonałą przystawkę, którą można serwować podczas sylwestrowej lub karnawałowej imprezy organizowanej w domu. Dlatego często są wybierane jako dodatki, które można podawać podczas spotkań w gronie rodziny lub znajomych.

Dodatki do potraw

Sałatki są podawane jako samodzielne danie, ale również jako dodatek do potraw, na przykład mięs. 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 karnawałową imprezę, do którego przychyli 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.

Gotowe sałatki i surówki

Innym równie chętnie kupowanym rozwiązaniem z kategorii produktów gotowych są surówki, których wybór na rynku jest bardzo szeroki. Asortyment z kiszonych, konserwowych oraz świeżych warzyw tra-

fia 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 podczas domowych imprez. 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 karnawałowej imprezy organizowanej w domu.

Walory kulinarne

Rozbudowaną kategorią produktów stanowiących dodatki do przystawek i sałatek na domową imprezę sylwestrową lub karnawałową są również sosy i dipy. Ten asortyment jest wybierany głównie ze względu na walory kulinarne, które podkreślają

smak serwowanych dań – mięs, ryb, warzyw i roślinnych zamienników. Ich zastosowanie jest bardzo uniwersalne, ponieważ sosy i dipy nadają się także do różnego typu sałatek. Produktami często wybieranymi do przyrządzenia sałatek są sałaty różnych odmian, od masłowej po rzymską, lodową i rukolę. Wśród ulubionych zielonych składników na sałatkę wymienić można chociażby kapustę, kapustę pekińską, roszponkę szpinak czy brokuł. Wśród sałatkowych warzyw królują także produkty sezonowe, takie jak: pomidory, papryka, ogórki i rzodkiewka.

Warto podkreślić fakt, że konsumenci coraz częściej poszukują produktów wyhodowanych ekologicznie oraz pochodzących z lokalnych gospodarstw. Aspekt zrównoważonej produkcji jest bardzo ważny z perspektywy coraz większej grupy konsumentów.



Opcją odpowiednią na sylwestrowy lub karnawałowy wieczór spędzany w domu w gronie znajomych oprócz mięs i sałatek są sery. Deska, na której wyłożone będą różnorodne, wykwintne gatunki sera stanowić będzie doskonałą przekąskę pomiędzy daniami głównymi. ♦



Bułki owsiane ze skrzypem polnym

Mieszanka piekarnicza MONCANA na bułki owsiane została wzbogacona o ekstrakt ze skrzypu polnego, który dzięki wysokiej zawartości krzemu, przyczynia się do wzmocnienia kości i stawów oraz poprawia kondycję skóry, włosów i paznokci. Wykazuje też działanie detoksykacyjne oraz wspiera układ odpornościowy, co może pomóc w zapobieganiu infekcjom. Regularne spożywanie skrzypu polnego może przyczynić się do regulacji ciśnienia krwi oraz łagodzenia bólów związanych z dolegliwościami układu pokarmowego.

Cena 29,99 zł

Producent: MONCANA

www.moncana.pl

Twarogi Łaciate

Portfolio marki Łaciate powiększyło się o nową kategorię produktów. To twaróg dostępny w wersji: chudej, półtłustej, tłustej i bez laktozy. Ten tradycyjny wyrób mleczarski, produkowany wyłącznie z krajowego mleka, jest niezastąpiony w każdej polskiej kuchni. Znakomicie sprawdza się jako samodzielne danie (na słodko czy słono) oraz jako składnik deserów. Można z niego przygotować m.in. pastę kanapkową, farsz naleśnikowy czy pierogowy, zapiekanek, placki oraz kluski. Dzięki swojej wysokiej jakości jest też dobrą propozycją dla miłośników sernika. Dla osób z nietolerancją cukru mlecznego powstał także twaróg Łaciaty w wersji bez laktozy.

Producent: Spółdzielnia Mleczarska MLEKPOL

www.mlekpole.com.pl



Śniadaniowa kiełbaska kabanos

Klasyczny, kabanosowy smak w postaci kultowej kiełbaski, przygotowanej w 100% z polskiego mięsa to idealny wybór na smakowite śniadanie lub pyszną przekąskę. Produkt nie zawiera sztucznych wzmacniaczy i konserwantów. Wyroby Doliny Dobra powstają w uniikatowym modelu produkcji, opartym na własnych polach uprawnych, paszach i zakładach przetwórczych.

Producent: Goodvalley

www.dolinadobra.pl

Wysoka jakość. Produkty dla profesjonalistów

Od 27 lat Firma Filar zapewnia przetwórcom bogaty wybór oryginalnych przypraw z całego świata, własnych mieszanek, herbat oraz produktów tworzonych na specjalne zamówienie każdego, nawet najbardziej wymagającego klienta. Posiadając IFS gwarantuje powtarzalność jakościową każdego produktu.

Producent: P.H.U. Filar

www.filar-gda.pl





Żeberka miódowe BBQ

Kruche i soczyste żeberka miódowe BBQ od Doliny Dobra to idealna propozycja na obiad dla całej rodziny. Gotowane przez nas wolno przez 5 h w 85°C, będą gotowe do jedzenia zaledwie po 25 minutach podgrzewania. Wyroby Doliny Dobra powstają w unikatowym modelu produkcji, opartym na własnych polach uprawnych, paszach i zakładach przetwórczych.

Producent: Goodvalley
www.dolinadobra.pl

Praliny Lovely Vanilla i Lovely Cherry

To wyjątkowe nadziewane praliny z mlecznej czekolady, zamknięte w eleganckiej metalowej puszcze w kształcie serca. Teraz dostępne w dwóch smakach: z nadzieniem o smaku waniliowym oraz nadzieniem o smaku soczystej wiśni. Idealne na prezent walentynkowy lub słodką chwilę przyjemności. Waga netto: 80 g.

Producent: MAGNAT sp. z o. o.
www.magnat.com.pl



Desery Łaciate

Desery Łaciate od Mlekpola to nowość w portfolio marki Łaciate, w kategorii comfort food. Wygodne porcje 170 g łączą gęstą, kremową maślanę z unikalnymi dodatkami, tworząc wyjątkowe smaki: muffinkę jagodową, tartę cytrynową, z nata de coco i kawałkami czekolady oraz z truskawkami i śmietanką. Produkty są delikatne w smaku, mają aksamitną konsystencję i atrakcyjne opakowanie – idealne na drugie śniadanie czy przekąskę. Zawierają 60% najwyższej jakości polskiej maślanki, co wpisuje się w trend tradycyjnych smaków w nowoczesnej odsłonie.

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



Chleb kanapkowy z dodatkiem skrzypu polnego

Innowacyjna mieszanka do chleba MONCANA. To baza do wypieku bezglutenowego pieczywa. Została wzbogacona o ekstrakt ze skrzypu polnego – składnika znanego z prozdrowotnych właściwości. Zawarta w skrzypie polnym krzemionka, spożywana regularnie, wspiera układ odpornościowy, krwionośny i moczowy, a także poprawia kondycję włosów, skóry i kości. Skrzyp polny wykazuje silne właściwości antyoksydacyjne, co pomaga w walce z wolnymi rodnikami i opóźnia proces starzenia się komórek. Krzemionka zapobiega miażdżycy oraz tworzeniu się kamieni w układzie moczowym.

Cena: 29,99 zł

Producent: MONCANA
www.moncana.pl





Płatki owsiane wzbogacone o ekstrakt z mniszka lekarskiego

Owsianki funkcjonalne MONCANA powstają poprzez staranną obróbkę ziaren owsa, które są wzbogacone o najwyższej jakości ekstrakty roślinne o udokumentowanym badaniami klinicznymi działaniu leczniczym. Mniszek lekarski wspiera profilaktykę chorób sercowo-naczyniowych, poprawia metabolizm tłuszczów, obniża stężenie złego, a podnosi poziom dobrego cholesterolu, wspiera układ krążenia, kontroluje poziom cukru we krwi i działa prebiotycznie.

Cena: 13,69 zł

Producent: MONCANA

www.moncana.pl

Tota Mąka pszenna typ 650 (uniwersalna)

Tota Mąka pszenna typ 650 (uniwersalna) sprawdzi się nie tylko przy wypieku domowego chleba czy bułek.

Ze względu na jej uniwersalność można ją zastosować również do wypieku ciast, zagęszczania sosów, przygotowania zasmażek czy wyrobu klusek śląskich. Swoją uniwersalność w zastosowaniu mąka zawdzięcza odpowiedniemu rozdrobnieniu, jasnej barwie, a także odpowiedniej jakości glutenu. Dodatkowo bogata zawartość węglowodanów, witamin i składników mineralnych jest gwarantem otrzymania wartościowych potraw.

Producent: PHUP KWS Żabczyńscy sp. z o.o.

www.tota.pl



REKLAMA



Odkrywanie głębi smaku

sztuka fotografii produktowej

sesje produktowe • sesje biznesowe
sesje wizerunkowe • fotorelacje z wydarzeń
fotografia wewnątrz showroomu • wideofilmowanie

DESIGN
BOOK

☎ 577 007 626

www.designbook.pl





Wesołych Świąt

I SZCZĘŚLIWEGO NOWEGO ROKU!

Z okazji zbliżającego się Bożego Narodzenia naszym Czytelnikom, Partnerom oraz przedstawicielom branży FMCG życzymy magicznych świąt, pełnych ciepła i radości, a w Nowym Roku wiele optymizmu oraz realizacji zamierzonych celów.

Redakcja „FMCG Trends”

DESIGN
BOOK 

Light and fit



Błędnie oznakowane produkty

Wyniki kontroli jakości przetworów zbożowych

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

Inspekcja Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych opublikowała wyniki kontroli jakości przetworów zbożowych. Co piąta skontrolowana partia produktów zbożowych była niewłaściwie oznakowana.



partii przetworów zbożowych o masie 694 t. nieprawidłowości stwierdzono w przypadku 14 partii (10,7%) produktów.

„Przeprowadzone badania laboratoryjne wykazały niespełnienie deklarowanych poziomów parametrów takich jak: zawar-

macji o możliwej obecności glutenu, podczas gdy jęczmień jest składnikiem alergennym zawierającym gluten. Pominięcie w nazwie kaszy pęczak informacji o składniku alergennym jakim jest zboże, z którego została wyprodukowana, tj. określenia „jęczmienna”. Zamieszczenie na opakowaniu informacji „organiczna”, sugerującej produkt ekologiczny, podczas gdy faktycznie towar ten nie posiadał takich właściwości, jak również producent nie posiadał certyfikatu potwierdzającego ekologiczną metodę produkcji. Brak warunków przechowywania i instrukcji użycia (przygotowania). Zamieszczenie informacji o masie netto i dacie przydatności do spożycia na etykietach w sposób nieczytelny” – podaje w komunikacie IJHARS.

Jak informuje na swojej stronie internetowej IJHARS, inspektorzy podczas kontroli tego asortymentu wzięli pod uwagę ogólne przepisy dotyczące jakości handlowej żywności oraz zweryfikowali kontrolowane towary pod względem deklaracji. Produktami priorytetowymi były: mąki, kasze, płatki ze zbóż. Kontrole odbywały się w pierwszym kwartale 2024 roku. Skontrolowano łącznie 73 podmioty produkujące i konfekcjonujące przetwory zbożowe w całej Polsce, w tym 3 podmioty wprowadzające do obrotu produkty ekologiczne. Jakość kontrolowanych towarów kwestionowano u 26 producentów (35,6%).

Kontrolerzy sprawdzali m.in. cechy organoleptyczne przetworów zbożowych. Kontrolą objęto łącznie 47 partii produktów o masie 391 t, nie kwestionując ich w tym zakresie. Natomiast w przypadku kontroli cech fizykochemicznych spośród 131

tość błonnika, białka i tłuszczu w odniesieniu do zamieszczonych informacji w tabelach wartości odżywczej, popiołu, soli, liczby opadania i wilgotności w porównaniu do poziomów deklarowanych przez producentów w dokumentacji zakładowej odnoszącej się do danego produktu. Na podstawie przeprowadzonych badań laboratoryjnych nie kwestionowano parametrów fizykochemicznych ekologicznych produktów” – czytamy w komunikacie opublikowanym przez IJHARS.

Oznakowanie produktów

Istotną kwestią, której przyjrzeni się kontrolerzy w kontekście przetworów zbożowych był sposób ich oznakowania. Pod tym kątem sprawdzono 163 partie przetworów zbożowych o masie 954 t, z czego zakwestionowano 34 partie (20,9%).

Nieprawidłowości dotyczyły np. podania „w oznakowaniu kaszy jęczmiennej infor-



Inne wskazywane przez kontrolerów błędy dotyczyły m.in. podania w informacji o wartości odżywczej niewłaściwych zawartości składników odżywczych w odniesieniu do poziomu stwierdzonego na podstawie badań laboratoryjnych. Wskazania niewłaściwego typu mąki pszennej, podano typ 650, natomiast zawartość popiołu ogólnego oznaczona w laboratorium wskazywała na niższy typ mąki. „Zamieszczenie informacji: „Produkt (...) uzyskany z przemiału wysokogatunkowej pszenicy



niemodyfikowanej genetycznie”, sugerującej, że produkt jest wolny od GMO, podczas gdy w UE nie są dopuszczone modyfikacje pszenicy.

Dodatkowo podczas kontroli sprawdzono jakość surowców stosowanych w procesie produkcji przetworów zbożowych. Badaniom laboratoryjnym poddano 64 partie surowców (pszenicy, żyta, owsa, jęczmienia, prosa, gryki i płatków pszennych), o łącznej masie 22 351 t. Nieprawidłowości stwierdzono odnośnie niespełna 10% skontrolowanych surowców” – informuje IJHARS na swojej stronie internetowej.

Nieprawidłowości te dotyczyły m.in.: obecności szkodników oraz wyższej, w porównaniu z poziomem określonym w umowie, wilgotności. „Inspektorzy stwierdzili również wprowadzanie do obrotu produktów przeznaczonych przez 1 ze skontrolowanych zakładów. Podczas

kontroli stanu pomieszczeń i warunków przechowywania w 1 podmiocie, w magazynie wyrobu gotowego stwierdzono niższą temperaturę w stosunku do wymagań zawartych w dokumentacji zakładowej, tj. temperatura wynosiła +2,2 °C, zamiast od 5 do 25 °C” – podaje IJHARS.

Informacje istotne dla konsumentów

Podczas kontroli inspektorzy wydali 7 decyzji administracyjnych nakładających kary pieniężne, 12 decyzji nakazujących prawidłowe oznakowanie, 4 decyzje zakazujące wprowadzenia do obrotu, 4 decyzje w związku z odstąpieniem od wymierzenia kary pieniężnej ze względu na niską szkodliwość czynu oraz 1 decyzję nakazującą zniszczenie produktów. Dodatkowo nałożyli 9 mandatów karnych oraz wydali 14 zaleceń pokontrolnych.

– IJHARS skontrolowała jakość mąk, kasz i płatków zbożowych. Inspektorzy przeprowadzili kontrole w I kwartale 2024 roku u 73 producentów w całej Polsce. Zakwestionowano jakość towaru w ponad 35 proc. skontrolowanych podmiotów. Ważna dla konsumenta wiadomość jest taka, że nie kwestionowaliśmy cech organoleptycznych

kontrolowanych produktów. Badania laboratoryjne wykazały nieprawidłowości w ponad 10 proc. przypadków. Wykazały one nie spełnienie deklarowanych poziomów parametrów bądź sugerowania braku modyfikacji genetycznych pszenicy, podczas gdy w Unii Europejskiej takie modyfikacje nie są w ogóle dopuszczalne. Drogi konsumentcie pamiętaj, w Unii Europejskiej, w przypadku zbóż dopuszczane są wyłącznie modyfikacje genetyczne kukurydzy, a nie pszenicy. Zatem informacje o braku

„Produktami priorytetowymi dla inspektorów były: mąki, kasze, płatki ze zbóż. Kontrole odbywały się w I kwartale 2024 r. Skontrolowano 73 podmioty produkujące przetwory zbożowe

GMO w przypadku produktów uzyskanych z innych zbóż nie są dozwolone. Ponadto w przepisach jest lista składników alergennych, które muszą być w szczególności sposób podkreślone przy oznakowaniu, jeśli znajdują się w danym produkcie. Należą do nich m.in. zboża zawierające gluten – wskazała Agnieszka Sudoł, zastępca Głównego Inspektora IJHARS. ♦

Zrównoważony rozwój

Nowoczesna produkcja w branży spożywczej

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

Wyzwaniem dla wielu dziedzin życia, również gospodarki, jest ekologia. Także przedstawiciele branży FMCG stale prowadzą działania zmierzające do dostosowania produkcji oraz działalności do idei zrównoważonego rozwoju. Troska o środowisko naturalne to nie tylko wymóg, ale również aspekt, na który zwracają uwagę współcześni konsumenci przy wyborze produktów oraz usług.

Podejmowanie działań o proekologicznym charakterze to bardzo ważna kwestia we współczesnym biznesie, również w przypadku branży FMCG. Mają one szeroki wymiar i odnoszą się do wielu dziedzin.

Oszczędne gospodarowanie zasobami

Po pierwsze, zgodnie z wprowadzanymi np. w Europie przepisami, przedsiębiorcy muszą dostosowywać swoje działalności oraz produkcję w taki sposób, aby wpisywały się w założenia zrównoważonego rozwoju. Dotyczy to na przykład racjonalnego gospodarowania zasobami naturalnymi. Przemysł spożywczy w procesie produkcji wykorzystuje duże ilości wody, która służy nie tylko do wytwarzania żywności czy napojów, ale również do mycia powierzchni

oraz urządzeń stosowanych w przetwórstwie. Do oszczędzania wody w przemyśle spożywczym przyczynia się m.in. wdrażanie takich rozwiązań, jak inwestowanie w nowoczesne technologie i maszyny do produkcji oraz efektywne systemy mycia czy chociażby chłodzenia, które również pochłaniają znaczne ilości tego zasobu naturalnego. Racjonalną metodą może być również – tam gdzie to możliwe – odzysk wody zużywanej do procesów produkcyjnych oraz regularne przeglądy i prace konserwacyjne instalacji wodnej.

OZE w procesach produkcji

Kolejnym aspektem jest zużycie przez zakłady produkcyjne znacznych ilości energii elektrycznej i ciepłej. W dobie troski o środowisko, ale również z ekonomicznego punktu widzenia – przy rosnących



cenach prądu i ogrzewania wielu przedsiębiorców już od wielu lat wdraża rozwiązania związane z alternatywnymi źródłami energii. Przykładem mogą być inwestycje związane z fotowoltaiką czy wiatrakami. Panele fotowoltaiczne montowane są często na dachach fabryk lub w postaci farm fotowoltaicznych, podobnie jak farmy wiatrowe, lokowane są w okolicach zakładów produkcyjnych.

Ekonomia i ochrona środowiska

Innym problemem, z którym od dawna zmagają się przemysł, jest emisja gazów cieplarnianych do atmosfery. W ramach zielonej transformacji zakłady regularnie modernizują systemy produkcyjne, wdrażając nowoczesne i przyjazne środowisku technologie, które pozwalają ograniczać emisję dwutlenku węgla do atmosfery. Automatyzacja, nowoczesne linie produkcyjne, energooszczędne urządzenia, to tylko niektóre rozwiązania, które mają się przyczynić do bardziej ekologicznej produkcji.

Zrównoważony rozwój to również kwestie związane z transportowaniem surow-



ców niezbędnych do produkcji oraz dostawą produktów do hurtowni oraz sklepów. W przypadku firm, dla których troska o ekologię stanowi ważny element działalności, łańcuchy dostaw są rozplanowywane w taki sposób, aby transport w miarę możliwości generował jak najmniejszy ślad węglowy.

Racjonalne gospodarowanie odpadami

Duże zużycie wody przez zakłady przemysłowe generuje także znaczne ilości wytwarzanych ścieków. Nowoczesne, ale również modernizowane zakłady produkcyjne w wielu przypadkach wyposażone są we własne oczyszczalnie ścieków, aby efektywnie oczyścić płynne odpady, które

powstały w wyniku wytwarzania żywności czy napojów. Znaczną część odpadów spożywczych stanowią surowce organiczne, np. pozostałości owoców, warzyw czy zbóż. Rozwiązaniem stosowanym przez niektóre duże firmy jest również budowa biogazowni, a w przypadku mniejszych podmiotów przekazywanie odpadów do działających w okolicy biogazowni. Takie działania przyczyniają się do wdrażania w produkcji tak zwanego obiegu zamkniętego, co przekłada się na racjonalne gospodarowanie odpadami organicznymi, ich przetwarzanie, a w konsekwencji do realizacji ekologicznych postaw.

System kaucyjny a recykling

Odpady poprodukcyjne w przemyśle spożywczym to nie tylko produkty organiczne, ale m.in. tworzywa sztuczne. Z tego materiału powstają przeważnie różnego rodzaju opakowania: butelki, zakrętki, pojemniki, pudełka, tacki i folie. Recykling nadaje tym produktom drugie życie i umożliwia ponowne użycie tworzywa. Takie działania także wpisują się w system obiegu za-

mkniętego. Aby jeszcze bardziej ten obieg uszczelnić, kolejne kraje europejskie wprowadzają przepisy związane z funkcjonowaniem systemu kaucyjnego. Nowe przepisy to duże wyzwania dla producentów napojów i przetworów mlecznych. Po pierwsze musieli dostosować produkcję opakowań – plastikowych i szklanych butelek w taki sposób, aby zakrętki na stałe były przytwierdzone do opakowania. Poza tym przed producentami i importerami jest szereg zadań związanych ze zorganizowaniem logistyki. System kaucyjny mają tworzyć przecież przedsiębiorcy wprowadzający do obrotu napoje w opakowaniach z tworzyw sztucznych, szklanych, ale również zamkniętych w puszkach.

Ekologiczne wymogi w handlu

Dostosowanie działalności do wymogów ekologii jest poważnym wyzwaniem również z perspektywy handlu. Markety, dyskonty oraz sklepy mniejszych formatów również muszą pogodzić biznes z kwestia-

i ekologiczne urządzenia oraz technologie. Istotną kwestią są również wydajne urządzenia chłodnicze, które pozwolą na przechowywanie żywności w odpowiednich warunkach, ale nie będą przy tym generować wysokiego poboru energii. Także transport i dostawy to jeden z podstawowych aspektów funkcjonowa-

„Podejmowanie działań o proekologicznym charakterze to bardzo ważna kwestia we współczesnym biznesie, również w przypadku branży FMCG. Mają one szeroki wymiar i odnoszą się do wielu dziedzin

nia handlu. W celu ograniczenia emisji do atmosfery spalin zawierających m.in. dwutlenek węgla oraz z perspektywy ekonomii, tworzone są optymalne trasy dostaw. Na znaczeniu zyskują też w tym kontekście lokalne produkty.

Postawa proekologiczna w działalności producentów żywności oraz sieci handlowych w wielu przypadkach ma ogromne znaczenie z punktu widzenia współczesnego konsumenta. Klienci zwracają uwagę nie tylko na skład towarów, które mają zamiar nabyć, ale również duże znaczenie ma dla nich to, jak przebiegał proces produkcji i czy na jego poszczególnych etapach zachowano troskę o środowisko oraz zasoby naturalne. ♦



Producenci apelują do ministra

Konieczna ochrona tradycyjnych nazw

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

Przedstawiciele branży mięsnej oraz wytwórcy produktów pochodzenia zwierzęcego wnoszą o podjęcie działań zmierzających do ochrony tradycyjnych nazw m.in. produktów mięsnych. Autorzy apelu wskazują, że „zjawisko wykorzystywania renomy produktów rolno-spożywczych staje się coraz bardziej powszechne i wychodzi daleko poza ramy terminologii mięsnej.”

Na początku grudnia Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy RP, wspólnie z 17 organizacjami branżowymi, wystosowało oficjalny apel do Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi Czesława Siekierskiego. W piśmie zwrócono uwagę na konieczność podjęcia działań na poziomie Unii Europejskiej w celu ochrony tradycyjnych nazw produktów pochodzenia zwierzęcego, takich jak „stek”, „burger” czy „miód”.

Autorzy apelu mają nadzieję, że szczególna rola Polski wynikająca z przewodnictwa w Radzie UE w 2025 roku daje unikalną możliwość rozpoczęcia procesu legislacyjnego w tej istotnej dla branży kwestii. „Warto tu wyraźnie zaznaczyć, że zjawisko wykorzystywania renomy produktów rolno-spożywczych staje się coraz bardziej powszechne i wychodzi daleko poza ramy terminologii mięsnej, obejmując produk-

ty takie jak ryby, jaja czy miód.” – czytamy w apelu opublikowanym na stronie internetowej Stowarzyszenia Rzeźników i Wędliniarzy RP.

Zdefiniowanie produktów

Zdaniem przedstawicieli branży mięsnej oraz innych producentów, którzy popierają postulaty zawarte w apelu, regulacje powinny definiować terminy związane z produktami pochodzenia zwierzęcego, tak aby chronić tradycyjne nazwy i nie wprowadzać konsumentów w błąd.

„Stoimy na stanowisku, że jedynym skutecznym kierunkiem zmian wprowadzenia zmian w przepisach jest wprowadzenie przez organy UE horyzontalnych regulacji. Powinny one definiować terminy takiej jak mięso, produkty spożywcze z nieprzetworzonego mięsa, nazwy zawodów branży mięsnej, nazwy zwierząt, ich elementy anatomiczne, jaja, ryby i miód. Dodatkowo, państwowemu członkowskim należy umożliwić na poziomie krajowym poszerzenie i doprecyzowanie listy określeń chronionych, które tradycyjnie odnoszą się do produktów z danej kategorii np. produktów mięsnych” – wskazują w piśmie autorzy apelu.



Otwarcie na dialog

Autorzy apelu zapowiedzieli, że są otwarci na dialog i współpracę w tej sprawie.

„Liczymy, że Polska wykorzysta swoje przewodnictwo w Radzie UE, aby rozpocząć proces legislacyjny, który przyniesie skuteczne rozwiązania na poziomie unijnym. Jednocześnie pozostajemy otwarci na dialog i współpracę z Ministerstwem Rolnictwa oraz innymi podmiotami zaangażowanymi w tę sprawę” – pisze na swojej stronie internetowej Stowarzyszenie Rzeźników i Wędliniarzy RP.

Sygnatariuszami apelu oprócz Stowarzyszenia Rzeźników i Wędliniarzy RP są także: Polski Związek Hodowców i Producentów Bydła Mięsnego, Polska Federacja Rolna, Federacja Gospodarki Żywnościowej RP, Krajowa Izba Producentów Drobiu i Pasz, Stowarzyszenie Producentów Ryb Łososiowatych, Polski Związek Hodowców i Producentów Trzody Chlewnej „Polsus”, Krajowy Związek Pracodawców Producentów Trzody Chlewnej, Krajowa Federacja Hodowców Drobiu i Producentów Jaj, Stowarzyszenie Polska Izba Miodu, Ogólnopolski Cech Rzeźników – Wędliniarzy – Kucharzy i Stowarzyszenie Pszczelarzy Zawodowców. ♦





Jestem **ZA**!



ZAGRODOWY POLECA SIĘ NA ŚWIĘTA



facebook.com/Zagrodowy



instagram.com/zagrodowy_official

www.zagrodowy.pl

Makarony

Produkty o szerokim zastosowaniu w kuchni

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

Wśród produktów zbożowych na polskim rynku spożywczym istotne miejsce zajmują makarony. Są cenione przez konsumentów za szerokie możliwości kreowania różnego rodzaju potraw oraz długą datę przydatności. Sprawdzamy, jakiego rodzaju makarony najczęściej trafiają do koszyka zakupowego.

Swiderki, wstążki, muszelki, spaghetti, gwiazdki, kolanka to zaledwie część rodzajów makaronów dostępnych na rynku. Produkty tego typu różnią się nie tylko kształtami, ale również składem. Zazwyczaj makarony produkowane są z mąki pszennej, chociaż zmiany w trendach konsumenckich, a także wpływ kuchni światowych sprawiają, że asortyment ten występuje również w innych wersjach.

Uniwersalny produkt

Za co konsumenci cenią makarony? Przede wszystkim jest to produkt o bardzo wszechstronnym zastosowaniu w kulinariach.

Zazwyczaj na jego bazie przyrządza się potrawy obiadowe, czasami śniadaniowe. Najczęściej stanowi on dodatek do zup, np. pomidorowej lub mlecznej. Z makaronem można podawać różnorodne sosy, przyrządzone samodzielnie lub na bazie półproduktów czy gotowego asortymentu. Z tej opcji konsumenci korzystają zazwyczaj, gdy nie mają czasu na przyrządzenie bardziej skomplikowanego dania na obiad.

Dodatki do makaronów

Makaron doskonale smakuje w towarzystwie sosów mięsnych, przygotowywanych z wielu warzyw, pomidorowych, szpinakowych, serowych lub ziołowych.



wych, serowych lub ziołowych. Makaron z sosem to opcja szybka i prosta w przygotowaniu. Producenci, widząc zainteresowanie konsumentów tego typu daniami, tworzą szereg produktów, które pozwalają na bezproblemowe przygotowanie sosu. Klienci sklepów do wyboru mają sosy w słoikach, które wystarczy tylko odgrzać, lub równie popularne mieszanki w proszku do połączenia z innymi składnikami i np. do ugotowania. Dodatki do makaronów mogą występować również w wersji mrożonych kompozycji warzyw czy szpinaku, które nadają się do szybkiego usmażenia i odgrzania na patelni.

Innym przykładem zastosowania makaronu w kuchni są zapiekanki. Makaron w połączeniu z mięsem lub warzywami, zapiekany pod śmietankową pierzynką, to je-

den z częstych wyborów na szybkie i smaczne danie obiadowe.

Konsumenckie priorytety i preferencje

Przy wyborze makaronów konsumenci zazwyczaj zwracają uwagę na skład produktu. Istotną kwestią jest również kształt makaronów i w tym przypadku biorą pod uwagę rodzaj potrawy, jaka powstanie na bazie makaronu. Kolejnym istotnym aspektem brany pod uwagę podczas zakupu tego typu asortymentu są również wartości smakowe i odżywcze. Produkty zbożowe dostarczają organizmowi energii, co ma znaczenie dla ich nabywców.

W ostatnich latach dostrzec można, że kategoria makaronów została bardzo roz-

budowana w ofertach producentów. W wielu gospodarstwach domowych makarony zastąpiły kasze oraz inne zbożowe produkty sypkie podawane jako danie obiadowe.



Dania makaronowe spożywane są co najmniej raz w tygodniu. Na rynku dostępna jest szeroka gama tego typu produktów uwzględniająca również preferencje żywieniowe konsumentów. Ciekawą opcją jest również możliwość zakupu makaronów inspirowanych światowymi kuchniami, np. słynącą z dań makaronowych kuchnią włoską. ♦

WŁOSKIE NAZWY MAKARONÓW

Makarony to specjalność włoskiej kuchni. Są bazą wielu dań i to od ich jakości często zależy smak posiłku. Ważny jest także rodzaj makaronu, który powinien być odpowiednio dobrany do konkretnej potrawy. Gama włoskich makaronów obejmuje bardzo wiele typów różniących się kształtem. Jaki rodzaj makaronu kryje się pod włoską nazwą?

Spaghetti

Popularny makaron w formie długich, cienkich nitek, stosowany jako baza do sosów, przede wszystkim pomidorowych. Zgodnie z włoską tradycją jest podstawą dań takich jak spaghetti bolognese, napoli czy carbonara i wymaga szczególnego sposobu jedzenia, poprzez nawijanie makaronu na widelec przy pomocy łyżki.

Penne

Ten makaron znamy w Polsce jako rurki lub pióra. Jest dostępny w wersji gładkiej albo z rowkami. Forma makaronu penne pozwala mu chłonać sosy, dlatego dobrze sprawdza się w ich

towarzystwie. Jest też składnikiem zapiekanki i sałatek.

Rigatoni

Duże makaronowe rurki przeznaczone do wypełniania farszem – mięsnym lub warzywnym – i zapiekania w sosie.

Fusilli

To lubiane przez polskich konsumentów świderki. Są uniwersalnym dodatkiem do jednogarnkowych dań mięsnych i warzywnych, sałatek, a także zup – pomidorowej lub mlecznej.

Tagliatelle

Długie, dość szerokie wstążki. Sprzedawane są w postaci makaronów zwinionych w gniazda, które rozplatają się

podczas gotowania. Smaczny dodatek do gęstych sosów i pesto.

Lasagne

Makaron w formie płaskich, cienkich płatów przeznaczony do wykonania zapiekanej potrawy o tej samej nazwie. Służy do przekładania warstw z mięsa mielonego, sosu pomidorowego i beszamelowego, a także sera.

Conchiglioni

Makaron w formie muszli w dużym rozmiarze, przeznaczony do zapiekania. Jego miniwersja – conchigliette – ma postać bardzo drobnych muszelek i dodawana jest przede wszystkim do zup, głównie tych przyrządzanych z myślą o najmłodszych.



Stop podrabianej żywności

Miejsce pochodzenia na etykiecie

Tekst **Monika Pawluk** źródło: IJHARS

Zdjęcia ©Shutterstock.com

Komisja Europejska podjęła 24 lipca 2024 roku decyzję o rejestracji europejskiej inicjatywy obywatelskiej pod hasłem „Stop podrabianej żywności: miejsce pochodzenia na etykiecie”. Główną ideą przyświecającą tej inicjatywie było zapewnienie konsumentom dostępu do przejrzystych informacji na temat żywności.

Cele inicjatywy określone przez organizatorów to: „dostęp europejskich konsumentów do przejrzystych informacji o żywności, którą kupują, poszanowanie oczekiwań europejskich konsumentów „w zakresie wysokich standardów jakości i zrównoważonego rozwoju” w odniesieniu do żywności, jasne i wyraźne wskazywanie pochodzenia wszystkich produktów wprowadzanych na wspólny rynek, spełnianie tych samych „norm środowiskowych, zdrowotnych i pracowniczych mających zastosowanie na rynku wewnętrznym w celu ochrony planety i zdrowia konsumentów” przez wszystkie produkty wprowadzane na wspólny rynek” – informuje na swojej stronie internetowej IJHARS.

Autorzy inicjatywy szczegółowo określili przedmiot, cele i kontekst inicjatywy. „Odnosi się ona do kryteriów związanych z nabywaniem informacji, przekazywanych konsumentowi dotyczących pochodzenia oraz miejsc pochodzenia żywności, określonych w rozporządzeniu Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 952/2013 ustanawiającego unijny kodeks celny i rozporządzeniu Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1169/2011. Organizatorzy



uważają, że należy przestrzegać „zasady wzajemności, zakazać przywozu żywności przetworzonej przy użyciu substancji i metod zakazanych w Europie” oraz zwiększyć „kontrolę graniczną żywności wprowadzanej przez granice europejskie i krajowe”. Organizatorzy twierdzą również, że wymóg oznaczania pochodzenia powinien zostać rozszerzony na wszystkie produkty spożywcze „w celu zapobiegania oszustwom, ochrony zdrowia publicznego i zagwarantowania konsumentom prawa do informacji” – podaje w komunikacie IJHARS.

Inspekcja Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych przy informacji dotyczącej zarejestrowania obywatelskiej inicjatywy przypomina, że prowadzi kontrole zgodności znakowania żywności z przepisami prawa, na bieżąco informując opinię

publiczną o wykrytych nieprawidłowościach.

Treść decyzji Komisji Europejskiej została już opublikowana w Dzienniku Urzędowym UE. „Organizatorzy uważają, że należy przestrzegać „zasady wzajemności, zakazać przywozu żywności przetworzonej przy użyciu substancji i metod zakazanych w Europie” oraz zwiększyć „kontrolę graniczną żywności wprowadzanej przez granice europejskie i krajowe”. Organizatorzy twierdzą również, że wymóg oznaczania pochodzenia powinien zostać rozszerzony na wszystkie produkty spożywcze „w celu zapobiegania oszustwom, ochrony zdrowia publicznego i zagwarantowania konsumentom prawa do informacji”. Jeżeli chodzi o cele inicjatywy, Ko-

misja może przedstawić wniosek na podstawie art. 114 i 169 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej (TFUE) dotyczący aktu prawnego mającego zapewnić europejskim konsumentom dostęp do przejrzystych informacji na temat nabywanej przez nich żywności spełniającej ich oczekiwania w zakresie wysokich standardów jakości i zrównoważonego rozwoju.” – czytamy w Decyzji Wykonawczej Komisji (UE) z dnia 24 lipca 2024 r.

Przy tak wielu produktach dostępnych na rynku konsumenci niejednokrotnie poszukują informacji na temat jakości produktów. Dlatego na szczeblach europejskim oraz krajowym podejmowane są różnorodne inicjatywy, które mają na celu uświadomić, w jaki sposób sprawdzać skład, jakość czy świeżość kupowanych produktów. ♦

Akcja „Uważam jakość”

Informacje dla konsumentów, jak nie dać się oszukać

Tekst **Monika Pawluk** źródło: **IJHARS**

Zdjęcia © **Shutterstock.com**

Istotnym elementem działalności Inspekcji Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych jest edukowanie konsumentów. Dlatego od jesieni IJHARS razem z nową maskotką promującą inicjatywy podejmowane przez instytucję – Kłosem Żółtowłosem – radzi, jak nie dać się oszukać.

I JHARS nie tylko prowadzi kontrole. Ważnym elementem działalności instytucji jest również propagowanie wiedzy dotyczącej jakości handlowej artykułów rolno-spożywczych oraz prowadzenie rzetelnej polityki informacyjnej, kierowanej do konsumentów. Edukacji służą kampanie realizowane przez instytucję. Przykładem takich działań może być realizowana od września przez IJHARS akcja pod hasłem: „#UważamJakość – świadomie kształtujemy jakość swojego życia!”.

„Punktem wyjścia do stworzenia koncepcji jesiennej akcji edukacyjnej #UważamJakość był początek nowego roku szkolnego i chęć kontynuacji działań edukacyjnych IJHARS, zapoczątkowanych w ubiegłym roku realizacją pilotażowego projektu – lekcji przygotowanej dla uczniów szkół podstawowych o prawidłowym czytaniu etykiet spożywczych: „Etykieta żywności – źródłem

mądrości”. IJHARS stara się poprzez swoje działania kształtować i przekazywać wiedzę na temat zasad świadomych wyborów konsumenckich, uważności na jakość kupowanej i spożywanej żywności” – czytamy w komunikacie prasowym opublikowanym na stronie internetowej IJHARS.

Jak podaje instytucja: „celem projektu jest uwrażliwienie odbiorców na potrzebę stałej czujności i nieustannej edukacji w kwestiach dobrych wyborów konsumenckich, nauczanie sprawnego poruszania się w gąszczu informacji umieszczanych na etykietach produktów spożywczych, wspomaganie w podejmowaniu dobrych wyborów przy decyzjach zakupowych, wreszcie kształtowanie zachowań i postaw sprzyjających świadomym wyborom konsumenckim, m.in.: kupuj lokalne, świeże produkty, czytaj etykiety, pytaj o skład, znaj swoje prawa”.

Na mediach społecznościowych IJHARS prezentowany jest cykl atrakcyjnych graficznie i językowo informacji skierowanych do młodych konsumentów oraz ich rodziców, opiekunów, nauczycieli i wychowawców.

– Pamiętajmy, że to my wy-

bieramy, co jemy. Czy sięgamy po produkt z półki sklepowej czy zamawiamy jedzenie w punktach gastronomicznych – to my decydujemy, co jemy! – podkreśla Przemysław Rzdokiewicz, Główny Inspektor IJHARS.



W ramach akcji edukacyjnej #UważamJakość, w ciągu kolejnych 10 jesiennych tygodni w każdy poniedziałek Kłós Żółtowłos prezentuje porady, dzięki którym dzieci lepiej poznają jakość kupowanego produktu. Wśród poruszanych zagadnień są tematy związane z wyborem produktów najlepszych na drugie śniadanie czy alergenów w żywności.

Kłós Żółtowłos to nowa maskotka Inspekcji Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych.

– Mamy nadzieję, że nasza nowa maskotka, stanie się bohaterem tak dobrze rozpoznawalnym w przestrzeni publicznej jak promujący Kolejowe ABC Nosorożec Rogatek czy znany wszystkim zielony Krokodylek Inspekcji Transportu Drogowego. Liczymy na to, że atrakcyjna i dowcipna forma przekazu, przyniesie owoce w postaci dobrze przyswojonej wiedzy o jakości żywności i świadomości konsumentów – dodał Przemysław Rzdokiewicz, Główny Inspektor IJHARS. ♦



Turystyka sklepowa

Zwiedzanie przez pryzmat zakupów

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

Zagraniczne podróże to nie tylko odkrywanie turystycznych atrakcji i oglądanie zabytków. Wielu turystów jako obowiązkowy punkt wyjazdu uznaje odwiedziny lokalnych sklepów oraz targowisk. Można tu z bliska poznawać miejscowy koloryt i kulturę, wsłuchać się w codzienny gwar, poczuć charakterystyczne zapachy i smaki, a przede wszystkim nabyć przedmioty oraz produkty typowe dla danego zakątka, niekiedy trudno dostępne poza granicami konkretnego kraju czy regionu. Czasem zakupy stają się główną motywacją do wyjazdów. Taki styl podróżowania określa się mianem turystyki zakupowej lub sklepowej.



i dzielnice handlowe niektórych miast słyną na cały świat ze swojej wyjątkowej atmosfery oraz unikalnego asortymentu, a ich odwiedzenie jest stałym punktem planu zwiedzania, traktowanym na równi z poznawaniem zabytków czy odkrywaniem innych turystycznych atrakcji. W wielu turystycznych regionach to

zwalają nie tylko nabyć konkretne dobra, ale także „na własnej skórze” poznawać specyfikę danej kultury w jej najbardziej autentycznej postaci i najbardziej naturalnym środowisku. Dzięki odwiedzinom punktów handlowych można z bliska obserwować codzienność miejscowych, a nawet na chwilę stać się częścią tej społeczności. Zaglądając do lokalnego sklepu czy na stragany, zyskujemy wiele okazji do komunikacji ze sprzedawcą oraz innymi kupującymi. Możemy także poznawać smaki i zwyczaje żywieniowe, zadbać o pamiątki z wyjazdów lub prezenty dla bliskich, spróbować rzadkich przysmaków, np. egzotycznych, niedostępnych w kraju owoców, albo zaopatrzyć się w tradycyjne wyroby i delikatesy, z jakich słynie dany region. Na przykład Belgia znana jest z doskonałej czekolady, Francja z serów i mydła na bazie oliwy z oliwek, Portugalia z owoców morza, Korea Południowa z kosmetyków, a dobrem narodowym Kanady jest syrop klonowy. Sposób produkcji i sprzedaży, a także używania tego typu produktów jest nieodłączną częścią danej kultury, natomiast możliwość ich zakupu

Większa mobilność społeczeństwa, otwarcie granic wewnętrznych Unii Europejskiej, dostępność różnorodnych form komunikacji oraz chęć poznawania nowych kultur znacznie wpłynęły na rozwój turystyki. Podróżowanie stanowi dziś pasję, formę relaksu, a nawet styl życia. Zdarza się również, że to chęć zrobienia zakupów w konkretnym zakątku świata staje się czynnikiem motywującym do wyjazdu. Odwiedzanie miejscowych sklepów, galerii handlowych, jarmarków i placów targowych to dla części osób także atrakcyjna forma spędzania czasu. Tradycyjne bazyry

właśnie przyjezdni są grupą konsumentów najsilniej napędzającą sprzedaż.

Podróż z zakupami w tle

Zwiedzanie miasta czy regionu przez pryzmat zakupów detalicznych to ciekawy trend w podróżach i handlu. Mimo tego, że w dobie globalizacji oraz sprzedaży internetowej, niemal wszystko możemy kupić bez wychodzenia z domu, wielu konsumentów chce kupować określone produkty u źródła. Zakupy w konkretnym zakątku świata po-

„Trendem, jaki wiąże się z turystyką zakupową, a nawet w pewnym sensie ją napędza, jest odwiedzanie zagranicznych sklepów w celu zrelacjonowania zakupów w social mediach

w autentycznym środowisku daje zagranicznym konsumentom pewien obraz codzienności i obyczajowości „lokalsów”.

Słynne miejsca handlu

Niektóre obiekty handlowe ze względu na swój charakter, architekturę, ofertę czy klimat, są znane na całym świecie i postrzegane w kategorii atrakcje turystycznej same w sobie, dzięki czemu stale przyciągają miłośników zakupowych wrażeń. Na przykład będąc w Paryżu, nie sposób nie odwiedzić handlowego serca miasta, które zlokalizowane jest w okolicy Pól Elizejskich – strefy luksusowych butików i delikatesów. W Londynie turystów przyciąga m.in. kultowy Harrods – ekskluzywny dom towarowy z długą historią, który zachwyca niesamowitym, zabytkowym wystrojem i długą listą prestiżowych marek. Podróż do Bangkoku to okazja do odwiedzenia jednego z największych centr handlowych w Tajlandii – Siam Paragon, a także wieczornego spaceru po pełnej gwaru i kolorów dzielnicy Patpong, gdzie życie toczy się nocą. Podczas pobytu w Seulu turyści chętnie zaglądają do znanych z koreańskich seriali całodobowych sklepów typu convenience store. Wyjazd do stolicy Japonii może urozmaicić wizyta w Tokio Midtown, gdzie oprócz wyselekcjonowanych sklepów, znajdują się muzea, galerie i luksusowy hotel. Z kolei amerykańskie Mall of America w Minnesocie, poza sklepami o różnym profilu, znane jest z parku rozrywki i ogromnego akwarium. W wielu miastach i miasteczkach funkcjonują także klimatyczne targowiska, bazyry i pchle targi, gdzie nie tylko pocujemy atmosferę miejsca, ale też będziemy mieli okazję potargowania się o cenę.

Turystyka zakupowa – zorganizowana i indywidualna

Turystyka zakupowa realizowana jest zarówno w ramach indywidualnych podróży, jak i zorganizowanych czy grupowych wycieczek. Pod kątem możliwości odwiedzenia słynnych miejsc handlu powstają



nawet oferty tematycznych wyjazdów zorientowanych na odwiedzanie sklepów czy targów. Szczególnym ich rodzajem są jedno- lub kilkudniowe wycieczki na świąteczne jarmarki, festiwale lub lokalne obchody rozmaitych okoliczności. Biura podróży umożliwiają np. wyjazdy z różnych rejonów



Polski do słynących z bożonarodzeniowych kramów europejskich miast – Berlina, Pragi czy Wiednia. Wypady do europejskich stolic mody – Mediolanu, Paryża czy Londynu – to innego rodzaju propozycje na atrakcyjny city break z zakupami w tle.

Turystyka zakupowa to zjawisko charakterystyczne również dla stref przygranicznych. Mieszkańcy miast i miasteczek zlokalizowanych blisko granicy państw chętnie korzystają z możliwości bezpośredniego zakupu zagranicznych towarów w kraju producenta.

Szczególny rodzaj handlu związany z turystyką łączy się z podróżami samolotem i zakupami robionymi przy tej okazji w działających na lotniskach sklepach bezcłowych. Tutaj, ze względu na ciekawy asortyment i często niższe ceny, turyści zaopatrują się przede wszystkim w podarunki dla bliskich, szczególnie że w sklepach na lotniskach dostępne są produkty o różnym charakterze, od artykułów spożywczych, przez kosmetyki i perfumy, po tematyczne gadżety.

Zakupy z relacją w social mediach

Trendem, jaki wiąże się z turystyką zakupową, a nawet w pewnym sensie ją napędza, jest odwiedzanie zagranicznych sklepów w celu zrelacjonowania zakupów w social mediach. Filmy tiktoków, instagramerów i youtuberów, którzy „zwiedzają” supermarkety i mniejsze sklepiki w wybranych miejscach świata w formie ciekawostki opowiadają przede wszystkim o tym, jak zorganizowane są zagraniczne placówki handlowe, jakie produkty można w nich zakupić. Podczas odwiedzin sklepów twórcy poszukują też często viralowych, popularnych w internecie produktów lub podejmują się rozmaitych wyzwań, np. próbowania konkretnego artykułu spożywczego. Znaczące zainteresowanie tego rodzaju treściami pokazuje, jak duża ciekawość innych kultur, a także otwartość na poznawanie lokalnych zwyczajów zakupowych i trendów żywieniowych, panuje wśród młodego pokolenia konsumentów. ♦

Kuchnia fusion

Światowy trend w asortymencie spożywczym

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

Różnorodność kulturowa to światowe dziedzictwo, na które składa się bogactwo tradycji i obyczajowości. Jednym z jej aspektów są kulinaria. Smaki charakterystyczne dla poszczególnych zakątków globu tworzą mocno urozmaiconą mozaikę potraw i receptur. W wyniku przebiegających w naturalny sposób procesów przenikania się kultur, wiele kuchni czerpie z siebie nawzajem, czego efektem są dania łączące różne wpływy. Tak narodziła się kuchnia fusion – trend w gastronomii, widoczny także w handlu i asortymencie spożywczym.

żywych. W sprzedaży są nie tylko gotowe dania typu convenience food, ale także składniki i przyprawy z różnych stron świata. W związku z tym, że polscy konsumenci, szczególnie reprezentujący młodsze pokolenia, chętnie eksplorują i eksperymentują w dziedzinie kulinarii, gama dostępnych na naszym rynku zagranicznych artykułów spożywczych stale się poszerza. Produkty inspirowane światowymi trendami pojawiają się także w ofercie rodzimych marek.



Zwyczaże żywieniowe konsumentów to dziedzina, w której trendy w dużej mierze kształtuje styl życia społeczeństwa. Łatwy dostęp do informacji za pośrednictwem Internetu, duża swoboda w zakresie podróżowania po całym globie, obecność na polskim gruncie restauracji serwujących dania różnych światowych kuchni, a także możliwość zakupu zagranicznych produktów za pośrednictwem wielu kanałów dystrybucji sprawiły, że

możemy bez większych problemów poznać smaki kulinariów z rozmaitych krajów. Jednocześnie jesteśmy świadomi wartości własnej tradycji i dumni z polskich dań. Nie obawiamy się też łączenia rodzimych receptur z zaczerpniętymi z zagranicznych kuchni smakami. Efektem są potrawy fusion, często zaskakujące i nowatorskie. Zainteresowanie przygotowywaniem posiłków o takim charakterze również w domowych warunkach widać także w asortymencie sklepów spo-

Międzynarodowe smaki na sklepowych półkach

W dzisiejszych czasach kombinacją różnych kuchni w jednym daniu można cieszyć się nie tylko w restauracjach wyspecjalizowanych w serwowaniu kuchni fusion. Dzięki dostępności produktów z różnych zakątków świata w sklepach stacjonarnych i sprzedaży e-commerce można takie potrawy odtworzyć w domowych warunkach, a także samodzielnie eksperymentować

z recepturami. Bez większego trudu zakupimy potrzebne do ich wykonania sosy, przyprawy, składniki bazowe, półprodukty i różnego rodzaju dodatki charakterystyczne dla kuchni tajskiej, japońskiej, koreańskiej, meksykańskiej, amerykańskiej, marokańskiej, włoskiej, francuskiej czy hiszpańskiej. Asortyment ten dostępny jest już nie tylko w supermarketach w ramach akcji tematycznych, typu „tydzień z kuchnią z danego zakątka świata”, ale wchodzi także do stałej oferty sklepów. Obok składników do samodzielnego przyrządzania potraw dostępne są również dania gotowe, przeznaczone do bezpośredniego spożycia lub wymagające krótkiej obróbki termicznej czy podgrzania. Hiszpańska paella, koreański ramen, meksykańska tortilla, włoskie risotto, kurczak po tajsaku to tylko przykłady potraw, jakie możemy zakupić w pobliskim sklepie lub markecie. Konsumenci są też otwarci na próbowanie słodkich smakotyków z całego świata, egzotycznych przekąsek, a także pieczywa charakterystycznego dla lokalnych kuchni.

Produkty dla ciekawych świata

Urozmaicona oferta produktów spożywczych importowanych z całego świata jest odpowiedzią na potrzeby i styl życia konsumentów poszukujących nowych doświadczeń kulinarnych, otwartych na inną kulturę, a także miłośników smaków charakterystycznych dla konkretnego kraju i jego kuchni. Udostępnienie konsumentom szerokiej gamy asortymentu żywności z wielu części globu ma także na celu popularyzację produktów żywnościowych z różnych regionów, poszerzenie wiedzy na temat kulinariów i wspieranie nabywców w tworzeniu wartościowego, smacznego, zróżnicowanego menu. Z bogactwa tak skomponowanej oferty korzystają także pasjonaci kulinariów, którzy lubią eksperymentować z tradycyjnymi recepturami i łączyć je z egzotycznymi dodatkami.



Egzotyczne smaki w europejskim wydaniu

Oryginalne dania światowych kuchni mogą być dla nas odkrywczym doznaniem, ale zdarza się, że autentyczne egzotyczne potrawy nie zawsze smakują Europejczykom. Ponieważ nie jesteśmy przyzwyczajeni do intensywnych przypraw, niektórych tekstur czy połączeń smakowych stosowanych np. w kuchniach azjatyckich, afrykańskich czy chociażby meksykańskiej, podążając za założeniami kuchni fusion, możemy zbilansować smaki dań tak, aby odpowiadały naszym preferencjom. Również producenci dbają o to, aby oferować konsumentom w danym rejonie świata produkty dostosowane do tego, co jest bliższe naszym zwyczajom żywieniowym. Efektem takiego postrzegania żywności są np. potrawy przygotowywane z lokalnych składników bazowych, jedynie wzbogacone egzotycznymi przyprawami, sosami, a także dania, gdzie tradycyjny produkt zostaje zastąpiony innym – zaczerpniętym z odrębnej kuchni. W ten sposób powstają odkrywcze, często zaskakujące hybrydowe dania, takie jak żuramen (połączenie

żurku z ramenem), bigos z krewetkami, sałatka warzywna z paluszkami surimi albo gołąbki z kaszą kuskus zamiast ryżu albo zawinięte w papier ryżowy zamiast liści kapusty. Na fali popularności kuchni azjatyckiej, a ostatnio szczególnie koreańskiej, w której duże znaczenie mają kiszonki z kapusty i warzyw (kimchi), powstają także ciekawe wersje polskich weków wzbogacone orientalnymi przyprawami, których dostępność na naszym rynku rośnie proporcjonalnie do zainteresowania konsumentów.

Globalizacja i lokalność

Chociaż uważa się, że kuchnia fusion powstała na amerykańskim gruncie, jako rezultat migracji ludności i wzajemnego przenikania się wpływów, to tendencja łączenia smaków z różnych krajów i kontynentów jest obecnie wyraźnie dostrzegalna na całym świecie. Ten trend w żywieniu oraz handlu dobrze obrazuje, jak duże znaczenie mają współcześnie procesy związane z globalizacją, a jednocześnie zwraca uwagę na lokalność i wagę regionalnych tradycji kulinarnych. ♦



Eco-commerce

Zakupy przez internet staną się jeszcze bardziej ekologiczne

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

Ekologia to istotny wyznacznik działalności handlowej, również tej prowadzonej w przestrzeni internetowej. Wdrożenie nawet kilku zasad jest istotne w kontekście wspólnej troski o środowisko naturalne. W sferę sprzedaży prowadzonej w sieci coraz śmielej wkracza idea eco-commerce, która inspiruje firmy i marki do podjęcia zmian dla dobra planety.

Troska o środowisko jest jedną z nadrzędnych wartości, która towarzyszy prowadzeniu działalności, niezależnie od typu branży. Również w takiej przestrzeni jak internet ważne jest wdrażanie postaw, które realizowane regularnie, z czasem mogą przetożyć się na korzystne zmiany dla planety. Przykładem takiej dziedziny może być sprzedaż internetowa.

Idea eco-commerce

Rynek e-commerce stale się rozwija, stając się coraz popularniejszą metodą nabywania różnorodnych produktów. I chociaż powszechnie uważa się, że handel prowadzony za pośrednictwem sieci jest o wiele bardziej przyjazny środowisku niż jego tradycyjne wydanie, to w tym zakresie również jest jeszcze wiele do zrobienia, aby można było nazwać go całkowicie ekologicznym. W tym celu zrodziła się idea eco-commerce, czyli określone praktyki, których przestrzeganie jest wyrazem troski o dobro przyrody, zasoby naturalne czy jakość powietrza, którym oddychamy. Jakie działania w swoich fir-

mach mogą wdrażać podmioty zajmujące się sprzedażą w internecie? Na pewno niezbędne będzie szczegółowe przyjrzenie się wielu aspektom prowadzonej działalności pod kątem ich oddziaływania na środowisko.

Ekologiczne opakowania

Wielu przedsiębiorców z branży e-commerce zmiany rozpoczyna od modyfikacji podejścia do pakowania zakupionych towarów i realizowania wysyłek. Najprostszym sposobem, który w dodatku przekłada się również na ekonomię, jest w miarę możliwości ograni-

czenie opakowań stosowanych do zabezpieczenia przesyłki oraz wybór opakowań wykonanych z materiałów pochodzących z recyklingu. Do wypełnienia najlepiej używać materiałów biodegradowalnych, które stanowią alternatywę dla wykorzystywanych na szeroką skalę w przesyłkach folii bąbelkowej lub styropianu. Redukcja kartonów, folii i papierów w arkuszach, w których zabezpieczane są przesyłki, pozwoli także ograniczyć ilość wytwarzanych odpadów. Wiadomo, że całkowicie nie da się ich uniknąć, dlatego niezbędne jest również wprowadzenie systemu efektywnej segregacji śmieci, co również uznaje się za jedną z postaw proekologicznych. W ten sposób można również odzyskiwać materiały pochodzące z odpadów i wykorzystywać je ponownie, chociażby jako wypełnienie paczki z przesyłką, np. zużyte kartony. Metodą na zadbanie o bardziej ekologiczne i ekonomiczne przesyłki mogą być stosowane w transporcie towarów opakowania zbiorcze, czyli np. palety lub specjalne skrzynie, w których umieszcza się większe



ilości produktów zabezpieczonych w opakowaniach jednostkowych.

Rezygnacja z papierowych faktur

Kolejną zasadą, którą wdrażają przedsiębiorcy z branży e-commerce w trosce o ekologię, jest rezygnacja z tradycyjnych faktur. Zamiast drukować tego typu dokumenty na papierze, wiele firm wysyła je klientom za pośrednictwem poczty elektronicznej. To proste rozwiązanie ułatwia obieg dokumentów pomiędzy sprzedającym i nabywcą, a do tego nie generuje kolejnych odpadów. Zazwyczaj jednak ta opcja jest możliwa, jeśli przy zakupie nabywca produktu wyrazi na to zgodę. Ograniczanie ilości wytwarzanych dokumentów dotyczy również raportów,



Wielu przedsiębiorców z branży e-commerce zmiany rozpoczyna od modyfikacji podejścia do pakowania zakupionych towarów i realizowania wysyłek

listów przewozowych, wykazów magazynowych i tym podobnych pism stosowanych w wewnętrznym obiegu firmy. Innym rozwiązaniem stosowanym przez marki prowadzące handel za pośrednictwem platform internetowych jest ograniczanie liczby etykiet drukowanych i umieszczanych na przesyłce lub optymalizacja ich wymiarów. Coraz więcej przedsiębiorstw, przygotowując przesyłki do transportu, stawia na etykiety mniejszych wymiarów.

Przyjazny środowisku transport

W przypadku gdy firma posiada własne zaplecze transportowe bardzo ważną kwestią jest wybór pojazdów, które nie będą nadmiernie emitować spalin do środowiska. Z perspektywy ekologii istotne jest również rozplanowanie tras w celu optymalizacji łańcucha dostaw.

Przesyłki dostarczane są do odbiorców zazwyczaj za pośrednictwem firm kurierskich. Wiele z nich decyduje się na modernizację taboru, a wśród pojazdów, którymi rozwijane są paczki, coraz częściej spotkamy również elektryczne samochody. Już sam

jednym pojazdem jest w stanie dostarczyć towary do kilkudziesięciu punktów.

Ograniczanie zwrotów

Innym typem działań podejmowanych przez firmy z branży e-commerce, które mają na celu ochronę środowiska, jest ograniczanie liczby zwrotów. Przyczynia się do tego polityka firmy, która polega na prezentowaniu klientom produktu w jak najbardziej precyzyjny sposób. Konsumenci w opisie towaru powinni uzyskać wszystkie niezbędne do zakupu dane dotyczące wymiarów, materiału, koloru, funkcji czy dodatkowego wyposażenia. Wówczas do odbiorcy trafi produkt zgodny z oczekiwaniami. Ciekawą opcją wdrażaną przez coraz więcej sklepów internetowych jest sugerowanie klientom produktów czy akcesoriów, które

fakt dostarczania przesyłek za pomocą firm kurierskich generuje mniejszy ślad węglowy. Wynika to głównie z faktu, że kurier podczas cyklu przewozowego,

mogliby skompletować w jednym zamówieniu. Takie podejście ogranicza generowanie kolejnych przesyłek, bo klient zakupi wszystko, czego potrzebuje na dany moment, za jednym razem.

Przedsiębiorstwa niejednokrotnie wchodzą we współpracę z innymi firmami. Dotyczy to również działalności sklepów internetowych, które pełnią ważną rolę w dystrybucji różnego rodzaju produktów na rynku. Coraz częściej właściciele tego typu działalności w nawiązywaniu relacji biznesowych z producentami zwracają uwagę na wartości wyznawane przez daną markę i czy wśród nich istotne miejsce zajmuje właśnie troska o środowisko, zasoby naturalne, klimat i jakość powietrza, którym oddychamy. Co oznacza, że chętniej podejmują współpracę z kontrahentami, którzy w DNA swojej działalności mają wpisana ekologię. ♦



Nowe technologie w handlu

W jaki sposób ich rozwój wpływa na zakupy?

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

Jeszcze jakiś czas temu zakupy były jedynie koniecznym obowiązkiem. W dzisiejszych czasach pojawia się coraz więcej rozwiązań i technologii, dzięki którym cały proces staje się zarówno łatwiejszy, jak i przyjemniejszy. Mowa tutaj nie tylko o wygodnych formach płatności czy możliwości dokonania zakupów przez internet, ale również o wielu innych sposobach dających konsumentom poczucie komfortu i możliwość wyboru optymalnej oferty. Ilość dostępnych rozwiązań sprawia, że każdy, nawet najbardziej wymagający konsument znajdzie coś odpowiedniego dla siebie.



W ostatnich latach w handlu zaszło wiele znaczących zmian. Kiedyś zakupy kojarzyły się wielu klientom z zajmującymi wiele czasu wędrówkami po sklepach, oczekiwaniem w długich kolejkach do kasy, a płatności odbywały się jedynie za pomocą gotówki. Teraz mamy możliwość korzystania z wielu udogodnień, które pozwalają nawet na zakupy bez konieczności wychodzenia z domu. Czym dokładniej charakteryzuje się każda z możliwości? Jaki wpływ ma na wybory konsumentów? Te oraz inne kwestie poznaż w poniższym artykule.

Co wpływa na decyzję konsumentów?

Dokonywanie zakupu to końcowy etap podejmowania decyzji przez konsumentów. Wpływa to nie tylko na zakup danego produktu, ale również na skorzystanie z konkretnych usług. Istnieje wiele rodzajów podejmowanych przez konsumentów decyzji zakupowych, wśród których można wyróżnić te impulsywne, które są zazwyczaj spontaniczne, nawykowe wynikające z przyzwyczajęń klientów, ekstensywne, czyli wymagające większego zastanowienia oraz limitowane. Ostatnie z podanych są określeniem o większym znaczeniu niż ru-

tynowe, ale mniejszym od ekstensywnych. Wśród aspektów mających istotny wpływ na ułatwienie i dokonanie ostatecznych decyzji znajdują się między innymi czynniki technologiczne, a dokładniej rozwój nowoczesnych technologii. Ważna jest dostępność informacji, różnorodne sposoby dokonywania zakupu, możliwość płatności elektronicznej, spersonalizowane oferty i reklamy, obecność danej marki w mediach społecznościowych, automatyzacja konkretnych procesów oraz prywatność i bezpieczeństwo danych.

Sprawne dokonywanie płatności

Dokonywanie płatności ma bardzo istotne znaczenie w trakcie zakupów. Korzystanie wyłącznie z gotówki często bywało problematyczne, dlatego właśnie powstały terminale płatnicze, które dzisiaj można spotkać w niemalże każdym sklepie. Taka forma płatności posiada szereg zalet i wad, którym warto się przyjrzeć.

Karty płatnicze cieszą się największą popularnością wśród młodych osób. Dlaczego? Dzieje się tak przede wszystkim ze względu na wygodę. Takie rozwiązanie jest szybkie, łatwe oraz nie wymaga noszenia gotówki w portfelu, co jest szczególnie doceniane w przypadku dokonywania zakupów na większą kwotę. Równie ważny jest brak obaw o złe wydaną resztę.

Pomimo że zalet dokonywania płatności kartą jest bardzo dużo, warto również wziąć pod uwagę pewne wady, które również mają duży wpływ na cały proces. Szczególnie zauważalny jest częsty brak możliwości rezygnacji z gotówki podczas zakupów u lokalnych sprzedawców, na targach czy w innych tego typu miejscach. Konsument korzystający wyłącznie z możliwości dokonywania płatności kartą musi również



wziąć pod uwagę skutek w postaci konieczności rezygnacji z anonimowości. Każda, nawet najmniejsza transakcja jest rejestrowana, dzięki czemu bank ma wgląd w historię dokonywanych płatności.

Aplikacje i rabaty

Coraz więcej sieci wprowadza do swojej oferty specjalne aplikacje, dzięki którym konsumenci mogą cieszyć się dodatkowymi udogodnieniami, sprzyjającymi wygodnym zakupom. Dlaczego aplikacje stały się tak popularne? Większość osób spędza wolny czas przy przeglądaniu mediów społecznościowych. Z tego względu coraz więcej sieci handlowych zdecydowało się na stworzenie własnych aplikacji, dostępnych na każde urządzenie. Użytkownicy dostają specjalne powiadomienia, których głównym celem jest poinformowanie o nadchodzących promocjach i rabatach. Wiele z nich zostało specjalnie opracowanych na podobieństwo popularnych aplikacji używanych przez większość osób na co dzień, co jest znacznym ułatwieniem z perspektywy klientów.

Jakie korzyści wynikają z korzystania z aplikacji? Poza dodatkowymi rabatami konsumenci mają możliwość zbierania specjalnych punktów. W zależności od danej

sieci handlowej, mogą one być wymienione na określony asortyment. Mowa tutaj między innymi o produktach spożywczych, akcesoriach czy innych tego typu nagrodach.

Kasy samoobsługowe

Coraz więcej sieci handlowych wprowadza do swojej oferty kasy samoobsługowe. Takie rozwiązanie z pewnością wpływa na cały proces dokonywania zakupów. Usprawniają one działanie personelu w danym punkcie, dzięki czemu czas oczekiwania w kolejkach do kas jest o wiele krótszy. W wielu przypadkach pomoc pracownika przy obsłudze takiej kasy nie jest wcale potrzebna. Dzięki temu również samopoczucie klientów jest o wiele lepsze. Zakupy z wykorzystaniem kas samoobsługowych powodują wiele dodatkowych korzyści. Poza usprawnieniem pracy personelu sklepu warto również zwrócić uwagę na łatwiejsze zachowanie bezpieczeństwa na terenie sklepu, obniżenie kosztów handlowych, optymalizację dostępnej powierzchni sklepu, gwarancję płatności bezgotówkowych oraz wielu innych.

E-zakupy

Handel elektroniczny (e-commerce) już jakiś czas temu opanował rynek sprzedaży. Taka forma dokonywania zakupów zyskała dużą popularność głównie przez wygodę oraz brak konieczności wychodzenia z domu. Sklepy internetowe oferują szeroki zakres produktów, które niczym nie odbiegają od tych dostępnych stacjonarnie. Wystarczy dokonać selekcji określonych przedmiotów lub produktów spożywczych, a następnie dokonać równie łatwej płatności. Wiele stron internetowych czy aplikacji pozwala na płatność online lub przy odbiorze.

Rola reklam w handlu

Sprzedaż to nie tylko sklepy, w których każdy konsument ma możliwość dokonania selekcji określonych produktów. Ważna jest również odpowiednia reklama, która zachęci klientów do zakupu danego towaru. Wraz z rozwojem technologicznym, powstaje coraz więcej sposobów stworzenia środków przekazu, które trafiają do różnych

„Sposób dokonywania płatności ma duże znaczenie w trakcie zakupów. Korzystanie z gotówki często bywało problematyczne, dlatego powstały terminale płatnicze

grup społecznych. Może to być reklama telewizyjna, radiowa, prasowa, kinowa, zewnętrzna lub obecnie jedna z najpopularniejszych – internetowa. Wiele sieci handlowych decyduje się także na reklamy outdoorowe. Wśród nich najczęściej spotykane są te samochodowe, wielkoformatowe, billboardy, banery i plakaty oraz szyldy reklamowe. Odpowiednio przygotowana reklama pomaga firmom w przedstawieniu swojej aktualnej oferty, informując konsumentów o promocjach czy najnowszych produktach. ♦



Cukier i jego zamienniki

Produkty słodzące wśród sklepowego asortymentu

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

Cukier to składnik wielu produktów i potraw – nie tylko deserów. Używany do dosładzania napojów, wypieków oraz rozmaitych dań, jest jednym z artykułów obecnych na liście codziennych zakupów. Jednocześnie zasady zdrowego odżywiania mówią o potrzebie ograniczania i racjonalizacji jego ilości w diecie. W związku z tym konsumenci chcą podejmować świadome wybory dotyczące zakupu tego artykułu. Zobaczmy zatem, jakie rodzaje cukru i jego zamienników są dostępne na rynku.

Cukier jako produkt do wypieków, deserów, napojów i dań dostępny jest w kilku odstonach. Najbardziej popularny i tradycyjny jest cukier biały, w postaci sypkiej. Ze względu na zastosowanie różni się on ziarnistością. Poza standardowym „kryształem” kupowanym z myślą o dosładzaniu herbaty czy kawy, konsumenci mają do wyboru także cukier drobny – przeznaczony do wypieków, a także mielony, czyli cu-

kier puder, używany do wykonania lekkich kremów, lukru czy puszystych ciast. Cukier biały występuje również w postaci kostek – formie, która powstała z myślą o wygodnym dosładzaniu napojów. Dostępny jest także w zestawach jednorozporcyjnych saszetek wytwarzanych przede wszystkim na potrzeby branży HoReCa (branża hotelarska i gastronomiczna).

Inną odmianą cukru, jaką bez problemu znajdziemy w sklepach, jest wariant trzcinowy. To cukier nierafinowany, wytwarzany z trzciny cukrowej. Jego charakterystycznymi cechami są złocisto-brązowy odcień ziaren, karmelowy posmak, a także lepka konsystencja. Takie właściwości nadaje mu melasa (naturalny syrop), która w tym przypadku nie jest oddzielana od kryształków.

Wiele osób mylnie utożsamia cukier trzcinowy z brązowym. Nie należy ich jednak identyfikować jako ten sam produkt. Cukier brązowy jest bowiem cukrem rafinowanym, uzyskiwanym z buraków cukrowych, a swój kolor zawdzięcza zabarwieniu karmelem.

Ksylitol i erytrytol

W ostatnich latach na rynku spożywczym popularne i powszechnie dostępne stały się półsyntetyczne zamienniki cukru – ksylitol i erytrytol. Produkty te można



stosować do wypieków, napojów, dżemów i innych potraw. Sprzedawane są w opakowaniach w formie saszetek lub pudełek o różnych pojemnościach – najczęściej 250 lub 500 g.

Ksylitol to cukier brzozy, naturalnie występujący także w wielu owocach, warzywach i zbożach. Jego ważną właściwością jest wytwarzanie w organizmie odczynu zasadowego, a także niższy indeks glikemiczny i niższa kaloryczność w stosunku do cukru. Często wybierany przez osoby na diecie lub z niektórymi dolegliwościami zdrowotnymi.

Erytrytol uzyskuje się z kolei w procesie fermentacji glukozy, w którym udział biorą różne gatunki drożdży. Naturalnie występuje on np. w wodorostach lub niektórych owocach. Erytrytol jest ceniony za smak zbliżony do cukru przy jednoczesnym zachowaniu niskiego indeksu glikemicznego i niskiej kaloryczności.



Syropy

Naturalnymi zamiennikami cukru dostępnymi na rynku spożywczym są rozmaite syropy, przede wszystkim: syrop klonowy, z agawy, daktylowy. W kuchni mogą być używane jako dodatki do ciast i placków, a także koktajli. Płynna konsystencja sprzyja łatwemu łączeniu z innymi składnikami.



Syrop klonowy wywodzi się z Kanady, gdzie nazywany jest „płynnym złotem”. Pozyskiwany jest z soku drzew klonowych, który poddany działaniu temperatury zamienia się w syrop.

Syrop z agawy wyróżnia się natomiast bardzo słodkim smakiem. Bywa nazywany też miodem lub nektarem i swoim wyglądem często przypomina płynny miód.

Pochodzi z Meksyku, gdzie występują gatunki agawy, z których można uzyskać syrop. To produkt popularny m.in. wśród wegan, którzy stosują go jako zamiennik dla miodu. Należy jednak pamiętać, że nie jest to produkt niskokaloryczny.

Syrop daktylowy to produkt uzyskiwany z owoców palmy daktylowej. Jest wysokokaloryczny, ale bogaty w wiele składników odżywczych, takich jak: wapń, potas, magnez czy witaminy A, C i E.

Miód

Popularną alternatywą dla cukru, mającą szerokie zastosowanie szczególnie w dziedzinie piekarnictwa oraz przy dosładzaniu napojów, są miody. Wielu konsumentów uznaje je za ulubione zamienniki cukru. Znaczenie ma tutaj przede wszystkim smak i dostępność zróżnicowanych gatunków miodów. Miód znajduje szczególne zastoso-

wanie w sezonie jesienno-zimowym, kiedy ze względu na swoje właściwości, może wspomagać odporność. Ze względu na różne warianty smakowe poszczególnych miodów, może on w ciekawy sposób wzbogacić napój, deser lub danie.

Cukier kokosowy

Cukier kokosowy wytwarzany jest z palmy kokosowej, a ściślej mówiąc z soku pozyskiwanego z jej kwiatowych pąków. Jest naturalnym źródłem błonnika i wielu substancji odżywczych. Jego charakterystyczną cechą jest kokosowy smak z karmelową nutą, a także przyjemny zapach. Może być stosowany do słodzenia napojów, deserów i dań podawanych zarówno na zimno, jak i na ciepło. Może być używany jako dodatek do potraw kuchni indyjskiej czy tajskiej.

Spożycie cukru a zasady żywienia

Kontrolowanie spożycia cukru to ważny element zbilansowanego stylu życia. To także wymóg żywieniowy dotyczący osób borykających się z dolegliwościami

takimi jak cukrzyca, insulinooporność czy miażdżyca.

Warto mieć świadomość, że cukier spożywamy nie tylko w postaci produktu słodzącego czy w słodyszach. Zawierają go m.in. napoje, jogurty i serki homogenizowane, płatki śniadaniowe, sosy i ketchupy, a nawet owoce. Informację o jego zawar-

“

Poza standardowym „kryształem” kupowanym z myślą o dosładzaniu herbaty czy kawy, konsumenci mają do wyboru także cukier drobny – przeznaczony do wypieków i mielony

tości w danym artykule spożywczym znajdziemy na opakowaniu. Producenci są zobligowani do umieszczania na etykietach informacji o zawartości węglowodanów w produkcie, w tym również cukrów. Weryfikując skład produktu, należy brać pod uwagę

pojawiające się na nich różne nazwy cukrów. Są to np.: glukoza, fruktoza, sacharoza, laktoza, galaktoza, skrobia. Ważną informacją dla konsumenta jest także to, na której pozycji na liście składników znajduje się cukier. Widniejące na etykiecie składniki uporządkowane są bowiem w kolejności od tych występujących w produkcie w największej ilości, do tych zawartych w ilościach najmniejszych. ♦



PÂTISSERIE DU CHEF

GOTOWE NA ŚWIĘTA!



54958

CIASTO Z ORZESZKAMI PEKAN
I SYROPEM KŁO NOWYM

53318
CIASTO MARCHEWKOWO - ORZECOWE



41292
MAKOWIEC Z SEREM



- PORCJOWANE ■ GOTOWE DO PODANIA PO ROZMROŻENIU
- BEZ SZTUCZNYCH AROMATÓW I BARWNIKÓW ■ JAJA Z CHOWU BEZKŁATKOWEGO