

FMCG trends

NUMER 014 • JESIEŃ 2025 • PISMO BEZPŁATNE • ISSN 2543-6147

K A T A L O G B R A N Ż O W Y

PRZEKĄSKI I DANIA

Na jesienne wieczory

CYFROWI ASYSTENCI

Nowe formy zakupów

DROPSHIPPING

Rewolucja w sprzedaży

ATRAKCYJNA OFERTA SEZONOWA

Jak przyciągnąć uwagę?



Artykuły ŚNIADANIOWE

Dodatki do przygotowania kanapek



PRODUCENT PIECZYWA CHRUPKIEGO

smaczne?
na turalnie!



— Tworzone ze 100% pełnego ziarna —

[www.tovago.pl]

Sezonowa oferta

Efektywna sprzedaż wymaga odpowiedniego zaplanowania strategii. Jest to szczególnie istotne w przypadku produktów sezonowych, wprowadzanych na rynek tylko w określonym czasie. Zwykle pojawienie się tych artykułów na sklepowych półkach ma związek z konkretnymi okazjami. I można tutaj wymienić kilka takich wydarzeń, kiedy popyt na określony asortyment wzrasta. Przede wszystkim są to święta. Jesienią również nie brakuje okazji do zaplanowania kilku sezonowych akcji sprzedażowych.

Ważnym aspektem zarówno w kwestii produkcji żywności, jak i jej dystrybucji jest transparentność w komunikacji z konsumentami, która opiera się na informowaniu odbiorców. Jasny przekaz powinien skupiać się nie tylko na składnikach, ale również poszczególnych etapach produkcji. Współczesny klient jest coraz bardziej świadomy i na podstawie informacji zawartych na etykiecie produktu jest w stanie ocenić jego jakość, bezpieczeństwo i stwierdzić, czy wpisuje się w indywidualną dietę. Dlatego producenci wdrażają wiele rozwiązań, które mają służyć transparentności w komunikacji z konsumentami. Przykładem może być system blockchain, czyli idea, która pozwala w klarowny sposób zebrać i udostępniać w jednym miejscu dokumentację z danymi na temat asortymentu.

Z kolei trend na żywność typu convenience czy „on the go” to odpowiedź na potrzeby konsumentów. Wielość codziennych obowiązków związanych z pracą zawodową, rodziną i prowadzeniem domu zmusza do poszukiwania rozwiązań, które usprawnią wykonywanie części codziennych zadań. Widoczne jest to w asortymencie sklepów.

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 Sokołowska
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, BartTa

Reklamy całostronicowe na stronach:
2, 11, 18, 19, 32, 33, 38, 39, 46, 47, 63, 64, 65, 68.



Rynek

- 08** Lojalność konsumentów największym wyróżnieniem
- 12** Chrupkie zamienniki tradycyjnego chleba
- 24** Złota godzina dla herbaty
- 48** Transparentność i bezpieczeństwo w branży spożywczej
- 53** Sprzedaż detaliczna w miesiącach letnich

59 Jakie są najczęstsze błędy w znakowaniu mięsa?

66 Trendy w opakowaniach karmy dla zwierząt

Handel

06 Nowe formy zakupów

50 Sezonowe okazje kluczem do przyciągnięcia uwagi klientów?



22 Sery i twarogi jako składniki dań i przekąski

24 Produkty i potrawy „na raz”

26 Artykuły sypkie do przygotowania pożywnego śniadania

40 Dodatki do sezonowych ciast

42 Przekąski na jesienne wieczory

Light & Fit

44 Termosy i kubki termiczne

45 Żywność „on the go”

52 Zakupy w modelu dropshipping

54 Oferta produktów odpowiednich na upominek

Jesień

16 Produkty do przygotowania kanapek

20 Wędliny na śniadanie



Nowe formy zakupów

Cyfrowi asystenci klientów

Tekst **Monika Pawluk**

Zdjęcia ©Shutterstock.com

Konsumenci mają do dyspozycji nowoczesne narzędzia, które ułatwiają nie tylko wybór artykułów, ale także ich zakup. Wśród wielu innowacyjnych technologii wykorzystywanych w handlu, coraz popularniejsze staje się zastosowanie specjalnych aplikacji oraz skanerów, które umożliwiają dodawanie produktów do wirtualnego koszyka podczas stacjonarnych zakupów, niekiedy też bez konieczności oczekiwania w kolejce do kasy. Dzięki tym rozwiązaniom klienci mniej czasu poświęcają na realizację list zakupowych.

Współcześni konsumenci cenią sobie wygodę i rozwiązania, które usprawnią wykonywanie codziennych czynności, także tych związanych z zakupami. Nowoczesne technologie pozwalają na znaczne uproszczenie i skrócenie czasu, jaki niezbędny jest do zrealizowania listy produktów.

Dzięki zastosowaniu innowacyjnych aplikacji i skanerów do kodów kreskowych klienci nie muszą oczekiwać w kolejce do sklepowej kasy, a towary mogą w prosty sposób dodać do koszyka na mobilnym urządzeniu w trakcie zakupów stacjonarnych i co najistotniejsze od razu przy półce. Wiele z tych technologii umożliwia



także konsumentom dotarcie do informacji dotyczących asortymentu, w tym m.in. jego składu oraz procesu produkcji, a także łatwe porównywanie cen i ofert różnych sieci handlowych.

Popularnymi opcjami są aplikacje dedykowane klientom konkretnych sieci, które oprócz informowania użytkowników, o aktualnej ofercie i promocjach uprawniają do skorzystania z atrakcyjnych rabatów. Za pomocą aplikacji klienci mogą uczestniczyć także w programach lojalnościowych i np. gromadzić punkty za zakupy, a następnie wymieniać je przy kasie na upominki.

Skanowanie produktów

Wśród wielu innowacyjnych technologii wykorzystywanych współcześnie w handlu

coraz popularniejsze staje się też zastosowanie specjalnych aplikacji oraz skanerów, które umożliwiają dodawanie produktów do wirtualnego koszyka lub torby podczas stacjonarnych zakupów. W niektórych przypadkach klient nie musi już udawać się do kasy. W części sieci handlowych system polega na tym, że kody kreskowe umieszczone na produktach są skanowane przy półkach, ale przed wyjściem ze sklepu konieczne jest udanie się do kasy samoobsługowej, by po wygenerowaniu

oraz zeskanowaniu kodu qr można było ukończyć transakcję. Wygodne z perspektywy klientów jest to, że nie ma wówczas potrzeby wykładania produktów na taśmę i ponownego ich skanowania. Poza tym to rozwiązanie umożliwia śledzenie na bieżąco kwoty zakupów zgromadzonych w koszyku, dlatego łatwiej zmieścić się w przewidzianym na tę wizytę budżecie.

Cyfrowe listy zakupowe

Dużą popularnością wśród konsumentów cieszą się nie tylko rozwiązania, które umożliwiają dokonywanie zakupów stacjonarnych w uproszczony sposób. Współcześni klienci cenią sobie różnego typu aplikacje, dzięki którym tworzone są listy produktów, szczególnie że są one stale udoskonalane, aby zagwarantować użytkownikom jeszcze większą funkcjonalność usług. Udogodnieniem, jakie proponują twórcy niektórych aplikacji, jest możliwość dodawania produktów na listę zakupów głosowo, a nawet współdzielenie listy przez kilka osób, dzięki czemu także inni domownicy mogą uczestniczyć w jej tworzeniu i zgłaszać swoje zapotrzebowanie na



konkretne produkty. Nowoczesne technologie wykorzystywane przy tworzeniu list zakupowych posiadają wiele przydatnych funkcji, np. po wprowadzeniu artykułów do systemu, mogą je pogrupować na konkretne kategorie albo według działów dostępnych w markecie. Odpowiednie zorganizowanie zakupów jeszcze przed wizytą w placówce handlowej pozwoli znacznie uprościć, a tym samym skrócić czas transakcji oraz spędzony w sklepach.

Innymi wygodnymi rozwiązaniami stosowanymi na co dzień przez klientów sklepów są aplikacje, które umożliwiają przeglądanie gazetek reklamowych z aktualnymi promocjami sieci handlowych.

Cyfrowe aplikacje współcześnie mogą pełnić rolę wirtualnych asystentów, którzy

Dużą popularnością wśród konsumentów cieszą się rozwiązania, które umożliwiają dokonywanie zakupów stacjonarnych w uproszczony sposób

towarzyszą podczas zakupów, ułatwiają pozyskiwanie informacji na temat artykułów, aktualnych ofert, promocji. Pomagają też w tworzeniu personalizowanych list zakupów oraz – co również bardzo przydatne w przypadku zapracowanych osób – w szybkim identyfikowaniu i lokalizowaniu towarów na sklepowych półkach. Co więcej, niektóre aplikacje oferują także opcje przepisów na dania i desery, a także podpowiadają, jak skomponować posiłki w przypadku osób będących na dietach.



Asystent zakupowy

Nowym, ale również zyskującym na popularności rozwiązaniem jest voice commerce, czyli cyfrowe narzędzia, które pozwalają na wyszukiwanie towarów oraz zasięgnięcie wiedzy na ich temat za pośrednictwem

elektronicznych aplikacji obsługiwanych za pomocą komend głosowych. Rozwiązanie to rozpowszechnione jest w sprzedaży internetowej, jednak przykłady zastosowania tego typu technologii odnaleźć można również podczas zakupów dokonywanych stacjonarnie, za pomocą np. opcji wyszukiwania głosem dostępnych w witrynach internetowych lub opartych na wykorzystaniu technologii AI.

Aplikacje to krok ku ułatwieniu zakupów dokonywanych stacjonarnie. Przyspieszają też proces sprzedaży prowadzonej za pośrednictwem witryn internetowych. E-commerce to dziedzina handlu, która w przypadku wielu kategorii produktowych odnotowuje wyższe zainteresowanie niż tradycyjne zakupy. Trend na zakupy online podbiła pandemia, gdy wiele osób przyzwyczało się do zakupów na odległość, jako też ich bezpieczniejszej formy. I co

istotne, wielu konsumentów nabywających przez internet odzież, kosmetyki, dekoracje, meble czy elektronikę, pozostało wiernych tej opcji. Aplikacje to wszechstronne narzędzia, które umożliwiają także zakup żywności drogą internetową. Niektóre sieci handlowe wdrażają takie rozwiązania w swoich ofertach.

Źródło informacji przydatnych marketingowo

Nowoczesne, cyfrowe technologie wykorzystywane przez klientów sieci handlowych to nie tylko funkcjonalne narzędzia usprawniające dokonywanie zakupów. Na podstawie aktywności użytkowników podmioty zajmujące się handlem mogą w pewien sposób badać rynek, zapotrzebowanie klientów na konkretne produkty czy usługi. Sieci handlowe za pomocą elektronicznych narzędzi otrzymują wiele przydatnych marketingowo informacji o swoich klientach, które następnie pozwalają lepiej zidentyfikować preferencje zakupowe chociażby w konkretnych grupach wiekowych. Dzięki tym aplikacjom podmioty mogą poznać istotne z perspektywy konsumentów wartości, np. opierające się na istotnych dzisiaj postawach ekologicznych i związanych z tym wymaganiami wobec producentów i dystrybucji, czyli zrównoważonej produkcji, ochronie środowiska i zasobów naturalnych. ♦

Największym wyróżnieniem jest dla nas lojalność konsumentów



Trzydzieści lat temu, gdy powstawała marka Łaciate, kierowaliśmy się wiarą w jej sukces i ta wiara pozostała z nami do dzisiaj. Rozwój tej wyjątkowej marki to fascynująca podróż od pierwszych kartonów mleka UHT – wyprodukowanych w 1995 roku – po nowoczesne produkty funkcjonalne, które wprowadzamy dzisiaj. Na przestrzeni trzech dekad oferta marki Łaciate ewoluowała więc w taki sposób, by odpowiadać na zmieniające się potrzeby i preferencje konsumentów – mówi Małgorzata Cebelińska, Wiceprezes Zarządu SM Mlekpól, z którą rozmawiamy o jubileuszu marki Łaciate, rozwoju linii produktów funkcjonalnych, a także kluczowych inwestycjach.

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

Bezpieczeństwo, jakość i lokalność to wartości szczególnie istotne dla współczesnych konsumentów. W jaki sposób producenci z branży mleczarskiej reagują na te potrzeby, aby wychodzić naprzeciw trendom?

Mlekpól od ponad 40 lat konsekwentnie buduje swoją pozycję, dostarczając konsumentom zdrowe, autentyczne i smaczne produkty wytwarzane z polskiego mleka, pozyskiwanego codziennie od prawie 7500 dostawców. Krótki czas pomiędzy odbiorem surowca a jego przetworzeniem zapewnia świeżość wyrobów, a 12 nowoczesnych zakładów przetwórczych o wysokim stopniu specjalizacji pozwala zachować najwyższe standardy jakościowe i zapewnić dywersyfikację oferty. Dzięki wykorzystywaniu najnowszych technologii, a jednocześnie tradycyjnych receptur – gwarantujemy klientom i konsumentom produkty mleczarskie z czystą etykietą,

które zachwycają smakiem i doskonałą, powtarzalną jakością.

Od lat rozwijamy ponadto lokalne marki, cieszące się obecnie popularnością w całym kraju, a także poza jego granicami. Mowa tu np. o radomskim Rolmleczu, mazurskiej Maślanke Mrągowskiej czy łódzkim JOGO.

Na jakie jeszcze aspekty zwracają obecnie uwagę konsumenci przy wyborze przetworów mlecznych?

Obecnie konsumenci, a szczególnie ich młodsze pokolenia, bardzo świadomie podejmują decyzje zakupowe w odniesieniu do artykułów spożywczych, w tym mleczarskich. Cenią sobie, o czym już wspomniano, wysoką jakość i czysty skład wyrobów, poszukując jednocześnie produktów, które odpowiadają ich stylowi życia.

Dlatego z jednej strony obserwujemy powrót do tradycyjnych wyrobów – jogurtów

naturalnych, kefirów, twarogów czy maślanki, które stanowią doskonałą bazę dla zdrowej, nowoczesnej kuchni. Z drugiej zaś strony widzimy wzrost zainteresowania produktami funkcjonalnymi, które zapewniają konsumentom coś więcej niż uczucie sytości, to jest np. wysoką zawartość białka czy wsparcie układu nerwowego. Bardzo istotne stały się także produkty bezlaktozowe, spełniające szczególne wymagania żywieniowe osób z nietolerancją cukru mlecznego, ale przeznaczone także dla pozostałych grup konsumentów. W związku z rozwojem tego trendu niedawno wzbościliśmy naszą ofertę, np. o Maślanke Mrągowską naturalną bez laktozy.

Od kilku lat na znaczeniu zyskuje też wygoda spożywania nabiału. W związku z tym obserwujemy rosnące zainteresowanie m.in. jogurtami pitnymi, które wpisują się w dynamiczny tryb życia współczesnych młodych ludzi.

Szczególnym momentem dla SM Mlekpól jest jubileusz trzydziestolecia marki Łaciate. Produktów, które każdego dnia towarzyszą wielu Polakom, ale mają także ugruntowaną pozycję na międzynarodowym rynku. Jak przez trzy dekady zmieniała się oferta i budowana była marka – obecnie jedna z najsilniejszych na rynku?

Trzydzieści lat temu, gdy powstawała marka Łaciate, kierowaliśmy się wiarą w jej sukces i ta wiara pozostała z nami do dzisiaj. Rozwój tej wyjątkowej marki to fascynująca podróż od pierwszych kartonów mleka UHT – wyprodukowanych w 1995 roku – po nowoczesne produkty funkcjonalne, które wprowadzamy dzisiaj.

Na przestrzeni trzech dekad oferta marki Łaciate ewoluowała więc w taki sposób, by odpowiadać na zmieniające się potrzeby i preferencje konsumentów. Zaczęliśmy od podstawowych produktów UHT, a dziś mamy szerokie portfolio łaciatych wyrobów, obejmujące ponad 100 pozycji asortymentowych: między innymi w kategoriach mleka i śmietanek, śmietany, masła, jogurtów, twarogów, a ostatnio także produktów wysokobiałkowych z linii Łaciate Protein+.

Marka Łaciate od chwili swego powstania zdobyła niezliczoną liczbę nagród i została uznana za jedną z najcenniejszych polskich marek. Ale największym wyróżnieniem jest dla nas lojalność konsumentów. To właśnie ich codzienne decyzje zakupowe sprawiły, że dziś jesteśmy tu, gdzie jesteśmy – nie tylko jako jeden z liderów na rynku krajowym, ale także jako producent marki obecnej w ponad 100 krajach świata.

Jakich nowości w ofercie marki Łaciate mogą spodziewać się w najbliższym czasie konsumenci?

Obecnie konsekwentnie rozbudowujemy naszą ofertę, szczególnie w zakresie produktów proteinowych, co jest odpowiedzią na rosnące zapotrzebowanie rynku. Linia Łaciate Protein+ niedawno powiększyła się o dwa nowe warianty jogurtów pitnych – jagoda ze śmietanką oraz guawa i smoczy owoc. Na sklepowych półkach niedługo

pojawi się także twarożek grani Łaciaty Protein+, który zawiera aż 30 gramów białka w jednej porcji, a jednocześnie ma o 57% mniej tłuszczu niż standardowa wersja. To zatem idealna propozycja dla osób aktywnych fizycznie, sportowców, jak również dla każdego, kto chce wzbogacić codzienne menu o wartościowe składniki odżywcze.

Te rynkowe debiuty wspiera kampania „Dołącz się”, podkreślająca funkcjonalne walory naszych produktów.

Jakie produkty znajdą się w portfolio SM Mlekpól tej jesieni? Czy oprócz znanych produktów w tym sezonie asortyment poszerzony zostanie również o nowe propozycje?

Poza rozszerzeniem oferty marki Łaciate Protein+ w najbliższym czasie planujemy wprowadzenie na rynek trzech nowych smaków deserów łaciatych w następujących smakach: brownie z wiśniami, mango lassi oraz kiwi z nutą matchy. Decyzja o ich opracowaniu była owocem dużej popularności tych produktów z kategorii comfort food, które łączą w sobie funkcję smakołyku i zdrowej przekąski.

SM Mlekpól stale rozwija także linię produktów funkcjonalnych. W ostatnim czasie na sklepowych półkach pojawiły się jogurty pitne wzbogacone magnezem i biotyną. Czym wyróżniają się te produkty i do jakiej grupy konsumentów są kierowane?

Linia jogurtów funkcjonalnych Łaciatych to wyjątkowa propozycja, stworzona jako odpowiedź na konkretne potrzeby konsumentów. Każdy wariant – Harmonia, Równowaga i Energia – zawiera magnez, który pomaga zmniejszyć uczucie zmęczenia i wspiera prawidłowy metabolizm

energetyczny, a także biotynę, wpływającą na prawidłowe funkcjonowanie układu nerwowego i utrzymanie funkcji psychologicznych. Biotyna dodatkowo pomaga zachować zdrowe włosy i skórę.

Co ważne, produkty te zostały stworzone przy udziale samych konsumentów, w ramach programu EIT Food RIS Consumer Engagement Labs, realizowanego przez IRZiBŻ PAN w Olsztynie. To zatem efekt

“

analizy potrzeb konsumentów i wsparcie w wyzwaniach, z jakimi zmagają się oni na co dzień.

Jogurty funkcjonalne są kierowane do szerokiego grona osób, w tym prowadzących intensywny tryb życia w dynamicznym i pełnym wyzwaniach świecie. Dodatkowo są to produkty bezlaktozowe i bezglutenowe, dostępne w wygod-

nym opakowaniu 250 ml i nie zawierają sacharozy.

Kierunkiem, w jakim podąża produkcja żywności, jest zrównoważony rozwój oraz wykorzystywanie zielonej energii. Przykładem takich działań jest uruchomiona w ubiegłym roku w zakładzie produkcyjnym SM Mlekpól w Grajewie instalacja fermentacji beztlenowej. Jakie korzyści przyniosła ta inwestycja?

Biogazownia przy zakładowej oczyszczalni ścieków w Grajewie to ważna inwestycja, jaką Mlekpól zrealizował w ostatnich latach. Stanowi ona doskonały przykład tego, jak łączyć efektywność biznesową z odpowiedzialnością za środowisko naturalne. Uruchomiona w Grajewie instalacja to bowiem element szerokiej strategii energetycznej, który doskonale wpisuje się w koncepcję gospodarki obiegu zamkniętego.

Najważniejszą korzyścią wynikającą z funkcjonowania naszej biogazowni jest ►

wytwarzanie z produkcyjnych odpadów organicznych oraz osadów z oczyszczalni zielonej energii, a także nawozu wykorzystywanego lokalnie przez rolników. Instalacja obejmuje reaktor fermentacji beztlenowej oraz układ kogeneracyjny. Za tę inwestycję, która przyczyniła się także do ograniczenia emisji CO₂, Mlepol został uhonorowany tytułem „Ekoinwestora w Przemysle Spożywczym”.

Na horyzoncie pojawiają się kolejne kluczowe inwestycje. Grajewski Zakład Produkcji Mleczarskiej zostanie rozbudowany w części przeznaczony do produkcji serów pakowanych w atmosferze ochronnej. Jakie znaczenie dla przyszłości firmy będzie miała realizacja tego zadania?

To rzeczywiście jedna z największych inwestycji w historii Mlepolu, z realizacją zaplanowaną na lata 2025 – 2029.

Projekt obejmuje nie tylko rozbudowę infrastruktury magazynowej, ale przede wszystkim zakup nowych linii produkcyjnych do serów, modernizację linii już istniejących oraz kompleksową automatyzację procesów technologicznych. Dzięki tym wszystkim działaniom będziemy mogli zwiększyć efektywność produkcji i zoptymalizować koszty, a także stworzyć nowe miejsca pracy. ♦

Digitalizacja sposobem na konkurencyjność?

AI w branży FMCG

Tekst **Monika Pawluk**

Zdjęcia ©Shutterstock.com

W wielu dziedzinach zachodzi rewolucja związana z możliwościami zastosowania w nich technologii opartych o sztuczną inteligencję. W fazie wdrażania tych rozwiązań znajduje się również branża dóbr szybko zbywalnych. Nowoczesne narzędzie służy między innymi do pozyskiwania istotnych informacji, które mogą wpływać na rozwój i jakość produktów, marketing czy dostosowanie oferty do preferencji konsumentów.

Firmy z branży FMCG chętnie sięgają po nowe narzędzia, które usprawnią procesy produkcji, ale też dostarczą niezbędnych informacji, które mają wpływ na rozwój asortymentu, komunikację z klientami oraz dopasowanie oferty do ich preferencji żywieniowych, stylu życia czy wartości. Wśród nowych technologii, które znajdują zastosowanie w tej dziedzinie jest sztuczna inteligencja.

Analiza rynku

AI w branży dóbr szybko zbywalnych obecnie wykorzystywane jest w większości jako narzędzie do analizowania rynku, wpływu produkcji na środowisko, kosztów wytwarzania asortymentu towarów, ich logistykę oraz dystrybucję w sieciach handlowych. Sztuczna inteligencja coraz częściej znajduje również zastosowanie przy budowaniu przekazu marketingowego, nie tyle od strony generowania treści, co



analizy preferencji zakupowych różnych grup konsumentów czy zapotrzebowania na produkty sezonowe. Traktowane jest jako efektywna metoda pozyskiwania danych niezbędnych do konstruowania oferty, która trafi do wielu grup odbiorców.

Technologia oparta na AI może być wykorzystywana w laboratoriach i posłużyć jako narzędzie do kontrolowania jakości produktów oraz składników.

Efektywność i ochrona środowiska

Dzięki zastosowaniu sztucznej inteligencji, jako narzędzia do analizy przedsiębiorstwa z branży dóbr szybko zbywalnych mogą ulepszyć efektywność w różnych dziedzinach. Za pomocą AI możliwe jest usprawnienie logistyki – dostarczania produktów do hurtowni oraz na sklepowe półki oraz co

szczególnie istotne w kontekście troski o środowisko naturalne oraz ekonomię kosztów – skrócenia łańcucha dostaw, co przełoży się na zniwelowanie śladu węglowego. Dzięki technologiom smart możliwe jest także ograniczenie ilości zużywanej energii niezbędnej do zasilania urządzeń i systemów wykorzystywanych w procesach

wytwarzania żywności.

To tylko część z pomysłów na zastosowanie sztucznej inteligencji w branży FMCG. AI jest wciąż nowym narzędziem, który wymaga poznania możliwości wykorzystania jego potencjału w różnych obszarach. Najbliższe lata pokażą, w jakich kierunkach ewoluować będą innowacyjne rozwiązania i w jaki sposób wpłyną na produkcję żywności oraz handel. ♦

DOŁĄTUJ SIĘ
NOWYMI
smakami!

guawa
i smoczy owoc



jagoda ze śmietanką

Łaciaty
PROTEIN+

Pieczywo chrupkie

Smakowite zamienniki tradycyjnego chleba

Tekst opracowała **Monika Pawluk** źródło: Tovago www.tovago.pl
Zdjęcia **Tovago**

Chrupkie pieczywo to alternatywa dla tradycyjnego chleba. Produkty tego typu mają szerokie zastosowanie w kuchni. Służą jako baza do przygotowania pożywnych kanapek na śniadanie, doskonale sprawdzają się również jako przekąska, którą można na szybko zjeść podczas przerwy w pracy, szkole i podróży lub dodatek do posiłków. Konsumenci uwielbiają klasyczne warianty pieczywa chrupkiego, chętnie sięgają również po artykuły o urozmaiconych smakach.



Najważniejszymi cechami, jakimi kierują się konsumenci przy wyborze produktów na szybkie śniadanie czy jako przekąskę na każdą porę dnia, są smak, jakość oraz wygodna forma opakowania i podania. Zainteresowanie tego typu produktami wynika ze stylu życia, jaki współcześnie prowadzi wiele osób. Nagromadzenie codziennych obowiązków związanych z pracą zawodową i prowadzeniem domu sprawiają, że nie zawsze jest czas na przygotowanie pożywnej i zdrowego posiłku. W takich sytuacjach zazwyczaj wybierane są artykuły, które nadają się do spożycia na

szybko i można wyczarować z nich pyszne kanapki, dania, sałatki, a nawet desery.

Klasyka i innowacje

W te trendy wpisuje się pieczywo chrupkie, które staje się coraz popularniejszym zamiennikiem tradycyjnego chleba. Oprócz wygody i smaku poszukiwane są produkty o naturalnym składzie, a także takie, które można łatwo dopasować do indywidualnej diety. Personalizacja oferty w branży FMCG to jeden z istotnych kierunków rozwoju ofert produktowych. Artykuły spożywcze powinny celować nie tylko w gusta smakowe konsumentów, ale również uwzględniać ich

osobiste preferencje żywieniowe. Wiele osób przywiązanych jest do klasyki, ale konsumenci cenią też innowacje – czyli produkty urozmaicane o nietypowe smaki i dodatki.

Przykładem takiego podejścia do tworzenia żywności jest asortyment marki TOVAGO. Firma powstała w 1985

r. z pasji do zdrowego stylu życia i od lat konsekwentnie rozwija swoją działalność. W ofercie firmy znaleźć można szereg produktów z kategorii chrupkiego pieczywa o wszechstronnym zastosowaniu. Krucho chlebki marki TOVAGO sprawdzają się jako podstawa do smakowitych kanapek, dań, sałatek lub jako przekąska, którą można zabrać ze sobą do pracy, szkoły czy na wycieczkę.

Naturalne i chrupiące przekąski

Pieczywo chrupkie, podobnie jak to tradycyjne, posiada wiele wariantów, które różnią się gatunkiem zbóż użytych do ich produkcji. I w ten sposób na rynku można spotkać szeroką gamę tego typu produktów, np. pieczywo chrupkie żytnie, kukurydziane, z dodatkiem kaszy jaglanej, pszenicy,



jęczmienia czy owsa. Z myślą o wielbi-
ciach lekkich, naturalnych i wyjątkowo
chrupiących przekąsek, marka TOVAGO
w swoim portfolio posiada Pieczywo
Chrupkie Kukurydziane, które odznacza się
prostym składem, bazującym na kukurydzy.
Niskokaloryczny i bezglutenowy produkt
sprawdzi się zarówno jako samodzielna
przekąska, jak i dodatek do ulubionych
past, serów czy warzyw.

Prostota i naturalność – te cechy przy-
świecały firmie TOVAGO przy opracowywa-
niu receptury Pieczywa Chrupkiego z ziaren
żyta krojonego. Chrupiące, lekko orzechowe
w smaku, komponuje się z różnorodnymi
dodatkami – zarówno
wytrawnymi, jak i słodkimi.

Z kolei Pieczywo Chrupkie
Kukurydziano-Jaglane to
lekka przekąska, która łączy
delikatny smak kukurydzy
i kaszy jaglanej. Produkt
sprawdzi się jako baza do
kanapek, chrupiąca przeką-
ska lub dodatek do posiłków.
Jego naturalny skład i skład-



komponuje się zarówno z wytrawnymi,
jak i słodkimi dodatkami i wzbogaca każdy
posiłek. Dodatkowo zawiera różnorodne
ziarna, takie jak: żyto, kukurydza, pszenica,
jęczmień i owses, które nie tylko doskonale
smakują, ale też wspierają pracę układu
pokarmowego. Chrupiące i pełne natu-
ralnych składników kromki zapewniają
długotrwałe uczucie sytości i energię na
cały dzień.

“

**Wiele osób przywiąza-
nych jest do klasyki, ale
konsumenci cenią też
innowacje, czyli pro-
dukty spożywcze uroz-
maicane o nietypowe
smaki oraz dodatki**



niki odżywcze przypadną do gustu osobom
prowadzącym aktywny tryb życia.

W aktualne trendy spożywcze wpisuje
się także Pieczywo Chrupkie Graham marki
TOVAGO – lekka i chrupiąca przekąska,

która zachwyca wyjątkowym smakiem mąki
pszennej. Produkt z pewnością zachwyci
konsumentów, którzy poszukują pomysłów
na sycącą alternatywę dla tradycyjnego pie-
czywa. Dzięki mące graham, znanej z wyso-
kiej zawartości błonnika, wspomaga praw-
idłowe trawienie i regulację poziomu cukru
we krwi, co czyni je doskonałym wyborem
dla każdego, kto dba o swoje zdrowie.

Zainteresowaniem wśród konsumentów,
szczególnie tych prowadzących aktywny
tryb życia i dbających o racjonalną dietę,
cieszą się również produkty funkcjonalne,
wzbogacone o składniki odżywcze pozy-
tywnie wspierające funkcje organizmu.
W ofercie TOVAGO znajdziemy Pieczywo
Chrupkie Błonnikowe Wieloziarniste.
Krucze kromki posiadają w swoim skła-
dzie błonnik, który wspiera trawienie,
a jego delikatna struktura sprawia, że

Zaskakujące smaki i dodatki

Jeśli przyjrzeć się wyborom zakupowym,
to wśród konsumentów nie brak też zwo-
lenników innowacyjnych produktów. Także
w przypadku pieczywa chrupkiego cenione
są artykuły, które zaskakują smakiem
i dodatkami. Przykładem jest linia warzywna
TOVAGO w dwóch smacznych wariantach:
z burakiem lub pomidorowym twistem.
Pieczywo urozmaicane smakiem buraka to ►►

lekka, chrupiąca przekąska kukurydziana, która łączy naturalną słodycz tego warzywa z subtelną słonością. Stworzona z myślą o aktywnych, świadomych konsumentach, ponieważ jest to produkt wegański, bez dodatku cukru oraz GMO.

Miłośnicy innowacji z pewnością zachwycą się smakiem lekkiego, kukurydzianego pieczywa chrupkiego z dodatkiem suszonych pomidorów i aromatycznych ziół. Ta śródziemnomorska kompozycja stanowić będzie bazę do przygotowania kanapek, pełnych smaku i pozbawionych sztucznych dodatków.

Forma deseru

Pieczewo chrupkie to nie tylko słone przekąski i dodatki do różnorodnych dań. Równie dobrze stanowić mogą także słodki deser, będący alternatywą dla słodczy. Przykładem takiego rozwiązania są produkty ze słodkiej serii w mini opakowaniach. Rozpoczyna ją CYNA-miś, który łączy lekką chrupkość kukurydzianego pieczywa i aromatycznej nuty cynamonu, dzięki temu jest to przekąska odpowiednia na każdą porę dnia. Szybko zaspokoi apetyt i oczaruje przyjemnymi, korzennymi akcentami. Rozgrzewające nuty smakowe wyjątkowo cenione są przez konsumentów w okresie jesieni i zimy, gdy poszukiwane są różne, także te słodkie sposoby na uprzyjemnienie sobie chłodnych i pochmurnych dni.



Na poprawę humoru w jesienne wieczory konsumenci wybierają także produkty z czekoladowymi nutami.

Natomiast KOKO-sowa to idealne połączenie lekkiego, kukurydzianego pieczywa z nutą egzotycznego kokosa. Alternatywa dla tradycyjnych słodczy – zdrowa, lekka i pełna smaku.

Słodkie piezewo marki TOVAGO sprawdzi się jako samodzielne przekąski, ale doskonale smakuje również z dodatkami,

dlatego cieszy się coraz większym zainteresowaniem miłośników deserowych wariantów.

Wszechstronne zastosowanie pieczywa, bogactwo smaków i dodatków



Czekolada może stanowić również pyszny dodatek do pieczywa chrupkiego.

KAKA-OWCA

marki TOVAGO to unikalne połączenie chrupkości kukurydzianego pieczywa i delikatnego smaku kakao. To świetna opcja na lekką, a jednocześnie pyszną przekąskę, która zaspokoi głód i ochotę na coś słodkiego.

– od klasyki po innowację, wygodne opakowania, naturalny skład i personalizacja produktów sprawiają, że asortyment marki TOVAGO wpisuje się w różnorodne gusta. Zaletą produktów TOVAGO jest również wygodne opakowanie. Dzięki temu ulubione przekąski można mieć zawsze pod ręką – w pracy, na spacerze, po treningu. To związane jest także z trendem na produkty typu „on the go”, gotowe do spożycia i takie, które można bez problemu zabrać ze sobą na wiele okazji – wyjście do pracy, szkoły, trening czy wyjazd. ♦



Jesien

Pieczyno i dodatki

Produkty do przygotowania kanapek

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

Trendy w produktach śniadaniowych ulegają ciągłym zmianom. Ewoluuja też gusta konsumentów. Począwszy od typu preferowanego pieczywa po dodatki do kanapek, producenci i sieci handlowe starają się dostarczać klientom smaczny oraz wartościowy asortyment, aby dopasować ofertę do oczekiwań odbiorców.



Często mówi się, że śniadanie jest najważniejszym posiłkiem, mającym wpływ na efektywność w trakcie całego dnia. Jego minusem jest pośpiech, w jakim często trzeba przygotowywać ten posiłek. Z tego względu najprostszym rozwiązaniem są kanapki, które każdy może przygotować we własny sposób, z ulubionych składników.

Jednym z podstawowych produktów, który niewątpliwie ma wpływ na jakość śniadania, jest pieczywo. Zazwyczaj podstawą do wykonania kanapek są chleby, bułki, bagietki dostępne w wielu różnych wariantach. Smak i właściwości tego asortymentu zależą od gatunków zbóż, z których wyprodukowana została mąka do wypieku. Pod tym względem dokonywana jest też jego ogólna klasyfikacja. Zazwyczaj w kontekście tych produktów obowiązuje podział na pieczywo: pszenne, żytnie lub mieszane.

na bazie nieoczyszczonej mąki pszennej, żytniej czy orkiszowej z całymi ziarnami razem z łuską, z dodatkiem wody, soli, zakwasu bądź drożdży. Dzięki temu chleby, bułki oraz bagietki posiadają dużą zawartość składników odżywczych, błonnika i witamin. Popularność tego asortymentu związana jest z większym zainteresowaniem ze strony konsumentów na wdrażanie indywidualnych diet żywieniowych (zdrowotnych i redukcyjnych), a co z tym związane również poszukiwaniem produktów charak-

asortymentu pełnoziarnistego wytwarzane jest z mąki w pełni przemiałonej. Różni się konsystencją – jest delikatniejsze niż wypieki pełnoziarniste. Konsumenty cenią też produkty z dodatkami ziaren słonecznika, dyni, sezamu, lnu czy maku, które urozmaicają smak nie tylko pełnoziarnistego czy wieloziarnistego, ale nawet białego pieczywa.

Produkty do odpieku

Wśród trendów piekarniczych wymienić można również rosnącą popularność pieczywa do odpieku, czyli produkty wstępnie przygotowane, mrożone lub zapakowane w odpowiednich warunkach próżniowych, które można podgrzać w piekarniku lub kuchence mikrofalowej. W kategorii tych produktów wyróżnić można np. bułki do burgerów, hot-dogów czy tortille. W ten sposób można



Pieczyno pełnoziarniste i wieloziarniste

Jeśli przyjrzeć się trendom, według których wytwarzane są produkty piekarnicze, jednym z nich jest moda na pieczywo pełnoziarniste. To produkty wypiekane

teryzujących się naturalnym i prostym składem.

Opcją, po którą także sięga wiele osób, jest pieczywo wieloziarniste, które w przeciwieństwie do

pokusić się o przygotowanie bardziej urozmaiconego śniadania, również z propozycjami przekąsek na gorąco. Plusem tego rozwiązania jest możliwość zakupu pieczywa do odpieku na zapas i sięgnięcia w dowolnym czasie, gdy mamy ochotę na chrupkie i ciepłe pieczywo.

Pieczywo do odpieku to również rozwiązanie, po które sięgnęły niektóre sieci handlowe. Wstępnie przygotowane chleby, bułki, bagietki, drożdżówki trafiają do sklepu, a następnie są wypiekane na miejscu w przeznaczonych do tego piecach.

Na śniadanie sprawdzają się również chrupkie, gorące tosty, jako alternatywa dla tradycyjnych kanapek. Pieczywo tostowe dostępne jest w różnych wariantach,

Większość stawia na świeże produkty takie jak: sałaty, pomidory, ogórki, paprykę, szczypiorek, rukolę oraz kielki. Do przygotowania przekąsek na śniadanie odpowiednie będą też kiszonki. Dodatki do kanapek stanowią również majonezy i keczupy. Nie brak też zwolenników

światowych kuchni. W ten sposób śniadaniowe przekąski urozmaicane są pikantnym smakiem papryczek chili czy orientalnymi przyprawami. Modne staje się także przygotowywanie posiłków, w tym również śniadań inspirowanych kuchnią amerykańską, śródziemnomorską czy japońską i dobieranie składników adekwatnych do tych kierunków kulinarnych.



tach, najpopularniejszy to chleby pszenne i pełnoziarniste. Producenci inwestują także w odpowiedni sprzęt, aby uzyskać różnorodne, a niekiedy nawet personalizowane formy wypieków.

Dodatki do kanapek

Jako dodatki do kanapek śniadaniowych na pieczywie często lądują różnego rodzaju pasty, np. warzywne lub jajeczne. Popularnością cieszą się smarowidła wykonane na bazie awokado. Porządna kanapka nie może obejść się bez dodatku ulubionego sosu. W tym przypadku konsumenci zazwyczaj sięgają po sos czosnkowy, tatarski, grecki lub tzatziki. Dodatkami do śniadaniowych przekąsek są również warzywa i zioła.

Konsumenci cenią produkty z dodatkami różnorodnych ziaren, które urozmaicają smak nie tylko pełnoziarnistego czy wieloziarnistego, ale nawet białego pieczywa

Wędliny i sery

Chrupkie pieczywo, sos, pasta i świeże warzywa łączone są z wędlinami. W tej kategorii chętnie wybierane są produkty tradycyjne, tworzone na bazie regionalnych receptur. Konsumenci poszukują też produktów nawiązujących do światowych kuchni i dań

o wyrazistych, charakterystycznych smakach. Oprócz plasterków szynki, polędwicy, schabu czy salami na kanapkach układany jest również ser. W tym przypadku w ostatnich latach też dostrzec można większe zainteresowanie produktami regionalnymi, np. serem wędzonymi, ale również pleśnionymi. Preferowane są również sery twarogowe, które na rynku dostępne są w wielu wariantach smakowych, a wśród ulubionych wymienić można produkty ze szczypiorkiem, ogórkiem, ziołami czy papryką, choć nie brak też oryginalnych połączeń smakowych. Wzrasta też udział produktów proteinowych w sprzedaży w kategorii przetworów nabiałowych. Po żywność funkcjonalną sięgają zazwyczaj osoby prowadzące aktywny tryb życia, wdrażające indywidualne diety żywieniowe. Producenci odpowiadają na to zapotrzebowanie, stąd oprócz popularnych jogurtów czy serków proteinowych na sklepowych półkach dostępne są również sery żółte o wyższej zawartości białka w składzie.

Przygotowując pożywne śniadanie, niektórzy konsumenci lubią przełamywać utarte schematy i zaskakiwać swoich bliskich nowymi smakami. Zdarza się, że na stołach serwowane są kanapki ze smażonym, pieczonym lub grillowanym kurczakiem, a nawet owocami morza. Takie smakołyki zazwyczaj nie są łączone z tradycyjnym pieczywem. Alternatywnymi rozwiązaniami w takich przypadkach są tortille, pity czy chleb tostowy, które nadają się do podgrzewania i opiekania. ♦

**BUŁKA
ULTIMATE
BRIOCHE**



vandemoortelepolska



vandemoortelepolska



vandemoortele

PIECZYWO **DOSKONAŁE** DO BURGERÓW



← *Intensywny smak*

*Przekrojone
i w pełni wypieczone*

Wędliny na śniadanie

Tendencje na rynku wyrobów mięsnych

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

Konsumenci wybierając wędliny na śniadanie kierują się przede wszystkim jakością. Plasterki smakowitej szynki czy polędwicy lądują na kanapkach w towarzystwie żółtego sera, masła i świeżych warzyw. Produktami śniadaniowymi mającymi wielu zwolenników są również parówki i kielbaski frankfurterki.

Wtrendach spożywczych w kategorii wędlin serwowanych na śniadanie dominują produkty o dobrych, naturalnych składach oraz różnorodnych smakach. W myśl tych zasad poszukiwane są artykuły świeże, które wytwarzane są z najlepszych jakościowo fragmentów mięsa, czyli polędwicy, schabu oraz szynki. Konsumenci przywiązani są do tradycyjnych smaków, charakteryzujących się aromatem naturalnego dymu. Wędliny swojskie i domowe chętnie wybierane są przez konsumentów. Popularnością w grupie tych odbiorców cieszą się także wędliny pieczone i gotowane, przyprawione aromatycznymi ziołami i warzywami. Na śniadanie serwowane są również kielbasy, jednak nie w tradycyjnej odstonie, a częściej podsuszane lub parzone produkty, np. kielbasy typu krakowska czy biała, która jest przecież królową wielkanocnego śniadania.

Wytrawne szynki i polędwice

Smak, aromat, a także tekstura wędlin zależą od sposobu produkcji, ale w dużej mierze również od rodzaju mięsa, z których



są wytwarzane. Największą popularnością cieszy się oczywiście mięso wieprzowe, ale podczas śniadania serwowane są też wyroby z cielęciny czy wołowiny. Widoczne jest także zainteresowanie produktami z kategorii premium, takimi jak wytrawne szynki, polędwice i schaby.

Przy zakupowych wyborach wędlin na śniadanie znaczenie ma również wiek konsumentów. Jeśli jest to posiłek przygotowywany dla dzieci, to wiadomo, że czasami rodzice muszą wykazać się dużą kreatywnością w komponowaniu menu. Młodszy smakosze zazwyczaj preferują delikatne, chude mięso. Rodzice, kupując wędliny do przygotowania kanapek dla swoich pociech, poszukują asortymentu wykonanego z dobrej jakości mięsa.

Produkty naturalne o prostym składzie

O jakości produktów decyduje ich skład, w tym przypadku cenione są artykuły naturalne, o prostym składzie, bez konserwantów, sztucznych dodatków czy barwników. Przed zakupem sprawdzana jest również zawartość tłuszczów, soli oraz przypraw użytych w produkcji, np. pod kątem ewentualnych alergenów. Oczywiście ważnym kryterium brany pod uwagę podczas wyboru asortymentu z kategorii wędlin z myślą o młodszych konsumentach będzie również pochodzenie towaru. Znaczenie przy podejmowaniu decyzji zakupowych ma również przywiązanie do konkretnej marki wyrobów mięsnych. Rodzaj

“

Wpływ na rynek FMCG ma globalizacja i inspiracje kuchniami świata. Nowych smaków poszukują także polscy konsumenci, wzbogacając śniadaniowe menu o produkty nawiązujące do tradycji regionów świata

produktów mięsnych zawsze też jest dopasowywany do wieku dzieci. Często produkty adresowane do młodszej grupy konsumentów wyróżniają się też szatą graficzną, np. nawiązującą do bajkowej konwencji, która



ma za zadanie dodatkowo zaciekawić i zachęcać młodszych odbiorców do spożycia zapakowanych w ten sposób wędlin, parówek czy kiełbasek.

Artykuły serwowane na gorąco

Niektóre wędliny wykorzystywane są jako dodatki do śniadaniowych posiłków serwowanych na ciepło. Przykładem będą boczek i bekon, zazwyczaj kupowane przez klientów sklepów z myślą o przyrządzeniu smacznej jajecznicy. Tego typu produkty sprzedawane są w plastrach, w opakowaniach, ale także na mięsnych ladach. Wśród śniadaniowych propozycji serwowanych na gorąco wymienić można także parówki oraz kiełbaski frankfurterki. W przypadku parówek konsumenci zazwyczaj zwracają uwagę na rodzaj mięsa, z jakiego zostały wytworzone oraz jego zawartość w produkcie, a ta jest zróżnicowana. W tańszych artykułach będzie się ona wahać na poziomie 40-60%, natomiast w produktach z kategorii premium zawartość mięsa może sięgać od 70% wzwyż, a niekiedy nawet stanowić 100%. Dzieci chętniej wybierają parówki drobiowe, cechujące się delikatniejszym smakiem i teksturą, dorośli konsumenci lubią zarówno produkty drobiowe, jak i wieprzowe. Ciekawą opcją, po którą sięga też wielu klientów sklepów, są parówki z dodatkami, np. sera. W ofercie producentów



znaleźć można też roślinne zamienniki parówek, preferowane przez osoby niespożywające produktów mięsnych, będące na dietach redukcyjnych czy zdrowotnych.

Światowe trendy i zamienniki

Wpływ na rynek FMCG ma również globalizacja oraz inspiracje kuchniami świata. Nowych, oryginalnych smaków poszukują także polscy konsumenci, wzbogacając m.in. śniadaniowe menu o produkty pochodzące lub nawiązujące do tradycji różnych regionów świata. Dlatego w przypadku asortymentu śniadaniowego można również zaobserwować większe zainteresowanie produktami, którymi zjadają się np. Włosi, Hiszpanie czy Niemcy. Hitem wykwintnych śniadań mogą być szynki oraz inne wędliny długo dojrzewające czy hiszpańska kiełbasa chorizo.

Alternatywą dla tradycyjnych wędlin są pasztety czy wyroby wytwarzane z drobiowego mięsa, np. kurczaka lub indyka. W kategorii tych produktów cenione są wędliny faszerowane z dodatkami warzyw, ziół oraz innego rodzaju mięsa. Asortyment drobiowy może być urozmaicany farszami tworzonymi np. na bazie wieprzowiny.

Tendencje na rynku

Konsumenci kupują wędliny w różnych miejscach, np. dyskontach i supermarketach – w formie pakowanych produktów w całości oraz plasterkach. Chętnie korzystają też z oferty lad mięsnych oraz sklepów mięsnych. Kierują się przy tym wygodą. Zaletą wielkopowierzchniowych punktów handlowych jest dostępność szerokiej oferty produktów z różnych kategorii. Podczas jednej wizyty w takim sklepie jesteśmy w stanie zaopatrzyć się we wszystkie niezbędne produkty, łącznie z wędlinami.

Duże znaczenie przy wyborze wyrobów wędliniarskich ma oczywiście cena. W czasie gdy koszty życia, w tym również codziennych zakupów, znacząco zwiększyły się, konsumenci poszukują różnych sposobów na zaoszczędzenie i jest to widoczne również w przypadku decyzji zakupowych. Chociaż nie jest to regułą, konsumenci często poszukują produktów dobrych jakościowo, skoro i tak ostatecznie będą zmuszeni zapłacić za artykuł wyższą cenę.

Podsumowując, w kategorii wędlin, które wybierane są do przygotowania śniadań, z jednej strony dostrzegalne jest silne przywiązanie do tradycji, ale także podążanie za trendami, również tymi światowymi. Z tego względu oprócz regionalnych, polskich specjałów na dobry początek dnia serwowane są też wędliny charakterystyczne dla innych zakątków świata. Dostrzec można także większe zainteresowanie produktami premium. ♦

Sery i twarogi

Składniki kanapek i dań

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

Sery posiadają wielu zwolenników. Nie tylko doskonale podkreślą smak kanapek przygotowywanych na śniadania, ale również wielu innych aromatycznych dań, idealnych na różne okazje. Istnieje wiele rodzajów serów, które włączane są do codziennej diety. Każdy z nich wyróżnia się innym sposobem wytwarzania, dzięki czemu charakteryzują się całkowicie odmiennym smakiem, wyglądem i konsystencją.

Składniki wykorzystywane do produkcji serów mają bardzo istotny wpływ na ich wartości odżywcze, funkcjonalne oraz aromat, trwałość i wygląd. Konsumenci chętnie sięgają po tradycyjne receptury, opierające się na zastosowaniu mleka krowiego, które wyróżniają się śmietankowo-maślanym smakiem, idealnie dopełniającym menu śniadaniowe, jak i wiele dań. Coraz częściej składają się ku innowacyjnemu asortymentowi. Wśród ulubionych propozycji

konsumentów wymienić można: sery żółte, sprzedawane w kawałkach lub plasterkach, twarogowe, pleśniowe oraz wiele innych propozycji przepięknych bogactwem aromatów.

Proces produkcji

Podział gatunków sera ze względu na proces ich produkcji obejmuje różne rodzaje, które można znaleźć w sklepach spożywczych. Pierwszą z kategorii są sery podpuszczkowe. To kategoria produktów, która przepięknie sklepowe półki. Kolejną propozycją są sery kwasowe ukwaszone kulturami bakterii, kwasowo-podpuszczkowe oraz zwarowe.

Sery żółte

Ta odmiana cieszy się dużą popularnością na całym świecie. Często są klasyfikowane według kraju, z którego pochodzą oraz swojej indywidualnej struktury. Odmiana podpuszczkowa charakteryzuje się dojrzewaniem przez kilka tygodni lub nawet miesięcy, dzięki czemu wyróżnia się określonym smakiem, strukturą i zapachem. Sery te są produkowane z mleka, soli i podpuszczki, czyli enzymu trawiennej, odpowiedzialnego za krzepnięcie mleka. To proces, który prowadzi do powstania skrzepu i oddzielenia serwatki, stając się źródłem wapnia, białka i witamin.



Popularne rodzaje

Sery są sprzedawane w całości lub w plasterkach i dzielą się na kilka odmian. Gouda wyróżnia się łagodnym, często wzbogaconym o słodko-orzechowe nuty smakiem i kremową konsystencją. Jego półtwarda, a jednocześnie elastyczna struktura o żółtym kolorze, doskonale się sprawdza jako składnik wielu dań, podawanych zarówno na ciepło, jak i na zimno.

Równie często wybierany przez klientów sklepów spożywczych jest ser edamski o delikatnym i słonym posmaku. Posiada charakterystyczny, kulisty lub lekko spłaszczony kształt, pokryty czerwoną powłoką woskową, zabezpieczającą produkt przed wyschnięciem. Ma rzadkie oczka oraz subtelny zapach, który nabiera intensywności w miarę dojrzewania.

Ser cheddar to produkt o pomarańczowej barwie, który dzięki twardej konsystencji połączonej z jednolitą powierzchnią oraz intensywnym smakiem posiada szczególnie uniwersalne zastosowanie. Doskonale podkreśla smak dań na ciepło, a w tym zapiekanki, burgerów czy makaronów wzbogaconych o różnorodne sosy. Ta twarda odmiana sera podpuszczkowego jest skomponowana z czystym, ostrym i kwaśnym smakiem, podkreślonym przez intensywny aromat, który podczas dojrzewania staje się coraz bardziej wyczuwalny.

Produktem o dużych dziurach, lekko słodkawym i tak samo jak pozostałe gatunki – orzechowym aromacie jest ementaler. To szwajcarski ser dojrzewający, który jest najczęściej wykorzystywany do różnorodnych



zapiekane, sosów oraz fondue, czyli gorącej i płynnej masy serowej, w której zanurzone są warzywa, owoce lub pieczywo.

Bogata selekcja odmian serów żółtych obejmuje również masdamer, który poza nutą orzechową jest wzbogacony o łagodne i słodkie aromaty. Jego wilgotny i półtwardy miąższ wyróżnia się dużymi oczkami.

Konsumenci lubią także sery typu tylnego. To półtwardy produkt o lekko pikantnym i kwaśnym posmaku. Najczęściej spotyka się jego zastosowanie jako składnik kanapek, tostów lub sałatek.

Produktem, który szczególnie wyróżnia się prawdziwie szwajcarską budową, jest ser radamer. Duże oczka, delikatny smak wzbogacony o słodko-orzechowe nuty charakteryzuje się długim okresem dojrzewania. To polska odmiana sera z dziurami, która nieustannie cieszy się rosnącą popularnością wśród miłośników produktów przygotowywanych na bazie mleka krowiego.

Bursztyn również wyróżnia się szczególnie długim okresem dojrzewania, trwającym minimalnie sześć miesięcy. Jego smak wzbogaca krucha tekstura i intensywny aromat. Posiada czarną skórę, powstałą przez ręczne masowanie specjalną pastą,

odmianach. Mogą zawierać białą pleśń zewnętrzną oraz niebieską, która znajduje się wewnątrz produktu. Pierwsze z nich są pokryte białą powierzchnią pleśni, o aksamitnej teksturze. Ich wnętrze jest kremowe, o szczególnie miękkiej konsystencji. Wśród najczęściej spotykanych serów zawierających białą pleśń, znajduje się między innymi camembert, produkowany z krowiego mleka. Podobnym smakiem wyróżniają się na przykład sery brie. Tego typu produkty mają

Buratta to ser typu włoskiego, który znacznie wyróżnia się na tle pozostałych. Jej specyficzne wnętrze po przekrojeniu zamienia się w półpłynną mieszankę, składającą

Sery mają wielu zwolenników nie tylko doskonale podkreślają smak kanapek na śniadania, ale również wielu innych aromatycznych dań, idealnych na różne okazje



wykorzystywaną do pielęgnacji produktu. To doskonały sposób, pozwalający na ochronę przed zepsuciem sera.

Pleśniowe

Konsumenci cenią sobie również charakterystyczne smaki i aromaty. Sery pleśniowe występują zazwyczaj w dwóch

wszechstronne zastosowanie jako dodatki do sałatek, tostów, kanapek, sosów, kremowych zup i różnorodnych dipów.

Idealne na kanapki

Produkty świeże, takie jak twaróg chudy, półtłusty i tłusty o świeżym i lekko kwaśnowatym posmaku idealnie się sprawdza w wielu słodkich i wytrawnych daniach.

Natomiast mozzarella i feta są wyjątkowo cenionymi składnikami, często wzbogacającymi smak sałatek.

się z mozzarelli i śmietanki. Z zewnątrz jest otoczona skorupą z mozzarelli, przez co wizualnie przypomina miękką sakiewkę ze smakowitym nadzieniem. Szczególnie wyróżnia się delikatnym, słodkim, a zarazem maślanym aromatem. Posmak świeżego mleka i śmietany sprawia, że jej smak znacznie odbiega od klasycznej mozzarelli, znanej dla większości osób.

Sklepy spożywcze oferują szeroką gamę produktów, idealnych na codzienne śniadanie. Serki topione, o jednolitej i plastycznej konsystencji często są wzbogacane o różnorodne przyprawy i aromaty warzyw, wędlin czy ziół. Tego typu produkty są cenione ze względu na wszechstronność, z której każdy może korzystać na co dzień. ♦

Przekąski i dania „na raz”

Produkty jednoporcjowe

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

Szybkie przekąski cieszą się coraz większą popularnością. To właśnie dzięki produktom dostępnym w sklepach spożywczych, możemy w prosty sposób zaspokoić uczucie głodu, nawet kiedy nie mamy czasu na dłuższą przerwę. Mogą to być nie tylko świeże owoce i warzywa, ale również wiele innych smakowitych propozycji, które doskonale się sprawdzają pomiędzy posiłkami. Przedstawiamy najpopularniejsze produkty i półprodukty, które z powodzeniem mogą urozmaicić każdą dietę.

Sklepowe półki są przepełnione bogatym asortymentem, który z pewnością przypadnie do gustu nawet najbardziej wymagającym klientom. Niezależnie, czy poszukujemy propozycji idealnych na przekąskę pomiędzy posiłkami, czy szybkie śniadanie, obiad lub kolację – tego typu produkty są dostępne zarówno w mniejszych marketach osiedlowych, jak i nieco większych supermarketach, tak by każdy klient mógł się cieszyć komfortowym dostępem do ulubionej żywności.

Śniadanie na słodko

To pierwszy, a jednocześnie najważniejszy posiłek dnia, na który możemy nie mieć czasu przez liczne obowiązki. W zamian, często wybieramy gotowe dania dostępne w sklepach spożywczych, które przypadną nam do gustu nie tylko pod względem komfortu spożycia, ale również bogactwa smaku.



Jakie gotowe produkty wybrać na szybkie śniadanie? Jedną z najczęściej spotykanych propozycji, jaką możemy znaleźć na sklepowych półkach, są gotowe owsianki lub płatki ekspandowane, najczęściej zapakowane w saszetkach lub specjalnych kubeczkach papierowych. Są dostępne w wielu wariantach smakowych, często z dodatkiem owoców lub czekolady. To szybka alternatywa dla klasycznych płatków śniadaniowych, którą możemy spożyć na krótkiej przerwie w pracy lub w szkole.

Równie często wybieranymi propozycjami, idealnymi na śniadanie, są jogurty z musli i owocami, smoothie lub musy owocowe w tubkach. Takie opcje łączą komfort spożycia z jakością, co jest niezbędne na dobry początek dnia.

Szybko i wytrawnie

Poza posiłkami na słodko, istnieje również wiele wytrawnych propozycji, które tak samo dobrze się sprawdzą na szybkie śniadanie czy przekąskę. Różnorodne sałatki z mieszanek sałat, zachwycające bogactwem warzyw to wybór dla osób, które

lubią urozmaicić swoją dietę o porcję zielonych składników, produkty dostępne w każdym markecie. Na sklepowych półkach znajdziemy asortyment z dodatkiem kasz lub pełnoziarnistych grzanek oraz źródła białka – sera lub kurczaka.

Coraz częściej możemy znaleźć również gotowe kanapki, idealne do spożycia na ciepło lub na zimno. Są wzbogacone o róż-



norodne dodatki, dzięki czemu stanowią komfortowy wybór, idealny na każdy dzień. Konsumenci przy wyborze tych artykułów zwracają uwagę na skład – odpowiedni do ich preferencji żywieniowych, ale również prosty i naturalny.

Komfortowy obiad

To posiłek, którego przygotowanie często wymaga od nas najwięcej czasu. Dzięki możliwości selekcji produktów gotowych, możemy cieszyć się pożywnym i smacznym daniem, które nasyci nas na resztę dnia. Jakie gotowe posiłki wybierane są na obiad? Szczególnie wyróżniają się gotowe dania mięsne z makaronem, ryżem lub kaszą. Może to być na przykład uwielbiane przez wiele osób spaghetti bolognese, carbonara lub makaron penne z warzywami i kurczakiem.

Wśród gotowych dań do podgrzania, szczególnie popularnością wyróżniają się również uwielbiane przez wiele osób pierogi, zupy lub dania mrożone, takie jak warzywa na patelnię, nuggetsy, pizza i zapiekanki.

Zdaniem wielu konsumentów skład wybranych dań powinien być możliwie jak najkrótszy, bez dodatku nadmiaru soli, cukrów prostych, konserwantów i wzmacniaczy smaku, które mogą negatywnie wpłynąć na nasze zdrowie. Pozytywne znaczenie ma jednak duża ilość warzyw oraz różnorodność źródeł białka.

Kolacja pełna smaku

Przygotowanie wieczornego posiłku również może nie współgrać z napiętym planem dnia. W przypadku zapracowanych osób ratunkiem mogą być gotowe produkty dostępne w sklepach spożywczych. Poza propozycjami idealnymi do spożycia na ciepło, takimi jak krokiety czy naleśniki, możemy cieszyć się możliwością selekcji spośród wielu innych, równie smacznych dań. Są to między innymi wrapy i roladki z tortilli, które również dobrze smakują po podgrzaniu i na zimno. W zależności od naszych preferencji często spotyka się tortille z kawałkami kurczaka, warzywami i aromatycznym sosem, np. czosnkowym czy tasiem, czyli połączenia smakowe, które od dawna są cenione przez wiele osób.

Idealne pomiędzy posiłkami

Często konsumenci poszukują przekąsek idealnych do spożycia pomiędzy głównymi posiłkami. Mogą to być również warzywa pokrojone w drobniejsze kawałki, takie jak marchewki, papryka, ogórek i inne, idealne do spożycia w biegu. Często występują z dodatkiem różnorodnych sosów lub humusu, który urozmaica ich smak.

Producenci oferują również uwielbiane przez dzieci i dorosłych paluszki serowe,



które możemy znaleźć w wielu sklepach spożywczych. Podobnie cenioną opcją są kabanosy, występujące w wielu różnych

„Propozycjami wybieranymi na śniadanie są jogurty z musli i owocami, smoothie lub musy owocowe w tubkach, które łączą komfort spożycia z jakością

odstonach. Mogą to być na przykład kabanosy wołowe, które wyróżniają się intensywnym smakiem połączonym z wyrazistą strukturą. Tak samo smaczną alternatywą, która może przypaść do gustu wielu osobom będą kabanosy wieprzowe, drobiowe

czy te wzbogacone o różnorodne dodatki, takie jak ser, chilli, papryka lub różnorodne zioła i przyprawy.

Suszone owoce i orzechy

Poza znanymi dla większości batonami musli, wzbogaconymi o różnorodne owoce i orzechy, popularnymi przekąskami są produkty, które dobrze się sprawdzą w pojedynkę czy jako dodatek do sałatek, jogurtów

i szybkich owsianek. Najczęściej wybierane są śliwki, morele, rodzynki, żurawina oraz daktyl, wyróżniające się słodkim smakiem, dzięki czemu możemy cieszyć się lepszą alternatywą dla niezdrowych przekąsek. Są szczególnie cenione za bogate źródło energii, błonnika, witamin i minerałów, takich jak potas i żelazo. Nieco mniej popularną, jednak nadal cenioną propozycją są jagody goji i suszone wiśnie.

Tak samo dobrą opcją będą różnorodne orzechy, które bez problemu możemy zabrać w podróż czy urozmaicić sobie przerwy pomiędzy wykonywaniem zawodowych obowiązków. Najczęściej są to migdały, orzechy włoskie, laskowe, brazylijskie, pistacje i nerkowce. Przede wszystkim ceni je się jako bogate źródło białka, tłuszczów oraz błonnika, co przekłada się na mniejsze odczucie głodu i chęci na słodczy. Warto wybierać te naturalne, bez dodatku soli, które stają się cenione przez coraz więcej osób. ♦



ARTYKUŁY SYPKIE

Do przygotowania pożywne go śniadania



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

Wśród podstawowych produktów, które urozmaicają śniadaniowe menu wymienić można artykuły sypkie. Płatki, kasze, musli, granole, ryż to pożywne przekąski, dzięki którym start nowego dnia będzie udany.



Płatki na początek dnia

Jednym z najbardziej popularnych produktów, które trafiają do zakupowego koszyka z myślą o przygotowaniu śniadania są płatki. Artykuły te występują w wielu wariantach smakowych oraz rodzajach. Ich właściwości oraz smak w dużej mierze zależą od rodzaju zbóż, z których zostały wyprodukowane.

Najbardziej rozbudowaną kategorią są produkty kukurydziane i pszenne. Konsumenci sięgają też po płatki jaglane, jęczmienne, owsiane czy gryczane. Sycące przekąski dostępne są w wariantach klasycznych, z dodatkiem miodu, cynamonu, bakalii, czekolady czy kandyzowanych owoców. ►



Smaczne musli

Mieszanka płatków zbożowych, bakalii, suszonych lub kandyzowanych owoców, czasami też z dodatkiem słodczy w postaci miodu oraz czekolady, to także jeden z ulubionych artykułów spożywczych wybieranych na śniadanie. Cenione przez konsumentów są produkty o prostych składach, wyprodukowane z naturalnych,

ekologicznych surowców. Podobnie jak płatki, musli dostępne są w sklepach w wielu wariantach smakowych, które różnią się od siebie dodatkami, np. rodzajem owoców znajdujących się w składzie mieszanki. W tej kategorii znajdziemy tradycyjne produkty, jak i te z obniżoną zawartością tłuszczu czy cukru.



Szybka przekąska

Alternatywą dla płatków śniadaniowych może być granola. To produkty bardzo podobne do musli. Różnią się tym, że składniki granoli są zapiekane. W skład mieszanki wchodzi płatki zbożowe, orzechy, suszone owoce i nasiona. Tak jak w przypadku musli, granola może być wzbogacona

słodzikiem, np. w postaci miodu, ale też deserowymi dodatkami, takimi jak płatki czekolady. Konsumenci przy wyborze granoli zazwyczaj kierują się składem. Granola stanowi nie tylko lubianą przekąskę śniadaniową, ale również dodatek do jogurtów, deserów oraz wypieków. ►



Kaszki śniadaniowe

Wśród produktów, które znajdują zastosowanie do przygotowania śniadania, wymienić należy też kasze. Także w tej grupie asortymentu śniadaniowego konsumenci mają duży wybór. Na sklepowych półkach znajdują kaszę: jaglaną, manną, gryczaną, kuskus czy bulgur. Zainteresowaniem cieszy się

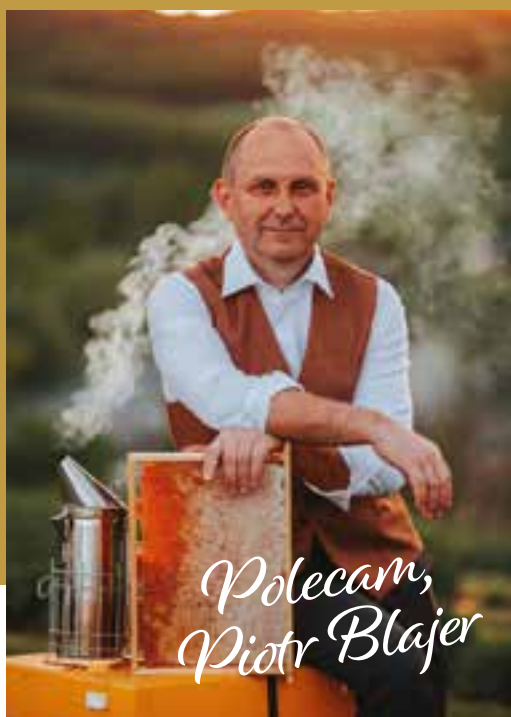
kasza manna, która może być serwowana z mlekiem, budyniem, owocami, jako sycąca przekąska na śniadanie. Chętnie wybierane są produkty typu instant, do błyskawicznego przygotowania. Na sklepowych półkach znaleźć można też gotowe kaszki – w formie produktów nabiałowych.



Ryż i makarony

Ryż i makarony to kategoria produktów, które także kupowane są m.in. z myślą o przyrządzeniu pożywne śniadania. Choć ich przygotowanie wiąże się z koniecznością poświęcenia większej ilości czasu, to nie brakuje zwolenników takich kulinarnych rozwiązań na początek dnia. W tej kategorii

także znaleźć można szeroki wybór produktów nabiałowych produkowanych na bazie ryżu. Smakowite masy z dodatkiem musów owocowych i suszonych owoców to przekąski, które wybierane są nie tylko rano, ale również jako propozycja na drugie śniadanie w pracy, szkole czy po treningu. ♦



*Polecam,
Piotr Blajer*

Jak jeść miód w plastrze?

Plaster miodu to niezwykle uniwersalny przysmak:

- ✓ Na bezpośrednio: Odłam kawałek plasterka i żuj jak naturalną gumę, ciesząc się intensywnym smakiem.
- ✓ Na kanapce: Rozsmaruj kawałek plastra na ciepłym, chrupiącym pieczywie. Ciepło delikatnie rozpuści miód.
- ✓ Z serami: Serwuj z dojrzałymi serami (np. pleśniowymi lub owczymi) i winem jako elegancką deskę serów.
- ✓ Dekoracja deserów: Używaj jako naturalnej i efektownej dekoracji do tortów, sufletów czy lodów.



WWW.HONEYCOMBS.PL



Złota godzina dla herbaty

Jak Adalbert's odpowiada na jesienno-zimowe potrzeby konsumentów

Tekst **Paulina Małachowska** Brand Manager Adalbert's Tea
Zdjęcia **istockphoto.com / materiały własne Adalbert's Tea**

Gdy pierwsze chłodne poranki i mgliste wieczory nieuchronnie zastępują letnią beztroskę, konsumenci w naturalny sposób zwracają się w stronę ciepłych napojów. Kubek gorącej herbaty to dla wielu z nas synonim jesienno-zimowego komfortu. Jednak za tym prostym obrazem kryje się rynkowa rewolucja.

Fundamentem tej świadomości jest także wiedza o prozdrowotnych właściwościach herbaty, bogatej w naturalne polifenole i katechiny. Marki, które potrafią w przystępny sposób o tym opowiadać, budują pozycję eksperta i zdobywają lojalność klientów.

Współczesny, świadomy konsument zadaje sobie pytanie nie tylko „czy”, ale przede wszystkim „co” wlewa do swojego kubka. Prosty napój rozgrzewający ewoluuje w narzędzie dbania o siebie, przemyślany rytuał i wyrafinowany podarunek.

Powrót do źródeł – jakość i pochodzenie jako klucz do zaufania

W dobie przesytu informacyjnego konsumenci poszukują autentyczności, świadomie dokonując swoich wyborów. Cena, choć wciąż istotna jako jeden z czynników decydujących o zakupie, nie zawsze gra główną rolę. Dziś liczy się przede wszystkim obietnica utrzymania standardu, którą składa producent. Ten trend, zwany premiumizacją, sprawia, że wartość rynku herbaty rośnie mimo spadków wolumenowych, gdyż klienci wybierają produkty z historią i gwarancją, że w opakowaniu znajdzie się produkt spełniający ich potrzeby.

Kluczowe staje się pochodzenie. Herbaty ze Sri Lanki, dawnego Cejlonu, cieszą się szczególnym uznaniem dzięki unikalnemu mikroklimatowi wyspy, który pozwala na uprawę liści o niezwykle bogatym bukcie smaku i aromatu. Dla coraz szerszej grupy odbiorców certyfikat Ceylon Lion Logo, gwarantujący, że w opakowaniu znajduje się 100% czystej herbaty cejlońskiej, staje się ważnym wyznacznikiem.

Rośnie również wiedza na temat samych liści, a konsumenci zaczynają rozumieć kluczową różnicę między słaczną klasą herbaty OP1, składającą się z długich i całych liści, a klasą BOPF – czyli listkami pokruszonymi, które szybko oddają kolor i aromat, trochę kosztem delikatności i głębi smaku.



Mapa smaków Polaków – od bezpiecznej klasyki po zmysłowe odkrycia

Choć rynek herbaty w Polsce ewoluuje, jego fundamentem wciąż pozostaje czarna herbata w formie torebek ekspresowych. To codzienny wybór milionów Polaków. Adalbert's Tea odpowiada na tę potrzebę, oferując w swoim portfolio klasyczną Breakfast Tea w saszetkach – jest to jednak



propozycja z segmentu herbat premium, która pozwala konsumentowi na nowo odkryć jakość i głębię smaku w dobrze znanym formacie.

Jednocześnie Polacy coraz śmielej eksperymentują. Trend ten potwierdzają dwa flagowe produkty Adalbert's Tea:

- Earl Grey z Kardamonem – przykład odważnego, ale niezwykle trafionego połączenia. Marka zauważyła, że Polacy kochają klasycznego Earl Greya, ale jednocześnie coraz chętniej sięgają po orientalne przyprawy. Dodatek kardamonu okazał się doskonałą odpowiedzią na oczekiwania rynku, tworząc nieoczywisty bestseller, który idealnie balansuje między tradycją a egzotyką.
- Tropical Tea – niekwestionowany lider sprzedaży i jedno z najważniejszych SKU w portfolio. Mieszanka czarnej cejlońskiej herbaty z nutami tropikalnych owoców to dla wielu konsumentów synonim marki Adalbert's. Jej sukces polega na precyzyjnym trafieniu w emocjonalną potrzebę – w środku jesiennej pluchy czy zimowej szarości, każda filiżanka tej herbaty jest jak krótka, zmysłowa podróż na rajską wyspę.

Rytuał i funkcjonalność – herbata jako codzienne wsparcie

Koniec z bezrefleksyjnym zalewaniem torebki wrzątkiem – dziś świadomy konsument celebrytuje proces parzenia. Zwyczaj ten ewoluował w akt uważności: osobisty rytuał, który staje się codzienną kotwicą w zabieganym świecie. To chwila pauzy, moment dedykowany wyłącznie sobie, esencja filozofii slow life w jej najbardziej dostępnej formie. Wsypywanie liści do zaparzacza, obserwowanie, jak woda nabiera koloru, wdychanie delikatnego aromatu – to wszystko składa się na ceremonię, która koi zmysły i porządkuje myśli, zanim jeszcze weźmiemy pierwszy łyk.

Równolegle do potrzeby wyciszenia, rośnie pragnienie realnego wsparcia dla organizmu. Do naparu trafiają już nie tylko dodatki smakowe, ale składniki o konkretnym, prozdrowotnym działaniu: ostry imbir na wzmocnienie odporności, rozgrzewający cynamon i goździki o właściwościach antyseptycznych, kurkuma działająca przeciwzapalnie. To trend, w którym herbata staje się odpowiedzią na potrzebę naturalnego dbania o zdrowie

i samopoczucie. Potwierdzają to twarde dane rynkowe, pokazujące lawinowy wzrost zainteresowania herbatami funkcjonalnymi.

Dla producentów jest to strategiczny moment na redefinicję swojej roli. Zamiast pozostawiać konsumentów samym sobie w ich eksperymentach, liderzy rynku powinni przejąć rolę ekspertów i kuratorów dobrostanu. To filozofia, którą marka Adalbert's rozwija w najpiękniejszy możliwy sposób, zadając sobie pytanie: co, jeśli herbata mogłaby być wsparciem nie tylko dla ciała, ale i dla ducha?

Odpowiedzią jest wyjątkowa kolekcja „Emocje” – herbaty stworzone, by nadać smak najpiękniejszym uczuciom. Słowa takie jak „Miłość” czy „Dobrostan” przestają być abstrakcją, a odnajdują swoje odbicie w zmysłowym doświadczeniu. W zimowej odświeżeniu Miłość smakuje jak słodycz truskawek otulona korzennym ciepłem goździków. Szczęście pachnie domem – soczystą pomarańczą i cynamonem. A Dobrostan to egzotyczna podróż ku wewnętrznej harmonii, w którą zabierają dojrzałe mango i soursop. ►

W ten sposób Adalbert's inspiruje do świadomego przeżywania chwil, zamieniając filiżankę herbaty w osobisty, pełen smaku i aromatu rytuał.

Nowa kultura prezentów – herbata jako przemysłany podarunek

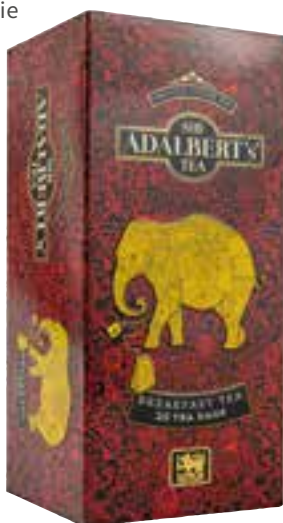
W okresie świątecznym obserwujemy wyraźny wzrost zainteresowania herbatami prezentowymi. Konsumenci coraz częściej odchodzą od standardowych podarunków, takich jak alkohol, na rzecz bardziej osobistych, przemysłanych i prozdrowotnych upominków.

Herbata premium jest idealną odpowiedzią na tę potrzebę. Jest podarunkiem eleganckim, uniwersalnym, a jednocześnie niezwykle osobistym. Wręczając ją, dajemy obietnicę ciepła, chwilę relaksu i pretekst do zatrzymania się w pędzie codzienności.

Marka Adalbert's Tea aktywnie kształtuje ten trend, budując strategię wokół sezonowych herbat w limitowanych edycjach prezentowych i oferując portfolio z gotowymi, wyrafinowanymi rozwiązaniami na każdą okazję. Znajdziemy w nim eleganckie bombonierki herbaciane, które stanowią bezpośrednią, szybką alternatywę dla klasycznych czekoladek i są idealnym upominkiem na znak wdzięczności lub by sprawić komuś przyjemność w dobrym stylu.

Strategia 360°: Jak Adalbert's Tea otula zmysły każdego konsumenta

Rynek herbaty w sezonie jesienno-zimowym to fascynująca mozaika potrzeb i pragnień konsumentów. Sztuką jest nie tylko dostrzeżenie poszczególnych elementów, ale stworzenie z nich spójnego obrazu. Adalbert's Tea, zamiast podążać za pojedynczymi trendami, buduje wokół nich całościową strategię, w której każdy konsument odnajduje opowieść dla siebie.



Jej fundamentem jest obietnica autentyczności – bezkompromisowa jakość gwarantowana pochodzeniem ze Sri Lanki, która buduje zaufanie purystów i zwolenników klasyki. Na tej pewności wyrasta pragnienie odkrywania: dla dusz podróżników marka tworzy egzotyczne kompozycje, gdzie Tropical Tea staje się biletem na rajską wyspę, a Earl Grey z kardamonem udowadnia, że przygoda może czekać nawet w filiżance tradycyjnego naparu.

Ta zmysłowa podróż prowadzi w głąb siebie, ku potrzebie harmonii i ukojenia. Tu z czułością wkracza kolekcja „Emocje”, której kompozycje takie jak „Dobrostan” czy „Miłość” stają się narzędziem do budowania osobistych rytuałów i pielęgnowania wewnętrznej równowagi. A gdy odnajdziemy już spokój, naturalnie rodzi się w nas radość dzielenia się z innymi.



Wtedy całe bogactwo smaków i aromatów łączy się w magiczną, świąteczną ofertę – eleganckie bombonierki, limitowane edycje i kalendarze adwentowe stają się językiem troski i idealnym, przemysłanym prezentem.

W ten sposób Adalbert's Tea udowadnia, że rozumie rynek dogłębnie. Marka wykracza poza oferowanie produktu, doskonaląc sztukę zamykania w każdej filiżance autentycznej historii, prozdrowotnej wartości i – co najważniejsze – emocji, na które czeka każdy z nas. ♦

Rozgrzewające dania gotowe

Liczy się wygoda i dobry skład

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

Jesienne menu często różni się od potraw spożywanych latem. Chłodniejsze dni to czas, kiedy chętniej wybierane są rozgrzewające dania, które dostarczają porcję energii. Konsumenci poszukują też sposobów na szybkie przygotowanie posiłku, a w tym pomocne są produkty z kategorii dań gotowych. W rozwoju tego segmentu dostrzegalne jest przywiązanie do tradycji, ale też urozmaicanie ofert o rozwiązania dostosowane do indywidualnych diet, np. proteinową żywność convenience.

Rosnący trend na żywność typu convenience to odpowiedź na potrzeby konsumentów. Wielość codziennych obowiązków związanych z pracą zawodową, rodziną i prowadzeniem domu zmusza do poszukiwania rozwiązań, które usprawnią wykonywanie części codziennych zadań. Dotyczy to również dziedziny kulinariów. Nie zawsze jest czas na to, aby przygotować potrawę samodzielnie. Z tego względu przydatnym rozwiązaniem staje się wtedy sięgnięcie po dania gotowe. W kategorii tych produktów zainteresowaniem konsumentów cieszą się zupy i potrawy, które można szybko odgrzać i zaserwować np. podczas obiadu. Dlatego popularnością cieszą się propozycje dań gotowych o krótkim czasie przygotowania, które można łatwo włączyć do diety.

Wygodne i szybkie rozwiązania

Na rynku dostępne są różnego rodzaju produkty, w tym dania jedno- oraz wieloporcjowe. Producenci dbają, aby ich asortyment stanowił połączenie wygody, składników dobrej jakości oraz wyjątkowego smaku. To oczekiwania, jakie stawiają przed nimi współcześni konsumenci, którzy stają się coraz bardziej świadomi, jeśli chodzi o kwestie związane z wyborem produktów spożywczych.



Przykładem tego typu artykułów są zupy, dostępne np. w słoikach lub torebkach, które można przelać do garnka i odgrzać na palniku. Hitem stają się zupy krem, w jesiennym wydaniu np. dyniowa lub jarzynowa. Popularnością wśród konsumentów cieszą się również dania gotowe, np. kotlety, pulpety, gołąbki, gulasz czy fasolka po bretońsku. Obok tradycyjnych potraw konsumenci chętnie sięgają także po dania inspirowane światowymi kuchniami. Szczególnie wśród młodych osób dostrzegalne jest zainteresowanie kulturą Wschodu, w tym m.in. smakami koreańskimi lub japońskimi, np. koreańską zupą z kimchi czy charakterystycznym dla Orientu ramenem.

Nie tylko tradycja

Producenci, komponując oferty dań gotowych, wychodzą też poza tradycję, tworząc pełnowartościowe posiłki, składające się z elementu mięsnego, ale również z takich dodatków jak kasze, ryż czy dodatki warzywne. Zainteresowaniem konsumentów cieszą się potrawy przygotowywane z kurczaka. Często stanowi

mogą alternatywę dla rozpowszechnionych cateringów dietetycznych, pod względem dostępności, a także ceny.

Konsumentów poszukują produktów o dobrym, zbilansowanym składzie, bez konserwantów, sztucznych dodatków i barwników, które będą wpisywały się także w indywidualne

diety. W ostatnich latach w segmencie żywności convenience dostrzegalny jest także wzrost sprzedaży w kategorii dań bezmięsnych wegańskich i wegetariańskich. To rozwiązanie dla osób, które rezygnują z mięsa w swojej diecie i poszukują zamienników dla produktów pochodzenia zwierzęcego. Popularne są np. burgery czy kotlety roślinne.

Odrębną kategorią, która również rozwija się w ostatnim czasie, są gotowe dania proteinowe. Produkty wysokobiałkowe zyskują spore grono zwolenników. Producenci wychodząc naprzeciw oczekiwaniom osób prowadzących aktywny tryb życia, wdrażających diety redukcyjne, poszerzają oferty o nowe produkty, w tym z kategorii convenience. ♦

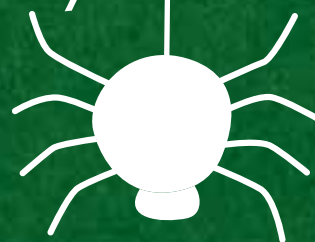


DOLINA DOBRA

Przechlewo



od 1994



**Nie bój się
spróbować!**



ZDOBAJ JE NIM ZNIKNAJ



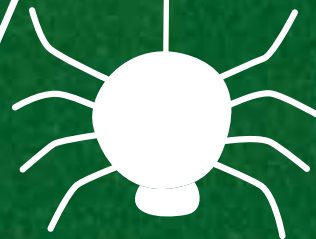
DOLINA DOBRA

Przechlewo



od 1994

Kiełbaska albo psikus!



Produkt dostępny w większych
opakowaniach 400 g i 800 g!

Jesienne wypieki

Dodatki do sezonowych ciast

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

Jesień raczy bogactwem owoców i warzyw, co zachęca do przygotowania domowych wypieków. Przydatne do pieczenia ciast będą specjalne dodatki, których różnorodna oferta dostępna jest w sklepach. Sprawdzamy, po które artykuły sięgają konsumenci, planując samodzielne wykonanie smacznych, jesiennych deserów?

Home cooking, czyli moda na samodzielne przygotowywanie posiłków, wypiek ciast czy pieczywa, wpływa także na trendy spożywcze. Sekret udanych wypieków tkwi w składnikach. Na rynku dostępny jest szereg produktów, które ułatwią samodzielne przygotowanie smacznych ciast. Wybór jest bardzo duży: od dodatków i produktów dekoracyjnych, po mieszanki, z których błyskawicznie przyrządzimy domowe smakołyki z jesiennymi owocami lub innymi dodatkami: serową lub makową masą, wykwintnym kremem, galaretką czy polewą. Odpowiednio dobrane i skomponowane składniki wpływają na konsystencję ciasta, jego puszystość, aromat i smak.

Równomierne i puszyste wypieki

Aby ciasto odpowiednio wyrosło, dodawane do niego są spulchniacze. Wśród

dostępnych w ofertach sklepów produktów do wykonania ciast jogurtowych, piaskowych kruchych oraz ciasteczek, po które zazwyczaj sięgają konsumenci, wymienić należy proszek do pieczenia, czyli gotową mieszankę, dzięki której ciasto wyrasta równomiernie. Alternatywą dla proszku do pieczenia również wybieraną przez klientów jest soda oczyszczona.

Konsumenci stawiają też na tradycję i przygotowując wypieki sięgają po drożdże, częściej w tradycyjnej kostce, ale nie brak zwolenników suszonych produktów.

Produkty żelujące

Do ciast z owocami, ale również ze słodkimi masami, dodawane są również substancje żelujące. Najpopularniejszymi produktami tego typu dostępnymi w ofercie sklepów są żelatyna spożywcza i galaretki. Szeroki wybór artykułów z tej drugiej kategorii, dostępnych w wielu wariantach smakowych oraz kolorystycznych, umożliwia dopasowanie ich do konkretnego zastosowania. Owocowe galaretki są chętnie wybierane jako opcja na błyskawiczny deser oraz dodatek do wielu rodzajów ciast, zarówno z owocami, jak i tych przełożonych kremowymi czy serowymi masami. W ostatnim czasie wzrasta zainteresowanie produktami



o nietypowych kolorach – niebieskim, zielonym lub wersjami transparentnymi.

Smak czekolady

Gdy za oknem ponuro, dni stają się krótsze i chłodniejsze, konsumenci często poszukują też słodkich sposobów na polepszenie humoru. Jako poprawiacze nastroju mogą posłużyć czekoladowe ciasta i desery. Czekolada, jako dodatek do wypieków, pojawia się w różnych odstonach.

Klienci zazwyczaj wybierają

“

Producenci, widząc rozwijający się trend na domowe wypieki, wprowadzają na rynek mieszanki, które umożliwiają przyrządzenie, ciasta, kremu, zakwasu



kakao, z którego mogą wyczarować kuszące aksamitnym smakiem oraz głębokim kolorem brownie. Z nutą kakao wypiekane są także biszkopty, stanowiące bazę do tortów oraz innych ciast przekładanych kremowymi masami. Jeśli klienci chcą urozmaicić smak i wygląd domowych deserów, poszukują też czekoladowych produktów dekoracyjnych, np. drobinek lub posypek w różnych kształtach.



Wśród dodatków do ciast o smaku czekolady wymienić można także mieszanki do przyrządzenia kremów lub budyni, z którego z dodatkiem masła utrzeć można masę do przełożenia biszkoptów.

Domowe ciasta okraszane są polewami. I w tym przypadku również chętnie wybierane są produkty czekoladowe, np. gotowe

polewy, które wystarczy rozpuścić, podgrzewając w naczyniu lub w kąpeli wodnej. Wśród ulubionych wariantów smakowych wymienić można oprócz białej, mlecznej i ciemnej czekolady, także polewy karmelowe. Z myślą o przygotowaniu polewy kupowane są również czekolady, które po podgrzaniu z dodatkiem tłuszczu tworzą płynną masę do udekorowania wypieków. W takim zastosowaniu sprawdzają się

czekolady deserowe, mleczne lub białe, produkty klasyczne, bez dodatkowych składników.

Domowe pieczywo

Jesienią, gdy wieczory są dłuższe, mamy więcej czasu na zajmowanie się domowymi obowiązkami, i możemy zatroszczyć się o urozmaicenie swojej diety. Nic tak nie smakuje, jak przyrządzone samodzielnie pieczywo. Jednak aby domowy chleb był pulchny, chrupiący i zachwycał zapachem, potrzebuje odpowiednio przygotowanego zakwasu. Wydawać by się mogło, że to żmudny i skomplikowany proces. Jednak producenci, widząc rozwijający się trend na domowe wypieki, wprowadzają na rynek specjalne mieszanki, które umożliwiają przyrządzenie zakwasu. Co więcej konsumenci wybierać mogą także z gotowych mieszanek chlebowych, bogatych w ziarna, które mogą stanowić dodatki do wypieku chleba. Zazwyczaj wybierane są przez konsumentów produkty naturalne, o składach dobrej jakości. Klienci zwracają także uwagę na pochodzenie tych artykułów. Chętnie decydują się na warianty ekologiczne. Znaczenie dla wielu osób ma również wartość odżywcza asortymentu, np. zawartość białka, tłuszczów czy witamin.



rynku dostępnych jest wiele jej typów. Mąka pszenna jest najbardziej rozpowszechnionym produktem. Ze względu na jej szerokie zastosowanie, zazwyczaj stanowi najpopularniejszy wybór konsumentów, planujących przygotować domowe wypieki. Podjęcie decyzji ułatwia fakt, że niektóre mąki są produkowane z myślą o ich konkretnym zastosowaniu w kulinariach, np.: mąki tortowe, krupczatka, luksusowe, chlebowe czy uniwersalne. Zainteresowaniem cieszą się też produkty pełnoziarniste, które nadają się np. do przygotowania domowego pieczywa. Wzrasta również popyt na produkty przeznaczone dla osób wdrażających określone diety żywieniowe, np. mąki bezglutenowe.

Tłuszcze jako dodatki do ciast

Do przygotowania niektórych wypieków niezbędne są również takie dodatki, jak tłuszcze – masło, margaryna, olej. Ten asortyment jest również bardzo rozbudowany, tak aby konsumenci mogli dopasować produkty do potrzeb żywieniowych oraz do przygotowania konkretnego wypieku. Zazwyczaj liczy się dla nich marka. Zwykle o zakupie konkretnego artykułu decyduje również przyzwyczajenie. Konsumenci przywiązani są do produktów, które kupują od lat, gdyż mają pewność, co do ich jakości. W przypadku przygotowywania wypieków ma ona ogromne znaczenie i często może zaważyć na smaku lub fakturze ciasta, np. zła jakość składników może wpłynąć na to, że wypiek nie będzie odpowiednio puszysty. ♦



Sekret tkwi w mące

Każda receptura opiera się na łączeniu ze sobą różnych składników. Na powodzenie samodzielnego wypieku ciasta lub chleba wpływ ma dobór odpowiedniej mąki, szczególnie że na

Przekąski i dania

Propozycje na jesienne wieczory

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

Sezonowe przekąski, dostępne w sklepach spożywczych nieustannie zaskakują coraz ciekawszymi wariantami smakowymi, idealnie podkreślającymi charakter jednej z najbardziej klimatycznych pór roku, czyli jesieni. Niezależnie czy mowa o słodkościach, których smak podkreśla dodatek przypraw, takich jak cynamon, kardamon lub imbir, czy innych, słonych przekąskach, które również wprawiają wiele osób w jesienny nastrój – każdy może znaleźć coś idealnego dla siebie.

Po jakie produkty najchętniej sięgają klienci jesienią? Selekcja propozycji dostępnych w sklepach sprawia, że każdy może cieszyć się wyjątkowym aromatem przepełnionym dodatkiem przypraw korzennych. To doskonały sposób na szybki posiłek, bez konieczności wielogodzinnego gotowania i pieczenia. Przedstawiamy szereg przekąsek idealnych na jesienne wieczory, które bez problemu można znaleźć w sklepach spożywczych.

Cynamonki

To jedna z najbardziej popularnych propozycji, cenionych przez miłośników aromatycznych słodkości. Drożdżowe bułeczki, wzbogacone o słodkie, cynamonowe nadzienie zaskakują wyjątkowym smakiem, który już na samą myśl przypomina nam o klimatycznych chwilach spędzonych w domowym zaciszu. Doskonale się sprawdzą jako szybka przekąska, wzbogacająca smak porannej kawy czy herbaty. Cynamonki stały się w ostatnim czasie kulinarnym hitem i na fali tego trendu w sklepach dostępne są gotowe mieszanki do przygotowania smacznych drożdżówek charakteryzujących się korzennym smakiem i aromatem.



Ciasteczka dyniowe

To przekąska, którą możemy znaleźć w wielu różnych wariantach smakowych. Kruche ciasteczka z dodatkiem ziaren dyni i nasion słonecznika są często formowane w nawiązaniu do sezonowych kształtów, np. liści czy dyni. W zależności od preferencji konsumentów przekąski mogą również zawierać akcenty czekolady, orzechów lub cynamonu. Te aromaty już na samą myśl przypominają o wyjątkowym klimacie jesieni.

Orzechy i bakalie

Jesienią doskonale sprawdzą się kompozycje różnorodnych orzechów, a w tym włoskich, nerkowca, laskowych oraz migdałów. Są bogatym źródłem tłuszczów nienasyconych, witamin, minerałów, białka oraz błonnika. Równie często wybierane są jako przekąski: pestki dyni, słonecznika



oraz bakalie, suszone śliwki, żurawina czy rodzynki. Konsumentów uwielbiają także orzechy i owoce w czekoladzie czy w różnorodnych przyprawach, które sprawdzają się na uprzyjemnienie chłodniejszych dni.

Jesienne chrupiące przekąski

Bogata oferta chrupiących przekąsek jest również dostępna w typowo jesiennym odświeżeniu. Klasyczne chipsy i chrupki często występują w smakach charakterystycznych dla sezonowej kuchni. Podobnie cenione stają się także chipsy warzywne lub liofilizowane owoce i warzywa, które mogą stać się alternatywą dla tradycyjnych produktów, po które sięga wiele osób. Popularne warianty chrupiących przekąsek są często wzbogacane o aromaty papryki i suszonych ziół. Równie dużą uwagę zdobywają typowo jesienne propozycje, takie jak smaki grzybów lub kompozycji jabłka z cynamonem czy śliwki.

Warzywa z aromatycznymi sosami

Warto poświęcić uwagę sezonowym warzywom, które jako przekąski i dania komponują się z różnorodnymi dipami. Takie sosy możemy zarówno przygotować samodzielnie, jak i znaleźć w wielu sklepach. Mogą to być między innymi: dynia, buraki, brokuły czy chrupiąca marchewka. Bogata selekcja różnorodnych sosów, wśród których szczególnie wyróżniają się te na bazie sera kremowego lub hummusu. Produkty te często występują z dodatkami wielu jesiennych przypraw. Nutka chili, kurkumy, cynamonu, mielonej papryki lub suszonych ziół z pewnością przypadnie do gustu miłośnikom zdrowych przekąsek. ♦

Light and fit



Termosy i kubki termiczne

Nie tylko na jesień?

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

Termosy, butelki i kubki termiczne to pojemniki o właściwościach termoizolacyjnych. Ich konstrukcja pozwala przez długi czas utrzymywać temperaturę napoju. Mogą zachowywać zarówno chłód, jak i ciepło cieczy, a przy tym zapewniać jej wygodny transport. Produkty z tej kategorii konsumenci często mogą znaleźć w sklepach spożywczych oraz wielobranżowych i nabyć przy okazji standardowych, codziennych zakupów, by następnie użytkować je jako element wyprawki do szkoły lub pracy.

Do niedawna termoizolacyjne butelki i kubki na napoje wpisywały się w typowo jesienny asortyment. Ostatnio zaczynają być uznawane za element całorocznej oferty produktów lifestyle'owych. Ze względu na swoje przeznaczenie często dostępne są w sklepach o profilu spożywczym. Termosy, stalowe kubki i butelki termiczne pozwalają zawsze mieć przy sobie ulubione napoje. Używanie wielorazowego pojemnika to również alternatywa dla jednorazowych butelek, która przynosi oszczędności, sprzyja środowisku i wspiera zdrowy styl życia.

Funkcjonalne butelki i kubki termiczne

Z myślą o zachowaniu odpowiedniej temperatury napojów na dłużej powstały

lekkie i stylowe butelki termiczne ze stali nierdzewnej. Pełnią funkcję tradycyjnego termosu, ale nadają się też do transportowania zimnych napojów. Aby jak najlepiej spełniały swoją funkcję, producenci dbają o ich atrakcyjne wzornictwo, ergonomiczną formę, a także zróżnicowaną pojemność. Wygodny korek zapewnia łatwe odkręcanie, ale do picia gorących napojów z butelki termicznej niezbędny jest dodatkowy kubek. Dlatego w wielu codziennych sytuacjach alternatywą dla termoizolacyjnych butelek są kubki termiczne z bezpiecznym ustnikiem i systemem blokady otwieranym przyciskiem. Umożliwiają one picie ciepłych napojów prosto z naczynia. Dobrze sprawdzają się na przykład do transportowania ulubionej kawy lub herbaty. Ich rozmiary są uniwersalne i przystosowane do wymiarów uchwytów samochodowych i wygodnego trzymania w dłoni.

Więcej niż pojemnik

Do niedawna butelki termoizolacyjne wielokrotnego użytku kojarzone były głównie ze sportowcami, którym podczas treningów i zmaganiach towarzyszą bidony z napojami. Dziś picie wody czy soku z wielorazowej butelki jest traktowane przez dużą część



społeczeństwa jako nieodzowny element codziennego funkcjonowania oraz wyraz proekologicznej postawy.

Ostatnio silnie na znaczeniu zyskała idea świadomego, regularnego nawadniania. Za sprawą wdrażających ją w życie influencerów, ogromną popularność zyskał konkretny rodzaj pojemników termicznych – stalowy kubek z rączką i słomką. Wariant oryginalny lub inspirowany kultowym amerykańskim pierwowzorem w szybkim tempie stał się bestsellerowym produktem w swoim segmencie. Za sprawą mediów społecznościowych kubek z uchwytem urósł do rangi modnego gadżetu, a nawet symbolu pewnego statusu. Dostępność w nieskończonej palecie barw i zdobień, a nawet możliwość spersonalizowania własnego egzemplarza, pozwala użytkownikom dobierać pojemnik do kolorystyki codziennych odzieżowych stylizacji. Jedni ten trend postrzegają jako przejaw konsumpcjonizmu, inni dostrzegają w nim dobrą motywację do picia optymalnej ilości wody, a kolejni upatrują szansę na podjęcie drobnych proekologicznych działań. ♦



Produkty „on the go”

Żywność dla zabieganych

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

Współcześnie konsumenci stawiają przede wszystkim na wygodę, smak i dobry skład produktów, które wprowadzają do swojej codziennej diety. Na popularności zyskuje asortyment typu „on the go”, który bez kłopotu można zabrać ze sobą w drogę. Często przez konsumentów poszukiwane są produkty dietetyczne i niskokaloryczne.

Zainteresowanie tego typu produktami wynika ze stylu życia współczesnych społeczeństw. Pośpiech, duża ilość zadań do wykonania, konieczność częstego przemieszczania się, to nie zawsze sprzyja temu, aby właściwie zadbać o odżywianie. Nie zawsze jest czas lub warunki, żeby przygotować kompleksowe dania samodzielnie. Z tego względu często poszukiwane są produkty typu „on the go”, które stanowią będą alternatywę dla domowych posiłków i posłużą w momencie, gdy potrzebujemy coś zjeść na szybko. Wygoda, smak oraz dobra jakość są na pierwszym miejscu.

Szeroka gama produktów

Asortyment „on the go” stale jest poszerzany o nowe warianty produktów i smaki. Tego typu artykuły występują w wielu różnych kategoriach, od przekąsek, wędlin, sałatek, deserów, po przetwory mleczne. Popularnym rozwiązaniem, po które sięga wiele osób, są sałatki. Producenci oferują szeroką gamę kompozycji świeżych warzyw w różnych kombinacjach. Wśród najpopularniejszych sałatek na przekąskę w biurze czy szkole wybierane są produkty typu greckiego, włoskiego czy w orientalnych klimatach z dodatkiem aromatycznych przypraw w typie kebab. Oprócz zapakowanej oddzielnie mieszanki warzyw, wewnątrz

opakowania znajdują się sosy umieszczone w odrębnych saszetkach lub plastikowych pojemnikach, ziarna słonecznika, sezam, oliwki, cebula, a także jednorazowe sztucce.

Produkty nabiałowe

Opcjami cieszącymi się zainteresowaniem konsumentów wśród produktów „on the go” są również serki typu cottage.



Wiejskie twarożki z dodatkiem śmietanki dostępne są w wielu wersjach smakowych na słodko i słono. Funkcjonalnym rozwiązaniem w tym przypadku jest dołączenie do tego typu produktów dodatkowy pojemnik, np. z konfiturą, sosem, owocami, bakaliami czy chrupkami. Klienci, którzy w szczególny sposób podchodzą do

kwestii wyboru artykułów żywnościowych, poszukują zazwyczaj produktów o naturalnych składach, a także takich, które nie będą kaloryczne, tak aby korespondowały z indywidualną dietą. Wśród tego asortymentu wymienić można również jogurty funkcjonalne – dostosowane do osobistych preferencji żywieniowych.

Wygodne opakowania

W przypadku produktów typu „on the go” bardzo ważny jest sposób zapakowania towaru. Najważniejszym warunkiem dla konsumentów jest to, żeby opakowanie było funkcjonalne i wygodne, a dzięki temu umożliwiałoby szybkie zjedzenie żywności, nawet gdy nie ma do tego odpowiednich warunków, np. w przerwie w pracy, szkole

czy podróży. Cenione są np. artykuły w tubkach, którymi można posilić się, gdy jesteśmy w biegu i w razie konieczności zamknąć opakowanie – szczelnie zakręcić je, żeby produkt nie rozlał się czy nie rozgniół, i można było go bezpiecznie zapakować do torebki czy plecaka. Jeśli przyjrzeć się kategorii artykułów mlecznych, to popularnością cieszą się także produkty zapakowane w butelki czy kartoniki w małych formatach, które można wypić na szybko.

W grupie produktów wygodnych wymienić można też różnorodne przekąski, zarówno te w wersjach na słodko, jak i na słono. Będą to również popularne paluszki, chipsy, ciastka, wafelki czy pieczywo chrupkie, które dostępne są w wielu smakach. Konsumenci dbają o to, żeby wprowadzać do swojej diety artykuły wielozłazniaste o prostych, naturalnych składach. Cenione są również produkty o unikatowych, niestandardowych smakach. ♦

Budweiser Budvar

od 129 lat bez zmian w recepturze

Piwowar Budvaru:

Czy wiedzieliście, że lager Budweiser Budvar Original warzony jest według tej samej receptury od ponad 129 lat? To piwo o niezmiennym smaku, które doceniają konsumenci na całym świecie. O tajnikach jego produkcji i znaczeniu wysokiej jakości składników opowiedział nam Adam Brož, główny piwowar browaru Budějovický Budvar.



Doskonałe piwo zaczyna się od doskonałych składników

Nie da się uwarzyć wysokiej jakości piwa bez najlepszych surowców. „W Czechach mamy szczęście, że możemy korzystać z lokalnych składników, uznawanych za jedne z najlepszych na świecie” – mówi Adam Brož. „Podstawą jest chmiel Žatecký Červeňák, jedna z najbardziej cenionych odmian na świecie. Z kolei słód od ponad wieku pochodzi z regionu Haná na Morawach.”

Kluczową rolę odgrywa także woda. „Nasza woda wypływa z głębokości 300 metrów, gdzie przez tysiące lat powoli była

naturalnie filtrowana dzięki czemu dziś jest nieskazitelnie czysta” – wyjaśnia Brož. Dzięki temu woda w Budvarze nie wymaga żadnej obróbki chemicznej.

Czwarty składnik to drożdże, które browar hodojuje i chroni od 1895 roku, zapewniając piwu niezmienny charakter. Budvar hodojuje i chroni swój własny szczep *Saccharomyces pastorianus* już od 1895 roku, co czyni go pionierem w tej dziedzinie. Choć często pomijane, bez drożdży piwo by nie istniało.

130 lat oryginalnej receptury

Czeskie piwo uchodzi za jedno z najlepszych na świecie – nie tylko dzięki wiekom tradycji, ale przede wszystkim dzięki mistrzostwu piwowarów i niezmienną recepturze. Budweiser Budvar warzony jest nieprzerwanie według tej samej receptury od niemal 130 lat. To właśnie dzięki harmonii wyselekcjonowanych czeskich składników

lager Budweiser Budvar Original oferuje zrównoważony smak, ceniony przez piwo-
szy na całym świecie.

„Nasze piwa charakteryzują się wysoką pijalnością – czyli tym, jak dobrze i łatwo się je pije. Pijalność to wynik przestrzegania receptur i jakości surowców. A to właśnie oferuje czeskie piwo”, mówi Adam Brož, który jako dziesiąty piwowar Budvaru strzeże tradycji dla przyszłych pokoleń.

Budvar powstaje tylko w jednym miejscu na świecie

Każda kropla piwa Budweiser Budvar warzona jest wyłącznie w Czeskich Budziejowicach. Klienci na całym świecie mają więc gwarancję, że smak Budvaru zawsze jest taki sam. Dzięki temu Budějovický Budvar uzyskał chronione oznaczenie geograficzne Unii Europejskiej „To zobowiązanie do zachowania najwyższej jakości – od doboru surowców, przez proces warzenia, aż po gotowe piwo” – mówi Brož.

To wszystko sprawia, że czeskie piwo cieszy się doskonałą renomą na świecie i coraz częściej wygrywa z międzynarodową konkurencją. Budweiser Budvar zasłużenie stał się najczęściej eksportowanym czeskim lagerem – trafia do ponad 70 krajów. ♦



1/2 LITRA PIWA ZAWIERA
25 GRAMÓW CZYSTEGO ALKOHOLU ETYLOWEGO

SPRZEDAŻ ALKOHOLU OSOBOM DO LAT 18
JEST PRZESTĘPSTWEM

WARZONE
DŁUŻEJ
WARZONE
Z PASJĄ



BUDWEISER
Budvar
The National Brewer of the
CZECH REPUBLIC

Transparentność i bezpieczeństwo

Kluczowe aspekty produkcji żywności

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

Produkcja żywności opiera się na kilku kluczowych fundamentach. Obecnie dużą uwagę skupia się na zapewnieniu bezpieczeństwa towarów. Z dużą dbałością podchodzi się również do kwestii informowania konsumentów na temat procesu produkcji oraz składu produktów spożywczych. Współczesny klient potrafi analizować i dokonywać świadomych wyborów, tak aby dopasować asortyment do indywidualnych preferencji żywieniowych. Czytelne, jasno sformułowane informacje umieszczane na etykietach ułatwiają podjęcie decyzji zakupowych.

Produkcja żywności jest odpowiedzialnym zadaniem, nie tylko ze względu na konieczność zapewnienia najwyższej jakości wytwarzanych produktów, ale również spełniania standardów związanych z ekologią. Odpowiedzialność za bezpieczeństwo żywności oferowanej konsumentowi oraz za środowisko naturalne to ogromne wyzwania, jakim sprostać muszą producenci.

Blockchain – wszystkie dane w jednym miejscu

Ważnym aspektem jest transparentność w komunikacji z konsumentami, która

opiera się na informowaniu odbiorców. Jasny przekaz powinien skupiać się nie tylko na składnikach, ale również poszczególnych etapach produkcji. Współczesny klient jest coraz bardziej świadomy i na podstawie informacji zawartych na etykiecie produktu jest w stanie ocenić jego jakość, bezpieczeństwo i stwierdzić, czy wpisuje się w indywidualną dietę. Dlatego producenci wdrażają wiele rozwiązań, które mają służyć transparentności w komunikacji z konsumentami. Przykładem może być system blockchain. To idea, która pozwala w klarowny sposób zebrać i udostępniać w jednym miejscu dokumentację z danymi na temat

konkretnego produktu, tak aby konsument uzyskał kompleksową wiedzę o zakupowanym artykule. Często mówi się, że są to informacje zbierane „od pola do stołu”, czyli określające warunki produkcji, pakowania, transportu towaru aż do momentu, kiedy trafi on na sklepowe półki, a następnie na stół. Za pomocą systemu w prosty sposób uzyskać można informacje na temat pochodzenia konkretnego artykułu spożywczego. Ta praktyka wzmacnia zaufanie konsumentów do danej marki czy producenta. Kiedy klient jest pewny, że oferowana przez daną firmę żywność jest bezpieczna, pochodzi ze sprawdzonego źródła i została wytworzona z poszanowaniem istotnych z jego perspektywy wartości, jest skłonny sięgnąć po taki produkt.

Każdy towar spożywczy powinien być odpowiednio oznakowany, a na etykiecie powinny znajdować się informacje dotyczące składu, ewentualnych alergenów czy pochodzenia żywności.

Uczciwe praktyki biznesowe

Konsumenti cenią firmy, które wdrażają uczciwe praktyki biznesowe. Prowadzenie działalności zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa, odpowiedzialność za bezpieczeństwo oraz higienę w produkcji żywności, tworzenie bezpiecznego i przyjaznego środowiska pracy, zrównoważona produkcja, uczciwa konkurencja, oszczędne, racjonalne gospodarowanie zasobami naturalnymi to kilka głównych zasad, które zdaniem klientów powinny cechować nowoczesne przedsiębiorstwa, nie tylko te działające w branży FMCG.

Skuteczne konkurowanie na rynku musi opierać się na praktykach, które pozwolą funkcjonować biznesowi w zgodzie z interesami społecznymi i ekologią.



Ekologiczne rozwiązania

Zrównoważony rozwój to pojęcie, które odnosi się do różnych dziedzin gospodarki i życia codziennego. Praktyki oparte na dbałości o środowisko, jakość powietrza, którym oddychamy, ochronę zasobów naturalnych czy efektywne zarządzanie odpadami to standardy, którym sprostać muszą nowoczesne przedsiębiorstwa. Dostosowywanie linii produkcyjnych, wprowadzanie innowacyjnych rozwiązań w zakładach to inwestycje, które podnoszą i bezpieczeństwo wytwarzanej żywności.



Mają wpływ także na efektywność produkcji. Branża spożywcza to dziedzina gospodarki, w której wykorzystywanych jest bardzo dużo zasobów naturalnych, w tym wody. Z tego względu cenne są rozwiązania, które przyczyniają się do oszczędnego wykorzystania tych surowców, np. automatyczne systemy monitorowania zużycia wody, technologie nastawione na niższe zapotrzebowanie w procesach płukania i produkcyjnych, a także przyzakładowe oczyszczalnie ścieków.

Rozwiązaniem stosowanym przez nie-które duże firmy jest również budowa biogazowni, w których z resztek organicznych wytwarzany jest biogaz zasilający zakłady. Zrównoważony rozwój to również kwestie związane z transportowaniem surowców niezbędnych do produkcji oraz dostawą produktów do hurtowni oraz sklepów. W przypadku firm, dla których troska o ekologię stanowi ważny element działalności, łańcuchy dostaw są rozplanowywane w taki sposób, aby transport w miarę możliwości



generować jak najmniejszy ślad węglowy.

Niższe koszty produkcji

Istotną kwestią w działalności współczesnych przedsiębiorstw jest możliwość

ograniczenia kosztów produkcji, np. obniżenia zużycia energii elektrycznej. Zapotrzebowanie na nią jest bardzo wysokie, chociażby procesy chłodnicze, działanie maszyn i wszelkie czynności związane z przetwórstwem m.in. podgrzewanie, gotowanie, pieczenie czy pakowanie pro-

duktów. Dlatego wiele zakładów decyduje się na optymalizację i automatyzację procesów produkcyjnych, co umożliwia monitorowanie zużycia prądu. W celu zredukowania kosztów producenci decydują się na wykorzystanie odnawialnych źródeł energii. Farmy fotowoltaiczne to infrastruktura, w którą coraz chętniej inwestują

Bezpieczna żywność

Kolejnym bardzo ważnym aspektem nowoczesnej produkcji jest zapewnienie bezpieczeństwa żywnościowego na każdym jej etapie. Sprowadza się to do tego, że niezbędne jest zapewnienie odpowiednich warunków od produkcji, poprzez przechowywanie, transport, do dystrybucji towaru w punktach handlowych. Opiera się to na wielu działaniach, wśród których

wymienić można stosowanie w procesach produkcji surowców oraz wody pochodzących ze sprawdzonych źródeł, a także ochronę składników oraz żywności przed ewentualnym zanieczyszczeniem. Istotne jest zapewnienie optymalnej temperatury dla zachowania świeżości oraz trwałości artykułów spożywczych. ♦

System blockchain pozwala w klarowny sposób zebrać dokumentację na temat konkretnego produktu, tak aby konsument uzyskał kompleksową wiedzę o zakupowanym artykule

duktów. Dlatego wiele zakładów decyduje się na optymalizację i automatyzację procesów produkcyjnych, co umożliwia monitorowanie zużycia prądu. W celu zredukowania kosztów producenci decydują się na wykorzystanie odnawialnych źródeł energii. Farmy fotowoltaiczne to infrastruktura, w którą coraz chętniej inwestują

Produkty sezonowe

Jak przyciągnąć uwagę konsumentów?

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

Niektóre produkty cieszą się zainteresowaniem wyłącznie w określonym czasie. Asortyment sezonowy potrafi napędzić sprzedaż. Ważne jednak, aby oferta została atrakcyjnie zaprezentowana. Przyciągająca uwagę oferta czy jej ekspozycja pozwoli zachęcić konsumentów do wyboru konkretnych towarów. Istotny jest również moment, w którym produkty trafiają na rynek.

Efektywna sprzedaż wymaga odpowiedniego zaplanowania strategii. Jest to szczególnie istotne w przypadku produktów sezonowych, wprowadzanych na rynek tylko w określonym czasie. Zwykle pojawienie się tych artykułów na sklepowych półkach ma związek z konkretnymi okazjami. I można tutaj wymienić kilka takich wydarzeń, kiedy popyt na określony asortyment wzrasta. Przede wszystkim są to święta.



nych z obchodami Bożego Ciała. Do sezonowych towarów zaliczyć można również asortyment, który jest ukierunkowany na konkretną porę roku – nie tylko żywność, ale również odzież, obuwie czy różnorodne akcesoria.

Jesienna oferta sprzedażowa

w tym okresie oferta artykułów sezonowych jest najbardziej rozbudowana, jeśli wziąć pod uwagę ich kategorie. Do sprzedaży proponowane są zarówno słodczyce (czekolady, praliny, bombonierki, ciastka czy zestawy czekoladowych figurek), które szatą graficzną nawiązują do świątecznego klimatu. Konsumenci

Jesienią także nie brakuje okazji do wprowadzenia na rynek towarów, które są niezbędne konsumentom tylko w określonym czasie. Oczywiście pik sprzedaży przypada zwykle na okres 1 listopada. Znicze, wkłady, zapalarki, sztuczne kwiaty, chryzantemy oraz inne akcesoria do przygotowania wiązanek i ozdób nagrobnych, to grupa produktów corocznie włączanych do oferty wprowadzanej do sklepów przed listopadem. Choć w ostatnich latach widać też wpływ i nawiązania do innych kultur, w tym anglosaskiej i przygotowywania przez handlowców asortymentu dla osób, które spędzają ten czas, uczestnicząc w zabawach, przebierając się w kostiumy. Znacznie mniej rozbudowana jest oferta wprowadzana z okazji 11 listopada,



Gorące okresy sprzedażowe

Oczywiście największa zakupowa gorączka poprzedza okres Bożego Narodzenia i Nowego Roku, wtedy klienci sklepów nie dość, że zaopatrują się w produkty w dużych ilościach, z przeznaczeniem na kilka dni, to poszukują pomysłów na prezenty dla najbliższych. Można śmiało powiedzieć, że

poszukują w tym okresie również dekoracji, odzieży czy akcesoriów, które będą nadawały się jako podarunki dla bliskich. Wśród bożonarodzeniowych, sezonowych hitów, które znaleźć można w sklepach, wymienić można też zazwyczaj atrakcyjnie zapakowane zestawy kosmetyków czy akcesoriów do kąpieli lub pielęgnacji ciała.

zwykle produkty sezonowe ograniczają się do okazjonalnych słodczy i wypieków, np. specjalnie przygotowywanych na ten dzień rogali czy wkomponowywania do oferty produktów specjalnych, np. gęsiny.

Wśród asortymentu sezonowego ważny element stanowią artykuły z serii back to school. To bardzo szeroka kategoria produktów, która pojawia się w sklepach i marketach zazwyczaj pod koniec lipca. Obejmuje produkty spożywcze dedykowane do przyrządzenia smacznych porannych posiłków oraz odpowiednich na drugie śniadanie w szkole lub w pracy. Będzie to szeroka gama pieczywa, produktów do smarowania (masło, margaryna, pasty, dżemy, konfitury, kremy czekoladowe, serki topione i kanapkowe), płatków śniadaniowych, wędlin, dodatków do kanapek czy przetworów

Skuteczna sprzedaż wymaga odpowiedniego zaplanowania strategii. Jest to istotne w przypadku produktów sezonowych, wprowadzanych na rynek tylko w określonym czasie

nabiałowych (twarogi, mleko, jogurty, produkty proteinowe) oraz słonych i słodkich przekąsek. Oferta back to school to również wiele artykułów szkolnych, dzięki którym dzieci i młodzież będą mogły kompleksowo przygotować się do pierwszego szkolnego dzwonka.

Właściwa ekspozycja towaru

Sezonowy towar powinien być odpowiednio wyeksponowany, aby oferta trafiła do odbiorców. Jest na to mnóstwo sposobów. Po pierwsze artykuły okazjonalne ustawiane są na odrębnych regałach, często dodatkowych, lokowanych w pobliżu stref wejścia do sklepu lub kas. Niekiedy towary okresowe wykładane są w specjalnych koszach.

Niezwykle ważne jest trafne zidentyfikowanie czasu, w którym towar sezonowy powinien trafić do sklepów. Często można spotkać się nawet z żartobliwymi opiniami



na temat wprowadzania oferty listopadowej już w sierpniu czy bożonarodzeniowej we wrześniu. Jednak to, że ten towar trafia na sklepowe półki w tych okresach, jest przemyślaną strategią marketingową sieci handlowych. Może nie zawsze konsumenci sięgną po te towary od razu, ale z pewnością będą mieli czas, żeby zapoznać się z ofertą, porównać ją z asortymentem dostępnym u konkurencji i w odpowiednim momencie umieścić w zakupowym koszyku.

Reklama kluczem do sukcesu

Ważne jest również odpowiednie promowanie produktów, które odbywa się za pomocą różnych kanałów. Reklamy umieszczane są bezpośrednio w sklepie – informacje w formie grafik, plakatów lokowane są na przykład w okolicach wejścia do punktu handlowego czy na regałach, na których wyłożone są towary. O aktualnej i sezonowej ofercie klienci informowani są również za pośrednictwem gazetek reklamowych. Wygodną opcją jest również powiadamianie konsumentów o dostępnych produktach, cenach i promocjach za pośrednictwem nowych technologii, w tym dedykowanych

aplikacji, za pomocą których klient, np. drogą esemesową, dowiaduje się o aktualnej ofercie. Producenci i sieci handlowe sięgają także po inne formy komunikacji z konsumentami, wykorzystując w tym celu przekaz w mediach, nie tylko tradycyjnych jak prasa, telewizja czy radio. Coraz bardziej rozpowszechnione jest również reklamowanie produktów w social mediach.

Sezonowe produkty to dobry sposób na skupienie uwagi konsumentów, co przełoży się może na wzrost sprzedaży w niektórych kategoriach, nawet tych produktów, które odnotowują znikome zainteresowanie poza „swoim” okresem sprzedażowym. Nawet jeśli część tych ofert wprowadzana jest na kilka miesięcy przed daną okazją, zapewnia to konsumentom możliwość zapoznania się z ofertą oraz porównania cen i jakości na rynku, a w perspektywie daje nadzieję, że klient wróci po dany zakup. ♦



Nowy format e-sprzedaży

Zakupy w modelu dropshipping

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

W świecie internetowych zakupów coraz częstsze staje się zjawisko dropshippingu. To stosunkowo nowy format e-sprzedaży, który daje podmiotom możliwość dystrybucji towarów bez obciążenia koniecznością magazynowania produktów. W tym modelu handlu sprzedawca występuje w roli pośrednika, który dociera z ofertą do konsumenta, ale nie ma styczności z samym produktem, ponieważ zamówienia są wysyłane kupującym bezpośrednio z magazynów lub hurtowni.

Dropshipping to rozwiązanie logistyczne, które umożliwia udostępnienie do sprzedaży online produktów bez potrzeby zapewnienia miejsca do ich magazynowania. Model ten pozwala włączyć do oferty sklepu internetowego listę konkretnych artykułów, mimo że fizycznie znajdują się one w innym miejscu niż siedziba sklepu – w niezależnym magazynie czy hurtowni. W momencie zakupu danego towaru przez konsumenta, informacja o zamówieniu jest przekierowywana przez sprzedawcę do magazynu lub hurtowni, skąd po skompletowaniu i zapakowaniu zamówienie zostaje wysłane bezpośrednio do klienta.

Sprzedaż w modelu dropshipping

W modelu sprzedaży dropshipping sprzedawca, jako właściciel e-sklepu, dba o promocję oferty, pozyskiwanie zamówień, a także różne aspekty związane z obsługą klientów. Dzięki temu, że zarządzający platformą sprzedażową nie musi inwestować w zakup asortymentu, wynajem czy budowę magazynu, korzystanie z formatu dropshippingu pozwala zaoszczędzić nakładów potrzebnych do rozpoczęcia działalności. Z tego modelu biznesowego korzystają jednak nie tylko startujące na rynku sklepy internetowe, często bez zaplecza logistycznego. To również sposób na urozmaicenie oferty już istniejącego sklepu szerszą gamą artykułów, bez potrzeby organizowania miejsca

na magazynowanie towarów. Na włączenie do swojej strategii oferty dropshippingowej coraz częściej decydują się również dobrze znane marki oferujące nabywcom własne wyroby. To sposób na zapewnienie jeszcze bardziej urozmaiconego, bogatego wyboru towarów i zwiększenie sprzedaży.

Wady formatu dropshipping

Dropshipping znacznie odciąża sprzedawcę pod względem logistycznym, ale z tym modelem może się wiązać również dla niego pewne ryzyko. W tym formacie sprzedawca jest pośrednikiem w procesie handlu, który nie ma bezpośredniej styczności z samym produktem. Oznacza to ograniczoną możliwość kontroli towaru i jego jakości. Sprzedawca nie ma również wpływu na to, w jaki sposób towar zostanie zapakowany oraz w jakim terminie zostanie wysłany klientowi, a mimo to bierze na siebie odpowiedzialność za jakość obsługi. Korzystanie ze sprzedaży w modelu dropshipping często oznacza dla właściciela sklepu internetowego również brak możliwości oznaczenia paczek swoją marką, co ogranicza zakres działań marketingowych e-sklepu. ♦



Sprzedaż detaliczna

Jak kształtowała się w letnich miesiącach?

Tekst **Monika Pawluk** źródło danych: GUS
Zdjęcia ©Shutterstock.com

Główny Urząd Statystyczny podał, że sprzedaż detaliczna w cenach stałych w lipcu 2025 r. była wyższa niż przed rokiem o 4,8% (wobec wzrostu o 4,4% w lipcu 2024 r.). Natomiast w porównaniu z czerwcem 2025 r. notowano wzrost sprzedaży detalicznej o 4,4%.

Jak informuje Główny Urząd Statystyczny w okresie styczeń-lipiec 2025 r., sprzedaż wzrosła o 3,3% w skali roku (wobec wzrostu o 4,9% w analogicznym okresie 2024 r.).

Spadek sprzedaży o 0,4%

„Po wyeliminowaniu wpływu czynników o charakterze sezonowym, w lipcu 2025 r. sprzedaż detaliczna w cenach stałych była o 4,4% wyższa niż w analogicznym mie-

sięcu ub. roku oraz utrzymała się na takim samym poziomie jak w czerwcu br. W lipcu 2025 r. wysoki wzrost sprzedaży detalicznej (w cenach stałych) w porównaniu z analogicznym okresem 2024 r. odnotowano w grupach: „meble, rtv, agd” (o 15,3%), „tekstylia, odzież, obuwie” (o 14,7%), „pojazdy samochodowe, motocykle, części” (o 10,7%). W grupie o najwyższym

udziale w sprzedaży detalicznej „ogółem” – „żywność, napoje i wyroby tytoniowe” zaobserwowano spadek sprzedaży o 0,4%. Zmniejszenie sprzedaży nastąpiło także w grupie „pozostałe” (o 5,5%)” – czytamy w komunikacie GUS.

Jak informuje GUS, w lipcu 2025 r. wartość sprzedaży detalicznej przez Internet w cenach bieżących była o 2,5% wyższa niż przed rokiem. Udział sprzedaży przez Internet w sprzedaży „ogółem” zmniejszył się z 8,8% do 8,6%. Spośród prezentowanych grup o znaczącym udziale sprzedaży przez Internet spadek udziału obserwowano w przedsiębiorstwach z grup „prasa, książki, pozostała sprzedaż w wyspecjalizowanych sklepach” (z 22,7% przed rokiem do 19,6%) oraz „meble, rtv, agd” (odpowiednio z 17,6% do 17,5%). Natomiast wzrost udziału wykazały jednostki z grupy „tekstylia, odzież, obuwie” (z 22,5% do 23,4%).

Niższa sprzedaż żywności i napojów

Dla porównania, według informacji GUS sprzedaż detaliczna w cenach stałych w czerwcu 2025 r. była wyższa niż przed rokiem o 2,2% (wobec wzrostu o 4,4% w czerwcu 2024 r.). W porównaniu z majem



2025 r. notowano spadek sprzedaży detalicznej o 1,8%. W okresie styczeń-czerwiec 2025 r. sprzedaż wzrosła o 3,7% w skali roku (wobec wzrostu o 4,9% w analogicznym okresie 2024 r.).

„W czerwcu 2025 r. znaczny wzrost sprzedaży detalicznej (w cenach stałych) w porównaniu z analogicznym okresem 2024 r. odnotowano w grupach: „tekstylia, odzież, obuwie” (o 11,8%), „meble, rtv, agd” (o 10,2%), „pojazdy samochodowe, motocykle, części” (o 7,7%), „farmaceutyki, kosmetyki, sprzęt ortopedyczny” (o 5,8%), „paliwa stałe, ciekłe i gazowe” (o 5,7%). W grupie o najwyższym udziale w sprzedaży detalicznej „ogółem” – „żywność, napoje i wyroby tytoniowe” zaobserwowano spadek sprzedaży o 1,0%. Zmniejszenie sprzedaży nastąpiło także w grupie „pozostałe” (o 4,0%)” – przekazuje w komunikacie GUS.

Jak wyjaśniono, na niższy niż w maju wzrost sprzedaży r/r miała wówczas wpływ m.in. mniejsza liczba dni handlowych w czerwcu. ♦



sięcu ub. roku oraz utrzymała się na takim samym poziomie jak w czerwcu br. W lipcu 2025 r. wysoki wzrost sprzedaży detalicznej (w cenach stałych) w porównaniu z analogicznym okresem 2024 r. odnotowano w grupach: „meble, rtv, agd” (o 15,3%), „tekstylia, odzież, obuwie” (o 14,7%), „pojazdy samochodowe, motocykle, części” (o 10,7%). W grupie o najwyższym

DZIEŃ NAUCZYCIELA ZACZYNA SIĘ W SKLEPACH

Oferta produktów odpowiednich na upominek

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



Dzień Nauczyciela to jedna z ważnych uroczystości w jesiennym szkolnym kalendarzu. Do tego wydarzenia przygotowuje się także branża FMCG, oferując gamę produktów, którymi można wyrazić podziękowania pedagogom za ich trud wkładany w proces kształcenia i wychowania młodego pokolenia. Z tej okazji w sklepach dostępny jest różnorodny asortyment, który pozwoli przygotować smaczny i wyjątkowy upominek.



Alternatywa dla kwiatów

Tradycyjnie wybranym prezentem wręczanym nauczycielom z okazji Dnia Edukacji Narodowej są bombonierki i praliny. Czekoladki zapakowane w gustowne pudełko, przyozdobione elegancką szatą graficzną to jeden z pomysłów na słodkie podziękowania, wybierany jako alternatywa dla popularnych

kwiatów. Wśród ulubionych produktów z tej kategorii wymienić można czekoladki z nadzieniem kremowym, płynnym oraz o konsystencji galaretki. Jeśli przyjrzeć się popularnym smakom, wysoko na tej liście plasują się: karmel i nadzienia owocowe – w tym wiśnia, truskawka, śliwka. ►



Bogaty wybór czekolad

Jeśli mowa o słodkich upominkach dla nauczycieli, nadal do popularnych produktów zaliczyć można czekolady. Mleczne, deserowe i białe tabliczki to smaczna klasyka. Chętnie wybierane są również czekolady nadziewane oraz produkty z dodatkami, np. orzechów, rodzynków, kandyzowanych czy suszonych owoców.

Hitem ostatnich miesięcy są czekolady dubajskie o charakterystycznym zielonym kolorze, nadziane masą pistacjową i chrupkim ciastem. Częściej wybierane są tabliczki o większych formatach niż standardowe. Znaczenie przy zakupie produktów na upominek ma również jakość, marka i wzornictwo opakowania.



Kawy i herbaty

Idealnym prezentem dla nauczycieli są również kawy i herbaty. Aromatyczne mieszanki do przygotowania napojów, które wypić można w przerwie między lekcjami lub w trakcie sprawdzania kartkówek, to produkty często urozmaiające kosze prezentowe kompletowane z okazji Dnia Edukacji Narodowej. Asortyment tych

produktów jest bardzo bogaty. Kawy wybierane są według gatunku oraz sposobu przyrządzenia. Mogą być to kawy: ziarniste, mielone, rozpuszczalne. Wśród nich popularne są: Arabica i Robusta, kawy czarne oraz te przyrządzane z dodatkiem mleka. Gustowne torebki podkreślają wizualnie wartość prezentu. ►



Miody i przetwory

Wśród podarunków wręczanych z okazji Dnia Nauczyciela wymienić można miody i przetwory, np. soki, dżemy czy powidła. To smaczna i praktyczna forma podziękowania. Zazwyczaj poszukiwane przez konsumentów są produkty lokalne, wytwarzane według tradycyjnych receptur z naturalnych, ekologicznych

składników. Preferowany jest asortyment o mniejszych formatach, w niedużych słoiczkach, zwykle o pojemności od 250 do 500 ml. Miody i przetwory stanowią uniwersalny prezent, który spodoba się każdej obdarowanej osobie, szczególnie że wybór produktów pod względem smaków w tej kategorii jest bardzo bogaty. ♦

Brak informacji o pochodzeniu

To najczęstszy błąd w znakowaniu mięsa

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

Konsumenci oprócz jakości asortymentu mięsnego dużą wagę przywiązują do jego pochodzenia. Inspekcja Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych podsumowała kontrole, które od lutego do połowy czerwca prowadziła w placówkach handlowych, sprawdzając czy informacja o pochodzeniu mięsa, umieszczona przez producentów na opakowaniach oraz wskazana przez sprzedawców na towarach oferowanych do sprzedaży z lad chłodniczych, jest prawdziwa.

nie mieli możliwości zweryfikowania takich informacji jak gatunek zwierzęcia, z którego uzyskano dany element mięsa. Wśród innych przewinień podmiotów handlowych wymienić można także: sprzedaż mięsa przeterminowanego, stosowanie niezgodnych z przepisami określeń do opisanie pochodzenia oraz niezrozumiałych skrótów, np. wp. b/k, św.



Kontrole były prowadzone na terenie całego kraju w punktach handlowych posiadających w swojej ofercie asortyment mięsny, łącznie w 504 podmiotach. Inspektorzy kontrolowali punkty sprzedaży na targowiskach, sklepy mięsne – placówki wielobranżowe i wielkopowierzchniowe.

Nieprawidłowości w 175 podmiotach

W trakcie prowadzonych kontroli w całej Polsce inspektorzy zweryfikowali oznakowanie aż 1829 partii mięsa czerwonego. „Sprawdzali czy podany kraj pochodzenia jest zgodny z dokumentacją oraz czy informacje o pochodzeniu podawane są zgodnie z wymaganiami określonymi w przepisach prawa. Inspektorzy odnotowali

nieprawidłowości w 175 podmiotach, co stanowiło 34,7% ogółu skontrolowanych. Najgorzej znakowanie wypadło na targowiskach i w sklepach wielobranżowych – w prawie co drugim miejscu odnotowano nieprawidłowości. Lepiej oznakowane było mięso, które

można kupić w sklepach branżowych i wielkopowierzchniowych – tym niemniej prawie 29% budziło zastrzeżenia inspektorów” – czytamy w komunikacie opublikowanym na stronie Inspekcji Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych.

Wśród skontrolowanych produktów 123 partie mięsa oznakowane były jako „Produkt Polski”. Inspektorzy tylko dwukrotnie kwestionowali te informacje. Jak informuje IJHARS, nieprawidłowości w znakowaniu towarów inspektorzy ujawnili w przypadku łącznie 583 partii mięsa. Najczęściej błędy w znakowaniu tego typu produktów dotyczyły tego, że brakowało informacji o pochodzeniu i wizerunku flagi państwa pochodzenia towaru. W wielu przypadkach konsumenci

Konsumenci wprowadzani w błąd

Nie zawsze też informacje zamieszczane na etykietach produktów były zgodne ze stanem faktycznym. Jak podaje w swoim komunikacie IJHARS, w przypadku 43 partii mięsa oznakowanego jako „polskie” co do miejsca chowu i uboju inspektorzy zidentyfikowali, że informacje przedstawione dla konsumenta były nieprawdziwe. „Najwięcej przypadków dotyczyło fałszowania informacji o pochodzeniu mięsa z Niemiec i Hiszpanii. Odnotowano również przypadki sprzedaży jako „polskie” mięsa z Danii, Wielkiej Brytanii, Belgii, Holandii oraz jeden przypadek z Węgier. Zdarzyło się też, że mięso oznakowane jako belgijskie lub niemieckie co do miejsca chowu i uboju, faktycznie pochodziło z Polski i takie informacje powinny być przedstawione dla kupujących” – podano w komunikacie na stronie internetowej IJHARS.

Wobec placówek handlowych, które stosowały nieuczciwe praktyki, prowadzone są postępowania administracyjne w związku z podejrzeniem zafałszowania żywności. Handlowcy, którzy nie stosowali się do obowiązujących przepisów związanych z oznaczaniem produktów mięsnych, muszą się liczyć z tym, że po zakończeniu czynności mogą zostać nałożone na nich stosowne kary pieniężne. ♦



Maślanka Mrągowska naturalna bez laktozy

Maślanka Mrągowska – jedna z najbardziej rozpoznawalnych i cenionych marek fermentowanych napojów mlecznych w Polsce – debiutuje w nowej odsłonie. Spółdzielnia Mleczarska Mlekpól wprowadza bowiem na rynek bezlaktozowy wariant tego legendarnego produktu, łączący tradycję z uniwersalnością i wygodą na miarę współczesnego stylu życia.

Producent: Spółdzielnia Mleczarska Mlekpól

www.mlekpól.com.pl

Wafelki CHRUP'S

Nowa odsłona wafelków CHRUP'S to eksplozja chrupkości i smaku, której nie da się zignorować. Lekkie, warstwowe pączki przełożone kremowym nadzieniem w trzech wyjątkowych wariantach: kakao, orzech, pistacja. Idealne na szybki zastrzyk energii oraz przerwę w pracy. Chrupią głośno, wyraźnie i z charakterem.

Producent: Cukry Nyskie

www.cukrynyskie.pl



Jogurty funkcjonalne Łaciate

SM Mlekpól stworzyła linię jogurtów pitnych z magnezem i biotyną – składnikami znanymi z pozytywnego wpływu na funkcjonowanie układu nerwowego oraz kondycję skóry i włosów. Harmonia, Równowaga i Energia są odpowiedzią na rosnące zainteresowanie produktami wspierającymi nie tylko kondycję fizyczną, ale także psychiczny dobrostan konsumentów.

Producent: Spółdzielnia Mleczarska Mlekpól

www.mlekpól.com.pl

Tosterki – ser dla małych i dużych

Tosterki to wysokiej jakości ser topiony w plasterkach stworzony z myślą o najmłodszych konsumentach. Bez dodatku konserwantów i fosforanów. Bogate w białko i wapń. Wyróżniają się delikatnym smakiem, dzięki czemu doskonale sprawdzą się w codziennej diecie najmłodszych. Komponują się z kanapkami i tostami, zapiekankami i przekąskami. Do podania na ciepło i zimno. To szybkie i wygodne rozwiązanie na śniadanie, lunch czy smaczną przekąskę. Dzięki starannie dobranym składnikom i poręcznej formie, wpisują się w rytm aktywnego, rodzinnego życia.

Producent: Lactima

www.lactima.pl



Winerki – 100% polskiego mięsa

Winerki to wyjątkowo delikatny produkt Doliny Dobra w naturalnych i jadalnych osłonkach. Receptura przygotowywania mięsa, wędzenia w naturalnym dymie i parzenia sprawia, że winerki mają bogaty smak i aromat, który jeszcze bardziej uwidacznia się po ich podgrzaniu. Nie zawierają konserwantów i są przygotowane w 100% z mięsa. Podobnie jak inne produkty Doliny Dobra, wyprodukowane są z mięsa pochodzącego z hodowli prowadzonej w zgodzie z dobrymi praktykami i rolnictwa przyjaznego klimatowi.

Producent: Goodvalley
www.dolinadobra.pl



Smaki i tekstury znane od pokoleń

Serowarnia Gołęczewo to producent tradycyjnych wyrobów mleczarskich w technologii rzemieślniczej. Na nowo odkrywa prawdziwe smaki i tekstury znane od pokoleń – jogurty, twarogi, sery podpuszczkowe w szerokiej gamie smaków: sery dojrzewające, pleśniowe oraz nowość na rynku – pasta z długodojrzewającego sera. Dostarcza produkty do sieci, sklepów z żywnością naturalną, HoReCa.

Producent: Serowarnia Gołęczewo
www.serowarniagoleczewo.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



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

Gotowe sosy warzywne

Seria AVO MariTop to gotowe sosy warzywne z wysokiej jakości składników, uniwersalne i proste w zastosowaniu. Polecane jako urozmaicenie do wszystkich rodzajów dań mięsnych, rybnych i wegetariańskich. Oferta AVO to również różnorodność marynat, sosów, mieszanek przyprawowych oraz dodatków funkcjonalnych.

Producent: AVO-WERKE Sp. z o. o.

www.avo.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 Dzikie Wschód, który przygotowuje je we współpracy z klientem.

Producent: Browar Dzikie Wschód

www.browardzikiewschod.pl



Kawa dla firm

MOXA to świeżo palona mieszanka wysokogatunkowych ziaren, stworzona z myślą o pracy w skupieniu i z energią. Dodaje sił do działania, wspiera koncentrację. Przy tym oferuje najwyższą jakość w atrakcyjnej cenie. 30% rabatu dla firm.

Producent: Palarnia Kawy Macro

www.macro.com.pl



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

Wyjątkowa

forma *komunikacji B2B*



Naszą misją jest
budowanie dobrych relacji

- » między handlem a przemysłem,
- » między detalistą a producentem,
- » między produktem a półką.





Profesjonalne usługi fotograficzne

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





Estetyka, funkcjonalność, ekologia

Trendy w opakowaniach karmy dla zwierząt

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

Wybierając karmę dla zwierząt, nabywcy najczęściej uwagi poświęcają jej rodzajowi, jakości i składowi. W procesie sprzedaży znaczenie ma także opakowanie, które spełnia szereg funkcji. Przede wszystkim ma zabezpieczać i zachowywać świeżość oraz wartość odżywczą karmy, umożliwiać jej bezproblemowy transport, przekazywać kupującym niezbędne informacje o produkcie, ale także być elementem komunikacji promocyjnej oraz wizerunkowej. Wszystkie te aspekty znajdują odzwierciedlenie w projektach opakowań żywności dla zwierząt. Jakie trendy kształtują się w tym segmencie?

Wymagania dotyczące opakowań karm dla zwierząt różnią się w zależności od tego, czy rozpatrywane są z perspektywy konsumentów, czy producentów. Z punktu widzenia kupujących priorytetem jest odpowiednie zabezpieczenie

produktu, niewielka waga, wygoda przenoszenia i korzystania, a także atrakcyjny wygląd. Dla producentów ważne są m.in. właściwości zapewniające zawartości długą przydatność, niski koszt produkcji, który nie wpłynie w istotny sposób na końcową cenę towaru, możliwość personalizacji oraz przedstawienia wszystkich niezbędnych informacji oraz motywów graficznych w odpowiedniej jakości druku. Projektanci opakowań starają się sprostać potrzebom wszystkich zainteresowanych, a efektem tych procesów jest design pudełek, torebek, saszetek czy puszek, w jakich karmy dla zwierząt trafiają na sklepowe półki.

Etykiety i szata graficzna

Opakowania żywności dla zwierząt powinny dostarczać kupującym kompleksową informację dotyczącą m.in.: rodzaju, składu, pochodzenia, gramatury oraz przeznaczenia produktu. Poza niezbędnymi danymi, opakowania i etykiety zawierają często dodatkowe elementy graficzne. Standardem stało się już myślenie o tym

aspekcie jako części strategii komunikacji oraz utrwalania wizerunku marki. Szata graficzna, która przyciąga wzrok kolorami oraz motywami i jednoznacznie kojarzy się z konkretnym producentem, a także przypisywaną mu renomą, to sposób na wyróżnienie się produktów wśród asortymentu z tej samej kategorii. Wśród trendów we wzornictwie opakowań i etykiet produktów dedykowanych domowym pupilom dominuje gama tzw. kolorów ziemi, na czele z brązem i zielenią. Taka paleta ma zwykle nawiązywać do naturalnego pochodzenia składników. Natomiast czarne lub ciemnoszare warianty opakowań karm, często wzbogacone złotym liternictwem, ozdobnym tłoczeniem czy laserowym grawerem, używane są w celu oznaczenia towarów jako produkty premium.

Ogólną tendencją w designie opakowań i etykiet jest też umieszczenie na nich wizerunków czworonogów. Często mają one nie tylko rolę dekoracyjną, lecz także wspierającą funkcję informacyjną – np. zdjęcie z podobizną kota lub psa na określonym etapie rozwoju pozwala szybko zidentyfikować,



dla jakiej grupy wiekowej zwierząt jest przeznaczony dany produkt (kocięta, koty dorosłe, kotki karmiące, szczenięta, dorosłe psy itd.). Łatwej identyfikacji rodzajów karm mięsnych służą również grafiki symbolizujące zwierzęta, z których jest ono pozyskiwane. Motywy warzyw, ziół i innych roślin nawiązują do naturalnego pochodzenia składników zawartych w pożywieniu. Coraz częściej realistyczne zdjęcia ustępują miejsca rysunkom, często stylizowanym, o artystycznym albo humorystycznym charakterze. Jednym z założeń projektowanej w ten sposób szaty graficznej opakowań jest wzbudzanie pozytywnych emocji wśród konsumentów. Częścią strategii budowania zaufania do marki jest natomiast przystępna forma przekazywania informacji. Na etykietach istotne treści często prezentowane są w formie infografiki albo wyodrębniane za

jest wycinanie otworów w górnym zgrzewie. Służą one do zawieszania torebek na haczykach lub taśmach. Umieszczone w ten sposób pozwalają zaoszczędzić miejsce na sklepowych półkach, ale też lepiej wyeksponować produkt.

Trendem w segmencie karm suchych stało się korzystanie z opakowań z przezroczystym okienkiem, przez które widać zawartość paczki. To rozwiązanie, które ułatwia podejmowanie

decyzji zakupowych i często przekonuje do sięgnięcia po konkretny wyrób. Dzięki transparentnym elementom klient może jeszcze przed zakupem ocenić, czy produkt spełnia jego oczekiwania pod względem wizualnym.

Praktyczne rozwiązania

Wygodne korzystanie z opakowania może skłaniać

konsumentów do wyboru konkretnego artykułu. W przypadku wielu rodzajów asortymentu z kategorii karm dla zwierząt producenci stawiają na torebki z systemem ponownego zamknięcia (np. zamkami strunowymi). Takie zabezpieczenie pozwala na wielokrotne otwieranie i zamykanie torebki, a w efekcie dłuższe utrzymanie świeżości pokarmu. Ten wariant zamknięcia sprawdza się np. w przypadku przysmaków do nagradzania zwierząt.

W grupie woreczków i saszetek na karmę stosowane są również perforacje i nacięcia, które zapewniają płynne, łatwe otwieranie paczek. W przypadku puszek niezbędne są ergonomiczne uchwyty, które umożliwiają zdjęcie wieczka bez potrzeby używania dodatkowych przyrządów.

Wartościowym dla konsumentów elementem designu opakowania karmy, który korzystnie wpływa na wygodę korzystania

z produktu, są miarki ułatwiające prawidłowe porcjowanie pokarmu.

Element zrównoważonej strategii

Wśród wielu tendencji mających wpływ na design opakowań karmy dla zwierząt do głosu silnie dochodzą również idee związane z ochroną środowiska i odpowiedzialnością producentów za ten aspekt. Zasadom zrównoważonej produkcji muszą sprostać nie tylko surowce i wyroby, ale także opakowania. W związku z tym wiele marek decyduje się na zastosowanie w tej roli torebek lub pudełek z materiałów z recyklingu lub surowców nadających się do ponownego przetworzenia. Trendem w branży stają się również folie biodegradowalne oraz papier recyklingowany.

Dobór ekologicznych opakowań jest szczególnie istotny w przypadku produktów naturalnych. Dzięki temu producent może w spójny sposób realizować strategię produkcji i promocji produktu opartą na wartościach związanych z ekologią i zrównoważonym rozwojem. W ten sposób opakowanie staje się integralną częścią opowieści o produkcie, jego składnikach i marce. Elementem koncepcji „storytellingu”, realizowanej za pośrednictwem opakowania, może być też umieszczenie na etykiecie kodu QR, odsyłającego do dodatkowych treści na temat producenta, rozbudowanej bazy informacji oraz materiałów edukacyjnych. Bo dziś misja firm z branży karm dla zwierząt wykracza szeroko poza wprowadzenie produktu na rynek. ♦



Szata graficzna, która przyciąga wzrok kolorami oraz motywami i jednoznacznie kojarzy się z producentem, a także przypisywaną mu renomą, to sposób na wyróżnienie się asortymentu

pomocą dużej, czytelnej czcionki. Dbałość o przejrzystość tekstu wysoką jakością druku oraz nowoczesną, minimalistyczną stylistykę to kolejne trendy wpływające na sposób projektowania opakowań karmy przeznaczonej dla domowych pupili.

Opakowanie a ekspozycja

Opakowanie odgrywa zasadniczą rolę w procesie sprzedaży. Jego design może wpływać na widoczność produktu, ale też możliwości ekspozycji. Wśród producentów karm dla zwierząt zauważalne stają się zainteresowanie torebkami typu doy-pack. Mają one postać kieszeni, która po wypełnieniu zawartością zyskuje stabilną podstawę, a dzięki temu można ją wygodnie ustawić na sklepowej półce.

Standardem w przypadku produktów w saszetkach o niewielkiej gramaturze, np. przysmaków lub porcjowanej karmy,

Z MYŚLĄ O TOBIE*



*Produkt powstał w ramach programu
EIT Food RIS Consumer Engagement Labs.

www.mlekpól.com.pl