

FMCG trends

NUMER 013 • LATO 2025 • PISMO BEZPŁATNE • ISSN 2543-6147

K A T A L O G B R A N Ż O W Y

RYNEK LODÓW

Tradycja i innowacje

ZRÓWNOWAŻONE OPAKOWANIA

W trosce o środowisko

SYSTEM KAUCYJNY

Jak będzie działał?

PISTACJOWY SZAŁ

Egzotyczne desery i przekąski



Letnia OFERTA SKLEPÓW

Produkty na wakacyjne wyjazdy



ARIMO
COFFEE

Najlepszy biznes robi się przy dobrej kawie

Sprawdź naszą
ofertę specjalną
dla branży
HoReCa i FMCG

ARIMO.PL



**ZIELONA KAWA
NA ZDROWE
ODCHUDZANIE**



**KAWA
KRAFTOWA**

Od 30 lat produkujemy najlepszą kawę dla Twojego biznesu.

MACRO
OD 1995

Wakacyjne trendy

Gdy wakacje za pasem, oferty sklepów urozmaicane są nie tylko produktami spożywczymi odpowiednimi na cieplejsze miesiące. Lato to okres, gdy chętniej wyruszamy w podróż, a wolny czas staramy się spędzać w sposób atrakcyjny i aktywny. Wiedzą o tym managerowie sieci handlowych, dlatego w tym okresie również w asortymencie sklepów i marketów dostępnych jest wiele produktów oraz akcesoriów, które będą przydatne podczas wakacyjnego relaksu nad wodą, plażowania czy uprawiania sportów.

Lato sprzyja też odkrywaniu nowych smaków i trendów. Takim ogólnosiątkowym hitem, który podbija świat kulinarny, ale również mediów społecznościowych stały się pistacje. Ich popularność wpływa na branżę spożywczą. Producenci i sklepy poszerzają swoje oferty o nowe produkty, aby sprostać oczekiwaniom konsumentów, których fascynuje odkrywanie innych kultur i smaków.

Modne angielskie słowo „superfood” także robi ostatnio zawrotną karierę, a produkty nim określane zyskują na popularności jako urozmaicenie codziennej diety. To asortyment wybierany głównie przez konsumentów poszukujących sposobów na tworzenie zbilansowanych posiłków. Szeroka dostępność w sklepach z naturalną żywnością, sklepach internetowych, ale też w większości stacjonarnych placówek handlowych sprzyja rozwojowi trendu na „superżywność”.

Owoce cytrusowe są dostępne przez cały rok, ale latem nabierają szczególnego znaczenia w diecie, w kuchni, a ostatnio także w innych dziedzinach. Świeży aromat, orzeźwiający smak i energetyczne kolory sprawiają, że cytrusy są symbolem lata. W ciepłe dni popularnością cieszą się pomarańcze, limonki, grejpfruty, ale to cytryny są prawdziwymi gwiazdami tych wakacji.

O tych i wielu innych interesujących tematach piszemy w najnowszym wydaniu Katalogu Branżowego „FMCG trends”.

Życzymy miłej 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
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, 23, 43, 55, 57, 67, 68.



Rynek

- 8** Niezmiennie stawiamy na jakość, polskie pochodzenie i innowacje
- 12** Zrównoważone opakowania
- 14** Jakie opakowania zostaną objęte kaucją?
- 30** Wzrost sprzedaży w kategorii żywność i napoje
- 34** Tatrzańska tradycja ze źródła natury
- 60** Pistacjowy zawrót głowy

- 62** Żywność kiszona i fermentowana

Handel

- 6** Sezon na świeże warzywa i owoce
- 50** Skąd pochodzi mięso oferowane w sprzedaży?
- 64** Atrakcyjna ekspozycja letniego asortymentu
- 66** Karmy dla zwierząt



Lody i napoje

- 16** Od tradycji do innowacji
- 18** Ulubione smaki lodów
- 20** Nawodnienie w upalne dni
- 28** Małe formaty napojów

Wakacje

- 32** Letnia oferta sklepów



- 36** Słodkości w ofertach producentów i sklepów
- 42** Lekkie przetwory mleczne
- 45** Nabiałowe produkty proteinowe
- 46** Sezon pod znakiem soczystych owoców
- 48** Artykuły na wakacyjne aktywności

Light & Fit

- 52** „Superprodukty” na sklepowych półkach
- 54** Żywność bez laktozy
- 56** Przyprawy do urozmaicenia smaku potraw, ciast i deserów



Sezon na świeże warzywa i owoce

Kontrole jakości sezonowych produktów

Tekst **Monika Pawluk** źródło: IJHARS

Zdjęcia ©Shutterstock.com

Wraz z nadejściem sezonu, kiedy w sprzedaży oferowane są świeże owoce i warzywa, Inspekcja Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych uruchomiła intensywne kontrole jakości produktów. Działania odbywają się w punktach handlowych na terenie całego kraju.

Jak informuje na swojej stronie internetowej IJHARS, o prowadzonych kontrolach opowiedzieli podczas zorganizowanej w dniu 23 kwietnia konferencji prasowej w Broniszach koło Warszawy dr Przemysław Rzodkiewicz, Główny Inspektor Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych i Ewa

i bezpieczeństwem żywności czuwają wszystkie instytucje i inspekcje kontroli podległe Ministerstwu Rolnictwa. Naturalnie, przede wszystkim promujemy polską, zdrową żywność, ale częścią tej promocji jest również rzetelna informacja. Konsument podejmując decyzje zakupowe, ma prawo wiedzieć, z jakiego kraju pochodzą towary i jakie wymagania jakościowe wobec naszych partnerów handlowych są przez nas bezwzględnie wymagane. I podstawowy warunek: zaufanie. Konsument musi być pewny, że faktycznie wszystkie instytucje

kontroli działają w jego – Konsumenta interesie. Tu nie może być żadnych wyjątków lub usprawiedliwianych okoliczności – zapewnił Stefan Krajewski, Sekretarz Stanu w Ministerstwie Rolnictwa i Rozwoju Wsi, cytowany w komunikacie prasowym opublikowanym na stronie internetowej IJHARS.

Wysoka jakość i bezpieczeństwo żywności

Resort rolnictwa zachęca polskich konsumentów, aby stawiali na polskie produkty wytwarzane przez polskich rolników. – Konsument oczekują bezpiecznych, świeżych i odpowiednio oznakowanych produktów, natomiast rolnicy i handlowcy liczą na sprawiedliwą ocenę ich pracy i wsparcie w budowaniu zaufania do polskich produktów – powiedział Stefan Krajewski.

Zaufanie do produktów budowane jest wśród konsumentów przede wszystkim przez najwyższą jakość asortymentu wprowadzanego do obrotu oraz prowadzenie uczciwych praktyk handlowych. Nad tym czuwa IJHARS.

– Wraz z rozpoczęciem sezonu na świeże owoce i warzywa, Inspekcja Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych będzie na bieżąco monitorować i kontrolować pojawiający się w sprzedaży asortyment. Naszym celem jest szybkie reagowanie na wszelkie sygnały i podejrzenia nieprawidłowości, aby zapewnić konsumentom wysoką jakość i bezpieczeństwo produktów. Cieszy nas rosnąca



Piszczek, Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych. W briefingu uczestniczył także Stefan Krajewski, Sekretarz Stanu w Ministerstwie Rolnictwa i Rozwoju Wsi oraz Prezes Zarządu Spółki „Warszawski Rolno-Spożywczy Rynek Hurtowy S.A.” w Broniszach, Krzysztof Karpa. Prowadzone działania mają na celu skontrolowanie jakości produktów trafiających na rynek oraz ochronę interesów zarówno konsumentów, jak i zasad uczciwej konkurencji na rynku. – Nad bezpieczeństwem żywnościowym



świadomość handlowców w zakresie jakości i wymagań rynkowych. Liczymy na dobrą współpracę, która leży w interesie wszystkich stron – przede wszystkim konsumentów, którzy zasługują na produkty najwyższej jakości – zadeklarował dr Przemysław Rzodkiewicz, Główny Inspektor Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych.

Truskawki pod szczególnym nadzorem

Wśród produktów, które znajdują się pod szczególnym nadzorem kontrolerów, są truskawki. Sprawdzane jest oznakowanie kraju pochodzenia owoców wprowadzanych do handlu w sklepach i na bazarach. – Handlarze wykorzystują fakt, że konsumenci polscy są spragnieni krajowych owoców i już zidentyfikowaliśmy podejmowanie prób przesyłania importowanych owoców z Grecji czy Hiszpanii i sprzedawania ich jako polskie – poinformowała cytowana w komunikacie prasowym inspektor Ewa Piszczek, Mazowiecki Wojewódzki Inspektor Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych.

Tego typu działania podejmowane są każdej wiosny. W ubiegłym roku IJHARS kontrolowała świeże owoce i warzywa podczas kontroli planowych oraz podejmowała działania doraźne, reagując na bieżące krytyczne sytuacje, jakie pojawiały się na rynku. W 2024 roku inspektorzy IJHARS odwiedzili łącznie 660 podmiotów – sklepy, hurtownie, centra dystrybucyjne, giełdy hurtowe itp.

„W 309 podmiotach, tj. blisko połowie skontrolowanych, jakość i znakowanie owoców, warzyw oraz ziemniaków nie spełniało wymagań określonych w przepisach. W zakresie wymagań jakościowych oraz znakowania łącznie skontrolowano – 3 119 partii, o masie 2 524 t. Kontrole IJHARS obejmują przede wszystkim weryfikację zgodności świeżych owoców i warzyw z wymaganiami określonymi w normach handlowych UE, które odnoszą się na przykład do dojrzałości, klasyfikacji, wielkości i prezentacji” – czytamy w komunikacie prasowym IJHARS.



Najczęstsze nieprawidłowości

Według danych zaprezentowanych przez IJHARS w poprzednim sezonie łącznie zakwestionowano w zakresie: wymagań jakościowych – 51 partii owoców i warzyw o masie 1,6 t, znakowania – 645 partii (169,5 t), faktur i dokumentów towarzyszących – 156 partii (213,5 t).

Najczęściej stwierdzanymi nieprawidłowościami były: całkowity brak oznakowania, brak kraju pochodzenia lub podanie

podmiotu, pod nazwą którego dany środek jest wprowadzony do obrotu, informacji o kraju pochodzenia lub wizerunku flagi kraju pochodzenia lub brak obydwu wymaganych informacji, całkowity brak oznakowania, podanie niepełnej nazwy produktu (np. „ziemniaki”, bez określenia „ziemniaki wczesne”), brak masy netto na opakowaniu.

Prowadzone działania mają na celu skontrolowanie jakości produktów trafiających na rynek oraz ochronę interesów zarówno konsumentów, jak i zasad uczciwej konkurencji na rynku

niewłaściwej informacji o kraju pochodzenia, brak informacji o odmianie oraz klasie jakości w przypadku produktów objętych szczegółowymi normami handlowymi, podanie na opakowaniach klasy jakości dla produktów objętych wymaganiami ogólnej normy handlowej, dla której nie obowiązuje klasyfikacja.

Natomiast w przypadku znakowania ziemniaków najczęściej stwierdzane nieprawidłowości to: brak nazwy środka spożywczego, nazwy lub firmy i adresu

„**“** Jak czytamy w komunikacie IJHARS, podczas kontroli wymagań jakościowych określonych w normach handlowych UE inspektorzy IJHARS wykryli niespełnienie wymagań minimalnych w przypadku pomidorów, ogórków, borówki amerykańskiej, malin,

pomarańczy, fasolki szparagowej, sałaty lodowej, sałaty masłowej, papryki, bakłażana, buraków czerwonych, kapusty czerwonej, cebuli czerwonej, jabłek, mango, pietruszki, śliwek, szpinaku. Stwierdzone wady jakościowe dotyczyły najczęściej utraty jędrności i świeżości, objawów zepsucia, zapleśnienia i gnicia. W przypadku ziemniaków inspektorzy stwierdzili niespełnienie wymagań minimalnych przez obecność zazieleniałych bulw oraz objawów zepsucia i gnicia. ♦

Niezmienne stawiamy na jakość, polskie pochodzenie i innowacje



Obecnie niezmiennie istotne jest znalezienie równowagi między tradycją a innowacyjnością. Z jednej strony Polacy są silnie przywiązani do wyrobów i marek, które dobrze znają, z drugiej zaś nieustannie poszukują nowości, odpowiadających ich potrzebom żywieniowym oraz stylowi życia. Ważna jest także transparentność komunikacji – konsumenci chcą wiedzieć, skąd pochodzą produkty, jak są wytwarzane i jakie korzyści płyną z ich spożywania – mówi Małgorzata Cebelińska, Wiceprezes Zarządu SM Mlekoop, z którą rozmawiamy o sytuacji na krajowym rynku mleka, oczekiwaniach konsumentów wobec przetworów mleczarskich oraz letniej odsłonie nowości produktowych, które pojawiły się w ofercie Mlekoopu.

Rozmawiała **Monika Pawluk**
Zdjęcia **SM Mlekoop**

Jak ocenia Pani aktualną sytuację na rynku krajowym? Czy pozwala ona z optymizmem patrzeć na popyt na przetwory mleczne?

Po trudnych latach mierzenia się ze skutkami wysokiej inflacji obecnie obserwujemy stopniową stabilizację rynku mleka i jego przetworów. Nabiał stanowi aktualnie niemal 16% wartości koszyka spożywczego i zajmuje drugie miejsce pod względem częstotliwości pojawiania się na paragonach. Równie istotne jest wyraźne wyhamowanie wzrostu średnich cen produktów mleczarskich, co jest pozytywną informacją dla konsumentów.

Warto podkreślić, że Polska, między innymi dzięki warunkom naturalnym oraz nowoczesnej infrastrukturze przetwórczej, jest trzecim największym producentem mleka w Unii Europejskiej i zajmuje 12. miejsce w rankingu światowym. W związku z tym rodzima branża mleczarska ma duży potencjał eksportowy. Obecnie około 30% krajowej produkcji mleka i jego przetworów trafia za granicę. Podobnie jest w wypadku Mlekoopu. Blisko 30% naszych

wyrobów wysyłamy do ponad 100 krajów na świecie, ze szczególnym uwzględnieniem dynamicznie rozwijających się rynków Azji Południowo-Wschodniej i Bliskiego Wschodu.

Z drugiej strony wyzwaniem nadal pozostają dla nas koszty produkcji i przetwórstwa, presja cenowa, ciągle rosnące kosztowne wymagania Unii Europejskiej, np. związane ze zrównoważonym rozwojem czy czynniki pogodowe, jak susze, które mają bezpośredni wpływ na dostępność pasz.

Spółdzielnia Mleczarska Mlekoop dostosowuje się do tych uwarunkowań poprzez szereg strategicznych inwestycji, z których największą jest obecnie budowa nowoczesnego centrum magazynowo-logistycznego w Grajewie. Równolegle konsekwentnie rozwijamy swoje zaplecze produkcyjne i wdrażamy rozwiązania przyjazne dla środowiska, inwestując w najnowocześniejsze technologie przetwórstwa mleka oraz między innymi w instalację nowoczesnych kotłowni wykorzystujących paliwa niskoemisyjne.

Dzięki tym działaniom umacniamy swoją pozycję odpowiedzialnego producenta, gotowego sprostać rosnącym wymaganiom zarówno krajowego, jak i międzynarodowego rynku.

SM Mlekoop od lat realizuje strategię konsolidacji. Jakie szanse daje i jakie wyzwania stawia przed producentami proces łączenia rynku mleczarskiego?

Konsolidacja to naturalna odpowiedź na kierunek rozwoju rynku mleczarskiego. W 2023 roku w strukturę Mlekoopu weszła Łódzka Spółdzielnia Mleczarska JOGO, co pozwoliło nam między innymi na zwiększenie bazy surowcowej w centralnej Polsce, a także na poszerzenie naszego portfolio o kolejną lokalną markę. Wcześniejsze sukcesy, np. kultowego już sera z krówką od Rolmleczu czy Maślanki Mrągowskiej, wyraźnie pokazują, jak korzystny dla dużego podmiotu przetwórczego jest rozwój znanych lokalnie marek, które przy odpowiedniej strategii stają się rozpoznawalne nie tylko w całym kraju, ale i za granicą.

Konsolidacja pozwala Spółdzielni przede wszystkim na zwiększenie skali działania i efektywności operacyjnej, a także na optymalizację kosztów oraz znacznie lepsze wykorzystanie potencjału eksportowego.

Z perspektywy dostawców natomiast współpraca z Mlekiem gwarantuje regularność i terminowość wypłat, pewność odbioru mleka bez względu na wahania rynkowe oraz dostęp do nowoczesnych programów wsparcia technicznego i szkoleniowego. Większe podmioty, jak nasza Spółdzielnia, dzięki efektywniejszemu zarządzaniu kosztami i szerszym możliwościom sprzedaży wyrobów gotowych, mają też możliwość oferowania lepszych cen za surowiec.

Biorąc pod uwagę te czynniki, uważam, że procesy konsolidacyjne, przeprowadzone w sposób przemyślany i odpowiedzialny społecznie, są jedyną drogą do budowania w Polsce silnej i konkurencyjnej na rynkach zagranicznych branży mleczarskiej.

W jaki sposób producenci mogą skutecznie identyfikować i dostosowywać asortyment do zmieniających się potrzeb konsumentów?

Współczesny konsument jest znacznie bardziej świadomy niż jeszcze kilka lat temu – zwraca uwagę nie tylko na smak produktów, ale także na ich pochodzenie, wartości odżywcze, wpływ na zdrowie czy zrównoważony rozwój. Ta rosnąca świadomość żywieniowa przekłada się na konkretne oczekiwania wobec wyrobów mleczarskich. Konsumenty poszukują produktów o dodatkowych walorach funkcjonalnych, z krótką, czystą etykietą, pozbawionych zbędnych dodatków, a także dostosowanych do specjalnych potrzeb dietetycznych.

W Mleku uważnie śledzimy trendy żywieniowe i zmieniające się preferencje konsumenckie. Obserwujemy przede wszystkim rosnące zainteresowanie produktami funkcjonalnymi – odpowiadając na tę potrzebę, między innymi rozwijamy

linię Łaciate Protein+, obejmującą obecnie kefiry jogurty pitne, mleko wysokobiałkowe czy serki kremowe w dwóch wariantach smakowych. Wyroby te skierowane są nie tylko do sportowców czy osób aktywnych, ale do wszystkich dbających o zdrową dietę. Równie istotny jest trend „on-the-go”, dlatego stawiamy na wygodne opakowania, które pozwalają na konsumpcję naszych produktów „w biegu”.

Długoterminowo pracujemy nad produktami o właściwościach prozdrowotnych w ramach programu badawczego Nutritech. Naszym celem jest opracowanie wyrobów zawierających naturalne składniki pożądanego w zbilansowanej diecie

Uważam, że obecnie niezmiennie istotne jest znalezienie równowagi między tradycją a innowacyjnością. Z jednej strony Polacy są silnie przywiązani do wyrobów i marek, które dobrze znają, z drugiej zaś nieustannie poszukują nowości, odpowiadających ich potrzebom żywieniowym oraz stylowi życia. Ważna jest także transparentność komunikacji – konsumenci chcą wiedzieć, skąd pochodzą produkty, jak są wytwarzane i jakie korzyści płyną z ich spożywania.

Doskonałym przykładem tej filozofii jest marka Łaciate, która w tym roku obchodzi swoje 30-lecie. Przez te trzy dekady niezmiennie stawialiśmy na jej jakość i polskie pochodzenie, jednocześnie wprowadzając innowacje, jak linia Protein+, desery z maślanką czy produkty bez laktozy.

Czy trendy związane z naturalnością i redukcją cukru znajdują odzwierciedlenie w ofercie SM Mleko?

Współczesne trendy żywieniowe, w tym popularność różnych diet, znacząco wpływają na preferencje konsumentów. Social media dodatkowo wzmacniają świadomość żywieniową, a influencerzy i eksperci

dietetyczni edukują społeczeństwo na temat znaczenia naturalnych składników i ograniczenia cukru w diecie.

Od zawsze stawiamy na wyroby o prostym składzie, powstające z najwyższej jakości polskiego mleka. Nasze twarogi, jogurty czy kefiry charakteryzują się niskim stopniem przetworzenia i brakiem

“

konserwantów. Doskonałym przykładem są tutaj produkty fermentowane – maślanki, kefiry czy Ayran, które zawierają wyłącznie naturalne składniki i znajdują szerokie zastosowanie we współczesnej kuchni.

W odpowiedzi na trend redukcji cukru niedawno wprowadziliśmy do naszej oferty mleko Łaciate o smaku czekoladowym bez dodatku cukru – produkt, który cieszy

się dużym zainteresowaniem szczególnie wśród rodziców dbających o zdrową dietę swoich dzieci. Wspomniana już linia Łaciate Protein+ również wpisuje się w tę tendencję – jogurty i kefiry wysokobiałkowe charakteryzują się zerowym dodatkiem cukru, dostarczając jednocześnie do 29 gramów białka w jednej porcji.

Jak obecnie kształtują się kierunki rozwoju segmentu serów twardych?

Segment serów twardych przechodzi obecnie ciekawą transformację, którą napędzają zarówno wspomniana już rosnąca świadomość konsumentów, jak i ich zmieniający się styl życia. Z jednej strony obserwujemy premiumizację – konsumenci coraz częściej traktują ser nie tylko jako składnik kanapki, ale jako element kulinarnych doznań, co przekłada się na zainteresowanie produktami premium. Stąd rosnące zainteresowanie serami dojrzewającymi na suchą skórę, jak sery z linii Senator – Senator Gouda i Senator Emmentaler.

Warto również wspomnieć o popularności serów w plastrach czy w wiórkach, które zapewniają wygodę i są odpowiedzią na szybkie tempo życia. Obserwujemy także ►



wzrost zainteresowania serami w dużych, ekonomicznych opakowaniach dla większych rodzin, jak i mniejszymi formatami w wypadku małych czy wręcz jednoosobowych gospodarstw domowych.

Przyszłość segmentu widzę zatem w połączeniu tradycji z innowacyjnością – w zachowaniu klasycznych receptur przy jednoczesnym wprowadzaniu nowych formatów i rozwiązań technologicznych, które ułatwią konsumentom codzienne przyrządzanie posiłków.

Jakimi produktami w letnich odśro- nach chcecie Państwo zainteresować konsumentów?

Lato to czas, kiedy zmieniają się nie tylko preferencje smakowe kupujących, ale także sposób spożywania produktów mlecznych. Tradycyjnie na znaczeniu zyskują te, które można spożyć podczas aktywności na świeżym powietrzu – od pikników po wakacyjne wyjazdy.

Naszą flagową propozycją na lato są zatem fermentowane napoje mleczne – Maślanka Mrągowska, kefir y łacięte czy Ayran. Wyroby te doskonale gaszą pragnienie w upalne dni, a jednocześnie mogą mieć korzystny wpływ na procesy trawienne. Szczególnie na popularności zyskuje Ayran – doskonała alternatywa dla tradycyjnych orzeźwiających napojów i świetny dodatek np. do dań z grilla.

Nie zapominamy też o produktach do letniego gotowania – śmietanki łacięte doskonale sprawdzają się w zupach, chłódnikach i koktajlach, dipy śmietanowe typu crème fraiche są idealnym dodatkiem do sałatek i warzyw, a Krążki serowe od Mlekpól to propozycja dla miłośników plenerowego ucztowania, gotowa do wrzucenia na ruszt.

Entuzjaści deserów ucieszą się natomiast między innymi z limitowanych, sezonowych smaków serków homogenizowanych Rolmlecz: tropikalnego oraz agrestu z czerwoną porzeczką.

Jakie jeszcze produkty w najbliższym czasie zadebiutują w ofercie Mlekpól?

Jak już wspomniałam, systematycznie rozbudowujemy linię produktów marki łacięte Protein+. Ostatnio wprowadziliśmy na rynek wysokobiałkowe serki kremowe w dwóch smakach: naturalnym i z cebulą i szczypiorkiem.

Długoterminowo pracujemy nad produktami o właściwościach prozdrowotnych w ramach programu badawczego Nutritech. Naszym celem jest opracowanie wyrobów zawierających wyłącznie naturalne składniki pożądane w zbilansowanej diecie człowieka.

Wszystkie te nowości wpisują się w nasze zobowiązanie do dostarczania konsumentom zdrowych produktów najwyższej jakości.

Jak skonstruować komunikację mar- ketingową, która trafi do różnych grup odbiorców?

Zawsze pytamy, czego ludzie naprawdę dziś potrzebują, z jakimi wartościami kojarzy im się nabiał, jak zmienia się rytm ich dnia. Rodzina dbająca o zdrowie, młodzi single preferujący produkty „on-the-go” czy osoby poszukujące smaku premium – każdy potrzebuje innych korzyści. Spot telewizyjny buduje masową świadomość, media społecznościowe pozwalają na interaktywny dialog, a w punkcie sprzedaży kupujący podejmują decyzję o zakupie.

Przykładem jest nasza nagrodzona, jubileuszowa kampania Rolmleczu „Wszystko się zmienia, ale smak dzieciństwa zostaje z nami”. Trafiła ona do starszego pokolenia dzięki telewizji, ale jednocześnie dotarła do młodszych odbiorców za pośrednictwem TikToka i Instagrama – z dynamicznymi, humorystycznymi treściami. Obecnie trwające kampanie, jak „Dołutuj się!”, „Nieźle zamieszaj w kuchni” czy „Gotuj jak po maśle” także łączą różne kanały przekazu, stanowią połączenie promocji produktów z wartością dodaną, jaką są kulinarne inspiracje.

Skuteczna komunikacja wymaga zatem synergii rzetelnej analizy, wyrazistych historii i konsekwentnej obecności tam, gdzie jest konsument. ♦

ZBUDUJ MRĄGOWSKĄ FORMĘ NA LATO



**WSPARCIE
MARKETINGOWE:**



TV



INFLUENCERZY



DIGITAL



OOH

MAŚLANKA MRĄGOWSKA. TYL DOBRA.

Zrównoważone opakowania

W trosce o środowisko

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

Odpowiedzialność za środowisko naturalne wymaga podejmowania konkretnych działań. Producenci z branży spożywczej również wprowadzają różnorodne rozwiązania, które mają przyczynić się do propagowania ekologicznych postaw. Przykładem są zrównoważone opakowania, projektowane w taki sposób, aby zmniejszyć negatywny wpływ na środowisko.



We współczesnym świecie troska o środowisko ma ogromne znaczenie w przypadku prowadzenia jakiegokolwiek działalności. Jakość powietrza, zasoby czy naturalne ekosystemy są istotne dla funkcjonowania wielu dziedzin. Także w przypadku przetwórstwa, w tym również w branży spożywczej, wdrażane są nowoczesne rozwiązania, które mają na celu zapobiec degradacji planety. Tego typu działania są coraz częściej oczekiwane od producentów przez społeczeństwo. Niejednokrotnie przedsiębiorców do wdrożenia ekologicznych rozwiązań obligują także obowiązujące przepisy. W ich kontekście zrównoważona produkcja

staje się obecnie wymogiem, a z drugiej strony wyzwaniem, którego szanujące się marki nie mogą ignorować.

Racjonalne gospodarowanie odpadami

Kwestią, która ma ogromne znaczenie w kontekście produkcji żywności, jest prowadzenie racjonalnej gospodarki odpadami. Problemem może być ich zagospodarowanie, selektywna zbiórka czy recykling. Z tego względu coraz więcej marek spożywczych w ramach odpowiedzialności

społecznej i ekologicznej decyduje się na wprowadzanie na rynek produktów w zrównoważonych opakowaniach.

Czym wyróżnia się takie rozwiązanie? W porównaniu do standardowych opakowań, przy zastosowaniu tych zrównoważonych można w pewien sposób zminimalizować wpływ tej kategorii wyrobów na środowisko. Co istotne, odbywać się to może już od etapu produkcji i transportu, późniejszej dystrybucji, użytkowania, aż do utylizacji.

Opakowania biodegradowalne

Zrównoważone opakowania wykonywane są z materiałów przyjaznych środowisku – biodegradowalnych, czyli takich, które ulegają naturalnemu procesowi rozkładu pod wpływem mikroorganizmów. W ten sposób powstają np. folie kompostowalne wytwarzane ze skrobi kukurydzianej bądź ziemniaczanej, które ulegają rozkładowi i nie zanieczyszczają przy tym środowiska.

Takie „zielone” paczki, pudełka czy pojemniki powinny być wykonane też



z materiałów, które nie będą narażać środowiska na nieodwracalne straty. Nowoczesne technologie wdrażane przez zakłady produkujące żywność pozwalają na zastosowanie odnawialnych źródeł energii w procesach wytwarzania artykułów spożywczych. Wykorzystują również surowce, które są niewyczerpalne.



Ogromne znaczenie ma tutaj recykling. Choć w przypadku opakowań na żywność nie jest to takie proste. Produkty spożywcze muszą być bowiem umieszczane w paczkach, pudełkach i pojemnikach, które zostały przetworzone z opakowań po żywności. Niezbędne jest przy tym zapewnienie bezpiecznego przechowywania żywności. Z tego względu istotne zadanie w procesie recyklingu ma selektywny zbiór odpadów, oddzielenie opakowań po żywności, które będą nadawały się do przetworzenia, a następnie zapakowania żywności, zgodnie z obowiązującymi normami.

Zielone trendy

Minimalizacja negatywnego wpływu na środowisko wcale nie musi oznaczać rezygnacji z funkcjonalności. Zrównoważone opakowania pozwalają na wprowadzanie praktycznych rozwiązań. Przykładem są opakowania wielokrotnego użytku, które mają wszechstronne zastosowanie – po zużyciu produktu nadają się do przechowywania innych artykułów lub przedmiotów. Dobrą praktyką, która wpisuje się w „zielone” trendy, są również opakowania zwrotne.

Zrównoważone opakowania to także praktyka związana z podawaniem konsumentom informacji na temat tego, z jakich materiałów zostały wykonane oraz dotyczących właściwej segregacji. Ta wiedza jest istotna w kontekście wpływu opakowania na środowisko naturalne oraz możliwości jego odpowiedniej utylizacji.

Zrównoważone opakowania odznaczają się też minimalizacją zużytego

filozofią, która ma na celu niemarnowanie surowców oraz minimalizowanie ilości odpadów, które trafiają do kosza, a następnie na wysypiska.

Opakowania jadalne

Innowacyjnym rozwiązaniem w dziedzinie pakowania żywności, na które decydują się niektóre firmy, są opakowania jadalne. Kategorie ta obejmuje specjalne powłoki, folie, a nawet naczynia, które wytwarza się ze składników nadających się do spożycia. Często są to naturalne komponenty, takie jak: żelatyna, skrobia, otręby pszenne, wytlaki z oliwek czy białko sojowe. Wytwarzane z nich kubki, talerze, miski, w których przechowywane są produkty spożywcze, stanowią alternatywę dla tradycyjnych opakowań. Na rynku dostępne są również jadalne torebki, które są produkowane ze specjalnego żelu. Użytkowanie tych opakowań nie oznacza jednak konieczności ich zjadania. Są to produkty biodegradowalne oraz kompostowalne,

do ich produkcji materiału. Technologia pakowania jest opracowywana w taki sposób, aby zabezpieczała produkt, ale jednocześnie nie generowała nadmiernej ilości niepotrzebnych odpadów.

Opakowania są projektowane w taki sposób, aby ograniczyć ich negatywny wpływ na środowisko. Takie praktyki mają też związek z ideą zero waste, czyli

zatem po zużyciu produktu nie będzie problemu z ich zutylizowaniem.

Sposób pakowania produktu przejawem troski o planetę

Współcześni konsumenci są wymagający, jeśli chodzi o kwestie związane z ekologią. Wnikliwie poszukują i analizują informacje na temat procesu produkcji czy składu produktów. Ważny jest dla nich również sposób pakowania produktów, w którym przejawia się troska firmy o planetę. Wdrażanie innowacyjnych rozwiązań w produkcji żywności oraz opakowań to

“

W branży FMCG wdrażane są nowoczesne rozwiązania, które mają na celu zapobiec degradacji planety. Tych działań oczekują od producentów konsumenci

ważny element strategii marki, który wpływa także na przywiązanie konsumentów do jej asortymentu. Chcąc stworzyć atrakcyjny produkt, marka musi zadbać również o jego ekologiczne, „zielone” opakowanie. To zadanie może być realizowane na wiele sposobów, np. poprzez

tworzenie paczek, pudełek czy pojemników wielokrotnego użytku, transparentność dotyczącą informowania konsumentów o składzie opakowań, wprowadzanie do obrotu opakowań biodegradowalnych, kompostowalnych lub sięganie po alternatywy dla tradycyjnych rozwiązań, czyli opakowania jadalne. ♦



System kaucyjny

Jakie opakowania zostaną objęte kaucją?

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

Od 1 października 2025 r. wejdą w życie przepisy wprowadzające system kaucyjny. Natomiast w sklepach zaczną pojawiać się opakowania z logiem kaucji. Ministerstwo Klimatu i Środowiska podczas konferencji prasowej zorganizowanej na początku czerwca zaprezentowało główne założenia programu.



System kaucyjny to mechanizm, który ma na celu prowadzenie skutecznej gospodarki odpadami poprzez recykling i ponowne wykorzystanie opakowań. – System kaucyjny to realna wartość dla środowiska i dla obywateli. Dzięki niemu odzyskamy nawet ponad 90% opakowań, a każdy z nas będzie mógł łatwo otrzymać kaucję za butelki i puszki. To wygodne, ekologiczne i opłacalne rozwiązanie, które działa już w wielu krajach Europy – mówiła wiceministra Anita Sowińska na konferencji prasowej w Ministerstwie Klimatu i Środowiska.

Jakie opakowania zostaną objęte systemem?

Jak informuje na swojej stronie internetowej ministerstwo, systemem kaucyjnym zostaną objęte 3 typy opakowań: butelki plastikowe, czyli popularne butelki PET do 3 l, puszki metalowe do 1 l, butelki szklane (wyłącznie wielokrotnego użytku) do 1,5 l. Natomiast kaucja będzie wynosić 50 gr na butelki plastikowe i puszki metalowe oraz 1 zł na butelki szklane wielokrotnego użytku. Na opakowaniu podlegającym kaucji będzie umieszczony wyraźny logotyp z informacją dla konsumentów, ile wynosi kaucja za dane opakowanie – czy jest to 50 gr czy 1 zł. – Ten system będzie bardzo intuicyjny, ale też bardzo wygodny dla konsumenta. Nie trzeba będzie się martwić o to, w którym sklepie kupiliśmy napój, bo

można będzie oddać go w każdym, który przystąpił do systemu – zaznaczyła podczas konferencji prasowej wiceministra klimatu i środowiska.

Konsumenci nie powinni mieć problemu w rozpoznaniu opakowania, które będzie objęte kaucją. Jak informuje w swoim komunikacie prasowym Ministerstwo Klimatu i Środowiska, na etykiecie opakowania w systemie kaucyjnym znajdować się będzie logo systemu oraz informacja o wysokości kaucji. Ma to być jasny sygnał dla konsumentów, że to opakowanie można zwrócić w wyznaczonych do tego miejscach i odzyskać pieniądze.

Zasady działania systemu

W momencie wejścia w życie nowych przepisów, czyli od 1 października 2025 r. sklepy o powierzchni powyżej 200 m², czyli duże i średnie, będą zobowiązane do przyjmowania opakowań z logiem systemu kaucyjnego. Do systemu będą również mogli dobrowolnie dołączyć mniejsze sklepy. Operatorzy systemu będą mieli obowiązek zagwarantowania przynajmniej jednego punktu odbioru w każdej gminie. – Wiemy,

że jest duże zainteresowanie podpisywaniem umów z operatorami, ponieważ sklepy widzą w tym korzyść i możliwość budowania dłuższej relacji z klientami – dodała podczas konferencji prasowej wiceministra.

Aby dokonać zwrotu opakowań objętych kaucją, nie będzie potrzebny paragon. „Wystarczy niezgniecione opakowanie z etykietą, z kodem kreskowym i logiem systemu kaucyjnego. Opakowanie powinno być puste – przed zwrotem należy je opróżnić. Nie trzeba myć opakowania. Opakowania będzie można oddawać w specjalnych automatach zlokalizowanych w sklepach lub bezpośrednio u sprzedawcy” – czytamy w komunikacie prasowym opublikowanym na stronie internetowej MKiŚ.

Kaucję będzie można odebrać po zwrocie opakowania do wyznaczonego punktu w sklepie lub specjalnym automacie. ♦



Lody i napoje



Od tradycji do innowacji

Trendy na rynku lodów

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

Sezon wiosenno-letni to czas wprowadzania do sklepowego asortymentu zróżnicowanej gamy orzeźwiających przekąsek. Wśród produktów dla ochłody nie może zabraknąć lodów. Co roku producenci i punkty handlowe proponują nam dobrze znane, ale też nowe odsłony mrożonych deserów, a na kształt oferty duży wpływ mają aktualne spożywcze trendy. Tym razem tendencje są mocno urozmaicone. Z jednej strony na znaczeniu zyskują lody tradycyjne, a z drugiej produkty czerpiące inspirację z całego świata. Pojawiają się też zaskakujące innowacje.

Oferta lodów każdego roku tworzona jest z myślą o bardzo zróżnicowanych gustach konsumentów. Stąd też do dyspozycji mamy tak szeroki wybór orzeźwiających przysmaków. Mrożone desery różnią się między sobą pod wieloma względami: smakiem, teksturą, formą podania czy formatem opakowań. Dzięki temu kupujący mogą próbować rozmaitych odsłon lodów, by zapewnić sobie bogate wrażenia smakowe, poznawać nowe warianty popularnych smakotyków, a także znaleźć wśród nich ulubione produkty. Charakter dostępnego asortymentu kształtują jednak nie tylko ogólne preferencje smakoszy, ale też zmieniające się sezonowe trendy. Jakie tendencje królują w tym segmencie w 2025 roku?

Ponadczasowa klasyka

Mody się zmieniają, ale klasyka zawsze pozostaje aktualna. To samo można powiedzieć o kategorii lodów, wśród której tradycyjne smaki od lat cieszą się niestąbną popularnością. Kultowe śmietankowe lub waniliowe desery o kremowej strukturze, bez polewy lub oblane czekoladą, to ponadczasowy wariant mrożonej przekąski, który ma wierne grono miłośników.



Kremowe masy wzbogacone bakaliami, sosami, sorbetami i owocami sezonowymi czy z dodatkiem czekolady również nie tracą na znaczeniu. Amatorzy słodkości chętnie wybierają też lody inspirowane smakami klasycznych deserów, takich jak włoskie tiramisu i panna cotta, francuski crème brûlée czy amerykańskie brownie.

Słodki smak dzieciństwa

Smak lodów potrafi przenieść nas myślami do beztroskich dziecięcych czasów. Ponieważ aspekt sentymalny jest jednym z czynników wpływających na wybór konkretnych produktów, producenci często sięgają po nostalgiczne smaki, przywołujące miłe wspomnienia konsumentów. Tak wykształcił się trend na lody



inspirowane dzieciństwem. To przede wszystkim mrożone desery mleczne o prostym składzie nawiązujące do smaku tych, które były dostępne przed laty. Klimat retro przywołują zarówno przekąski na patyku, ale też te

w formie lodowej kanapki w wafelkach lub ciastkach. Wśród mrożonego asortymentu można też spotkać produkty o smaku tradycyjnych cukierków, np. kukulek i krówek.

W tendencję powrotu to tradycji wpisują się również lody rzemieślnicze, nazywane kraftowymi. Wytwarzane są one na mniejszą skalę, często ręcznie, z użyciem naturalnych i lokalnych składników, zwykle bez sztucznych barwników, konserwantów czy aromatów. Producenci lodów rzemieślniczych chętnie odtwarzają dawne receptury, ale też tworzą własne, kreatywne i niepowtarzalne kompozycje.

Z nutą egzotyki

Polscy konsumenci są przywiązani do tradycyjnych smaków, a jednocześnie stają

się coraz bardziej otwarci na poznawanie nowych kulinarnych doświadczeń. Z tego powodu na polskim rynku lodów dużą popularność zyskują smaki egzotyczne. Mrożone desery w formie kremowej lub soczystych lodów wodnych o smaku



cytrusów, ananasa, mango czy marakui to lubiany przez konsumentów sposób na orzeźwienie i ochłodę w upalne dni. Kojarząc się z wakacjami, przywołują letni nastrój i wspomnienie tropikalnego urlopu.

Prawdziwym przebojem tego lata stały się natomiast lody pistacjowe oraz inspirowane smakiem wiralowej dubajskiej czekolady, która w błyskawicznym tempie podbiła świat. W odpowiedzi na nowy trend wielu producentów w tym sezonie wzbogaciło swoje portfolio mrożonych deserów właśnie o ten ciekawy wariant smakowy.

W poszukiwaniu nowych smaków polscy konsumenci chętnie próbują zyskującej na popularności kuchni azjatyckiej. Wraz z popularyzacją koreańskiej i japońskiej kultury, na polski rynek trafia coraz więcej oryginalnych produktów spożywczych z tych krajów, albo wyrobów inspirowanych smakami państw Dalekiego Wschodu. Wśród nich są też lody. Popularność zyskują np. te o smaku japońskiej herbaty matcha, z owocem yuzu albo mrożone odpowiedniki ciasteczek mochi.

Letnia ochłoda w azjatyckim stylu

Zainteresowanie wzbudzają ostatnio też koreańskie lody bingsu. To zimny deser przygotowywany ze zmielonego aromatyzowanego lodu z różnymi kombinacjami dodatków. Jego historia sięga podobno

XV wieku. Ten wariant lodów można już znaleźć w menu restauracji z azjatycką kuchnią oraz kawiarniach.

Zaskakujące połączenia

Współczesny rynek lodów to również rozwój i innowacje. Konsumenci są zaskakiwani przez producentów ciekawymi wariacjami smaków. Nowością w dziedzinie mrożonych deserów są słodko-wytrawne połączenia. W europejskich lodziarniach w tej kategorii znajdziemy dziś już nie tylko nutę stonego karmelu, ale też nietuzinkowe mrożone propozycje o smaku sera – twarogu, sera koziego, a nawet sera pleśniowego.

Ciekawość konsumentów wzbudzają również lody ziołowe. Ich twórcy obok już dobrze znanej mięty oferują np. zimne smakotyki o smaku bazylii czy z dodatkiem rozmarynu. Gratką dla miłośników nieoczywistych smaków są także lody kwiatowe, np. lawendowe.

Mrożony deser dla wymagających

Polscy konsumenci stają się coraz bardziej wymagający wobec artykułów spożywczych. I mimo że lody

Konsumenci chętnie wybierają m.in. lody inspirowane smakami klasycznych deserów, takich jak włoskie tiramisu i panna cotta czy francuski crème brûlée

często nabywają jako artykuły impulsowe, spontanicznie podejmując decyzję zakupową, zwracają uwagę na skład i jakość produktu. Stąd też rosnąca w siłę kategoria lodów premium, bazujących na składnikach wysokiej jakości, ale też ręcznej produkcji. Z myślą o konsumentach wdrażających specjalne diety powstają natomiast stale wzbogacane nowymi wariantami linie lodów bez laktozy, wegańskich czy proteinowych.

Z kolei dla urozmaicenia doświadczeń smakowych i sensorycznych, jakich wymagają współcześni konsumenci, duże znaczenie ma łączenie w ramach jednego produktu różnych tekstur.



Na patyku, w rożku czy familijne?

Trendy w branży mrożonych deserów wpływają też na popularność określonych formatów letnich przekąsek. Od lat niezmiennie królują tutaj lody impulsowe w poręcznej formie rożka, na patyku czy kanapki zamkniętej w wafelek, ale też zamknięte w jednoporcjowe kubeczki. Rosnącym zainteresowaniem cieszą się też multipaki, czyli pudełka zawierające po kilka sztuk lodów w wersji mini lub pełnowymiarowej. Mogą to być zarówno produkty o tym samym smaku albo miksy wariantów, aby można było posmakować różnych odston mrożonego deseru.

Z kolei po opakowania familijne o dużej pojemności sięgamy zwykle, by dzielić się słodkościami z bliskimi podczas wspólnie spędzanego czasu lub przygotować poczęstunek z okazji letniego przyjęcia w gronie znajomych. ♦



Ulubione smaki lodów

Jakie produkty preferują konsumenci?



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

Lato to czas, kiedy coraz częściej sięgamy po słodkie, chłodne przekąski. Mowa o lodach w różnych postaciach, których smaki skradną serce niejednego miłośnika mrożonych deserów. Jest wiele dostępnych wariantów, idealnych zarówno dla tych, którzy pozostają wierni tym klasycznym, jak i tym nieco nowocześniejszym smakom.

Dlaczego latem tak chętnie sięgamy po lody i mrożone desery? Poza zachwycającym smakiem i aksamitną konsystencją są to przekąski, które przyjemnie nas chłodzą, idealnie dopełniając chwile beztróskiego

relaksu, np. podczas wakacyjnych urlopów. W zależności od preferencji konsumenci mogą wybierać spośród wyjątkowo szerokiego asortymentu. Zainteresowaniem cieszą się zarówno klasyczne lody o aksamitnej konsystencji, jak i sorbety czy shake'ie w rozmaitych smakach. Które z propozycji mrożonych deserów dostępnych na rynku zdobywają uznanie wśród fanów słodkich przekąsek idealnych na letnie upały?

Klasyka zawsze w modzie

Pomimo znacznego rozwoju propozycji mrożonych przekąsek, nadal duża część konsumentów pozostaje wierna klasycznym smakom,

często też znanym z czasów dzieciństwa. Mowa tutaj o kultowych wariantach lodów, które są obecne na rynku od wielu lat.

Jakie smaki najczęściej wybierają konsumenci? Wśród klasycznych propozycji znajdują się lody waniliowe lub śmietankowe. Plusem dla wielu osób jest fakt, że ich delikatny smak sprawdzi się również jako ochładzający dodatek, wzbogacający smak gorącej szarlotki oraz innych ciast. Kolejnymi, równie cenionymi opcjami są lody czekoladowe lub truskawkowe, uwielbiane przez dzieci i dorosłych.

W ofertach sklepów spożywczych dostępny jest też bogaty wybór lodów i deserów o innych smakach. Wśród popularnych wariantów można wymienić słony karmel, krówkę, toffi, kokos, orzech, kawę, czy klasyczne lody waniliowe i śmietankowe z dodatkiem bakalii.

Nietypowe połączenia smakowe

Kategoria lodów i deserów mrożonych jest stale urozmaiana o nowe smaki. W tym przypadku konsumenci często stawiają na orzeźwiające produkty, np. połączenie mięty z czekoladą.

W trendach obecnego roku szczególnie miejsce zajmują też lody inspirowane tradycyjnymi deserami. Przykładem mogą być lody z dodatkiem ciasteczek korzennych. Ciekawą opcją w przypadku miłośników niestandardowych smaków jest również asortyment urozmaicony słonymi przekąskami takimi jak popcorn lub słodyczą cyrkonowych churrosów. W tym przypadku liczy się smak produktów oraz oryginalne dodatki w postaci chrupiących przekąsek.

W trendy konsumenckie wpisują się również lody pistacjowe, chatkowe, inspirowane smakiem sernika, piernika, brownie, tiramisu lub pączków z marmoladą i cukrem pudrem, które z pewnością przypomną nam o smakach dzieciństwa.



Sorbety

Kolejną słodką propozycją, którą klienci bez problemu znajdą w każdym sklepie, są orzeźwiające owocowe sorbety. W tym przypadku konsumenci przy zakupie poszukują produktów charakteryzujących się oryginalnym smakiem oraz naturalnym składem. Ilość dostępnych wariantów na rynku jest tak duża, że każdy znajdzie coś idealnego dla siebie, niezależnie od gustów.



Wśród lodowych sorbetów szczególną popularnością cieszy się smak truskawki, maliny, cytryny czy jagody. To idealna, a jednocześnie o wiele lżejsza alternatywa dla klasycznych lodów.

Rożek, na patyku czy w kubeczku?

Konsumenci stają przed wyborem nie tylko odpowiedniego smaku, ale również rodzaju lodów. Oczywiście sprowadza się on zazwyczaj do dylematu czy wybrać deser w rożku, na patyku czy w kubeczku. Każda z tych propozycji posiada swoich zwolenników, jednak nieustannie największym zainteresowaniem cieszą się lody na patyku. To idealny sposób na szybką, chłodną przekąskę, po którą możemy sięgnąć zarówno podczas domowego relaksu, jak i spacerów w promieniach słońca. Lody w tej formie pojawiają się w coraz ciekawszych odsłonach, często z dodatkiem smakowitej polewy czekoladowej, wzbogaconej o chrupiące dodatki podkreślające smak masy lodowej.

Pomimo tak dużej popularności lodów na patyku, zainteresowaniem konsumentów cieszą się również ich warianty w rożkach. Słodkie i przyjemnie chrupiące wafelki stanowią



doskonały dodatek do chłodnego deseru. Najpopularniejsze smaki to te urozmaicone dodatkiem czekolady oraz karmelowego lub owocowego syropu.

Ilość wariantów lodów jest naprawdę duża. Wśród nich znajdują się także lodowe kanapki, czyli lody umieszczane pomiędzy dwoma wafelkami, ciastkami lub herbatnikami. To coraz chętniej wybierana alternatywa, po którą sięgają osoby w każdym wieku.

Cenioną opcją są również lody w kubeczku. Wygodne opakowanie i różnorodność smaków, w jakich są dostępne, to główne zalety tych produktów.

Lody na patyku dla wielu konsumentów stanowią nostalgiczny powrót do

dzieciństwa, czyli czasów beztroski, zabawy i niezapomnianych wakacji.

Istnieje również rozwiązanie idealne dla osób, którym zależy na słodkim poczęstunku dla całej rodziny. Mogą to być nie tylko rodzinne opakowania tradycyjnych lodów, ale również wszelkie rolady i torty lodowe. To ciekawa opcja, która z pewnością urozmaici niejedno spotkanie w gronie przyjaciół i rodziny.

Shake lodowy – idealny na upalne dni

Taka propozycja, inaczej nazywana koktajlem mlecznym, również należy do grona popularnych letnich przekąsek. To nic innego jak napój przygotowywany ze zmiksowanego mleka i świeżych lub mrożonych owoców, które dodatkowo podkreślą jego smak. Takie zimne desery, które spotykamy zazwyczaj w lodziarniach i cukierniach, możemy również wykonać samodzielnie we własnym domu.

Jaki smak wzbudza największe zainteresowanie wśród miłośników chłodnych słodkości? Najczęściej wybierane są lody klasyczne – waniliowe, śmietankowe, czekoladowe lub truskawkowe. Niekiedy jednak możemy również spotkać bardziej urozmaicone, a nawet bardzo oryginalne połączenia smakowe, które cieszą się podobnie dużą popularnością wśród miłośników mrożonych deserów. ♦



NAWODNIENIE W UPALNE DNI

WODY, SOKI I NAPOJE



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

Wyższe temperatury latem sprawiają, że poszukiwane są różne sposoby na skuteczne nawodnienie organizmu. Chłodzą i orzeźwiają różnego rodzaju napoje, których bogata oferta dostępna jest w ofertach sklepów i producentów. Klienci mogą wybierać spośród wielu smaków oraz formatów wód, soków, napojów gazowanych, niegazowanych, a nawet mlecznych.



Soki owocowe i warzywne

Latem konsumenci chętnie sięgają po soki owocowe. Popularne są zarówno produkty wytwarzane na bazie owoców krajowych, takich jak jabłko czy gruszka, jak i egzotyczne smaki: pomarańcze, mandarynki, banany, multiwitamina. Cenione są połączenia

soku owocowego z miętą, która nadaje napojowi orzeźwiający smak. Klienci sklepów poszukują zazwyczaj produktów o naturalnych składach i ekologicznym pochodzeniu. W ofertach sklepów i producentów dostępne są nie tylko soki owocowe, ale również warzywne. »



Po prostu woda

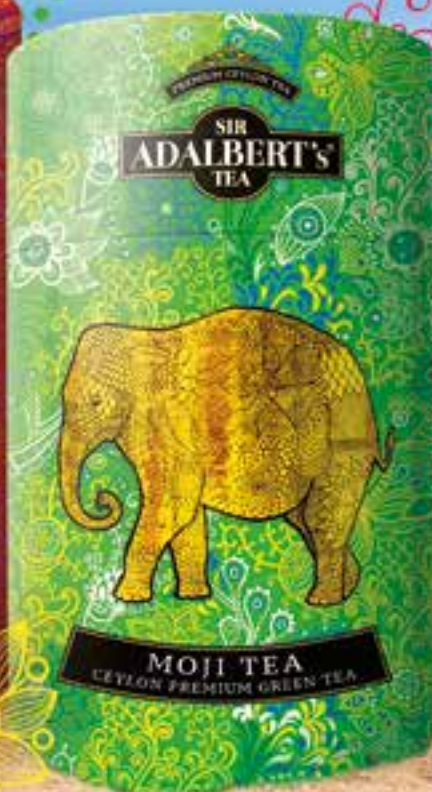
Zmieniający się styl życia społeczeństw oraz nawyków żywieniowych sprawiają, że coraz więcej konsumentów, poszukując sposobów na nawodnienie organizmu, sięga po wodę. Wśród wyborów zakupowych znajduje się np. woda mineralna gazowana. Konsumenti cenią ją za smak i musujące bąbelki, które przyjemnie orzeźwiają

po aktywnie spędzonym dniu. Zaletą dla wielu osób jest fakt, że producenci wprowadzają na rynek wody o różnej intensywności gazowania: lekko lub mocno gazowane. Wśród popularnych opcji są również wody niegazowane oraz wody funkcjonalne, np. z dodatkiem magnezu, elektrolitów czy witamin. Ciekawą opcją są wody smakowe z sokiem lub miętą. ►►



SMAK LATA

W KAŻDEJ
KROPLI



Kto powiedział, że herbata jest tylko na zimowe wieczory?

Spróbuj mocktailu o smaku
RÓŻY I KARDAMONU!

Składniki:

- 1 łyżeczka herbaty Adalbert's ROSE & CARDAMOM
- 250 ml gorącej wody
- 50 ml świeżo wyciśniętego soku z pomarańczy
- 20 ml syropu różanego
- 100 ml wody gazowanej
- Kostki lodu
- Dekoracja: plasterki cytryny lub kilka płatków róży

Przygotowanie:

1. Zaparz herbatę w 250 ml gorącej wody, następnie ostudź i wstaw do lodówki na 30 minut.
2. W wysokiej szklance umieść kostki lodu, dodaj świeżo wyciśnięty sok z pomarańczy oraz syrop różany.
3. Dodaj kostki lodu, wlej schłodzoną herbatę i dopełnij wodą gazowaną.
4. Delikatnie wymieszaj napój i udekoruj plasterkiem cytryny lub kilkoma płatkami róży.

Mojito opowiedziane na nowo
z **MOJI TEA!**

Składniki:

- 1 łyżeczka herbaty Adalbert's MOJI TEA
- 250 ml gorącej wody
- 1 łyżeczka miodu
- Sok z 1/4 limonki
- 100 ml wody gazowanej
- Kostki lodu
- Plasterki limonki i listki świeżej mięty

Przygotowanie:

1. Zaparz herbatę Moji w 250 ml gorącej wody, następnie ostudź i wstaw do lodówki na 30 minut.
2. Do wysokiej szklanki wrzuć świeżą miętę, dodaj sok z limonki i miód, delikatnie ugnieć muddlerem.
3. Dodaj kostki lodu, wlej schłodzoną herbatę i dopełnij wodą gazowaną.
4. Udekoruj plasterkami limonki i listkami mięty.

biuro@adalberts.pl
www.sklep.adalberts.pl





Bogaty wybór napojów

Napoje można podzielić na produkty gazowane i niegazowane. Obie kategorie są bardzo rozbudowane, jeśli chodzi o dostępny na rynku asortyment. Wśród napojów gazowanych latem cenione są produkty o smakach owocowych, jak i coli. Konsumenci lubią też orzeźwiający lemoniady, toniki oraz oranżady. Natomiast

w przypadku napojów niegazowanych popularne są owocowe lub warzywne nektary. W upalne dni konsumenci chętnie sięgają też po orzeźwiający mrożone herbaty. Rozwijającą się kategorią produktów są napoje izotoniczne zapewniające nawodnienie osobom uprawiającym sporty. Przy wyborze napojów konsumenci zwracają uwagę na ich naturalny skład oraz zawartość cukru.



Owocowe smoothies

Oprócz tradycyjnych soków ciesząc się zainteresowaniem opcją stają się napoje tłoczone oraz w wersjach smoothie. Są to lekkie i orzeźwiające napoje. Można je przygotować samodzielnie, ale w ofertach sklepów również dostępnych jest wiele smakowitych propozycji. Smoothie na bazie truskawek

i bananów, pomarańczy, borówek, maliny czy jeżyn to tylko niektóre z ulubionych smaków owocowych napojów wybierane przez konsumentów. Produkty te sprzedawane są z lodówek, co stanowi dodatkową zaletę latem, gdy potrzebne jest szybkie orzeźwienie. Smoothie wybierane jest przez konsumentów, którzy prowadzą aktywny styl życia. »



Mleczne orzeźwienie

Latem królują nie tylko soki i napoje. Ochłode w upalne dni mogą przynieść również napoje mleczne. Szczególnie kategoria produktów fermentowanych, czyli maślanek i kefirów, ceniona jest jako składnik letniej diety. Konsumenci wybierają zazwyczaj tradycyjne, naturalne smaki tych produktów. Lubią też ich lekkie,

owocowe odstony. Wśród napojów mlecznych prym wiodą też jogurty pitne, które występują w wielu wariantach smakowych. Wśród chętnie wybieranych produktów są te o smaku: truskawki, maliny, owoców leśnych, banana czy mango. Napoje mleczne dają orzeźwienie, ale też stanowią sycącą przekąskę, którą można spożywać na śniadanie czy pomiędzy głównymi posiłkami. ♦

TEJO
WINES

Odkryj wina
Z OGRODU PORTUGALII



ANDRZEJ STRZELCZYK
MISTRZ POLSKI SOMMELIERÓW

ZAPYTAJ O OFERTĘ!



WINAZTEJO.PL
TEJO@4PUBLIC.PL



REKLAMA

CUKRY
NYSKIE
1949

CHRRUP!
-nij Chrupsa



www.cukrynyskie.com.pl

Małe formaty napojów

Wygodna opcja na podróż

Tekst **Magda Baskurzyńska**

Zdjęcia ©Shutterstock.com

Nadszedł czas wakacji. Z całą rodziną wybieramy się na wyjazd i wycieczki pełne relaksu, by z radością i ekscytacją poznać nowe miejsca. Długie podróże wymagają zaopatrzenia się nie tylko w przekąski, ale również różnorodne napoje. Na jakie propozycje zwrócić uwagę? Lato to okres, podczas którego sklepowe półki przepełnione są wieloma wariantami soków, napojów gazowanych i niegazowanych, wód czy innych, równie zachęcających propozycji idealnie dostosowanych zarówno na te dłuższe, jak i krótsze podróże.



Jakie napoje wybrać na podróż? Coraz częściej sięgamy po mniejsze pojemności uwielbianych soków, napojów, gazowanych i niegazowanych wód czy mrożonych herbat. Takie rozwiązanie pozwala na bezproblemowy transport butelek, które nie zajmą dużo miejsca w plecakach czy torbach. Są również niezwykle poręczne, dlatego bez obaw możemy zabrać je ze sobą na plażę i długą wędrówkę po górach. Szczególnie latem dostępna jest bogata oferta tych produktów, które z pewnością skradną serca zarówno dzieci, jak i dorosłych.

Woda mineralna

Woda to podstawowy napój, który warto mieć przy sobie, nie tylko w upalne dni.

Podczas wakacji szczególnie z zainteresowaniem cieszą się mniejsze formaty. W zależności od zapotrzebowania konsumentów, mogą to być butelki mieszczące: 0,33 l, 0,5 l, 0,7 l czy nawet 1 l. Do wyboru jest wiele rodzajów wody mineralnej. Wśród popularnych opcji są te niegazowane lub musujące, są te przez zwolenników gazowanych napojów. Są doskonałą propozycją, która pozwoli nam się skutecznie nawodnić. Niektórzy jednak nie przepadają za smakiem klasycznej wody, dlatego wiele osób sięga po wody smakowe lub urozmaicone dodatkowymi składnikami. Mogą to być na przykład produkty z dodatkiem mięty, cytryny, truskawki czy jabłka, występujące często bez dodatku cukru. To najpopularniejsze warianty, również dostępne w poręczniejszych butelkach, które znajdziemy w wielu sklepach spożywczych.



Napoje i soki owocowe

Równie dużym zainteresowaniem klientów cieszą się soki, nektary i napoje owocowe, które zdobywają szczególne uznanie wśród tych najmłodszych uczestników sezonowych wyjazdów. Tego typu propozycje występują w małych kartonikach ze słomką, najczęściej o pojemności 200 ml. To jedna z chętnie wybieranych opcji przez dzieci, które mogą szybko ugasić pragnienie i delektować się zachwycającym smakiem soczystych owoców. Nieco większe wersje soków i napojów owocowych dostępne w butelkach to również dobra propozycja na wyjazd. Bogaty wybór smaków takich jak jabłko, pomarańcza, multiwitamina i wiele innych doskonale się sprawdzi również jako dodatek do przekąsek przygotowanych na podróż.



Soki warzywne

Istnieje również idealne rozwiązanie dla zwolenników warzyw. Soki warzywne, a szczególnie te w mniejszych, szklanych butelkach zdobywają uznanie wśród osób dbających o zbilansowany styl odżywiania. Najczęściej wybierane są soki pomidorowe, których smak urozmaica jest poprzez dodatek różnorodnych przypraw i naturalnych dodatków. Mogą to być między innymi nadające ostry smak papryczki jalapeño. Istnieją również ciekawe alternatywy napojów tworzone z myślą o osobach preferujących łagodne produkty. Soki pomidorowe z dodatkiem selera, ziół czy imbiru z pewnością sprawdzą się w takich sytuacjach. Kolejną, równie smaczną i zdrową propozycją jest sok z buraka. To doskonały dodatek do posiłku, a zapakowany w małej butelce, idealnie się nada na podróż. Taka propozycja jest bogata w cenne składniki odżywcze, ważne w naszej codziennej diecie.



Napoje izotoniczne

To kolejne z propozycji, po które często sięgamy podczas sezonu letniego. Szczególnie napoje izotoniczne, które występują w nieco mniejszych puszkach i butelkach, są cenione przez osoby aktywne fizycznie, poszukujące idealnego sposobu na szybkie nawodnienie i uzupełnienie elektrolitów. Ich rosnąca popularność sprawia, że pojawia się coraz więcej smaków, które przypadną do gustu każdej osobie poszukującej rozwiązań na dni pełne słońca i ciepła. Najczęściej spotykane są te o smaku grejpfruta, pomarańczy, cytryny, multiwitaminy oraz limonki z dodatkiem mięty. To doskonała propozycja, idealna dla każdego spragnionego letniego orzeźwienia.



Uwielbiane przez większość z nas

Klasyczne napoje gazowane już od wielu lat królują wśród miłośników słodkiego orzeźwienia. Mogą to być małe puszkki lub butelki, które doskonale sprawdzą się na spacer, wycieczkę rowerową czy długą podróż autem. Bez problemu zmieścimy je w plecaku lub torebce. Klasyczną, a zarazem jedną z najchętniej wybieranych propozycji jest cola. Pojawia się w coraz ciekawszych odsłonach, zarówno z cukrem, jak i bez jego dodatku. Szeroki

możemy wybierać spośród klasycznego smaku herbaty lub z dodatkiem owoców, takich jak cytryna, pomarańcza, malina czy brzoskwinia. To rozwiązanie skradnie serca wielu miłośników herbaty.

Kombucha

Kombucha jest jednym z coraz częściej wybieranych napojów, które doskonale sprawdzą się podczas wielogodzinnych podróży. Ten orzeźwiający napój, o lekko kwaskowatym posmaku z wyczuwalną musującą strukturą jest coraz bardziej ceniony przez konsumentów. Jak przygotowywana jest kombucha? To nic innego jak fermentowany napar z zielonej herbaty, cukru i kultury bakterii grzybka herbacianego (japońskiego) Scoby. Coraz częściej możemy na nią trafić w sklepach spożywczych, gdzie pojawia się w różnorodnych odsłonach, często z dodatkiem owoców urozmaicających jej smak. W zależności od prefe-



Coraz częściej konsumenci sięgają po mniejsze pojemności uwielbianych soków, napojów gazowanych i niegazowanych wód czy mrożonych herbat

wybór sprawia, że możemy cieszyć się możliwością selekcji spośród smaków cytryny, limonki, wiśni i wielu innych, które z czasem budzą coraz większe zaskoczenie wielu konsumentów. Tego typu napoje znajdziemy również w lodówkach sklepowych.

Mrożone herbaty

Herbaty to napoje, które posiadają wielu zwolenników. Ich mrożona wersja jest doskonałą alternatywą dla klasycznych naparów, które pijemy podczas okresu jesienno-zimowego. W sklepach spożywczych możemy znaleźć wiele interesujących propozycji, o idealnej pojemności na podróż. Mowa tutaj zarówno o małych puszkach, jak i równie niewielkich butelkach, których wnętrzu jest przepełnione bogactwem smaku. W zależności od preferencji

rencji może to być: mango, róża, ogórek, imbir oraz acerola. Wariantów smakowych jest naprawdę wiele, dzięki czemu każdy znajdzie ten idealny dla siebie. ♦



Sprzedaż detaliczna

Wzrost w kategorii żywność i napoje

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

Główny Urząd Statystyczny poinformował, że sprzedaż detaliczna w cenach stałych w kwietniu była wyższa niż przed rokiem o 7,6% (wobec wzrostu o 4,1% w kwietniu 2024 r.). W porównaniu z marcem 2025 r. notowano wzrost sprzedaży detalicznej o 6,2%. Natomiast w okresie styczeń-kwiecień 2025 r. sprzedaż wzrosła o 3,3% w skali roku (wobec wzrostu o 5,0% w analogicznym okresie 2024 r.).

Jak podaje GUS, po wyeliminowaniu wpływu czynników o charakterze sezonowym, w kwietniu sprzedaż detaliczna w cenach stałych była o 6,4% wyższa niż w analogicznym miesiącu ubiegłego roku i o 3,5% wyższa niż w marcu bieżącego roku.

Znaczny wzrost sprzedaży

W tym okresie odnotowano znaczny wzrost sprzedaży detalicznej (w cenach stałych) w porównaniu z analogicznym okresem 2024 r. odnotowano w grupach: „pojazdy samochodowe, motocykle, części” (o 14,9%), „meble, rtv, agd” (o 13,2%), „żywność, napoje i wyroby tytoniowe” (o 9,7%), „tekstylia, odzież, obuwie” (o 8,4%), „farmaceutyki, kosmetyki, sprzęt ortopedyczny” (o 7,5%).

„Spadek sprzedaży obserwowano natomiast w grupie „pozostałe” (o 6,0%). W kwietniu 2025 r. wartość sprzedaży detalicznej przez Internet w cenach bieżących była o 7,1% wyższa niż przed rokiem, a udział sprzedaży przez Internet w sprzedaży „ogółem” był taki sam i wyniósł 8,8%. Spośród prezentowanych grup o znaczącym udziale sprzedaży przez Internet wzrost udziału obserwowano w przedsiębiorstwach z grup „tekstylia, odzież, obuwie” (z 23,1% przed rokiem do 25,4%) oraz „meble, rtv, agd” (odpowiednio z 16,3% do 17,3%). Natomiast spadek udziału wykazały

jednostki z grupy „prasa, książki, pozostała sprzedaż w wyspecjalizowanych sklepach” (z 22,4% do 19,5%)” – czytamy w komunikacie GUS.

Inflacja bazowa

Wpływ na sprzedaż ma m.in. inflacja. Ta według danych Narodowego Banku Polskiego w maju po wyłączeniu cen żywności i energii wyniosła 3,3 proc. r/r. Natomiast wskaźnik CPI w analizowanym okresie wyniósł 4,0 proc. r/r. „W relacji rok do roku inflacja: po wyłączeniu cen administrowanych (podlegających kontroli państwa) wyniosła 2,5 proc., wobec 2,7 proc. miesiąc wcześniej; po wyłączeniu cen najbardziej zmiennych wyniosła 4,6 proc., wobec 4,6 proc. miesiąc wcześniej; po wyłączeniu cen żywności i energii wyniosła 3,3 proc., wobec 3,4 proc. miesiąc wcześniej; tzw. 15-proc. średnia obciąża, która eliminuje wpływ 15 proc. koszyka cen o najmniejszej i największej dynamice, wyniosła 3,8 proc., wobec 3,9 proc. miesiąc wcześniej” – podaje w komunikacie opublikowanym na stronie internetowej NBP.

Jak to interpretować?

Narodowy Bank Polski co miesiąc wylicza cztery wskaźniki inflacji bazowej, co pomaga zrozumieć charakter inflacji w Polsce. „Wskaźnik CPI pokazuje średnią zmianę cen całego, dużego koszyka dóbr



kupowanych przez konsumentów. Przy wyliczaniu wskaźników inflacji bazowej analizie są poddawane zmiany cen w różnych segmentach tego koszyka. To pozwala lepiej identyfikować źródła inflacji i trafniej prognozować jej przyszłe tendencje. Pozwala też określić, w jakim stopniu inflacja jest trwała, a w jakim jest kształtowana np. przez krótkotrwałe zmiany cen wywołane nieprzewidywalnymi czynnikami” – czytamy w komunikacie NBP.

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

Wakacje



Letnia oferta sklepów

Produkty na wakacyjne wojaże

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

Sezon wakacyjny wiąże się z licznymi wyjazdami. Poza wyborem kierunku wycieczki warto również wziąć pod uwagę kwestię przekąsek, które dostarczą nam energii, niezbędnej do odkrywania nowych miejsc. Na jakie produkty warto zwrócić uwagę?

Konsumenci w trakcie kompletowania przekąsek idealnych na drogę, skupiają się na kilku podstawowych aspektach. Mianowicie, mowa tutaj o produktach, które nie wymagają przechowywania w lodówce. Równie dużą uwagę należy zwrócić na łatwość ich transportu oraz możliwość przechowywania przy wysokich temperaturach. Zazwyczaj na podróż wybierane są różnego rodzaju konserwy mięsne czy żywność puszkowana oraz wiele innych, również smacznych propozycji, które znaleźć można na sklepowych półkach.

Suszone owoce i orzechy

Mieszanka bakalii to jedna z najpopularniejszych opcji, jakie możemy zabrać ze sobą nie tylko na wyjazd, ale również do pracy czy szkoły. Szeroki wybór propozycji, takich jak:

suszone rodzynki, śliwki, daktyle, morele czy nawet egzotyczne mango, sprawia, że każdy może znaleźć coś idealnego dla siebie. Równie cenione są suszone jagody goji oraz figi, które coraz częściej włączane są do codziennej diety.

Podobnie szybką przekąską są różnorodne orzechy i nasiona. To propozycja, która zachwyca również dużą popularnością, jak w przypadku suszonych owoców. W zależności od preferencji konsumentów mogą to być: orzechy włoskie, nerkowce, migdały lub pestki dyni i słonecznika. Wybierane są, gdyż zapewniają uczucie sytości na dłużej, idealnie się sprawdzając podczas wycieczek.

Słodkie przekąski

To kolejne z chętnie wybieranych propozycji, uwielbianych zarówno przez dorosłych, jak i tych młodszych członków rodziny. Konsumenci oprócz tradycyjnych wariantów, sięgają także po batony zbożowe, które stanowią przekąskę pomiędzy głównymi posiłkami. Oprócz zbóż w składzie tego typu produktów cenione są również



dodatki w postaci orzechów i suszonych owoców. Konsumenci często też sprawdzają zawartość cukru w produkcie. Zaletą zbożowych przekąsek jest fakt, że będą odpowiednie na wielogodzinną podróż, a różnorodność smaków dostępnych na sklepowych półkach sprawia, że każdy może znaleźć wariant idealny dla siebie.

Żywność puszkowana

Produkty szczelnie zamknięte w metalowych opakowaniach są cenione zarówno podczas tych dłuższych, jak i krótszych wycieczek i wypraw. Uwielbiane przez turystów, którzy w łatwy sposób mogą cieszyć się możliwością spożycia żywności bogatej w białko i cenne składniki odżywcze. Jedną z cieszących się popularnością propozycji jest tuńczyk w puszcze, który najczęściej występuje w sosie własnym lub w oleju. W zależności od preferencji konsumenci mogą wybierać spośród tuńczyka w kawałkach lub rozdrobnionego. To produkt o wszechstronnym zastosowaniu, sprawdza się jako dodatek do sałatek czy kanapek. Wśród gotowych do spożycia produktów wytwarzanych na bazie ryb, przy okazji wyjazdów, biwaków wiele osób stawia na sardynki, śledzie, makrele czy szprotki, zamknięte w szczelnej puszcze. Występują w połączeniu z różnymi sosami,



wśród których najczęściej spotykany jest sos pomidorowy lub olej. Znajdują uznanie wśród zwolenników ryb, jako szybka przekąska na kanapkę.

Natomiast dla miłośników konserw mięsnych doskonałą opcją są np. mielonki, pasztety czy gulasz angielski. To produkty, które są uważane za wyjątkowo szybką i sycącą propozycję. W sklepach spożywczych znaleźć można dużą różnorodność produktów. Konsumenci przy zakupie żywności puszkowanej często zwracają uwagę na zawartość mięsa w produkcie.

Gotowe dania idealne na podróż

Wbrew pozorom, poza potrawami gotowymi, które wymagają przechowywania w lodówce i niestety nie nadają się na podróż, możemy cieszyć się również możliwością zakupu równie smakowitych dań zamkniętych w puszcze lub słoiku. W zależności od preferencji może to być fasolka po bretońsku, pulpety, klopsiki czy uwielbiane przez wiele osób gołąbki, które można na szybko odgrzać.

Na rynku dostępne są także gotowe zupy, zapakowane w słoikach lub puszkach. Wystarczy jedynie zaopatrzyć się w odpowiedni palnik turystyczny, dzięki czemu będziemy mogli się cieszyć ciepłym i pożywnym posiłkiem podczas wyjazdu. Niezależnie czy preferujemy gęstą grochówkę, aromatyczny rosół, ogórkową czy klasyczną pomidorową – każdy znajdzie coś dla siebie.

Odpowiednie nawodnienie

Poza licznymi przekąskami i daniami gotowymi warto również zwrócić uwagę na odpowiednie nawodnienie, które jest



podstawą przy wymagających aktywnościach i spacerach. Pomimo że wiele osób pozostaje wiernych słodzonemu oraz gazowanemu napojom, niektórzy zwracają uwagę również na inne propozycje. Popularną opcją jest woda mineralna niegazowana. Bogata w minerały, często z dodatkiem ekstraktów oraz soków z soczystych owoców lub mięty, doskonale się sprawdzi podczas



wysiłku fizycznego, będąc alternatywą dla napojów.

Na rynku nie brak propozycji skierowanych do osób ceniących aktywny styl życia, a wśród nich napojów izotonicznych. Popularne są ich różne warianty, zarówno z cukrem, jak i bez jego dodatku. Pozwalają na szybkie nawodnienie oraz uzupełnienie elektrolitów i węglowodanów.

“

Produkty szczególnie zamknięte w metalowych opakowaniach są cenione zarówno podczas tych dłuższych, jak i krótszych wycieczek i wypraw

Napoje idealne dla najmłodszych

Producenci oferują również wiele propozycji skierowanych w kierunku dzieci, które mogą niekoniecznie przepadać za smakiem wody. W tym przypadku cenione są różnorodne soki owocowe lub warzywne. Występują w szerokiej gamie wariantów smakowych. Banan, pomarańcza, multiwitamina czy jabłko to tylko niektóre z propozycji uwielbianych przez najmłodszych. Przy wyborze asortymentu dla dzieci zainteresowaniem cieszą się wody, soki i napoje zapakowane w niewielkie butelki lub kartoniki, które doskonale się sprawdzą zarówno podczas dłuższej, jak i krótszej podróży pełnej przygód i zabawy.

Kolejną, równie często wybraną propozycją, jest lemoniada. Orzeźwiający napój z dodatkiem cytryny i mięty może okazać się zbawieniem podczas gorących i upalnych dni. ♦

Tatrzańska tradycja

ze źródła natury

Tekst **Pinot Wine & Spirits**
Zdjęcia **TATRATEA**

Tatry urzekają majestatem górskich szczytów i pięknem natury, słyną z barwnego folkloru i przywiązania do tradycji. Bogactwo zwyczajów, ale również przekazywane z pokolenia na pokolenie receptury inspirowały producentów do kultywowania dziedzictwa związanego z wytwarzaniem regionalnych wyrobów charakterystycznych dla tego regionu. Wybitnym przykładem produktów inspirowanych tatrzańskim dziedzictwem jest seria ziołowo-herbacianych likierów Tatratea, wytwarzanych przez rodzinną słowacką firmę Karloff.



zwyczaj przygotowywania specjalnego napoju słodzonego miodem, a powstającego z mieszanki ziół, herbaty, spirytusu, bimbrow, czosnku oraz łożu. Sposoby przyrządzania sekretne mieszanek zalewanych gorącą wodą znane są do dzisiaj mieszkańcom słowackich

istniejąca od 2002 roku rodzinna, słowacka firma Karloff, której siedziba znajduje się w małym mieście Kieżmark w regionie Spisz. Budynek, w którym mieści się zakład Tatrzańská likérka, został zbudowany w 1860 r. przez Karola Weina. Pierwotnie miał służyć do przetwórstwa lnu. Był to wówczas jeden z najnowocześniejszych obiektów w całych Węgrzech.

Ponadczasowa architektura budynku, która zachowała się do dziś, zdecydowała o wpisaniu obiektu do rejestru zabytków. Niebywałą atrakcją dla turystów jest możliwość odwiedzenia destylarni oraz zapoznanie się z etapami produkcji Tatratea.

Tajniki produkcji

Sekret likierów marki Tatratea kryje się w składzie oraz procesie produkcji. Każdy z nich w zależności od smaku powstaje na bazie herbat: białej, czerwonej, zielonej i czarnej, pochodzących z Chin oraz Południowej Afryki. Dodawane są również zioła, m.in.: dziurawiec, melisa, mięta, krwawnik, wierzbowka, piołun oraz ostropest. Kluczowym elementem, o którym nie można nie wspomnieć, jest także kryształicznie czysta, źródłana woda. Każdy ze składników maceruje się oddzielnie w zimnym spirytusie przez 6-8 tygodni. Następnie

Historia Tatratea jest głęboko zakorzeniona w góralskiej tradycji, a dokładniej tradycji wytwarzania trunków na bazie ziół. Z roślin zbieranych na górskich łąkach sporządzano niegdyś nalewki, które miały rozgrzewać, ale również wykorzystywać właściwości ziół. Według lokalnych przekazów, źródła „Tatrzańskiej herbatki” sięgają jeszcze czasów, gdy w Tatrach Wysokich ukrywali się banici. Miejskowe legendy do dziś głoszą o skrywanych przez zbójników skarbach. Jednym z nich była receptura sporządzania nalewki ziołowej. Tajemnicą tą podzielili się z lokalną społecznością, rozpowszechniając na tych terenach

gór. Tradycyjne, rozgrzewające, tatrzańskie herbatki od lat serwuje się także turystom w góralskich karczmach i schroniskach. Zwyczajowo to również wyraz miejscowej gościnności, a podawaniu napoju często towarzyszą elementy lokalnego folkloru.

Bogactwo tradycji słowackich Tatr

Seria ziołowo-herbacianych likierów Tatratea jest kontynuacją bogatej tradycji słowackich Tatr. Do 2003 roku trunki wytwarzane były pod nazwą Tatrzańský čaj. Ich produkcję zajmuje się



dodawane są m.in. destylaty z owoców, soki, ekstrakty i naturalne aromaty. Po prze-filtrowaniu alkohol dojrzewa wiele tygodni w dębowych beczkach. Na ostatnim etapie produkcji gotowy likier Tatratea rozlewany jest do pięknych butelek, przypominających termosy wykorzystywane podczas górskich wędrówek. Po rozlewie następuje ostatnia kontrola jakości oraz ręczne pakowanie.

W różnych odstonach

Marka zadebiutowała likierem w klasycznej, ziołowo-herbacianej wersji Original. Następnie kolekcję ziołowo-herbacianą rozwinęto o likiery na bazie kokosa, cytrusów, brzoskwini, owoców leśnych i chinowca. Powstały także kolejne warianty na bazie ekstraktów owocowych lub kwiatowych, śmietanki, herbaty oraz dwie edycje

o mocno ziołowym charakterze: Digestif i Bitter.

Likiery Tatratea zamknięte są w stylowych, kultowych butelkach o minimalistycznym designie. Warstwa wizualna opakowań nawiązuje również do góralskiej kultury. Etykiety zdobione są ornamentami, które symbolizują m.in. życie, równowagę, energię, ziemię i niebo. ♦



Piwo Bobeer Gruit z ashwagandhą – dla niej, alkohol free

Bezalkoholowy Gruit wytwarzany w browarze rzemieślniczym Browar Bóbr zlokalizowanym w sercu Beskidu Wyspowego – Limanowej. W składzie zawiera: słód Pale Ale, słód pszeniczny, ekstrakt z korzenia Goryczki żółtej, ekstrakt z korzenia Witani ospałej (Ashwagandhy), ekstrakt z zieleń Piołunu, drożdże ze szczepu *Saccharomyces ludwigii*.

www.bo-beer.pl



Żelki w pikantnym wydaniu

Żelki bezglutenowe w kultowym kształcie misia w pikantnym wydaniu. Smaczne żelki misie o owocowym smaku i bardzo mocnym pikantnym akcencie, które spowodują eksplozję intensywnego aromatu w ustach.

www.sweet24.pl

SŁODYCZE NA LATO

Słodkości w ofertach producentów i sklepów



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

Latem konsumenci chętnie sięgają po zupełnie inne smaki swoich ulubionych produktów. Z tego względu producenci i sieci handlowe urozmaicają oferty asortymentu o nowe warianty, także w przypadku słodczy. Lekkie owocowe smaki, brak polewy, odrobina egzotyki to tylko część pomysłów na stworzenie letniego portfolio słodczy.



Owocowe żelki

Kolorowe żelki to słodczyce, które uwielbiają zarówno młodszy, jak i starsi konsumenci. Kategoria tych produktów jest bardzo szeroka. Żelki dostępne są w wielu smakach, kształtach oraz rodzajach. Wśród popularnych wariantów można wymienić słodczyce nadziewane naturalnym sokiem owocowym, jogurtowe czy kwaśne, które są preferowane jako drobna przekąska np. na podróż, do szkoły czy

do pracy, nawet w upalne dni. Konsumenci wybierać mogą także spośród różnych kształtów, co jest ważne szczególnie dla młodszych konsumentów, którzy chętnie sięgają np. po: żelki misie, paski, serca, gwiazdki, owoce czy bajkowe postacie. Ulubione warianty smakowe to: truskawka, malina, pomarańcza i cytryna, choć nie brak również miłośników oryginalnych połączeń smakowych. ▶



Ciastka i wafelki

Latem konsumenci lubią sięgać po słodkie przekąski w postaci różnorodnych ciasteczek i wafelków. Preferują produkty o lekkich, klasycznych lub owocowych smakach. Popularnym wyborem są np. herbatniki czy kruche ciastka z orzechami oraz dodatkiem bakalii, kandyzowanych owoców, sezamu czy drobinek czekolady. W ciepłe dni konsumenci sięgają też po produkty zbożowe. Latem chętniej

wyberane są słodczyce bez ciężkich polew. Przy wysokich temperaturach takie dodatki topią się i spływają. Ciasta i wafelki oblewane są białą lub kolorowymi – owocowymi polewami. W trendy wpisują się też ciastka biszkoptowe i wafelki przekładane orzeźwiającymi masami albo galaretkami czy ciastka z mlecznym nadzieniem, które przed spożyciem można schłodzić.



Czekolada z pistacjami

Czekolada dubajska, czyli nadziewana masą pistacjową oraz specjalnym ciastem – kataifi w postaci cienkich, lekko chrupiących nitek, w ostatnich miesiącach stała się hitem za sprawą wiralowych filmików publikowanych w mediach społecznościowych i wydaje się, że już ugruntowała swoją pozycję w świecie kulinariów. Produkty tego typu dostępne są w sprzedaży w różnych sieciach handlowych. Wielu

konsumentom przypadło do gustu to nieco orientalne, ale wytrawne połączenie mlecznej, białej lub gorzkiej czekolady z pistacjami i chrupiącym ciastem. Tego typu słodkości czasami są też zdobione, dlatego sprawdzają się jako upominek, ale również przekąska. Wakacje to czas odkrywania, dlatego latem wiele osób, nie tylko zafascynowanych egzotyką, z ciekawością sięgnie po ten produkt. ►►



Słodczyce okazjonalne

Wiosną i latem nie brakuje okazji do obdarowania bliskich. Wielu konsumentów stawia w tym przypadku na słodkie upominki. Dzień Matki, Dzień Dziecka, Dzień Ojca, komunie i śluby, to tylko część ważnych, rodzinnych uroczystości, podczas których można wręczyć słodkie prezenty. Najczęstszym wyborem w tym przypadku są bombonierki i czekoladowe, nadziewane praliny. Wśród produktów, które znajdują się na liście prezentów, wymienić można również

ptasie mleczko w klasycznych i urozmaiconych wariantach. Wśród smaków, które królują w tego typu produktach, oprócz czekolady, karmelu czy owoców popularnością cieszą się także kokos i orzechy. Konsumenty kompletujący upominek często wybierają także czekolady, cukierki, batony czy ciastka zamknięte w opakowania z okazjonalną szatą graficzną. W koszach prezentowych umieszczane są kremy w słoiku o smakach popularnych batonów. ♦



Profesjonalne usługi fotograficzne

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



**DESIGN
BOOK** 

www.designbook.pl

☎ 577 007 626



**CUKRY
NYSKIE**
1949

CHRRUP!

przyjemność

NOWOŚĆ

www.cukrynyskie.com.pl

Lekkie przetwory mleczne

Asortyment na lato

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

Produkty nabiałowe stanowią element diety również latem. W tym czasie konsumenci stawiają na lekkie przetwory mleczne, które nie tylko stanowią bazę do przygotowania różnorodnych potraw i deserów, ale również schłodzą organizm w upalne dni. W ciepłe miesiące konsumenci chętniej wybierają produkty lekkie, takie jak chude twarogi, maślanki, kefiry czy jogurty naturalne.

W grupie tych produktów uwagę zwraca także rosnące zainteresowanie jogurtami proteinowymi, czyli asortymentem wysokobiałkowym, a także produktami proteinowymi, które wzbogacane są dodatkowymi składnikami, np. magnezem czy probiotykami. Żywność funkcjonalna to jeden z trendów w branży FMCG. Lato sprzyja uprawianiu sportów oraz aktywnemu

Mleczne produkty z chęcią spożywane są również w cieplejsze dni. Ważnym czynnikiem, który decyduje o wzroście zainteresowania określoną grupą produktów latem, są wysokie temperatury. Nabiał przechowywany jest w lodówce, więc po powrocie do domu można szybko sięgnąć po tego typu produkt i schłodzić się np. po godzinach spędzonych na zewnątrz.

Jogurty owocowe i naturalne

Chłodnym napojem lub szybką przekąską, po którą można sięgnąć w trakcie dnia, są np. jogurty pitne. W tej kategorii produktów oferta jest bardzo rozbudowana, nie tylko smakowo, ale również pod względem formatów opakowań. W zależności od zapotrzebowania dostępne są w objętościach od 250 do 400 ml. Latem wiele osób stawia na lekkie, orzeźwiające smaki owocowe – wśród ulubionych można wymienić warianty: truskawkowe, brzoskwiniowe, bananowe, mango, marakuja, o smaku owoców leśnych czy wanilii. Częstością pozycją na zakupowej liście w gorące dni są nie tylko jogurty pitne, ale również w tradycyjnej wersji. W tym przypadku wzrasta zainteresowanie produktami z dodatkiem zbóż, orzechów, musli, miodu oraz owoców.

Produkty proteinowe i funkcjonalne

W tej kategorii jogurtów można także zauważyć znaczący udział produktów tworzonych z myślą o indywidualnych dietach, związanych z prowadzeniem aktywnego trybu życia czy z kwestiami zdrowotnymi.



wypoczynkowi, dlatego również w ciepłych miesiącach osoby o takich nawykach żywieniowych chętnie sięgają po produkty nabiałowe z półki produktów wysokobiałkowych. Zachęca do tego również szeroka gama smaków, w jakich występują jogurty proteinowe – od standardowych waniliowych, przez warianty owocowe, po inspirowane popularnymi deserami.

Kefiry i maślanki

Mleczne produkty fermentowane stanowią odrębną kategorię przetworów nabiałowych, na którą zazwyczaj wzrasta zainteresowanie klientów latem. Kefiry i maślanki często trafiają do zakupowego koszyka. Cenione są w tradycyjnych, naturalnych odstonach, jak również w urozmaiconych wariantach smakowych, ►►

SEROWARNIA



Golęczewo

Serowarnia Golęczewo, producent tradycyjnych wyrobów mleczarskich wytwarzanych w technologii rzemieślniczej. Pracujemy z szacunkiem dla mleka i przywracanej tradycji. Odkrywamy na nowo smaki i tekstury znane od pokoleń - jogurty, twarogi, sery podpuszczkowe w szerokiej gamie smaków, sery dojrzewające od 3 do 24 miesięcy, sery pleśniowe oraz absolutna nowość na rynku - pasta z długodojrzewającego sera z nutą czosnku i papryki. Wszystko w dobrym i prostym składzie, bez dodatków i konserwantów. Dumni z członkostwa w Międzynarodowej Gildii Serowarów. Dostarczamy do sieci, sklepów z żywnością naturalną, HoReCa.

kontakt@serowarniagoleczewo.pl

www.serowarniagoleczewo.pl



najczęściej owocowych, choć na rynku nie brak też kefirów i maślanek z dodatkiem płatków czekolady czy o smaku kultowych, kremowych ciast i deserów. Produkty naturalne często kupowane są również z myślą o przygotowaniu dań serwowanych na zimno, np. chłodnika czy orzeźwiających napojów smoothie.

Inspirację do tworzenia ofert produktowych stanowią również nawiązania do kuchni oraz tradycji innych krajów. Te wpływy widać również w przypadku przetworów mlecznych. Przykładem są jogurty oraz napoje jogurtowe typu greckiego, tureckiego oraz islandzkiego. Ajran oraz skyr coraz częściej zyskują popularność i zastosowanie również w polskiej kuchni. Produkty tego typu w klasycznych, jak i urozmaiconych wariantach w przypadku wielu konsumentów stanowią doskonałą propozycję przekąski, także w upalne dni, gdyż doskonale gaszą pragnienie, a do tego są sycące.

Artykuły na lekkie śniadanie

Latę poszukujemy też sposobów na przyrządzenie lekkiego śniadania, które będzie nie tylko smaczne, ale dostarczy wystarczającą dawkę energii na początek dnia. Przykładem produktów, które wielu osobom kojarzą się z porannym menu, są twarogi, zazwyczaj w wersji chudej, choć niektórzy przywiązani są też do opcji pełnotłuszczowych. Sery twarogowe podaje się do pieczywa, na słodko lub z dodatkiem świeżego szczypiorku, rzodkiewki czy ziół. Nawiązaniem do tych smaków są również serki kanapkowe, które znajdują się w ofercie wielu producentów. Dostępne na sklepowych półkach kremowe serki twarogowe z dodatkiem: ogórka, szczypiorku, koperku, chrzanu, bazylii czy czosnku niedźwiedziego, to dla wielu konsumentów również ciekawa propozycja na letnie, lekkie śniadanie. Wśród ulubionych przekąsek, wybieranych latem są również serki typu wiejskiego,



które występują w wielu odmianach – w klasycznych odstonach – ze śmietaną i solą lub z dodatkami ziół oraz owoców czy w postaci produktów wysokobiałkowych.

Sery sałatkowe i do grillowania

Lato to również czas, kiedy organizowane są imprezy na świeżym powietrzu. Wtedy konsumenci poszukują produktów, które



urozmaicą menu serwowane np. podczas grilla. Wśród przetworów mlecznych mogą to być sery. Na takie okazje konsumenci wybierają np. produkty typu feta, mozzarella, parmezan, które doskonale smakują podawane w sałatkach. Nie brak też zwolenników serów pleśniowych o bardziej wyrazistych smakach i aromatach, dlatego te artykuły również wybierane są jako

składnik letniej diety. Klienci coraz częściej skłaniają się nie tylko ku tradycyjnym wersjom serów i twarogów wytwarzanych na bazie mleka krowiego. Popularność zyskują też produkty z mleka owczego i koziego. Góralskie oscypki, korbacze czy bryndza też urozmaicają jadłospis letnich przekąsek, z tego względu regionalne receptury i smaki inspirować producentów do wprowadzania do ofert produktów, które inspirowane są podhalańskimi tradycjami. Ciekawą opcją są również sery do grillowania.

Mleczne desery

Ciepłe miesiące, dostępność krajowych, świeżych owoców zachęca do przygotowywania ciast i deserów, do których w wielu przypadkach niezbędnym składnikiem jest mleko. Produkt ten posłuży do przygotowania kremów, mas do ciast, mlecznych napojów czy kremowych lodów. Konsumenci przy wyborze mleka kierują się składem produktów. Chętnie wybierają też produkty lokalne. Znaczenie dla klientów ma również proces produkcji i to, czy konkretna marka realizuje w swojej działalności ideę zrównoważonego rozwoju.

Przetwory mleczne są często wybieraną kategorią produktów latem. Dają nie tylko ochłodę w upalne dni, ale stanowią również sycącą przekąskę pomiędzy głównymi posiłkami. ♦

Nabiałowe produkty proteinowe

Różne odsłony artykułów wysokobiałkowych

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

Nabiałowe produkty proteinowe zyskują coraz większe zainteresowanie, szczególnie wśród osób poszukujących alternatyw dla klasycznych artykułów mlecznych. Szeroki wybór wielu wariantów smakowych oraz rodzajów, od serków, kefirów, jogurtów, przez sery i twarogi, aż po lody w wielu ciekawych odsłonach, sprawia, że konsumenci chętnie po nie sięgają. Przedstawiamy zbiór najpopularniejszych propozycji, które skradną wiele kubków smakowych.



Dlaczego warto zdecydować się na żywność proteinową? Takie rozwiązanie jest szczególnie cenione ze względu na bogate źródło białka. Ciekawą opcją dla wielu konsumentów są również produkty o dodatkowo obniżonej zawartości cukru i tłuszczu.

Zalety spożycia odpowiednich ilości białka

Co skłania konsumentów do włączania tego typu produktów do diety? Dzięki dbałości o odpowiednią kompozycję codziennego jadłospisu, wzbogaconego m.in. o wysokiej jakości produkty proteinowe, mogą zadbać nie tylko o prawidłową budowę i regenerację mięśni, ale również zapewnić sobie większe uczucie sytości. Dla wielu osób to również doskonały sposób na dostarczenie organizmowi wapnia. Na rynku dostępne są produkty, które są urozmaicone dodatkiem innych składników, np. witamin.

Sery pełne białka

Przykładem produktów nabiałowych z gamy proteinowych są sery. Cenione przez konsumentów za to, że są to artykuły uniwersalne, które sprawdzą się w wielu sytuacjach. Znajdują zastosowanie nie tylko jako składnik smakowitych kanapek, ale również jako jeden z podstawowych

elementów, niezbędnych do przygotowania różnorodnych potraw.

Na rynku pojawiają się w wielu odsłonach. Nie tylko mowa tutaj o klasyce, czyli serze żółtym, ale również twarogu, parmezanie, goudzie czy mozzarelli. Często występują także w postaci plasterków, wiórek lub serków topionych. Z coraz większą łatwością możemy znaleźć tego typu produkty również w formie proteinowej, najczęściej wzbogaconej o dodatek białka serwatkowego.

Jogurty naturalne i owocowe

Kolejnymi równie cenionymi propozycjami, które często znajdują się w koszyku osób prowadzących aktywny tryb życia i wdrażających takie rozwiązania do swojej diety, są jogurty w formie proteinowej. To nie tylko smaczna przekąska, ale również doskonały sposób na dostarczenie dodatkowych ilości białka. W zależności od preferencji konsumenci mogą wybierać spośród jogurtów naturalnych lub owocowych oraz pitnych i klasycznych – w kubeczkach. Ciekawą alternatywą są również puddingi, serki oraz musy proteinowe.

Lody wysokobiałkowe

To idealna propozycja, po którą wiele osób sięga szczególnie podczas sezonu letniego. Dostępny na rynku szeroki wybór

smaków, skomponowanych na bazie mleka, wzbogaconego o dodatek owoców, bakalii czy czekolady, sprawia, że każdy smakosz mrożonych deserów znajdzie coś odpowiedniego dla siebie. Tak samo, jak w przypadku powyżej wymienionych propozycji, lody proteinowe również zdobywają uznanie wśród pasjonatów aktywnego stylu życia. Często występują w odsłonach zawierających mniejszą ilość cukru, dlatego stają się smaczną przekąską, po którą sięgnąć można również po treningu. Warto jednak pamiętać, że nie są to produkty, które możemy spożywać w nadmiarze. ♦



Cytrynowy trend

Sezon pod znakiem soczystych owoców

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

Owoce cytrusowe są dostępne przez cały rok, ale latem nabierają szczególnego znaczenia w diecie, w kuchni, a ostatnio także w dziedzinach takich jak pielęgnacja, moda i design. Świeży aromat, orzeźwiający smak i energetyczne kolory sprawiają, że cytrusy są symbolem lata. W ciepłe dni popularnością cieszą się pomarańcze, limonki, grejpfruty, ale to cytryny są prawdziwymi gwiazdami tych wakacji.

Czy można wyobrazić sobie lato bez orzeźwiającego smaku lemoniady ze świeżo wyciskany sokiem z cytryny i listkami mięty, lodów o charakterystycznym, kwaskowym posmaku albo smażonej ryby przybranej w plasterki tego owocu? Cytrynowe inspiracje królują w sezonowych kulinariach, ale nie tylko. W tym roku wakacyjna oferta sklepów z różnych branż, w tym spożywczych, odzieżowych i z artykułami

gospodarstwa domowego, przyciąga uwagę konsumentów modnym motywem soczystych owoców.

Radosny deseń ze śródziemnomorskim rodowodem

Cytrynowy trend zatacza coraz szersze kręgi. Letni asortyment przedmiotów gospodarstwa domowego, dekoracji czy odzieży zaskakuje wszechstronnym zastosowaniem motywu cytryny.



Nic w tym dziwnego. Owoc o żółtej jak słońce skórce przywołuje wakacyjną radość, beztroskę, witalność, a także błogi klimat śródziemnomorskich kurortów. Cytrynowe desenie pięknie zdobią bogatą gamę produktów codziennego użytku. Zdobienia te mają postać drobnego, regularnego wzoru wypełniającego całą powierzchnię danego przedmiotu albo podobizny pojedynczych owoców wyeksponowanych na jednolitym tle. W zależności od charakteru przedmiotu mogą być to desenie o nowoczesnym charakterze albo w stylu retro. Bywają też przedstawiane w różnych konwencjach: realistycznej, artystycznej lub bajkowej.

Cytrynowe dekory dodają pozytywnej energii i znakomicie pasują do wakacyjnych

aktywności. Dlatego ten pełen letniego uroku deseń zdobi przede wszystkim produkty tworzone z myślą o ogrodowych przyjęciach i piknikach, okolicznościowych dekoracjach stołów, aranżacji przytulnych

kuchni, a także relaksie nad wodą oraz wakacyjnej modzie. Tkaniny w cytrynowe printy, ręcznie malowane ceramiczne naczynia oraz rozmaite sezonowe akcesoria z wesołym nadrukiem podbijają serca miłośników ożywczej estetyki w subtelny wydaniu. Ten uniwersalny motyw łączy w sobie letnią swobodę z ponadczasową elegancją, a jego długa historia ma swoje źródła w kulturze celebrowania życia w stylu włoskiego dolce vita.

W krainie cytrynowych ogrodów

Cytryny do Włoch trafiły z Bliskiego Wschodu i Afryki, ale od stuleci są nieodłączną częścią krajobrazu oraz elementem lokalnej kultury południowych krańców Italii. Regiony takie jak Wybrzeże Amalfi, Kalabria, Sycylia, ale też okolice malowniczego Jeziora Garda, styną z rajszych ogrodów pełnych cennych odmian tych soczystych owoców. Uprawiane tradycyjnymi metodami, wzrastające w ciepłym śródziemnomorskim klimacie, wyróżniają się smakiem, aromatem, soczystym miąższem i cenionymi walorami wizualnymi, np. nieregularnym kształtem, dużym rozmiarem owoców czy grubą skórą. Niektóre



z lokalnych odmian opatrzone są unijnym Chronionym Oznaczeniem Geograficznym (ChNP).

Pachnące cytrusami miasta Sorrento, Limone Sul Garda, Amalfi, Positano czy Minori to przepiękne zakątki, w których można nie tylko podziwiać wpisujący się w malowniczy krajobraz widok cytrynowych gajów, ale też smakować wytwarzanych

z nich produktów. Lody, sorbety, kultowa granita di limone czy marmolada z cytryn to symbole tutejszej kuchni. W sklepikach i na ulicznych targach można kupić nie tylko świeżo zebrane owoce, ale też cytrynowe mydełka oraz wszelkiego

rodzaju rękodzieło zdobione motywem cytryny, w tym przepiękną tradycyjną ceramikę. Ręcznie wytwarzane i malowane naczynia na stałe wpisały się we włoską obyczajowość, a teraz zdobywają uznanie także poza granicami Italii. Są też częstą pamiątką przywożoną z wakacji spędzanych w tych urokliwych regionach.

Na fali popularności dekoracyjnego motywu włoskich cytryn wiele produktów codziennego użycia zostaje zainspirowanych ich wzornictwem. W efekcie bez trudu możemy znaleźć w sklepach rozmaite akcesoria z cytrusowym wzorem.

Wielowymiarowy trend

Cytrynowa moda nie kończy się na zakupie dekoracji i dodatków z bestsellerowym motywem. Zorientowane na wysoką estetykę zdjęcia oraz nagrania stworzonych z ich zastosowaniem modowych stylizacji, nakryć stołów, aranżacji tarasów i ogrodowych stref relaksu trafiają do mediów społecznościowych, by inspirować kolejnych odbiorców do zabawy wakacyjnym deseniem. Popularność zyskują też hasztagi

związane z cytrynami, które napędzają ten pełen wakacyjnego uroku trend.

W przestrzeni internetowej można też zauważyć wiele materiałów poświęconych samodzielnej uprawie cytryn w formie ozdobnych doniczkowych roślin. To odpowiedź na rosnącą popularność domowej i balkonowej hodowli cytrusów.

Platformy społecznościowe oraz blogi



stały się ostatnio miejscami, w których dużo mówi się o cytrynach również w kontekście kulinarnym. Letnie menu trudno wyobrazić sobie

przecież bez udziału owocu o wyjątkowo orzeźwiającym smaku. Cytryna dodaje lekkości i wakacyjnego aromatu daniom oraz napojom. Jest składnikiem sorbetów i lodów, lemoniad, wód smakowych, mrożonych herbat, koktajli, ciast, ciasteczek oraz deserów. Świeżo wyciskany sok, starta skórka albo ekstrakt z egzotycznego owocu są też niezastąpionym dodatkiem do wielu

wytrawnych potraw, w tym rybnych i mięsnych, a także sałatek, sosów i dressingów.

Marketingowy potencjał egzotycznego owocu

Produkty na bazie cytryn lub o smaku cytrynowym są nieodłączną częścią oferty artykułów spożywczych, zarówno jeśli chodzi o stałą ofertę, jak i wzbogacający ją asortyment sezonowy. Motyw cytryny silnie funkcjonuje również w letniej komunikacji marek spożywczych jako element marketingu wizualnego. Rysunki i zdjęcia tych owoców pojawiają się na etykietach oraz opakowaniach, przywołując skojarzenia z orzeźwieniem, naturą oraz letnim charakterem produktu. Jasny, żółty kolor przyciąga uwagę i wyróżnia się na półkach. Szczególnie w okresie letnim można znaleźć na nich też limitowane edycje produktów wykorzystujących ten egzotyczny motyw. Oprócz szerokiej gamy artykułów spożywczych



w ofertach sklepów wielobranżowych pojawiają się np. kuchenne papierowe ręczniki czy jednorazowe serwetki ozdobione cytrynowym deseniem. W dzia-

łach z asortymentem kuchennym i lifestyle'owym możemy też znaleźć dekorowane cytrusowym wzorem kolekcje produktów o spójnej stylistyce, a wśród nich np.: obrusy i ściereczki, fartuchy, rękawice ochronne, zestawy piknikowe czy akcesoria basenowe, słowem, wszystko, co potrzebne do stworze-

nia wakacyjnego klimatu we własnym domu i ogrodzie.

Konsumenci polubili cytrynowy trend. Jego wszechstronny charakter pozwala swobodnie otaczać się radosnym akcentem. Czy moda na cytrusy będzie kwestią tylko jednego sezonu? A może zostanie z nami na dłużej, jako miłe wspomnienie lata? ♦

Cytrynowy trend zatacza coraz szersze kręgi. Owoc o żółtej jak słońce skórce przywołuje wakacyjną radość, bez troskę, vitalność, a także błogi klimat śródziemnomorskich kurortów

Artykuły na wakacyjne aktywności

Nie tylko żywność w letniej ofercie sklepów

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

Gdy wakacje za pasem, oferty sklepów urozmaicane są nie tylko produktami spożywczymi odpowiednimi na cieplejsze miesiące. Lato to okres, gdy chętniej wyruszamy w podróż, a wolny czas staramy się spędzać w sposób atrakcyjny i aktywny. Wiedzą o tym managerowie sieci handlowych, dlatego w tym okresie również w asortymencie sklepów i marketów dostępnych jest wiele produktów oraz akcesoriów, które będą przydatne podczas wakacyjnego relaksu nad wodą, plażowania czy uprawiania sportów.

Artykuły i akcesoria niezbędne do wypoczynku na basenie czy plaży, gadzety przydatne do spakowania bagażu, okulary przeciwsłoneczne czy kosmetyki do opalania to produkty, których klienci zazwyczaj poszukują w okresie wakacyjnych wyjazdów. Podstawowe wyposażenie dla wygody konsumentów można nabyć także w większych sklepach i marketach. Wiele sieci handlowych przygotowuje specjalne sezonowe okazje, pozwalające nabyć letnie towary w atrakcyjnych cenach. Ważne jest przy tym

przygotowanie odpowiedniego przekazu marketingowego, aby skutecznie poinformować konsumentów o możliwości zakupu tego typu towarów. Powszechną formą komunikacji z odbiorcami są np. gazetki reklamowe, w których często prezentowane są wyłącznie akcesoria i produkty przydatne podczas wakacyjnego, aktywnego wypoczynku.

Akcesoria do plażowania i pływania

W sklepowych działach z letnim asortymentem klienci kupić mogą różnorodne towary. Wiele z nich to akcesoria przydatne do spędzania wolnego czasu nad wodą. Piłki, dmuchane koła, deski, materace czy rękawki do pływania – klienci poszukują ciekawych ofert cenowych i produktów, które będą odpowiadać ich potrzebom. Interesują ich akcesoria, które po napełnieniu



powietrzem zachwycają wizualnie: kolorystyką i formami. Często konsumenci przy wyborze tego asortymentu kierują się modą. Decydują się na zakup produktów z serii zdobionych np. wizerunkami bohaterów czy motywami z popularnych kreskówek, bajek i filmów. W ofertach sklepów dostępne są produkty przeznaczone dla dzieci w różnym wieku, jak i dla dorosłych. Hitem ostatnich sezonów są deski SUP, które też można znaleźć w sezonowym asortymencie niektórych marketów.

Przy zakupie akcesoriów plażowych, do pływania, wypoczynku na plaży i dmuchanych zabawek klienci najczęściej sprawdzają, z jakich materiałów zostały one wyprodukowane. Od składu i jakości zależy komfort, bezpieczeństwo oraz długość użytkowania. Świadomych konsumentów interesuje również, czy dany produkt posiada atesty i certyfikaty.

Na sklepowych półkach i w koszach nie brak także letniej odzieży oraz strojów do pływania. Modne i przewiewne koszulki, spodenki, spódnice, sukienki, komplety



można niejednokrotnie nabyć w bardzo atrakcyjnych cenach, co dodatkowo kusi konsumentów do zakupu. Przy okazji wizyty w marketach nabyć można nie tylko letnią odzież, ale również wygodne obuwie sportowe, klapki, trampki czy sandały.

Wyprawka na wyjazd

Odrębną grupę produktów dostępnych w letnich ofertach sklepów stanowią różnego rodzaju gadżety, które są pomocne w spakowaniu bagażu na wyjazd. Organizery, kosmetyczki, saszetki, wodoszczelne etui na telefon i inne sprzęty elektroniczne, poduszki podróżne, plecaki na ramię czy na kółkach – to przedmioty wyjątkowo pożądane w tym

miejsca w walizce lub plecaku. Kluczem przy wyborze jest również solidność ich wykonania oraz design. W modzie są klasyczne wzory i formy w stonowanych kolorach, jak i wprowadzające odrobinę wakacyjnego szaleństwa i pozytywnej energii intensywne barwy. W trendy wpisują się saszetki czy organizery zdobione letnimi akcentami, np. wielobarwnymi tropikalnymi liśćmi czy gorącym hitem tego sezonu – słonecznymi cytrynami. Klienci chętnie wybierają też organizery sprzedawane w zestawach, wówczas mają do wyboru gadżety tworzone w jednakowym stylu, ale w różnych rozmiarach i formach. Konsument przy ich zakupie najczęściej zwraca uwagę na estetykę oraz funkcjonalność.

Na letnie wycieczki zabieramy ze sobą nie tylko odzież czy kosmetyki, ale również żywność. Wówczas przydatne są opakowania, w których bezpiecznie prze-

transportujemy i przechowujemy produkty spożywcze. Lodówki turystyczne, pojemniki, organizery, butelki i termosy na wodę oraz napoje – te artykuły również można znaleźć w letnim asortymencie sklepów i marketów. Z tej kategorii klienci wybierają przede wszystkim produkty w modnych, kojarzących się z wakacjami wzorach.

Asortyment piknikowy

Wakacje to okres, gdy lubimy wypocząć na zewnątrz. Jednym ze sposobów na uatrakcyjnienie wypoczynku są pikniki organizowane w pięknych okolicznościach przyrody. Na tego typu wypadach z bliskimi

i znajomymi niezbędny jest odpowiedni asortyment. Podstawą są: kosze piknikowe, w których wygodnie przetransportujemy żywność i napoje, małe lodówki turystyczne na wkłady chłodzące, pakiety naczyń – plastikowych, ale również tych jednorazowych. Przygotowując się do wyjazdu czy organizacji imprezy w plenerze, klienci poszukują też koców, mat oraz innych tekstyliów, które przydadzą się na chłodny wieczór czy do udekorowania miejsca, w którym będzie odbywał się piknik, grill czy ognisko.

Przygotowania do wakacyjnych aktywności

Wśród letnich hitów sprzedażowych, które można spotkać na półkach w wielkoformatowych sklepach oraz marketach, są również okulary przeciwsłoneczne. Przy wyborze produktów z tej kategorii klienci zazwyczaj cenią sobie modne wzory i formy. Na wakacyjne wyprawy szukają też szkła z filtrem UV.

Latem wiele osób lubi spędzać wolny czas aktywnie. Z myślą o pasjonatach różnorodnych sportów sieci handlowe oferują też akcesoria i gadżety do ćwiczeń. Od sportowych butów, dresów, getrów, skarpet, czapki z daszkiem, opasek, saszetek, nerek, po bidony na wodę i napoje – gama tego typu asortymentu dostępna w sklepach jest bardzo rozbudowana. Zazwyczaj te produkty dostępne są w ofertach sklepów sezonowo i wprowadzaniu ich na rynek sprzyja nadchodząca wiosna lub lato, kiedy wiele osób chętniej ćwiczy i uprawia sporty na świeżym powietrzu. ♦



okresie przez konsumentów. Powód jest jeden – decyduje o tym aspekt praktyczny, gdyż wiele z nich z pewnością ułatwi skompletowanie wyprawki na wyjazd. Często też o zakupie tych towarów w markecie decyduje wygoda – to znaczy możliwość nabycia tych gadżetów w jednym miejscu, podczas standardowych zakupów. Dzięki temu nie ma konieczności przemierzania innych sklepów w poszukiwaniu akcesoriów na urlop.

Z perspektywy klientów ważna jest funkcjonalność podróżnych organizatorów, tak aby mogły pomieścić jak najwięcej przedmiotów, a jednocześnie nie zajmowały wiele

Skąd pochodzi mięso oferowane w sprzedaży?

Kontrole w sklepach i na targowiskach

Tekst **Monika Pawluk** źródło: IJHARS

Zdjęcia ©Shutterstock.com

Inspekcja Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych przeprowadziła kolejne kontrole znakowania mięsa. Tym razem uwaga kontrolerów skierowana była głównie na sklepy mięsne i targowiska.

Jak informuje na swojej stronie internetowej Inspekcja Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych, kontrole zostały przeprowadzone w kwietniu na terenie całego kraju. Łącznie objęły 129 podmiotów oferujących asortyment mięsny. W ramach kontroli inspektorzy IJHARS odwiedzili: 56 sklepów mięsnych, 35 placówki wielobranżowe, 23 targowiska i 15 sklepów wielkopowierzchniowych.

Informacje o pochodzeniu mięsa

Inspektorzy sprawdzili sposób oznakowania 450 partii mięsa czerwonego o masie prawie 3 ton. Weryfikowali, czy podany kraj pochodzenia jest zgodny z dokumentacją oraz czy informacje o pochodzeniu podawane są zgodnie z wymaganiami określonymi w przepisach. „Inspektorzy odnotowali nieprawidłowości w 52 podmiotach, co stanowiło 40,3% ogółu skontrolowanych. Najgorzej znakowanie wypadło na targowiskach – w co drugim miejscu były nieprawidłowości. Wśród skontrolowanych produktów 15 partii mięsa oznakowanych było jako „Produkt Polski”. Inspektorzy nie mieli zastrzeżeń odnośnie tych informacji. Z powodu nieprawidłowego znakowania inspektorzy IJHARS zakwestionowali 172 partie (38,2%). Natomiast jedynie w przypadku 7 partii oznakowanych jako „polskie”, co do miejsca chowu i uboju,



inspektorzy zidentyfikowali, że informacje odnośnie kraju pochodzenia, przedstawione na etykiecie, były nieprawdziwe” – czytamy w komunikacie opublikowanym na stronie internetowej IJHARS.

Błędy w oznakowaniu dotyczyły 7 partii mięsa. W przypadku 5 partii miejscem chowu i uboju była Hiszpania, 1 partii chów i ubój zwierząt odbywał się w Niemczech i 1 partii, gdzie chów odbywał się w Niemczech, a tylko ubój w Polsce. Dla porównania, podczas kontroli przeprowadzonej przez IJHARS w marcu, przypadki podawania nieprawdziwych informacji o polskim pochodzeniu inspektorzy zidentyfikowali w 26 partiach mięsa.

Edukacja sprzedawców

Pozostałe nieprawidłowości stwierdzone w kwietniu to m.in.: zupełny brak informacji

o pochodzeniu i wizerunku flagi państwa pochodzenia (127 partii), brak informacji o gatunku zwierzęcia, z którego uzyskano dany element mięsa (62 partie), sprzedaż mięsa przeterminowanego (4 partie). Wobec nieuczciwych handlowców prowadzone są

postępowania administracyjne w związku z podejrzeniem zafałszowania żywności, które zakończą się karami pieniężnymi. To nie koniec działań. IJHARS chce edukować producentów oraz sprzedawców, w jaki sposób odpowiednio znakować mięso. „Dostrzegając utrzymujący się wysoki

odsetek nieprawidłowo oznakowanych partii mięsa oraz stosunkowo dużą liczbę różnych podmiotów handlujących mięsem, w których inspektorzy identyfikują nieprawidłowości, IJHARS w najbliższym czasie przygotuje i opublikuje na stronie www oraz w mediach społecznościowych przewodnik. Materiał będzie zawierał przejrzyste wskazówki dla producentów oraz sprzedawców, jak znakować mięso, co należy wskazać i w jaki sposób” – czytamy na stronie internetowej IJHARS.

Inspekcja zaprasza do kontaktu sprzedawców, którzy nie mają wiedzy, w jaki sposób prawidłowo przedstawić informacje o pochodzeniu mięsa. „Napisz do nas, a nasi eksperci chętnie odpowiedzą na Twoje pytania i rozwieją wątpliwości odnośnie zapisów w obowiązujących aktach prawnych” – zachęca IJHARS. ♦

Light and fit



Moda na „superfoods”

„Superprodukty” na sklepowych półkach

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

Egzotyczne jagody goji, nasiona chia, awokado, ale także rodzimy jarmuż, kasza jaglana czy siemię lniane to sztandarowe przykłady żywności nazywanej „superfood”. Modne angielskie słowo robi ostatnio zawrotną karierę, a produkty nim określane zyskują na popularności jako urozmaicenie codziennej diety. To asortyment wybierany głównie przez konsumentów poszukujących sposobów na tworzenie zbilansowanych posiłków. Szeroka dostępność w sklepach z naturalną żywnością, sklepach internetowych, ale też w większości stacjonarnych placówek handlowych sprzyja rozwojowi trendu na „superżywność”.

Współczesny konsument przykłada dużą wagę do codziennego jadłospisu, oczekując, że żywność dostarczy mu potrzebnych składników odżywczych. Na sklepowych półkach poszukuje więc nie tylko smacznych i sycących produktów. Oprócz podstawowych artykułów spożywczych do koszyka zakupowego wkłada też te, które pozwolą jeszcze pełniej



Część konsumentów postrzega „superfood” jako kulinarną ciekawostkę, inni jako nieodłączny element świadomości komponowanej diety. Po produkty z tej grupy chętnie sięgają osoby dbające o racjonalny tryb życia, zbilansowany jadłospis, opierające dietę na różnorodnych, bogatych

przygotowania wartościowych dań lub zawierających je gotowych produktów. Czym charakteryzuje się tego typu żywność?

„Superfood” na co dzień

„Superfoods” wyróżniają się wysoką wartością odżywczą, a więc dużą zawartością cennych składników pokarmowych. Należą do nich produkty pochodzące z natury, przede wszystkim: owoce, warzywa, nasiona czy algi. Są one m.in.

w składniki odżywcze posiłkach, a także wegetarianie i weganie.

Kulinarny trend czy marketingowe hasło?

Określenie „superfood” to jeden z kulinarnych trendów oraz modne marketingowe hasło, które intryguje konsumentów i napędza zainteresowanie tą kategorią produktów. Spopularyzowanie jej w social mediach pozwoliło wielu odbiorcom odkryć żywność, po którą w części przypadków nie miałoby powodu sięgnąć bez wskazówek, jakie odnaleźli w rozmaitych



zadbać o urozmaiconą, zbilansowaną dietę. Wśród tego asortymentu uwagę zwracają ostatnio artykuły z zyskującej na popularności kategorii „superfood”. To naturalne składniki wykorzystywane do



serwisach. Ich źródłem są przede wszystkim kuchenne inspiracje dostarczane przez twórców internetowych. Kulinaryny kontent zapewnia odbiorcom konkretne pomysły na zastosowanie rozmaitych „superfoods” w codziennej diecie i instrukcje dotyczące samodzielnego przyrządzania dań z ich wykorzystaniem. Ale to niejedyń sposób na uzupełnienie jadłospisu „superżywnością”. W sklepach znaleźć można też bardzo zróżnicowany asortyment gotowych produktów ze składnikami o wysokiej wartości odżywczej. Na znaczeniu zyskuje też catering komponowany z uwzględnieniem „superskładników”, np. bogata w „superprodukty” dieta pudełkowa dopasowana do potrzeb tych, którzy chcą być fit lub zadbać o zbilansowane żywienie.

Kulinarne nowinki i tradycyjna „superżywność”

Wiele produktów zaliczanych do kategorii „superfood” ma egzotyczne pochodzenie, a na polski grunt trafiły wraz z modą na ten rodzaj żywności. W rezultacie na sklepowych półkach można dziś bez trudu znaleźć wiele spożywczych nowinek, wcześniej rzadko spotykanych i trudno dostępnych od ręki. Do najpopularniejszych „superproduktów”, jakie trafiają do zakupowych koszyków, należą: suszone jagody goji, sproszkowane jagody acai, quinoa, czyli komosa ryżowa, herbata matcha, surowe ziarno kakaowca, nasiona chia czy kurkuma. Wiralowe awokado dostępne jest natomiast zarówno w postaci świeżych owoców, jak i produkowanej z nich gotowej pasty (lub sosu) guacamole. Moda na „superżywność” przyniosła także popularność algom morskim, jako źródła białka, witamin i minerałów.

Możliwość zakupu tych produktów pozwala samodzielnie odtwarzać oryginalne dania z różnych zakątków świata albo w kreatywny sposób wzbogacać nimi tradycyjne potrawy.

Warto również wiedzieć, że na miano „superfood” zastępują nie tylko egzotyczne produkty. Żywność zawierającą wiele cennych składników pokarmowych można znaleźć także w rodzimych kulinariach. Siemię lniane, aronia, żurawina, borówki, jarmuż, czosnek czy miód to polskie odpowiedzi na globalny trend, od wieków stosowane w tradycyjnych recepturach.



Produkty z „superfoods” na sklepowych półkach

Oprócz bazowych produktów „superfoods” w sklepach różnego formatu i różnych kategorii można znaleźć bogaty asortyment gotowych artykułów spożywczych zawierających w składzie te wartościowe dla zbilansowanej diety składniki. Są one ważną inspiracją dla silnie rozwijającego się segmentu convenience food.

W grupie gotowych do spożycia produktów śniadaniowych królują mieszanki musli i owsianki wzbogacone o jagody goji, acai, żurawinę czy borówki, a także pieczywo z nasionami chia. Praktyczną propozycją na lekki lunch są sałatki z awokado lub komosą ryżową. W roli przekąsek występują chociażby krakersy lub chipsy z quinoa i nasionami chia. Wśród gotowych dań obiadowych na sklepowych półkach można znaleźć np. przeznaczone do odgrzania mięsno-warzywne potrawy z komosą ryżową czy odpowiednio doprawione zupy. Kategoria słodkości oferuje m.in. pudding z nasionami chia, owocowe desery na bazie różnych gatunków jagód, a także batoniki w bardzo wielu smakach. Z kategorii produktów do picia do wyboru są chociażby: napój quinoa, koktajle i smoothies z zawartością wybranych „superfoods”.

Silnie rozbudowany asortyment żywności z dodatkiem „superproduktów” jest odpowiedzią na zróżnicowane potrzeby i gusta konsumentów, których oczekiwania oraz wymagania są dziś bardzo wysokie, szczególnie że przy zakupach żywności decydującym czynnikiem nie jest już tylko cena produktów. Na znaczeniu zyskują: rodzaj i jakość składników, najlepiej potwierdzona certyfikatami, walory smakowe, wartość odżywcza, a także wygoda użycia zakupionego artykułu spożywczego. ♦

Produkty bez laktozy

Alternatywa dla tradycyjnego nabiału

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

Na sklepowych półkach pojawia się coraz więcej artykułów spożywczych z oznaczeniem „bez laktozy”. Obecnie wersje asortymentu pozbawione tego cukru występują w praktycznie każdej kategorii produktów alternatywnych dla tradycyjnego nabiału. W swoim portfolio posiada je już wielu producentów. Po żywność bez laktozy sięgają dziś nie tylko osoby z nietolerancją pokarmową.

Laktoza to naturalny cukier występujący głównie w mleku i produktach mlecznych. Z myślą o osobach, które chcą wyeliminować ten składnik ze swojej diety, np. ze względu na jego nietolerancję, powstaje dedykowana kategoria artykułów żywnościowych. Dzięki szerokiej ofercie produktów bez laktozy konsumenci mogą wybierać rozmaite propozycje do bezpośredniego spożycia lub przygotowywania dań na ich bazie.

Ekspozycja i widoczność produktów

Produkty bez laktozy są obecnie łatwo dostępne. Można je znaleźć w większości placówek handlowych, od sklepów małych formatowych, po wielkopowierzchniowe markety. Produkty bez laktozy nadal rzadko bywają zgrupowane w jednym miejscu czy osobnym segmencie. Poszczególnych artykułów należy wówczas poszukiwać pomiędzy różnymi rodzajami tradycyjnego nabiału. Zwykle można je rozpoznać dzięki



pisemnemu oznaczeniu na etykiecie jako „produkt bez laktozy”. Powszechnie przyjęło się także, że na opakowaniach wyrobów z tej kategorii występuje kolor fioletowy, choć nie jest to bezwzględna reguła. Dzięki charakterystycznej szacie graficznej produkty bez laktozy są dobrze widoczne na półce.

Odpowiedniki bez laktozy

Mleko bez laktozy powstaje przez wyeliminowanie lub zredukowanie zawartości dwucukru z jego składu. W tym celu do płynu dodawany jest enzym o nazwie lak-taza. Jego zadanie polega na rozłożeniu laktozy na cukry proste, które są łatwiej przyswajalne przez organizm. Powstałe w ten sposób mleko występuje we wszystkich wariantach zróżnicowanych pod względem zawartości tłuszczu, ale też jako mleko w proszku bez laktozy.

Wśród produktów bez laktozy konsumenci mogą znaleźć także: śmietany, sery, masła, twarogi, jogurty, kefiry, napoje, desery mleczne, a nawet lody. Natomiast osoby wdrażające dietę wysokobiałkową – wybrać z tego asortymentu artykuły proteinowe bez laktozy.

Roślinny nabiał?

Inną grupą produktów bez laktozy są roślinne zamienniki artykułów nabiałowych, potocznie nazywane „roślinnym nabiałem”. Po artykuły z tego segmentu sięgają przede wszystkim weganie oraz fleksitarianie, a więc osoby eliminujące lub ograniczające spożycie produktów odzwierzęcych. To głównie te kategorie konsumentów odpowiadają za rosnący popyt na tego rodzaju asortyment, chociaż roślinne zamienniki produktów nabiałowych trafiają do koszyków zakupowych również z ciekawości lub jako urozmaicenie menu konsumentów, którzy na co dzień nie stosują podobnych ograniczeń w diecie.

W ostatnich latach segment roślinnych alternatyw dla nabiału stał się bardziej zróżnicowany, oferując tym samym duży wybór artykułów spożywczych, które nie zawierają laktozy. Na tle całej kategorii wyróżnia się bardzo szeroki wybór napojów roślinnych. To alternatywne dla mleka produkty używane m.in. jako dodatek do kawy, owsianek czy deserów. Wśród nich znajdują się napoje sojowe, owsiane, migdałowe czy ryżowe. W dietach bez nabiału zastosowanie znajdują także: jogurty sojowe, kokosowe i owsiane, śmietany roślinne, tofu czy tempeh. ♦



Śniadanie to chwila, która rozpoczyna dobry dzień

czysty, prosty skład

gotowe porcje

estetyka i higiena



Naturalne przyprawy

Produkty do urozmaicenia smaku potraw, ciast i deserów

Tekst **Magda Baskurzyńska**

Zdjęcia ©Shutterstock.com

Każda potrawa doskonale komponuje się z naturalnymi przyprawami. W zależności od charakteru wybranego dania możemy cieszyć się możliwością bogatej selekcji przypraw, które podkreślą nie tylko smak, ale również zapach posiłku. W poniższym artykule prezentujemy najpopularniejsze warianty ekologicznych przypraw, które zajmują szczególne miejsce w wielu kuchniach.



Coraz więcej osób decyduje się na wykorzystanie gotowych mieszanek przypraw. Mogą to być np. te przeznaczone do przygotowania sałatek, mięs czy zup, które poza dodatkowym aromatem, zawierają również wiele konserwantów. Alternatywnym rozwiązaniem będzie zdecydowanie się na naturalne propozycje, które możemy włączyć do naszej codziennej diety.

Pieprz i sól

Ten duet odgrywa wyjątkowo istotną rolę nie tylko w polskiej kuchni, ale i na całym świecie. W zależności od naszych preferencji możemy wyróżnić kilka najpopularniejszych rodzajów soli, która doskonale się sprawdzi jako składnik większości potraw. Dokładniej mowa tutaj o soli kuchennej, morskiej, himalajskiej oraz kłodawskiej. W przypadku pieprzu możemy korzystać z wariantu czarnego, białego, zielonego i czerwonego.

Bazylia

To jedna z najczęściej wybieranych przypraw, która równie dobrze się sprawdzi w przypadku lekkich sałatek, jak i mięsnych dań obiadowych czy zup. Jej charakterystyczny, lekko słodkawy i pikantny smak przypomina aromat anyżu lub goździków. Należy do podstawowych składników kuchni śródziemnomorskiej, dlatego

stanowi chętnie wybraną przyprawę przez miłośników tych smaków..

Oregano

Propozycja o charakterystycznym smaku, przypominającym lekko gorzkie nuty korzenne, podobnie jak w przypadku bazylii, głównie odnajduje swoje zastosowanie w kuchni śródziemnomorskiej. Doskonale urozmaici aromat potraw włoskich, francuskich i greckich, ale też meksykańskich oraz hiszpańskich.

Majeranek

Przyprawa o mocno ziołowym aromacie, która charakteryzuje się delikatnym, korzennym smakiem. Posiada właściwości wspomagające proces trawienia, dlatego jest coraz częściej spotykana między innymi w polskiej kuchni.

Tymianek

Wśród popularnych przypraw, szczególne miejsce zajmuje również tymianek. Podobnie jak bazylia czy oregano, jest równie często spotykany w kuchni śródziemnomorskiej. Perfekcyjnie wzbogaci smak wielu dań, nadając im lekko ostry i korzenny posmak.

Kolendra

Wykorzystanie tej przyprawy, pozwoli na nadanie świeżego, cytrusowo-anyżowego

smaku, dzięki czemu doskonale się sprawdzi jako podkreślenie smaku dań popularnych na całym świecie. Ciekawym sposobem jest również wykorzystanie jej korzeni, które charakteryzują się lekko słodkim i orzechowym smakiem.

Czosnek

Granulowany lub w płatkach, o intensywnym smaku, który łagodnieje podczas obróbki termicznej. Podkreśli smak zup, dań rybnych lub mięsnych, sosów czy sałatek. Posiada właściwości antybakteryjne i wspierające odporność.

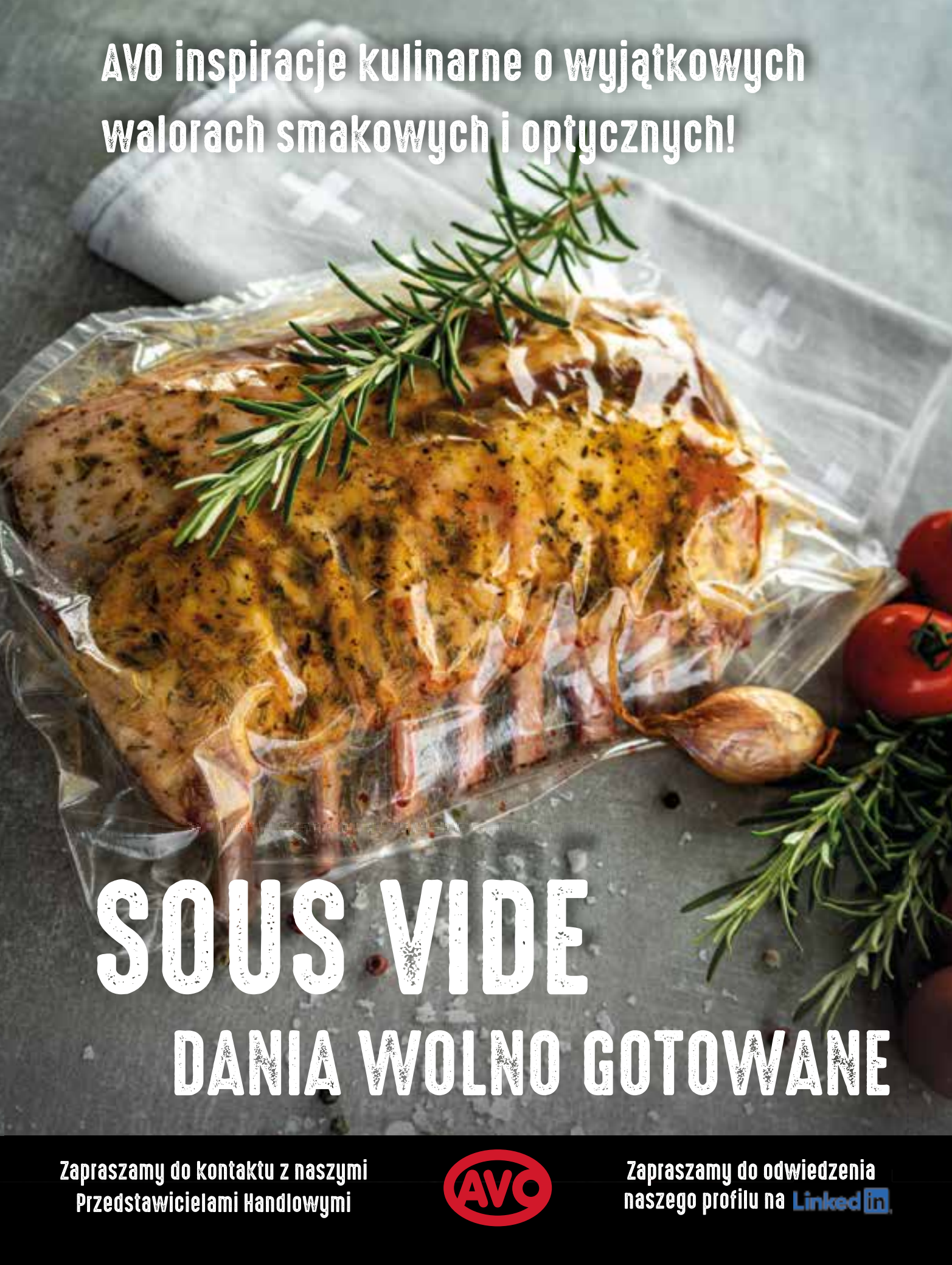
Cynamon

Pozyskiwany z kory cynamonowca, o typowo korzennym smaku i aromacie. Jest wyrazistą przyprawą wykorzystywaną zarówno do deserów, ciast i napojów, jak i różnorodnych dań warzywnych i mięsnych.

Naturalne wzbogacenie smaku ciast i deserów

Poza cynamonem, który jest jedną z najczęściej wykorzystywanych przypraw wzbogacających smak deserów, istnieje również wiele innych naturalnych propozycji, które tak samo dobrze odnajdą się w wielu przepisach. Dokładniej mowa tutaj między innymi o wanilii, kardamonie, goździkach, gałce muszkatołowej, imbirze oraz anyżu gwiazdkowym. ♦

**AVO inspiracje kulinarne o wyjątkowych
walorach smakowych i optycznych!**



SOUS VIDE

DANIA WOLNO GOTOWANE

**Zapraszamy do kontaktu z naszymi
Przedstawicielami Handlowymi**



**Zapraszamy do odwiedzenia
naszego profilu na [LinkedIn](#)**



Piwo Pan IPAni

Pan IPAni to najbardziej znane piwo Browaru Trzech Kumpli. Przez 10 lat obecności na rynku otrzymało 20 medali w piwnych konkursach w Polsce i za granicą oraz stało się ikoną polskiej sceny piwowarstwa rzemieślniczego. W 2024 r. powstała bezalkoholowa wersja Pan IPAni, która również zdobyła uznanie konsumentów i sędziów, co potwierdza złoty medal w konkursie Greek Beer Awards 2025.

Producent: Browar Trzech Kumpli
www.trzechkumpli.pl

Oleje do każdej kuchni

Oleje Oli-Oli to produkty do każdej kuchni, niezależnie czy do smażenia, pieczenia, grillowania czy przyprawiania. Wygodna forma w sprayu pozwoli zapomnieć o problemach z nadmiarem tłuszczu, a praktyczne opakowanie „bag-in bottle” ochroni olej przed światłem i powietrzem. Można wybrać swój ulubiony wariant spośród oliwy z oliwek, oleju rzepakowego, słonecznikowego, z siemienia lnianego, z orzecha włoskiego, kokosowego, z prażonego sezamu czy z awokado, którego lekki smak idealnie podkreśli każde danie. Sprawdzi się również do spryskiwania sałatek i potraw, by zyskały piękny wygląd i lepszy smak. To propozycja zalecana do smażenia, dzięki gwarancji najwyższej temperatury dymienia, która sięga 270°C.

Dystrybucja: Euro-Goal
www.euro-goal.pl



Piwo z personalizowaną etykietą

Pomysłem na urozmaicenie oferty gastronomii jest wprowadzenie do lokalu piwa rzemieślniczego z personalizowaną etykietą. Nic prostszego! Pilsner, IPA, a może bezalkoholowe z tropikalnymi owocami? Wystarczy wybrać piwo z oferty Browaru Dzikiego Wschód, który przygotowuje je we współpracy z klientem.

Producent: Browar Dzikiego Wschód
www.browardzikiwschod.pl



Letnie nowości od Bawarii

Grapefruit i Apple to letnie odsłony piw Bawaria. Wiele różnorodnych smaków tworzy też linię piw bezalkoholowych Bawaria Smalt.

Dystrybucja: Martin
www.martin-zawiercie.eu



Sycąca przekąska na grilla

Mięso wieprzowe, sól, naturalne aromaty i przyprawy – składniki, bez których grillowa uczta po prostu nie może się odbyć. Krótki, naturalny skład, wyrazisty smak oraz brak sztucznych wzmacniaczy smaku i konserwantów czynią Śląską Kielbasę 100% polskiej szynki od Doliny Dobra idealnym wyborem do grillowego menu, jak i na sycącą przekąskę.

Producent: Goodvalley
www.dolinadobra.pl



Tarta gruszkowa z polewą czekoladową

Zainspirowana klasycznym francuskim deserem Belle Hélène. Kruche kakaowe ciasto, soczyste kawałki gruszki i aksamitna polewa czekoladowa tworzą harmonijną kompozycję smaków. 12 porcji prawdziwej przyjemności z odrobiną francuskiego luksusu.

Producent: Vandemoortele
www.vandemoortele.com

Letnie smaki serków homogenizowanych Rolmlecz

Mlekpól wprowadził na rynek nowe, sezonowe warianty serków homogenizowanych marki Rolmlecz. Tropikalny oraz agrest z czerwoną porzeczką to letnie odsłony tego kultowego produktu, które zabierają konsumentów w podróż do bez trosk chvil dzieciństwa, jednocześnie oferując im wyjątkowe smakowe doznania.

Producent: Spółdzielnia Mleczarska Mlekpól
www.mlekpól.com.pl



Serki kremowe Łaciaty Protein+

Mlekpól konsekwentnie rozwija ofertę produktów funkcjonalnych Łaciaty Protein+. Na sklepowych półkach pojawiły się wysokobiałkowe serki kremowe lekkie: naturalny oraz z cebulą i szczypiorkiem. Opakowanie tego produktu zapewnia aż 16 gramów białka – jednego z podstawowych składników odżywczych, niezbędnych do prawidłowego funkcjonowania organizmu.

Producent: Spółdzielnia Mleczarska Mlekpól
www.mlekpól.com.pl

Pistacjowy zawrót głowy

Egzotyczne desery i przekąski, które pokochał świat

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

Pistacje stały się ogólnoświatowym hitem, który podbija świat kulinariów, ale również mediów społecznościowych. Ich popularność wpływa na branżę spożywczą. Producenci i sklepy poszerzają swoje oferty o nowe produkty, aby sprostać oczekiwaniom konsumentów, których fascynuje odkrywanie innych kultur i smaków.

Rynek produktów pistacjowych w ostatnim czasie dosyć dynamicznie poszerza się o nowy asortyment. Szczególnie jest to widoczne w kategoriach słodczy, przekąsek i deserów. Pistacje i ich rosnąca popularność inspirują marki spożywcze do umieszczania w swoich portfolio asortymentu o tym smaku.

Konsumenci ciekawi świata

Dlaczego pistacje podbiły świat kulinariów? W znacznym stopniu przyczyniły się do tego media społecznościowe i wiralowe przepisy, którymi dzielą się ze swoimi odbiorcami influencerzy. W internecie nie brak też recenzji słodczy oraz przekąsek nadzianych pistacjami, np. w formie filmów, w których autorzy próbowali dubajskiej czekolady i opowiadali wrażenia z tego testu.

Hitem internetu były też publikowane przez blogerów kulinarnych przepisy na luksusowy deser – sernik dubajski.

Na rozpowszechnienie trendu na pistacjowe produkty wpływ ma także zauważalna w ostatnich latach fascynacja kulturą Bliskiego Wschodu, m.in. Dubajem, który stał się popularnym kierunkiem zagranicznych wyjazdów. Podróże te niejednokrotnie też łączyły się z odkrywaniem kuchni charakterystycznej dla tego zakątka świata i dzieleniem się wrażeniami ze smakowania jego osobliwości, np. za pośrednictwem mediów społecznościowych. W ten sposób do Polski przywędrował ogólnoświatowy trend na dubajską czekoladę.

Chęć odkrywania innych kultur, poznawania nowych smaków nie zawsze musi wiązać się z dalekimi wyjazdami. Pod tym względem internet i szeroka oferta żywności z innych regionów świata dostępna w sklepach oraz marketach pozwalają sprostać oczekiwaniom współczesnych, ciekawych świata konsumentów.

Produkty luksusowe

Pistacje, a także wykonane z nich kremy i polewy, dzięki swojej lekko zielonej barwie wyjątkowo estetycznie

prezentują się, jako dodatki do słodczy, rogalików, ciasteczek. Różne desery i przekąski składają do spróbowania zyskującą popularność smaku, ale również do uwiecznienia ich wyglądu na zdjęciach oraz podzielenia się tymi treściami w internecie. To również przekłada się na marketing tych produktów i zachęca konsumentów do eksperymentowania. Do tej popularności przyczynił się również ekskluzywny charakter pistacjowego asortymentu. Cena tych orzechów jest zwykle wyższa niż innych odmian, co w pewnym stopniu sytuuje ten produkt w kategorii premium. Z tego względu pistacje kojarzą się wielu konsumentom z prestiżem, ale również egzotyką.

Pistacjowe wersje popularnych przekąsek

W odpowiedzi na globalny trend producenci urozmaicają oferty swoich produktów o ich innowacyjne wersje z dodatkiem pistacji. W ten sposób na rynku pojawiają się kultowe batony czy ciastka o wiralowym



smaku. Niektóre marki wprowadzają też do swojego portfolio limitowane serie słodyczy, co wpływa na sprzedaż i na postrzeganie tego typu produktów jako asortymentu premium. W kategorii ekskluzywnych sytuuje je również cena, zwykle wyższa niż innych słodyczy i przekąsek.

Wśród pistacjowych hitów są również produkty mleczarskie. Jogurty, maślanki, mleko smakowe, a także produkty proteinowe w różnorodnych odślonach to propozycje cenione przez miłośników eksperymentowania ze smakami. Na rynku spotkać można również wytrawne sery twarde z dodatkiem pistacji. Często są to produkty dojrzewające, plasujące się w kategorii produktów premium.

Czekolady i praliny

Czekolady pistacjowe, nazywane też dubajskimi, to absolutny hit ostatnich miesięcy. Słodycze te występują w różnych wariantach. Każdy produkt posiada odrębną recepturę. Zazwyczaj jednak jest to mleczna, gorzka lub biała czekolada nadziewana pistacjową masą i specjalnym, chrupiącym ciastem kadaifi. W sprzedaży dostępne są również pistacjowe czekolady z „anielskimi włosami”. Pistacjowymi masami i orzechami nadziewane są też wytrawne praliny. Czekolady występują natomiast nie tylko w formie tabliczek w dużych, klasycznych gramaturach, ale także w postaci małych batoników „na raz”.

W wielu sieciach handlowych te produkty są eksponowane w strefach kas, aby jeszcze bardziej zachęcić klientów do sięgnięcia po słodką przekąskę. Na fali sukcesu dubajskich słodkości niektórzy producenci poszli o krok dalej i wprowadzili na rynek specjalne mieszanki, które umożliwiają samodzielne przygotowanie pistacjowej czekolady lub pralinek w domowym zaciszu.

Pistacjowe croissanty

Pistacje zawładnęły także segmentem słodkich deserów i wypieków. Przykładem

są croissanty z pistacjowym nadzieniem, które wiele sieci handlowych wprowadziło do sprzedaży w limitowanych ofertach. Wypiekane z kruchego lub półkruchego ciasta francuskiego, przyozdobione bakaliami, polewami czekoladowymi lub lukrowymi, zachęcają konsumentów nie tylko smakiem, ale również swoim wyglądem. Stały się jednym z niekwestionowanych trendów ostatnich miesięcy. Jak silny jest wpływ tej ogólnoświatowej mody na pistacje, można było zaobserwować w tłusty czwartek, gdy w sklepach i piekarniach królowały pączki wypełnione zieloną, orzechową masą.

Sezonowe i regionalne odpowiedzi na pistacjowy trend

Lato sprzyja wprowadzaniu na rynek nowych, sezonowych wersji znanych produktów, ale też zmienia nawyki żywieniowe konsumentów. W ciepłych miesiącach jako desery chętnie

Na rozpowszechnienie trendu na pistacjowe produkty wpływ ma zauważalna w ostatnich latach fascynacja Bliskim Wschodem

zawładnęły kulinariami i branżą spożywczą. Klienci sklepów, cukierni i lodziarni wybierać mogą spośród pistacjowych lodów na patyku, w rożkach czy w wersji rodzinnej, a także produktów w odślonach kremowych, ale też zmrzniętych sorbetów. Dodatkiem do lodów mogą być sosy pistacjowe, które służą jako polewy do ciast i mrożonych deserów.

Na fali sukcesu pistacji konsumenci chętniej sięgają też po produkty regionalne wyrabiane z ich dodatkiem, np. chałwy czy kunafę, czyli bliskowschodni deser tworzony na bazie chrupkiego ciasta. Takie rarytasy można spotkać w ofertach np. sklepów internetowych. Wśród smakowitych nowości są również pistacjowe kawy, palone z aromatem pistacjowym, a nawet napoje podawane na zimno – mrożone.



Pistacjowy zawrót głowy

Tak szeroka gama pistacjowego asortymentu obrazuje, jak w stosunkowo krótkim czasie silnie rozwinął się segment produktów inspirowanych dubajskimi słodkościami. Rozpoczynając od nadziewanej czekolady, konsumenci otrzymali bardzo rozbudowaną ofertę różnorodności z dodatkiem modnych orzechów, której różnorodność wielu określa mianem „pistacjowego zawrotu głowy”. ♦

wyberane są lody. Wiele produktów z tej kategorii również tworzonych jest z dodatkiem charakterystycznych orzechów, które

Żywność kiszona i fermentowana

Rosnąca popularność tego asortymentu

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

Rosnąca popularność kiszonek oraz żywności fermentowanej sprawia, że coraz chętniej włączamy je do naszej codziennej diety. Możemy cieszyć się ogromną różnorodnością tego typu produktów, pojawiających się na rynku w wielu odsłonach smakowych. Po jakie artykuły z tej kategorii najczęściej sięgają konsumenci?

W ostatnich latach widać większe zainteresowanie konsumentów spożywaniem produktów kiszonych oraz fermentowanych. Wpływ na popularność tego asortymentu ma wiele czynników. Jednym z nich jest większa świadomość społeczna w zakresie składników diety. Staramy się z dużą uwagą dobierać produkty, które znajdują się na naszym talerzu. Są to artykuły o naturalnych składach, ekologicznym pochodzeniu. Dużą rolę wywiera też tradycja. Procesy kiszenia i fermentacji stosowane są przy przyrządzaniu żywności od wieków. Zwrot ku dawnym recepturom, to jeden z trendów, który podbija rynek spożywczy. Nie bez znaczenia pozostaje wpływ nowych technologii, a konkretnie rozwój mediów społecznościowych, w których influencerzy i blogerzy inspirować do przygotowywania różnorodnych potraw



i sięgania po konkretne produkty, w tym również kiszonki i żywność fermentowaną. To produkty, po które warto sięgnąć w ciągu całego roku, niezależnie czy mowa o czasie jesienno-zimowym, czy wiosenno-letnim.

Proces przygotowywania kiszonek

Kiszenie opiera się na fermentacji beztlenowej, podczas której wykorzystywane jest działanie bakterii mlekowych. Są one odporne na sól, nawet jeśli występuje ona w wyższych stężeniach. Dokładniej, cały

proces działa na podstawie zastosowania odpowiednio przygotowanej solanki, w której przechowywane będą warzywa. To prosty i popularny sposób, który bez trudności możemy wykonać nawet we własnej kuchni.

Tradycja przede wszystkim

Kiszenie produktów spożywczych to proces, który stosujemy już od wielu lat. Dzięki takim możliwościom jesteśmy w stanie nie tylko przygotować smaczne dodatki, wzbogacające codzienny obiad, ale również opracować sposób na znaczne przedłużenie trwałości produktów, które nawet po długim czasie będą smaczne i odpowiednie do spożycia. Szeroka gama artykułów z tej kategorii dostępna jest również na sklepowych półkach. Wykorzystanie kiszonych warzyw stało się ponadczasowym wyborem zdobywającym uznanie, nie tylko jako dodatek do niedzielnego obiadu, ale również cenny składnik podkreślający smak zup, sałatek, kanapek, szaszłyków czy wielu innych potraw, zarówno tych tradycyjnych, jak i nowoczesnych.

Ogórki kiszone

Wbrew pozorom, ogórki kiszone są nadal uznawane jako najpopularniejsza propozycja, z chęcią wybierana przez wielu z nas.



Nic więc dziwnego, że pojawiają się w coraz ciekawszych odsłonach, idealnie dopełniających każdą potrawę.

Najpopularniejsza jest ich klasyczna wersja, która spełni oczekiwania każdego smakosza. Ogórki kiszone charakteryzują się typowo kwaskowatym posmakiem, który uzyskały za pomocą specjalnej fermentacji mlekowej. Są chrupkie i jędrne oraz zawierają cenną witaminę C, witaminy z grupy B oraz wiele kultur bakterii.

Ciekawą propozycją są również ogórki małosolne, których smak jest nieco delikatniejszy niż w przypadku powyżej wymienionej wersji. Charakteryzują się wyczuwalną nutą czosnku, kopru oraz chrzanu, a ich tekstura jest chrupiąca, niemal przypominająca świeże warzywa.

Inaczej jest natomiast w przypadku ogórków konserwowych. Te nie są poddawane procesom fermentacji, a w zamian marynowane w zalewie octowej. Ich słodko-kwaśny smak komponuje się z bardziej miękką teksturą.



Kolejną, równie smaczną propozycją, którą możemy spotkać w wielu wariantach, jest kiszona kapusta z marchewką. Odpowiednio poszatkowana, poddana procesom fermentacji, zachodzącej poprzez zasypianie jej solą, o charakterystycznym kwaśnym smaku idealnie dopełni tradycyjne dania obiadowe.

Kiszone warzywa

Kiszone buraki należą do grona najczęściej wybieranych dodatków do



różnorodnych dań. Nie tylko sprawdzą się w formie surówki podawanej do tradycyjnego obiadu, ale również jako podstawowy element wykorzystywany do przygotowania barszczu czerwonego, chłodnika litewskiego czy pełniący rolę dodatku do różnorodnych sałatek. Możliwości są nieograniczone.

Tak naprawdę, każdy z nas może samodzielnie, we własnym domu ukusić swoje ulubione owoce lub warzywa. Poza wspomnianymi wcześniej propozycjami może to być również kiszony seler, brukselka, cebula, papryka, pomidory, dynia i wiele więcej. Jak przygotować je samodzielnie? Proces kiszenia, często wydaje się niezwykle prosty, jednak wymaga podążania za kilkoma istotnymi wskazówkami, mającymi duży wpływ na efekt i walory przygotowywanego produktu.

Mianowicie chodzi tutaj o temperaturę pomieszczenia, w którym zachodzi ten proces. Powinna ona wynosić pomiędzy 15, a 20 stopniami Celsjusza. Co ważne – im jest niższa, tym cały proces trwa dłużej. Tak samo dużą uwagę należy zwrócić na dostęp tlenu, którego powinno być jak najmniej. Jego nadmiar może prowadzić

do gnicia kiszonych produktów. Ważne jest również prawidłowe przygotowanie zalewy. Pomocna będzie ta, którą wykorzystaliśmy do poprzednich kiszzonek, która znacznie przyspieszy fermentację.

Kefir, czyli fermentowany napój mleczny

Konsumenci, którzy starannie dobierają składniki diety, chętnie sięgają też po żywność fermentowaną. Popularnością cieszą się mleczne napoje fermentowane, które dzięki charakterystycznemu smakowi znajdują szerokie zastosowanie w kuchni, a także jako sycąca przekąska.

Istnieją również opcje idealne dla tych, którzy niekoniecznie przepadają za smakiem naturalnego kefiru. Propozycje owocowe doskonale sprawdzą się jako element urozmaiający codzienną dietę. Kefir jest również produktem, po który sięga coraz więcej osób dbających o smukłą sylwetkę.

Oprócz kefirów produktem z grupy fermentowanych, który również cieszy się dużym zainteresowaniem konsumentów jest maślanka. Ten produkt również występuje w wielu wariantach smakowych. Większa popularność tego typu produktów wynika też z dopasowywania rodzaju żywności do indywidualnych diet i preferencji. ♦

Atrakcyjna ekspozycja letniego asortymentu

Gorąca oferta

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

Nadeszło lato i wreszcie możemy cieszyć się wyjątkowymi chwilami. To również czas na skorzystanie z sezonowych promocji. Producenci oferują coraz więcej produktów idealnych na wakacyjne chwile. Niezależnie czy mowa o słodkich i słonych przekąskach, produktach grillowych i napojach, czy kosmetykach i akcesoriach, idealnych na plażę. Każdy z tych produktów wymaga odpowiedniej ekspozycji, która skupi uwagę konsumentów.

Jak wygląda ekspozycja produktów, której głównym celem jest skuteczne zwrócenie naszej uwagi podczas zakupów? W zależności od kategorii producenci wykorzystują specjalnie dopracowane sposoby, których głównym celem jest przyciągnięcie uwagi klientów. Skutkuje to znacznym zwiększeniem ich sprzedaży w okresie wakacyjnym. Które z nich najlepiej się sprawdzają? Wśród rozwiązań, które skutkują dużym zainteresowaniem, znajdują się sezonowe produkty, letnie aranżacje oraz kolorystyka i oświetlenie, które atrakcyjnie wyeksponują towary na sklepowych półkach. Równie dużą uwagę zwraca się na określone rozmieszczenie produktów w sklepach. Produkty sezonowe i promocyjne najczęściej umieszczane są na początku trasy zakupowej, a te o charakterze impulsowym w okolicach kas.

Najpopularniejsze propozycje

Wraz ze zmianą sezonu, zmieniają się również nasze preferencje i upodobania



zakupowe. Zamiast ciepłych i sycących dań, stawiamy na te lekkie i orzeźwiające propozycje, które idealnie się sprawdzają podczas letnich, często upalnych dni. Dokładniej, mowa tutaj między innymi o różnorodnych warzywach i owocach, które możemy wykorzystać zarówno jako składnik lekkich dań lub napojów, jak i szybka oraz prosta w przygotowaniu przekąska.

Dużym zainteresowaniem latem, szczególnie wśród najmłodszych, cieszą się lody. Chłodne desery występujące w różnych postaciach, od tych na patyku i w rożku, przez te w większych opakowaniach,

idealnych na podzielenie się z całą rodziną, należą do podstawowego jadłospisu każdego smakosza. Takie produkty znajdują się w specjalnych zamrażarkach, które często już na pierwszy rzut oka, dzięki wszelkim zdobieniom i naklejkom w typowo wakacyjnych motywach, przypominają o sezonie pełnym słońca i ciepła.

Równie duże znaczenie zaczynają mieć wszelkie akcesoria, które dodatkowo umilą nam czas pełen ciepła i słońca. Są to między innymi meble ogrodowe, odzież letnia, akcesoria sportowe, czy produkty do grilla.

Sposoby na podkreślenie charakteru ekspozycji

Wakacje to czas, kiedy konsumenci, w pogoni za planowaniem urlopów, coraz częściej dokonują impulsywnych zakupów. Poza odpowiednim przygotowaniem regałów chłodniczych i zamrażarek warto również zwrócić uwagę na te nieco drobniejsze elementy, które skuszą każdego klienta poszukującego letnich okazji. Mowa tutaj między innymi o możliwości zagospodarowania specjalnie wydzielonej przestrzeni, która znajduje się zazwyczaj na samej górze regałów sklepowych. W tak wyznaczonych miejscach najczęściej możemy znaleźć różnorodne akcesoria, takie jak jednorazowe grille, podpałki czy inne podobne produkty, które z pewnością umilą nam ten wakacyjny czas wśród najbliższych. Sezonowa oferta sprzedażowa powinna się znajdować w zasięgu

wzroku klienta. Taki sposób pozwala zwiększyć sprzedaż, jednocześnie znacznie ułatwiając i usprawniając zakupy.

Możliwości nadania ekspozycji produktów typowo wakacyjnego klimatu jest wiele. Wśród nich, coraz częściej spotykamy również ciekawe grafiki w różnych postaciach, które dodatkowo urozmaicą całą przestrzeń. Na które z nich warto zwrócić szczególną uwagę? Wyjątkowo istotną rolę odgrywa wybrana kolorystyka, która już na samą myśl przywołuje letnie chwile pełne bez troski i wypoczynku. Mowa tutaj o odcieniach zieleni, niebieskiego oraz żółci, czyli kolorów, które doskonale się skomponują z typowo letnimi grafikami nawiązującymi do wakacyjnego wypoczynku. Motywy plaży, słońca czy orzeźwiających napojów i przekąsek idealnie ozdobią sklepowe półki pełne letnich okazji.

W przestrzeniach sklepowych umieszczane są również plakaty i bannery informujące np. o sezonowych ofertach produktowych



Opcji na podkreślenie sezonowego charakteru oferty sprzedażowej jest wiele. Każda z nich może przynieść realne skutki w zachęcaniu klientów do zakupów

danej marki. To również idealny sposób na przekazanie informacji o nadchodzących okazjach i promocjach, z których z radością skorzystają konsumenci.

Jednym z najważniejszych elementów, wpływających na skuteczną sprzedaż jest

stosowanie i czuwanie nad odpowiednim oznaczaniem cen i nazw produktów. Dodatkowym urozmaicheniem letniej ekspozycji jest wykorzystanie ciekawych haseł reklamowych. Bannery, plakaty czy grafiki zamieszczane nad produktami opatrzone kreatywnymi, często żartobliwymi treściami mogą zyskać uznanie klientów i zachęcić do zakupu.

Impulsywne zakupy

Sezon pełen słońca to doskonały czas, kiedy możemy spędzać coraz więcej chwil na zewnątrz, np. spacerując. Doskonałym urozmaicheniem takich momentów będzie zaopatrzenie się w napoje i smaczne przekąski, które znajdziemy w każdym sklepie spożywczym. Takie produkty zazwyczaj znajdują się w asortymencie sklepów

w specjalnie zagospodarowanych miejscach, które znacznie ułatwią nam podjęcie szybkich decyzji.

Przestrzenie przeznaczone do impulsywnych zakupów, najczęściej znajdują się przy kasach. Dzięki łatwości lokalizacji podstawowych produktów, idealnych do spożycia „na raz”, klienci mogą cieszyć się możliwością zaoszczędzenia czasu związanego z poszukiwaniem produktu na sklepowych półkach. Z tego względu w pobliżu stref kas znaleźć można najczęściej małe soki, wody mineralne gazowane i niegazowane oraz napoje w puszkach lub butelkach. Co prawda, wybór jest znacznie mniejszy niż ten na półkach umieszczonych w dalszej części sklepu, jednak dzięki łatwości zlokalizowania podstawowych propozycji, szybkie zakupy stają się znacznie łatwiejsze. Wśród impulsowych produktów spożywczych, równie dużą popularnością cieszą się słodycze, gumy do żucia i różnego rodzaju miętówki oraz miniaturowe wersje najpotrzebniejszych kosmetyków, a zwłaszcza tych służących ochronie skóry przed słońcem.

Opcji na podkreślenie sezonowego charakteru oferty sprzedażowej jest wiele, a każda z nich może przynieść realne skutki w zachęcaniu klientów do nabywania określonych produktów. ♦

Karmy dla zwierząt

Produkty z kategorii premium

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

W ostatnich dekadach branża zoologiczna przeszła ogromną przemianę. Jej efektem jest bardzo rozbudowany i silnie zróżnicowany asortyment artykułów dla zwierząt. Na rynku stale pojawiają się nowe marki oraz kategorie produktów dedykowanych domowym pupilom. Ta sama tendencja dotyczy też segmentu karm przeznaczonych dla psów i kotów. Szeroka dostępność tych produktów sprawiła, że wybór gotowej żywności dla czworonogów stanowi dziś nieodłączną część codziennych zakupów. W tej grupie na znaczeniu zyskują ostatnio artykuły premium. Czym spowodowany jest ten trend?

Wśród właścicieli domowych czworonogów powszechna staje się dziś tendencja do humanizowania zwierzęcych podopiecznych. Przejawia się ona m.in. w sposobie postrzegania pupila jako członka rodziny, przyjaciela, bliskiego towarzysza oraz w przyjmowaniu w relacji ze zwierzęciem postawy troskliwego opiekuna. Decydując się na kota lub psa, staramy się zapewnić mu jak najlepsze warunki do funkcjonowania i rozwoju, a więc tzw. dobrostan. W tym celu nabywamy niezbędne akcesoria, dostosowujemy przestrzeń do potrzeb zwierząt, ale też staramy się zadbać o właściwą pielęgnację i prawidłowe żywienie.

Właściciele coraz świadomiej podchodzą do kwestii planowania menu czworonoga. Przed dokonaniem wyboru konkretnych produktów, pogłębiają wiedzę na temat zbilansowanej diety zwierzęcia. Wielu konsumentów poszukuje karm odpowiednich dla swoich pupili wśród asortymentu premium.

Alternatywa dla domowych posiłków

Karmy z segmentu premium oznaczają zwykle wyższą klasę cenową produktów. Nie bez powodu. Postrzegane są jako wartościowa alternatywa dla samodzielnie



przygotowanych posiłków. To wygodne w użyciu, gotowe do podania zwierzęciu produkty, które wyróżniają się przede wszystkim: wysoką jakością surowców, dużym udziałem składników odżywczych, obecnością składników funkcjonalnych, brakiem lub minimalizowaniem zawartości sztucznych dodatków, barwników, wzmacniaczy smaku i zapachu oraz konserwantów. Produkty te spełniają też bardziej wymagające standardy jakościowe i ilościowe. Często posiadają także certyfikaty potwierdzające ich określone cechy.

Karmy z tej grupy powinny być dla zwierzęcia lekkostrawne, łatwo przyswajalne i realizować naturalne potrzeby żywieniowe czworonogów. W ich składzie powinno dominować mięso lub ryby, a zawartość

zbóż lub innych wypełniaczy powinna być ograniczona.

Produkt na miarę potrzeb

Silnie rozbudowana kategoria karm premium skupia się nie tylko na ogólnych założeniach dotyczących zwierzęcej diety. Segment ten oferuje także szeroki wybór produktów dla czworonogów o specjalnych potrzebach żywieniowych. Mowa tutaj nie tylko o artykułach przeznaczonych dla psów

i kotów w konkretnym wieku, ale też np. karmach odpowiadających trybowi życia pupila. Wśród tego rodzaju produktów znajduje się m.in. żywność opracowana z myślą o zwierzętach aktywnych lub tych, które przejawiają mniejsze zainteresowanie aktywnością. Dzięki wyspecjalizowanej ofercie karm premium optymalnie dostosowany pokarm mogą otrzymać też np. czworonogi o wrażliwym układzie trawienia-

nym, z alergiami, w okresach rekonwalescencji po zabiegach weterynaryjnych lub te, którym zostało zalecone odchudzanie.

Premiumizacja w segmencie karm

Premiumizacja, jaką obserwujemy obecnie w segmencie karm, jak i całej kategorii produktów z branży zoologicznej, jest znaczącą tendencją w kształtowaniu się tego rynku. Ta wynikająca ze zwiększającej się świadomości właścicieli zwierząt postawa konsumencka zmienia kryteria zakupowe w tej kategorii. Większe znaczenie niż czynnik cenowy zyskuje w tym przypadku jakość składników, wartość odżywcza, indywidualne dopasowanie do potrzeb konkretnego czworonoga, a często także aspekt proekologicznej postawy producenta. ♦

M&P PAVLINA

Cały świat alkoholi w jednym miejscu

- Ponad 3500 produktów
- 180 zagranicznych dostawców
- 25 lat doświadczenia
- Największy na rynku wybór unikalnych alkoholi: win, grapp, pisco, mezcali, calvadosów i innych
- Limitowane kolekcje single cask dostępne tylko u nas
- Alkohole rocznikowe
- Możliwość zakupu beczki wina z personalizowaną etykietą na każdej butelce
- Degustacje komentowane
- Profesjonalne doradztwo
- 55 salonów w całej Polsce
- Szybka realizacja dużych zamówień – dostęp od ręki do nawet 3000 butelek tego samego wina
- Szkolenia dla zespołu

www.wina-mp.pl

WINA:

Argentyna, Armenia, Australia, Austria, Bułgaria, Chile, Francja, Grecja, Gruzja, Hiszpania, Indie, Izrael, Japonia, Mołdawia, Niemcy, Nowa Zelandia, Polska, Portugalia, RPA, Szkocja, Ukraina, Urugwaj, USA, Węgry, Włochy

ALKOHOLE MOCNE:

Whisky, bourbony, koniaki, armaniaki, brandy, calvadosy, cydry, rumy, tequile, grappy, pisco, likiery, miody pitne, bitters, cachaca, giny, wódki, nalewki, pastis, absynt, sake, inne destylaty

CYGARA:

Dominikana, Nikaragua, Honduras, Turcja

MARKI WŁASNE:

Dwór Polski, Pawlina, Starosta, Pavlinówka, Pawlina Nuts, Pawlina Coffee, Pawlina Tea, Pawlina Extra Virgin Olive Oil



M&P PAVLINA

NOWOŚĆ

Bakoma Twist **BUBBLE TEA**

TWIST BUBBLE TEA 350 g
to kolejna nowa propozycja
od Bakomy, która wychodzi poza
kategorię tradycyjnych jogurtów
i wprowadza markę w świat
nowoczesnych napojów
podbijających rynek!



Twist **BUBBLE JOGURT**

TWIST BUBBLE JOGURT 210 g
dostępny teraz w nowej,
atrakcyjnej szacie graficznej!
Dodaliśmy również nowy smak:
melon-arbuz!

Bakoma TWIST BUBBLE
to gwarancja letniego
orzeźwienia!

**NOWY SMAK
MELON-ARBUZ**

