

FMCG trends

NUMER 015 • ZIMA 2025 • PISMO BEZPŁATNE • ISSN 2543-6147

K A T A L O G B R A N Ż O W Y

AROMATYCZNE HERBATY

Na zimowy wieczór

AUTOMATY SPRZEDAŻOWE

Wygodne zakupy

NOWE WYZWANIA

Trendy spożywcze

PRODUKTY Z MATCHĄ

Zielony fenomen



Smaki

KARNAWAŁU

Zimowa oferta sklepów i producentów



DBAMY O TO, CO NAPRAWDĘ WAŻNE

Oliwa z oliwek do każdego przepisu

Zastosowanie:

smażenie i duszenie



Zastosowanie:

dressingi, sosy



Zastosowanie:

smażenie,
pieczenie, desery



Medifoods

Oficjalny
dystrybutor

Skontaktuj się z nami:
medifoods.pl

Branża

podąża za trendami

Prowadzenie sprzedaży czy zainteresowanie konsumentów konkretnymi towarami z oferty producentów zależy od wielu czynników. W znacznej mierze również od tego, w jaki sposób wyeksponowane są towary. Dlatego przy planowaniu aranżacji sklepowych półek tak ważne jest stosowanie się do zasad visual merchandisingu. Asortyment powinien być rozmieszczony w taki sposób, aby zachęcał klientów do zakupu.

Coraz częściej w branży FMCG, także w handlu i produkcji, wykorzystywana jest sztuczna inteligencja. Zrewolucjonizowała już wiele obszarów naszego życia, a my coraz chętniej korzystamy z jej możliwości. Wsparcie AI, choć w niektórych obszarach budzi pewne kontrowersje, potrafi zoptymalizować i usprawnić wiele czynności. Czy na pomoc technologii możemy liczyć także przy kompletowaniu codziennych zakupów i wyborze okolicznościowych prezentów?

Istotne jest stałe podążanie za trendami. Matcha, czyli sproszkowana zielona herbata, podbiła świat napojów. Orientalny rytuał jej sporządzania i niespiesznego popijania, który liczy sobie już prawie tysiąc lat, pokochali smakosze na całym świecie. Niezależnie od sposobu przyrządzania, matcha stała się najmodniejszym napojem roku, a także składnikiem wielu produktów spożywczych.

Sukces sprzedaży kryje się również w odpowiednio zaplanowanym marketingu z uwzględnieniem najważniejszych dni w handlu. Wielkimi krokami zbliża się 14 lutego, czyli Walentynki. Nie bez przyczyny czas poprzedzający tę datę uznawany jest za jeden z gorących sezonów sprzedażowych. W kalendarzu rodzinnych świąt są takie daty, które szczególnie łączą pokolenia. Na 21 i 22 stycznia przypadają odpowiednio Dzień Babci i Dziadka. Te okoliczności stają się zwyczajowo piękną okazją do wyrażania wdzięczności. Jedną z form takiego podziękowania są drobne prezenty – słodkie, spersonalizowane czy odzwierciedlające zainteresowania obdarowanych. W styczniowej ofercie sklepów można znaleźć różne kategorie dedykowanych produktów.

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, janecocoo

Reklamy całostronicowe na stronach:
2, 11, 20, 21, 41, 47, 49, 68.



Rynek

- 08** Konsument ceni tradycję, ale szuka też funkcjonalności
- 12** Powrót do natury, prostoty i lokalności
- 14** Social media i decyzje zakupowe
- 31** Napoje, wody, soki
- 54** Kierunki rozwoju branży spożywczej
- 56** Trend home cafe
- 58** Modne słodkości – era cynamonek

- 66** Zielony fenomen – produkty z matchą

Handel

- 06** Siła ekspozycji
- 30** Zakupy z inteligentnym wsparciem
- 32** Wzrost sprzedaży w kategorii żywność i napoje
- 51** Automaty sprzedażowe – wygodne i szybkie zakupy
- 52** Najlepsze dni handlu dla branży cukierniczej



24 Asortyment na Walentynki

26 Herbaty na zimowy wieczór

28 Produkty na Dzień Babci i Dziadka

Karnawał

34 Przekąski na karnawał

36 Smaki karnawału w tradycyjnym wydaniu

42 Mięsa i wędliny – karnawałowe trendy

Light & Fit

44 Naturalne przekąski i dodatki do dań

46 Żywność niskobiałkowa

48 Przekąski bez cukru

54 Zakupy przez internet bardziej ekologiczne

64 Co kryje się w czekoladowych tabliczkach?

65 Kierunki rozwoju branży spożywczej

Zima

16 Pyszne i pięknie udekorowane wypieki

22 Suszone owoce



Siła ekspozycji

Prezentacja produktów na sklepowych półkach

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

Konsumenci są wzrokowcami, dlatego sukces sprzedaży często zależy w znacznej mierze również od tego, w jaki sposób wyeksponowane są towary. Dlatego przy planowaniu aranżacji sklepowych półek tak ważne jest stosowanie się do zasad visual merchandisingu. Asortyment powinien być rozmieszczony w taki sposób, aby zachęcał klientów do zakupu.

Sposób prezentacji asortymentu

Przy planowaniu ekspozycji towaru na sklepowych regałach znaczenie ma również wysokość, na której zostaną umiejscowione produkty. Jeśli zależy nam na zwiększeniu sprzedaży konkretnego asortymentu, warto umieścić go na wysokości wzroku dorosłego

Właściciele sklepów i sieci handlowych muszą sięgać po narzędzia, które wspierać będą sprzedaż.

Przykładem takiego działania może być przemyślana prezentacja artykułów na półkach. Produkt, aby zainteresować klientów, powinien przyciągać wzrok. Jak udowadnia bowiem wiele badań prowadzonych na różnych grupach konsumentów, to właśnie walory wizualne są jednym z głównych czynników, które decydują o zainteresowaniu danym produktem. Zasady dotyczące odpowiedniego wyeksponowania artykułów do sprzedaży określone są pod pojęciem visual merchandising i dotyczą wielu aspektów.

Różnorodność i równowaga

Po pierwsze, sklepowe półki powinny być tak zaaranżowane, aby klienci bez problemu i szybko mogli znaleźć interesujące ich produkty. Właściwie zaplanowana ekspozycja pozwoli konsumentom zwrócić uwagę również na inny asortyment. Z tego względu towary muszą być selekcjonowane i rozmieszczane w tematycznych działach, z podziałem na konkretne grupy – z uwzględnieniem np. rodzaju, marki czy ceny artykułów. Sprzedawcy powinni zadbać również o umieszczenie

dostatecznej liczby produktów na sklepowych regałach, a w razie konieczności systematycznego ich uzupełniania. Warto zadbać również o równowagę na półkach, tzn. nie przesadzać z ilością artykułów



człowieka. Ważne jest również to, w jaki sposób układane są artykuły – w poziomie czy pionie, co daje klientom możliwość np. porównania cen oraz oferty wielu marek. Na najwyższych półkach zwykle prezentowane są produkty z kategorii premium, o wyższych cenach, ale też te mniejsze i lżejsze. Niższe piętra regałów zazwyczaj są zarezerwowane dla artykułów w szklanych opakowaniach, puszkach o dużych formatach i większej wadze. W ten sposób łatwiej i bezpieczniej będzie sięgnąć po tego typu produkty i zdjąć je z półki.

Różnorodne analizy upodobań konsumentów pokazują, że w trakcie zakupów większość klientów chętniej zwraca uwagę na ekspozycje umieszczone po prawej stronie alejek i w wielu przypadkach również w ten sposób rozpoczyna przegląd

prezentowanych do sprzedaży. Ważna jest też ich różnorodność, co pozwoli konsumentom na wybór towarów wpisujących się w ich osobiste preferencje. Jedną z zasad obowiązujących przy aranżowaniu sklepowych półek jest ciągłość, która ułatwia konsumentom odnalezienie asortymentu. Działanie to polega na tym, że towary są grupowane według kategorii, funkcji, czasami też kolorystycznie.

produktów oferowanych do sprzedaży na sklepowych regałach. Taka aranżacja półek i towarów może przełożyć się na efektywniejszą sprzedaż. Natomiast po lewej stronie umieszczane są towary, które zazwyczaj trafiają do koszyków podczas standardowych zakupów.

Zaplanowana ekspozycja

Producenci oraz sklepy starają się regularnie wprowadzać na rynek nowości. Istotnym zadaniem w przypadku takich produktów jest zainteresowanie nimi odbiorców. Klienci muszą poznać nowe artykuły, a do tego niezbędna jest również przyciągająca uwagę, odpowiednio zaplanowana ekspozycja. Nowości produktowe umieszczane są w widocznych miejscach, często są to specjalne regały, które usta-



Niektóre sieci handlowe dbają również o harmonijne dopasowanie pod względem kolorów towarów eksponowanych na półkach. Chociaż takie działania zazwyczaj dotyczą asortymentu z kategorii dekoracji, elementów zastawy stołowej oraz innych artykułów wyposażenia domu.



Jak udowadnia wiele badań prowadzonych na różnych grupach konsumentów, to właśnie walory wizualne są jednym z głównych czynników, które decydują o zainteresowaniu danym produktem

wiane są w pobliżu strefy wejścia do sklepu bądź na początku alejki. I w przypadku rozmieszczania towarów również działa zasada prawej strony.

Klienci powinni mieć możliwość swobodnego dostępu do produktów. Z tego względu warto zadbać o odpowiednią szerokość alejek, jak również nieograniczone przejście. Palety, pudełka, kosze czy dodatkowe, dostawiane regały nie powinny uniemożliwiać wyboru oraz dotarcia do artykułów, które interesują konsumentów. Jest to istotne nie tylko dla komfortu osób dokonujących zakupów, ale również ze względów bezpieczeństwa klientów oraz obsługi.

Sezony sprzedażowe

Sprzedaż w ciągu roku podzielona jest na kilka sezonów, które wyznaczane są przez święta, uroczystości oraz pory roku. Oferta wprowadzana do placówek handlowych okazjonalnie powinna się wyróżniać, aby przyciągnąć wzrok ewentualnych nabywców.

Często produkty tego typu posiadają specjalnie zaprojektowaną szatę graficzną. Zwykle artykuły sezonowe wykładane są na regałach lub w koszach w odrębnych strefach sklepu. Wiele sieci planuje to w taki sposób, aby konsumenci mogli w jednym miejscu odnaleźć towary z różnych kategorii, jednakże powiązane ze sobą tematycznie. Może to być na przykład pogrupowany asortyment do przygotowania tradycyjnych potraw, upominków czy

udekowania domu na święta. Kulminacyjnym punktem w planowaniu prezentacji produktów okazjonalnych są oczywiście święta Bożego Narodzenia. Do ważnych momentów dla branży zaliczyć możemy również sprzedaż poprzedzającą Wielkanoc, długi weekend majowy, Boże Ciało, Walentynki, Dzień Matki, Dzień Kobiet czy 1 listopada.

Efektowna aranżacja półek

W mniejszych placówkach handlowych oprócz efektownego zaplanowania aranżacji regałów znajdujących się wewnątrz budynków z dużą dbałością podchodzi się do przygotowania atrakcyjnej prezentacji w oknach i witrynach. Można powiedzieć, że jest to nawiązanie jeszcze do dawnych tradycji handlowych, dzisiaj stosowanych częściej w placówkach z odzieżą, obuwiem lub elektroniką niż w sklepach spożywczych.

Znaczenie przy tworzeniu funkcjonalnej i atrakcyjnej ekspozycji ma również rodzaj półek, jakie znajdują się w sklepie. Regały sprzedażowe konstruowane są jako półki jednostronne, montowane przy ścianach oraz w wersji dwustronnej (gondola). W placówkach handlowych zastosowanie znajdują też mniejsze, dostawne regały oraz kosze, w których umieszczane są artykuły sprzedawane w promocyjnych cenach lub produkty impulsowe. ♦



Konsument ceni tradycję, ale szuka też funkcjonalności



Mijający rok upłynął naszej Spółdzielni pod znakiem intensywnej pracy. Najbardziej symbolicznym wydarzeniem były oczywiście obchody 30-lecia marki Łaciate. Jubileuszowy piknik w Grajewie, który w sierpniu zgromadził blisko pięć tysięcy gości, pokazał, jak mocno marka ta wpisała się w codzienność polskich rodzin. Dla nas był to moment nie tylko świętowania, ale też refleksji nad drogą, którą przeszło Łaciate – od pierwszego kartonu mleka UHT do rodziny ponad stu produktów z różnych kategorii – mówi Małgorzata Cebelińska, wiceprezes zarządu SM Mlekpól, z którą rozmawiamy o zmianie struktury decyzji zakupowych w polskich gospodarstwach domowych i eksporcie przetworów mlecznych na zagraniczne rynki.

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

Optymalizowanie codziennej diety to jeden z globalnych trendów wpływających na branżę FMCG. Jakie produkty z oferty SM Mlekpól wpisują się w ten kierunek?

Konsumenci coraz częściej szukają produktów, które nie tylko zaspokajają głód, ale realnie wspierają zdrowie, aktywny styl życia i regenerację organizmu. W Mlekpolu odpowiadamy na te potrzeby m.in. sukcesywnie rozwijając wysokobiałkową linię Łaciate Protein+, obejmującą gamę produktów: od mleka UHT, przez jogurty pitne i kefir, po twarożek grani i serki kremowe w dwóch smakach.

Przykładem odpowiedzi na potrzeby rynku jest ponadto linia jogurtów Łaciatych wzbogaconych magnezem i biotyną, opracowana we współpracy z konsumentami w ramach programu EIT Food RIS Consumer Engagement Labs, realizowanego przez IRZiBŻ PAN w Olsztynie. To projekt, w ramach którego nowoczesna technologia zaowocowała powstaniem produktów spełniających

oczekiwania i potrzeby między innymi osób prowadzących aktywny tryb życia i odczuwających skutki stresu. Magnez wspiera bowiem prawidłowy metabolizm energetyczny i pomaga zmniejszać uczucie zmęczenia, natomiast biotyna wpływa na prawidłowe funkcjonowanie układu nerwowego i kondycję skóry. Dodatkowym atutem jest fakt, że są to produkty bezlaktozowe i bezglutenowe, dostępne w poręcznej butelce 250 ml – idealnej „do plecaka” czy do torby treningowej.

Kolejny kierunek to oferta dla osób z nietolerancją laktozy lub czasowo ograniczających jej spożycie. Ta grupa konsumentów systematycznie rośnie, dlatego konsekwentnie rozszerzamy nasze portfolio bezlaktozowe. Najnowsze propozycje od Mlekpolu w tej kategorii to Maślanka Mrągowska naturalna 1 litr oraz jogurt typu greckiego pod marką Łaciate.

Jednocześnie obserwujemy silny trend powrotu do tradycyjnych produktów

mleczarskich. Jogurty naturalne, kefir, twarogi, maślanki są dziś odkrywane na nowo jako baza zbilansowanej, nowoczesnej diety. Konsumenci coraz częściej sięgają po nie, by samodzielnie przygotować np. owsianki, koktajle, pasty kanapkowe, sosy czy desery. Okazuje się zatem, że również w codziennej, domowej kuchni wyroby Mlekpolu są produktami pierwszego wyboru.

Przed nami święta Bożego Narodzenia, szczególnie okres, gdy konsumenci poszukują produktów odpowiednich do przygotowania tradycyjnych dań i deserów. Jaki asortyment z oferty SM Mlekpól sprawdzi się jako dodatki do świątecznych potraw?

W okresie Bożego Narodzenia bardzo wyraźnie widać, że w polskiej kuchni szczególną rolę odgrywają właśnie produkty mleczne. Wykorzystujemy je bowiem do przygotowywania wielu świątecznych

potraw: od zup i sosów, przez np. śledzie w śmietanie czy tradycyjne sałatki, po serniki i makowce.

Również jeśli chodzi o wypieki i desery, kluczowy jest dobór produktów mleczarskich o najwyższej, powtarzalnej jakości. Jako baza dla klasycznych serników – pieczonych i na zimno – doskonale sprawdzi się twaróg sernikowy łaciaty w wygodnym wiaderku 1 kg. Dzięki odpowiedniej konsystencji i zawartości tłuszczu nawet bez dodatku masła pozwala on uzyskać kremową serową masę o idealnej strukturze. Naturalnym uzupełnieniem świątecznej oferty są chociażby ser mascarpone czy śmietanki łaciате o zawartości 30% i 36% tłuszczu, wykorzystywane do ubijania, przygotowywania kremów, polew bądź musów.

W kuchni świątecznej ogromną rolę odgrywa również masło łaciате, Mazurski Smak lub Rolmlec 83% – niezastąpione w ciastach, pierniczkach, słodkich masach, ale też w tradycyjnych daniach obiadowych. Konsumenci doceniają ich smak i wiedzą, że są one gwarancją kulinarnego sukcesu. Tam, gdzie liczy się szybkość i wygoda, coraz częściej sięga się także po masło klarowane łaciате – np. do smażenia i pieczenia ryb bądź mięs.

Na jakie aspekty zwracają Państwo uwagę przy sprzedaży swoich produktów przed Bożym Narodzeniem i Nowym Rokiem. Jakie produkty dominują wtedy w koszykach kupujących?

W grudniu wyraźnie rośnie znaczenie większych, rodzinnych opakowań. To czas, gdy planuje się zakupy „na zapas”, a domowa kuchnia pracuje w trybie ciągłym. Dlatego w okresie świąteczno-noworocznym koncentrujemy się na produktach w większych formatach, jak masło łaciате w osetce 300 i 500 g bądź sery w opakowaniach 800 g oraz 1 kg. Konsumenci, chcąc przygotować na świąteczny i noworoczny stół jak najlepsze potrawy, oczekują produktów sprawdzonych, o stabilnej jakości. Dlatego w świątecznym koszyku większy

udział mają wspomniane już klasyki, jak: masło łaciате 83%, mleko, śmietanki i śmietany łaciате, twarogi Mazurski Smak i łaciате, a także nasz ser mascarpone czy sery żółte, między innymi Gouda, Edam, Królewski z Kolna czy Jantar.

Nowe technologie coraz chętniej wykorzystywane są w przemyśle spożywczym. W ostatnim czasie wiele mówi się o możliwościach zastosowania AI w produkcji. Jakie korzyści rozwój tej technologii może przynieść branży mleczarskiej?

W Mlekpole wykorzystujemy rozwiązania oparte na AI przede wszystkim tam, gdzie zachodzi potrzeba analizowania wielu danych i szybkiego reagowania na zmiany – zarówno w trakcie analiz samej produkcji, jak i w łańcuchu dostaw.

Na poziomie produkcyjnym AI w pewnym stopniu pomaga nam optymalizować parametry procesów technologicznych. Systemy analizują dane z linii w czasie rzeczywistym – m. in. temperatury, przepływy, właściwości surowca – i podpowiadają optymalne ustawienia, które ograniczają straty, poprawiają wydajność i stabilizują jakość wyrobu gotowego. Przy takiej skali działalności jak nasza nawet niewielkie usprawnienia przekładają się na wymierne efekty ekonomiczne, jednak ważne jest zachowanie ostrożności i pozostawienie ostatecznych decyzji doświadczonemu personelowi.

Narzędzia sztucznej inteligencji są skuteczne, dostarczają wielu istotnych danych, co przekłada się na ułatwienia podjęcia przez pracowników trafnych decyzji. Doświadczenie technologów, wiedza laborantów, praktyka operatorów linii czy kierowników odbierających mleko – to jednak wciąż fundament. Rola sztucznej inteligencji polega na tym, by ich pracę ułatwić i przyspieszyć.

Czy wobec napływu produktów mlecznych z zagranicy polscy konsumenci cenią sobie krajowe przetwory mleczne? W jaki sposób rodzime produkty mogą konkurować z zagranicznym asortymentem?

Z naszych obserwacji wynika, że w kategorii nabiału przywiązanie Polaków do produktów krajowych jest bardzo silne. Rodzimi konsumenci, chcąc wiedzieć, gdzie dokładnie powstaje surowiec wykorzystywany do produkcji dostępnego na rynku mleka i jego przetworów, w naturalny sposób zwracają się w stronę wyrobów o polskim pochodzeniu. Jest to efekt kilku

„Ostatnie lata były dla konsumentów okresem dużych zmian – zarówno ekonomicznych, jak i społecznych. Wysoka inflacja, rosnące koszty utrzymania, zmiany na rynku pracy, przyspieszenie tempa życia – to wpływa na sposób planowania koszyka zakupowego

równoległych trendów: rosnącej świadomości żywieniowej, większej wrażliwości na kwestie środowiskowe oraz chęci wspierania lokalnej gospodarki.

Naszą przewagą nad produktami importowanymi jest przede wszystkim świeżość wyrobów, a także transparentność łańcucha dostaw. Mlekpól każdego dnia pozyskuje mleko od blisko 7500 dostawców skupionych wokół 12 zakładów przetwórczych. Krótki czas od odbioru surowca w gospodarstwie do jego przerobu to gwarancja świeżości i jakości naszego asortymentu.

Bardzo mocno stawiamy też na czyste składki i krótkie etykiety – produkty Mlekpola pozbawione są zbędnych konserwantów czy dodatków. Do ich wytwarzania wykorzystujemy najnowocześniejsze technologie i dokonujemy rygorystycznych kontroli jakościowych. Istotną rolę odgrywa także lokalny charakter naszych marek. Radomski Rolmlec, ►



Maślanka Mrągowska z Mazur czy łódzkie JOGO to brandy niegdyś mocno osadzone w swoich regionach, a obecnie znane na terenie całego kraju. Za każdą z tych marek stoi historia konkretnego zakładu, rolników-dostawców, pracowników. Tego typu autentyczności nie da się łatwo skopiować.

W ostatnim czasie zaobserwować można zmianę struktury decyzji zakupowych w polskich gospodarstwach domowych. Jak sytuacja ekonomiczna oraz zmiana stylu życia konsumentów przekładają się na popyt na produkty mleczne?

Rzeczywiście, ostatnie lata były dla konsumentów okresem dużych zmian – zarówno ekonomicznych, jak i społecznych. Wysoka inflacja, rosnące koszty utrzymania, zmiany na rynku pracy, a jednocześnie przyspieszenie tempa życia – wszystko to wpływa na sposób planowania koszyka zakupowego. W takich warunkach nabiał okazuje się kategorią stosunkowo odporną.

Z jednej strony widzimy większą kalkulację i ostrożność podczas dokonywania codziennych decyzji zakupowych. Konsumenty częściej porównują ceny artykułów spożywczych, korzystają z promocji, chętniej sięgają po większe, bardziej

ekonomiczne opakowania czy multipaki. Z drugiej – nie rezygnują z marek, które odznaczają się renomą i potwierdzoną jakością.

Zmienia się także styl życia. Rozdrobnienie posiłków, jedzenie „w biegu”, praca hybrydowa czy zdalna, większa mobilność – wszystko to napędza rozwój kategorii wygodnych formatów: jogurtów pitnych czy przekąsek wysoko białkowych. Produkty, które można zabrać ze sobą wszędzie, spożyć w pracy, szkole, na uczelni, między spotkaniami czy na treningu, rosną szybciej niż klasyczne, duże formaty „tylko do lodówki”.

Jednocześnie wśród konsumentów wyraźnie rośnie świadomość żywieniowa – szczególnie jeśli chodzi o ich młodsze grupy. Coraz większe znaczenie mają informacje o zawartości białka, cukru, laktozy, dodatkowych składników funkcjonalnych. Dla części konsumentów są to po prostu ciekawsze, nowocześniejsze propozycje, a dla innych – realna odpowiedź na potrzeby zdrowotne.

Ostatnie miesiące roku to czas na podsumowania. Co można uznać za najważniejsze sukcesy sprzedażowe i konsumenckie Mlekpola w mijającym roku?

Mijający rok upłynął naszej Spółdzielni pod znakiem intensywnej pracy. Najbardziej symbolicznym wydarzeniem były oczywiście obchody 30-lecia marki Łaciate. Jubileuszowy piknik w Grajewie, który w sierpniu zgromadził blisko pięć tysięcy gości, pokazał, jak mocno marka ta wpisała się w codzienność polskich rodzin. Dla nas był to moment nie tylko świętowania, ale też refleksji nad drogą, którą przeszło Łaciate – od pierwszego kartonu mleka UHT do rodziny ponad stu produktów z różnych kategorii.

Z perspektywy sprzedażowej i rozwojowej istotna była między innymi decyzja o rozpoczęciu największej inwestycji ostatnich lat – rozbudowie zakładu w Grajewie. Projekt ten znacząco podniesie poziom automatyzacji procesów i zwiększy moce produkcyjne w zakresie serów pakowanych w atmosferze ochronnej. Jesteśmy przekonani, że inwestycja (której zakończenie zaplanowane jest na rok 2029), będzie pracowała na konkurencyjność Mlekpola przez kolejne dekady i pozwoli nam jeszcze lepiej odpowiadać na rosnące wymagania rynku – zarówno krajowego, jak i eksportowego.

W portfolio Mlekpola w mijającym roku zdecydowanie wyróżniła się linia Łaciate Protein+. Był to czas intensywnego rozwoju tej kategorii – wprowadziliśmy nowe smaki jogurtów pitnych, rozszerzyliśmy ofertę o twarożek grani z 30 gramami białka w porcji, a całość wsparliśmy kampanią „Dołącz się!”. Rynek bardzo jasno pokazał, że wysokobiałkowe produkty nie są sezonową modą, lecz trwałym trendem, który jeszcze długo kształtować będzie rodzimy rynek.

Po wymagającym roku 2024 (szczególnie jeśli chodzi o eksport) w bieżącym roku obserwowaliśmy pewną poprawę sytuacji na rynkach zagranicznych. Dotyczy to zarówno krajów Unii Europejskiej, jak i wybranych rynków w Azji Południowo-Wschodniej. Wzrost eksportu traktujemy jako potwierdzenie, że inwestycje w jakość, rozpoznawalność marek oraz długoterminowe relacje z partnerami handlowymi przynoszą efekty także poza granicami Polski. ♦



na święta

najlepszewkuchni.pl

OBŁĘDNIE KARMELOWY
SERNIK ŚWIĄTECZNY

+
ODKRYJ
PRZEPIS

naturalnie

prosto

pysznie



OGÓLNOPOLSKA KAMPANIA REKLAMOWA



kampania
internetowa



aplikacje
zakupowe



strona
www



social
media



kampania
telewizyjna

nowy
w rodzinie

Powrót do natury, prostoty i lokalności

Modne tendencje w żywieniu i zakupach

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

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

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



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

w społeczeństwie, jest idea świadomej konsumpcji.

Naturalnie i ekologicznie

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

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



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

Prostota i minimalizm

Ostatnie kilka dekad można nazwać epoką konsumpcjonizmu. Wobec szerokiej



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

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

Zakupowe zero waste

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



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

lub wymienić się na inny potrzebny produkt.

Lokalne wartości

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



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

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

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

Social media

Jak wpływają na decyzje zakupowe?

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

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

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

„Viralowa” popularność

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



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

Inspirujące treści

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

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

Wirtualna płaszczyzna dla reklamy

Portale społecznościowe stanowią też płaszczyznę dla reklamy produktów oraz usług. Konsumenci spędzając wiele godzin na wertowaniu publikowanych w internecie treści mogą natrafić na informacje promocyjne, które ich zainteresują, przyciągną uwagę i skłonią do zakupu. Przekaz w social mediach bazuje przede wszystkim na wzbudzeniu oczekiwanych emocji oraz reakcji użytkowników. Niejednokrotnie tą reakcją jest zakup konkretnego produktu. Wpływ na decyzje zakupowe ma także wygoda i szybki przebieg transakcji, szczególnie w dobie elektronicznych płatności.

Zakupy w świecie social mediów

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

Zima



DODATKI DO CIAST

Pyszne i pięknie udekorowane wypieki



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

Receptur, według których wykonywane są ciasta, jest wiele. Oprócz odpowiednio wyselekcjonowanej mąki, spulchniaczy, tłuszczu i oczywiście serca, do przygotowania wypieków niezbędne są dodatki. Smak deserów serwowanych podczas ważnych uroczystości urozmaicają np. bakalie i aromatyczne przyprawy korzenne. W wielu domach serwowane są również pyszne serniki i makowce skomponowane z najlepszych dodatków.



Różnorodność smaków

Bakalie zaliczają się do ulubionych dodatków, które urozmaicają wypieki. Różnorodny asortyment pozwala na skomponowanie odpowiedniej mieszanki smakowej dodawanej do tradycyjnych ciast. Wśród najpopularniejszych produktów tego typu wymienić można rodzynki. Konsumenci poszukują rodzynek drobnych i naturalnych,

wyprodukowanych z winogron bez sztucznych ulepszaczy. Do popularnych bakalii, które jako dodatki do ciast zostaną zasewrowane na deser zaliczyć można też: orzechy, migdały, suszone i kandyzowane owoce. Wygodnym rozwiązaniem w przypadku wypieku np. makowca jest wybór gotowej mieszanki bakalii. ►



Tradycyjne dodatki

Aromatyczne przyprawy korzenne i kakao, wykorzystywane są do przygotowania nie tylko typowo świątecznych ciast. Piernik z powodzeniem serwowany jest w karnawale, ale również przy innych okazjach. Wśród propozycji na deser znajdują się też serniki – w wersjach na ciepło i na zimno, które wykonywane są z serów twarogowych, serków homogenizowanych

czy mascarpone. Dodawane są do nich bakalie, kandyzowane i świeże owoce, polewy czy galaretka. Na liście ulubionych ciast mocną pozycję zajmują makowce, w wersji tradycyjnej, ale również w urozmaiconym wydaniu (np. makowiec japoński), do których wypieku niezbędne będą m.in. mak i bakalie. Można sięgnąć także po dostępne na rynku gotowe masy.



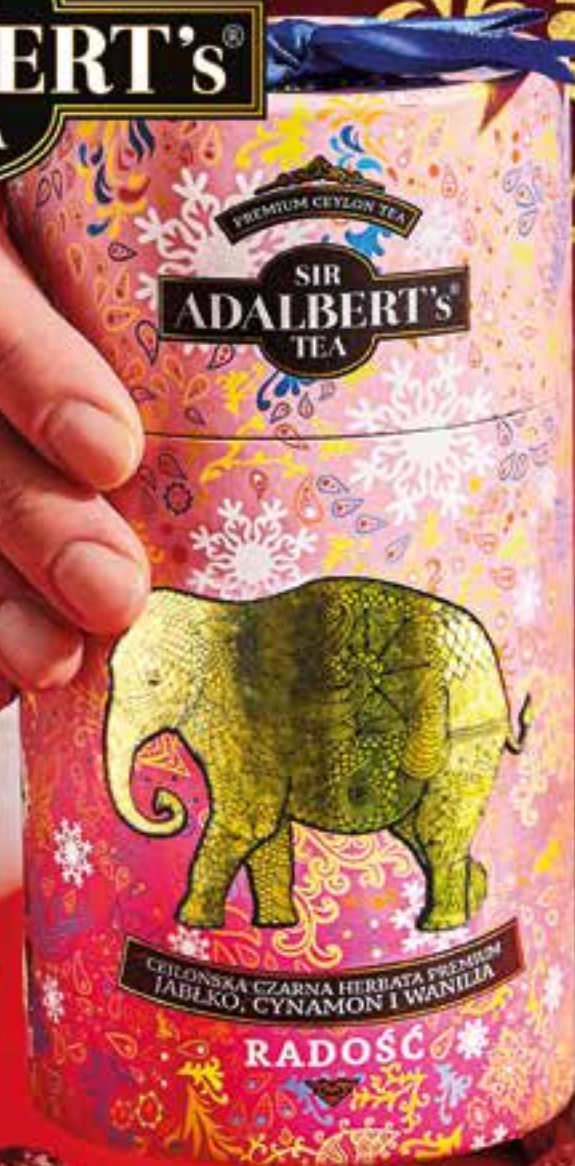
Pięknie udekorowane

Ciasta mają zachwycać nie tylko smakiem, ale również wyglądem. Do tego niezbędne są dekoracje. Do przyozdobienia wypieków i deserów stosowane są różnorodne produkty. Cukrowe i czekoladowe posypki, szczególnie te w formie ozdobnych cukrowych peretek i gwiazdek dostępnych w wielu kolorach pozwolą wyjątkowo przystroić domowe

śladkości. Masy cukrowe, lukry i polewy czekoladowe to seria produktów, które również stają się pomocne w przygotowaniu pysznych domowych wypieków. Niektóre desery przyozdabiane są świeżymi owocami lub warstwą galaretki – o wielu kolorach i smakach. ♦

PREMIUM CEYLON TEA

SIR
ADALBERT'S
TEA



ZESKANUJ KOD QR
I ODKRYJ SMAK
SRI LANKI!

adalbertstea.pl

UWOLNIJ ZIMOWE EMOCJE

UKRYTE W PUSZCE HERBATY



@adalbertstea

Suszone owoce

Nie tylko na zimowy stół

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

Suszone owoce to jeden z produktów standardowo wrzucanych do koszyków podczas zimowych zakupów. Są dodatkami do napojów, dań i deserów. Ale ich znaczenie w kulinariach nie ogranicza się wyłącznie do uzupełniania menu. Suszone owoce w ostatnich latach stały się też popularną przekąską podjadaną między posiłkami. W handlu detalicznym funkcjonują jako odrębna kategoria produktów spożywczych albo część segmentu „bakalie”.

wzbogacające napój o lekką nutę dymu. Gotowe mieszanki suszonych owoców konsumenci mogą znaleźć w sklepowych działach z bakalią. Czasem sytuowane są też w sąsiedztwie koszy ze świeżymi warzywami i owocami. Oprócz wersji paczkowanych, w niektórych placówkach handlowych słodki susz sprzedawany jest także luzem – na wagę.



Czas na zimową herbatę

Długie zimowe wieczory to wymarzona okazja do odpoczynku w towarzystwie rozgrzewającej, aromatycznej herbaty. Suszone owoce o tej porze roku są więc często kupowane z myślą o sporządzaniu pysznych gorących napojów. Herbata

Suszone owoce to grupa produktów ceniona przez konsumentów ze względu na walory smakowe, intensywną naturalną słodycz, a także skondensowaną dawkę błonnika, co zawdzięcza eliminacji wody. Zaletą tej kategorii artykułów jest też długi okres przydatności do spożycia. Dawniej był to kluczowy aspekt pozwalający na przechowanie owocowych zbiorów aż do zimy i grudniowych świąt. Dlatego też zastosowanie suszonych jabłek, gruszek, śliwek w polskich kulinariach jest silnie związane z tradycją ludową. Owocowy susz to wygodne rozwiązanie, gdy w związku z porą roku brakuje dobrej jakości świeżych, sezonowych składników.

Kompozycja owocowych smaków

Suszone owoce to składnik napoju, bez którego wielu z nas nie wyobraża sobie zimy.

Kompot z suszu przyrządzony według klasycznej receptury, z dodatkiem owoców wędzonych lub świeżych, to nieodłączny element wigilijnej kolacji, ale słodki napój chętnie pijamy przez całą zimę. Kompozycję składników do sporządzenia wywaru można stworzyć samodzielnie, kupując odrębnie pakowane porcje suszonych owoców. Szczególnie w okresie świątecznym i karnawałowym popularne są też gotowe mieszanki kompotowe sprzedawane w foliowych torebkach, pudełkach lub tackach, ale często dostępne są w sklepach przez całą zimę, a nawet rok. To mieszanki różnych owoców, które zapewniają harmonijny, wyważony smak wywaru. Kompozycję słodkich suszonych jabłek, gruszek i śliwek, przełamują np. kwaskowata żurawina, albo wędzone śliwki



może zyskać wspaniały zimowy smak dzięki dodatkowi suszonych jabłek, śliwek, żurawiny, a także suszonych plasterków pomarańczy lub cytryny. A ze względu na słodycz tych produktów, do napoju nie trzeba dodawać cukru.

Aby napój zyskał prawdziwie zimowy aromat, bywa wzbogacany również korzeniami i sezonowymi przyprawami. Cynamon,



Suszone owoce są cenione przez konsumentów ze względu na walory smakowe, intensywną naturalną słodycz, a także dawkę błonnika. Zaletą tej kategorii jest też długi okres przydatności do spożycia

goździki, gwiazdki anyżu, kardamon czy imbir w chłodniejszych okresach roku cieszą się bardzo dużym zainteresowaniem konsumentów kupujących suszone owoce. Z myślą o ciepłych napojach na długie wieczory producenci oferują także gotowe mieszanki dodatków znane pod nazwą przypraw do grzańca. Z powodzeniem można je zastosować także we własnej recepturze smakowitej zimowej herbatki.

Słodkie dodatki do wytrawnych dań

Suszone owoce poszukiwane są też przez tych kupujących, którzy planują użyć ich jako dodatków do wytrawnych dań. Akcent słodkiego suszu wspaniale przełamuje i wzbogaca smak wielu mięsnych potraw. Zimą, w okresie świąt i karnawału, chętnie przyrządzamy rozmaite pieczenie, które znakomicie smakują uzupełnione dodatkiem suszonych śliwek, moreli, ale też jabłek i gruszek. Suszona żurawina lub śliwka może być też smacznym dodatkiem

do tradycyjnych pasztetów lub staropolskiego bigosu. Suszone owoce dobrze komponują się zarówno z mięsem wieprzowym, np. schabem, jak i drobiowym – kaczką czy indykiem. Nadają się do nadziewania mięsa, wykonywania farszu, ale znajdują zastosowanie również jako składnik marynat czy sosów. Suszone owoce można także dodawać do sałatek. Zimowa odsłona lekkiego dania z warzyw, orzechów, sera pleśniowego, fety czy mozzarelli, dzięki zawartości żurawiny, daktyli czy rodzynek może zyskać bogaty, ciekawy smak. Niektóre gatunki suszonych owoców używane są też jako składniki zimowych sałatek śledziowych. Ich słodkość ma przełamać słony smak ryby. Ale owocowy susz to nie tylko element polskiej kuchni. Suszone figi, daktyle, morele czy winogrona mają zastosowanie np. w daniach azjatyckich, arabskich czy śródziemnomorskich.

“

do tradycyjnych pasztetów lub staropolskiego bigosu. Suszone owoce dobrze komponują się zarówno z mięsem wieprzowym, np. schabem, jak i drobiowym – kaczką czy indykiem. Nadają się do nadziewania mięsa, wykonywania farszu, ale znajdują zastosowanie również jako składnik marynat czy sosów. Suszone owoce można także dodawać do sałatek. Zimowa odsłona lekkiego dania z warzyw, orzechów, sera pleśniowego, fety czy mozzarelli, dzięki zawartości żurawiny, daktyli czy rodzynek może zyskać bogaty, ciekawy smak. Niektóre gatunki suszonych owoców używane są też jako składniki zimowych sałatek śledziowych. Ich słodkość ma przełamać słony smak ryby. Ale owocowy susz to nie tylko element polskiej kuchni. Suszone figi, daktyle, morele czy winogrona mają zastosowanie np. w daniach azjatyckich, arabskich czy śródziemnomorskich.

Owocowa przekąska

Ze względu na zawartość naturalnego cukru konsumenci cenią suszone owoce jako alternatywę dla słodczy, zamiennik chipsów, ciasteczek i innych przekąsek. Miłośnicy tej grupy bakalii umieszczają je w miseczkach na stolikach w salonie jako coś smacznego i drobnego do pochrupania np. podczas wieczornego seansu filmowego lub rodzinnej planszówkowej rozgrywki. Wielu konsumentów przy codziennych zakupach uzupełnia zapas suszonych owoców, by móc mieć je zawsze pod ręką, podobnie jak tradycyjne paczkowane przekąski. Sprzyja temu długi okres przydatności do spożycia, a także niewielka waga i objętość opakowań, które można łatwo zmieścić w spiżarnianej szafce.

Wśród suszonych przypraw smaków królują owoce krajowe: jabłka, gruszki,

śliwki, żurawina, morele, ale też owoce importowane: rodzyнки, figi, daktyle, papaja, mango, ananas, banan. To przekąski, które można spożywać samodzielnie albo jako dodatek do pożywnych owsianek czy musli.

Produkty liofilizowane

Z roku na rok oferta asortymentu suszonych owoców staje się coraz bardziej zróżnicowana. Obok tradycyjnych kawałkowanych owoców i chipsów szczególną kategorią przekąsek o wydłużonej przydatności do spożycia stanowią owoce liofilizowane. To produkty, które powstają w wyniku odprowadzenia z nich wody w procesie tzw. suszenia mrozem. Poddane liofilizacji owoce są zamrażane, a dzięki przeprowadzonej w odpowiednich warunkach sublimacji, czyli przekształcaniu lodu bezpośrednio w parę, zostają pozbawione zawartości wody. Przez to chrupiące i lekkie. Produkty poddane tego rodzaju obróbce w bardzo dużym stopniu zachowują wybarwienie, smak i aromat świeżych owoców. Asortyment liofilizowanych owoców jest bardzo szeroki i obejmuje zarówno owoce jagodowe, egzotyczne, jak i rodzime, doskonałe znane z polskich sadów. W sklepach można znaleźć je jako porcje jednorodnych owoców lub kolorowe mieszanki o niewielkiej gramaturze, zapakowane w wygodne saszetki lub kartonowe tuby, umożliwiające wielokrotne otwieranie i zamykanie opakowań. Dzięki temu żywność liofilizowana może zachować letni aromat owoców jeszcze przez bardzo długi czas. ♦



Asortyment na Walentynki

Prezenty dla ukochanej osoby

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

Wielkimi krokami zbliża się 14 lutego, czyli Walentynki. I choć mówi się, że wyrazy miłości powinniśmy okazywać sobie przez cały rok, niezależnie od okazji i niekoniecznie w materialny sposób, to niewątpliwie jest to moment, gdy wiele osób chce wyrazić swoje uczucia, obdarowując bliską osobę okazjonalnym upominkiem. Nie bez przyczyny czas poprzedzający tę datę uznawany jest za jeden z gorących sezonów sprzedażowych. Na liście najpopularniejszych prezentów walentynkowych są nie tylko kwiaty, biżuteria czy perfumy, ale również słodczyce.

Walentynki to jeden z ważnych, przypadających zimą okresów sprzedażowych w placówkach handlowych. Wybór asortymentu odpowiedniego na sprawienie miłej niespodzianki ukochanej osobie jest szeroki. Bardzo często są to różnego rodzaju słodczyce. Słodkości mogą stanowić odrębny upominek, ale być również dodatkiem do wręczanych bliskiej osobie kwiatów, biżuterii czy kosmetyków. Jakich produktów poszukują konsumenci na podarunek z tej okazji?

Słodkie świętowanie

Wśród walentynkowych łakoci prym wiodą czekoladki, dostępne w formie pralinek, bombonierek czy wykwintnych baryłek wypełnionych bardzo płynnym nadzieniem. Kremowe wypełnienia o smakach: orzechowym, pistacjowym, owocowym zachwycają bogactwem wariantów, spośród których mogą wybierać konsumenci. Do ulubionych produktów zaliczyć można także czekoladki z dodatkiem bakalii, na przykład rodzynek, kandyzowanych owoców czy orzechów zatopionych w mlecznym lub deserowym musie. W okresie Walentynek zwykle wzrasta zapotrzebowanie na ten asortyment, co przekłada się na sprzedaż tych towarów. Jako słodkie upominki wręczane są również czekolady. Hitem sprzedażowym są słodczyce „dubajskie”, nadziewane kremem pistacjowym oraz specjalnym chrupiącym ciastem lub w wersji ze słodką watą cukrową o strukturze bardzo cienkich nitek, nazywaną „anielskimi włosami”.

W trendach są również słodkości zdobione płatkami złota, co dodaje tym produktom

odrobinę prestiżu. Do takich klasyków wręczanych drugiej osobie z okazji Walentynek zaliczyć można też lizaki, obowiązkowo w kształcie serca i w kolorze czerwieni lub cukierkowego różu. W tradycję upominków wybieranych na 14 lutego wpisuje się również piernik wypieczone w kształcie serca.

W Walentynki lubimy zaskoczyć osobę bliską naszemu sercu również słodkim deserem. Na tę okazję chętnie kupowane są gotowe ciasta: lekkie torciki, wytrawne serniki, brownie czy muffinki. Niektórzy decydują się też samodzielnie przygotować ukochanej osobie jej ulubioną słodką przekąskę. Przy wyborze składników na ciasto często kierują się ich jakością, np. w przypadku bakalii, mąki oraz innych produktów piekarniczych sięgają po naturalny asortyment.

“

W przypadku walentynkowych podarunków istotne jest opakowanie. Ozdobne pudełka we wzór serca, kwiaty, amorki, to wybory konsumentów zakupujących słodczyce dla bliskiej osoby

Wytrawne menu

Dla wielu konsumentów 14 lutego kojarzy się z romantyczną kolacją. Nie wszyscy wybierają restaurację. Niektórzy stawiają na sprawienie niespodzianki drugiej połowie i przygotowanie posiłku przy blasku świec w domowym zaciszu. Aby zaskoczyć bliską osobę, niezbędne jest odpowiednio skomponowane menu. Do przygotowania walentynkowych posiłków używane są produkty wykwintne, zazwyczaj z kategorii premium.

Modne jest także sięganie po inspiracje oraz asortyment ze światowych kuchni i przyrządzenie ukochanej osobie posiłku w greckim, japońskim, meksykańskim czy we włoskim klimacie. W ofertach sieci handlowych bez problemu można znaleźć tego typu składniki i na ich bazie przyrządzić pyszne specjały zaczerpnięte ze światowych kuchni. Produktem, który zazwyczaj trafia do zakupowego koszyka z myślą o romantycznej kolacji, jest makaron, zwykle w wersji spaghetti. Do tego świeże warzywa, w tym m.in. soczyste pomidory i zioła w postaci bazylii, oregano i czosnku. Nie wszyscy posiadają zdolności kulinarne bądź wystarczająco dużo wolnego czasu, żeby samodzielnie przygotowywać posiłki. W takich przypadkach pomocne będą produkty z kategorii convenience food. Gotowe dania i sosy, które wystarczy podgrzać lub upiec, to prosty sposób na przygotowanie wyjątkowego posiłku. Szeroki asortyment produktów tego typu dostępnych w ofertach sklepów pozwala na wybór opcji odpowiedniej do preferencji smakowych ukochanej osoby. Podczas takiej kolacji serwowane są również przystawki. Dobrze w tej roli sprawdzają się wędliny premium, suche i dojrzewające, Konsumenci poszukują na ten wieczór również wykwintnych serów. Deska z kompozycją przekąsek o różnorodnych smakach urozmaici ten wyjątkowy, wspólny posiłek.

Upominki pięknie zapakowane i personalizowane

W przypadku podarunków istotna jest nie tylko ich zawartość, ale również opakowanie. Ozdobne pudełka w kształcie serca, opatrzone miłosnymi wyznaniem, czyli hasłami: „Kocham Cię”, wpisującymi się w nastrój Walentynek, to najczęstszy wybór konsumentów zakupujących pralinki, bombonierki czy zestawy słodczy. Jeśli spojrzeć na szaty graficzne opakowań słodkiego asortymentu przygotowywanego



z myślą o 14 lutego, dominują odcienie czerwieni i różu. Produkty są zdobione wzorami w kształcie serca, kwiatowymi oraz wieloma innymi ornamentami nawiązującymi do święta zakochanych.

Konsumenci, dokonujący zakupów przed Walentynkami, poszukują też różnorodnych sposobów na spersonalizowanie prezentu. Tego typu słodkości częściej znaleźć można w ofertach sklepów internetowych i manufakturach. Są to między innymi grawerowane czekoladki. Popularnością cieszą się również słodkości w indywidualnych opakowaniach, ze specjalną szatą graficzną, na przykład ze zdjęciem obdarowywanej osoby, jej imieniem czy dedykacją w postaci życzeń lub okazjonalnego wiersza. Personalizacja podarunku walentynkowego może wiązać się również z dopasowaniem wariantów oraz smaków słodczy do gustu czy stylu odżywiania preferowanego przez obdarowywaną osobę, co dodatkowo

można odczytywać również jako wyraz troski o nią.

W ofertach sklepów oprócz słodczy i przekąsek oraz składników do wykwintnych dań znaleźć można również szeroką gamę upominków prosto z serca. Wśród nich popularnością cieszą się oczywiście kwiaty – sprzedawane pojedynczo lub jako bogate kompozycje i bukiety. Oprócz kwiatów sklepowe oferty kuszą pięknie zapakowanymi zestawami kosmetyków do pielęgnacji, makijażu i perfumami. Natomiast w specjalnym asortymencie wprowadzanym do placówek handlowych z tej okazji znaleźć można także biżuterię, odzież, akcesoria oraz dekoracje, jako pomysły na prezent dla drugiej osoby. ♦



Aromatyczne i rozgrzewające

Herbaty na zimowy wieczór

Tekst **Monika Pawluk**

Zdjęcia ©Shutterstock.com

Herbata jest niekwestionowaną królową zimowych wieczorów, chociaż po filiżankę gorącego naparu sięgamy chętnie niezależnie od pory roku. Rynek herbaty stale się rozwija, producenci wprowadzają do ofert innowacyjny asortyment. Liściaste, granulowane i sproszkowane mieszanki po zaparzeniu zachwycają smakiem, aromatem i strukturą naparu. Konsumenci zainteresowani są również herbatami funkcjonalnymi.

Popularność herbaty wynika z tego, że doskonale smakuje jako napój w połączeniu z różnymi daniami, ale również deserami. Atutem jest nie tylko jej smak. Zimą bardzo często poszukujemy sposobów na ogrzanie organizmu. Doskonałym rozwiązaniem na szybkie rozgrzanie na przykład po aktywnym dniu spędzonym na zewnątrz będzie wypicie ciepłej herbaty lub innego napoju.

Produkty funkcjonalne

To, że jesienią i zimą po herbaciane napary chętnie sięgają Polacy, pokazują również dane sprzedażowe. Te udowadniają, że w miesiącach od września do marca sprzedaż herbat wzrasta.

Wyróżniamy wiele rodzajów herbaty, w tym czarną, zieloną, białą, ziołową, aromatyzowaną czy oolong. Każda z nich

charakteryzuje się innym smakiem, aromatem, kolorem i strukturą naparu. Herbaty pochodzą z różnych regionów świata, choć największe plantacje tej rośliny występują w krajach azjatyckich. Do najważniejszych producentów zaliczamy Indie, Chiny oraz Japonię.

Rynek herbat stale się rozwija, dostosowując się do trendów obowiązujących w branży FMCG. Jednym z nich jest coraz większe zainteresowanie konsumentów produktami funkcjonalnymi. Popularność tego typu asortymentu przekłada się również na produkcję herbaty. W ten sposób na sklepowych półkach oprócz standardowych mieszanek, klienci znajdą też produkty, które wspierają różne funkcje organizmu,

np. trawienie. Znajdziemy też mieszanki, które po zaparzeniu i wypiciu orzeźwiają.

Innowacje w smaku i wyglądzie naparów

Oferta herbat jest rozbudowywana o nowe smaki. Producenci do swoich portfolio włączają innowacje w postaci wariantów owocowych, kwiatowych oraz ziołowych. Miłośnicy klasyki sięgają po standardowe kompozycje herbat czarnej, zielonej lub białej. Chętnie wybierają też tradycyjne smaki maliny, róży czy żurawiny. Na rynku nie brak też innowacji, np. naparów o z nutą leśnych bądź egzotycznych owoców. Zimą i jesienią wzrasta zainteresowanie herbatami urozmaiconymi smakiem oraz aromatem przypraw korzennych: imbiru, cynamonu, goździków czy kardamonu.

Konsumenci przy wyborze herbaty kierują się nie tylko smakiem oraz aromatem mieszanek, ale również walorami wizualnymi naparów. Te zachwycać mogą kolorem, tak jak w przypadku herbat o błękitno-fioletowym lub amarantowym wybarwieniu, które uzyskiwane jest z naparu z hibiskusa. Wyjątkowy wygląd napojów uzyskać można też dzięki dodatkom. Efektownie prezentują się herbaty z suszonymi kwiatami, które po zalaniu gorącą wodą rozkwitają – otwierają swoje płatki.

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

Kolejnym z trendów na rynku herbat są napoje przygotowywane na bazie tych naparów, ale podawane na zimno lub w wersji mrożonej, które stanowią doskonały sposób na szybkie orzeźwienie w upalne dni. ♦



DOLINA DOBRA
Przechlewo od 1994

SEERDELKI

z serem gouda!

NOWOŚĆ!



REKLAMA

Odkrywanie głębi smaku

sztuka fotografii produktowej

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

DESIGN
BOOK

☎ 577 007 626

www.designbook.pl



Produkty na Dzień Babci i Dziadka

Jakich upominków poszukujemy w sklepach?

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

W kalendarzu rodzinnych świąt są takie daty, które szczególnie łączą pokolenia. Na 21 i 22 stycznia przypadają odpowiednio Dzień Babci i Dziadka. Te okoliczności stają się zwyczajowo piękną okazją do wyrażania miłości i wdzięczności wobec dziadków, którzy otaczają wnuki swoją opieką, troską i poświęcanym czasem. Jedną z form takiego podziękowania są drobne prezenty – słodkie, spersonalizowane czy odzwierciedlające zainteresowania obdarowanych. W styczniowej ofercie sklepów można znaleźć różne kategorie dedykowanych produktów.

Następujące bezpośrednio po sobie Dzień Babci i Dziadka to okazja do wspólnego świętowania. Okoliczność ma charakter rodzinny, ale celebrowana jest także w przedszkolach i szkołach, gdzie organizowane są przedstawienia oraz akademie, podczas których uczniowie mogą podziękować zaproszonym seniorom za ich miłość i codzienne zaangażowanie. Maluchy przygotowują na tę okazję samodzielnie wykonane upominki oraz laurki. Starsi wnukowie poszukują natomiast odpowiednich prezentów w sklepach, wybierając z wielu dostępnych kategorii. Jakie produkty trafiają do zakupowych koszyków dla uczczenia Dnia Babci i Dziadka?

Słodkie celebrowanie

Najpopularniejszą kategorią produktów wybieranych jako prezent dla babci lub dziadka są słodkie deserowe. Czekolady w eleganckich opakowaniach, wyroby ręcznie tworzone, torciki wafłowe, a także bombonierki pełne nadziewanych pralinek to klasyka słodkich podarunków. Oprócz wnętrza upominku liczy się też jego opakowanie.



Elegancka metalowa puszcza po czekoladkach nie tylko pięknie wygląda, ale też może posłużyć babci jako pudełko do przechowywania drobniaków czy laurów od wnuków. Opakowania w kształcie serca nawiązują do uczuć, jakie chcemy okazać obdarowanym. W ich wyrażeniu mogą też pomóc dedykacje na pudełkach i kartonikach, np. „Kochanej Babci” czy „Dla Ukochanego Dziadka”. Ci, którzy zajmą się przygotowaniem upominku odpowiednio wcześniej, mogą skorzystać z oferty sklepów internetowych, które pozwalają stworzyć spersonalizowaną oprawę graficzną

prezentu i zamieścić własny tekst, życzenia, a także imiona dziadków i wnuków. To ciekawa alternatywa dla standardowych słodkości oraz miła pamiątka na lata.

Kawa i herbata zawsze na czasie

Na liście uniwersalnych produktów kupowanych z okazji Dnia Babci lub Dziadka od lat wysoko plasują się kawy i herbaty. Popularnością w tej kategorii cieszą się zarówno artykuły znanych marek, jak i kawy rzemieślnicze, a w kwestii smaku – w zależności od upodobań – do wyboru są wersje klasyczne oraz aromatyzowane. Seniorzy, którzy wolą łagodniejsze warianty, z pewnością ucieszą się z zestawu kaw zbożowych. Słodką alternatywą dla tradycyjnego czarnego napoju może być także czekolada do rozpuszczania w gorącym mleku lub wodzie.

Asortyment herbat również leży w kręgu zainteresowań osób poszukujących sprawdzonego prezentu na styczniową okazję. Rozgrzewające napoje w tradycyjnych odśrodkach lub mieszanki wzbogacone smakiem owoców, kwiatów, przypraw korzennych, ziół (np. mięta,



melisa) czy egzotyczne warianty to bogata gama pomysłów na upominek, który będzie przypominał o sobie za każdym razem, gdy obdarowany lub obdarowana znajdą chwilę na filiżankę ciepłego naparu.

Upominek mogą wzbogacić dodatki do kaw i herbat – syropy, miody, przyprawy itp. sprawią, że napoje nabiorą unikalnego charakteru. Smaczny domowy rytuał potrafią urozmaicić także akcesoria dla miłośników celebrowania momentów. Filiżanki,

kubeczki, podkładki pod szklankę, imbryki i zaparzacze w towarzystwie wyselekcjonowanych kaw lub herbat są wybierane jako spójny, elegancki i smakowity prezent dla dziadków. Duży wybór zapewnia szeroka gama produktów dedykowanych kawoszom oraz amatorom herbaty dostępna w sklepach różnych formatów. Oferta tych kategorii jest też dodatkowo rozwijana w okresach szczególnego zainteresowania asortymentem, a więc także w czasie poprzedzającym 21 i 22 stycznia.

Zestawy pełne takoci

Wiele sklepów z asortymentem delikatowym oferuje klientom możliwość zakupu gotowych lub przygotowania indywidualnie skomponowanych zestawów prezentowych. Z tego rozwiązania konsumenci korzystają również z okazji Dnia Babci i Dnia Dziadka. Upominki z produktami premium mają zwykle formę ozdobnych koszy lub drewnianych skrzyneczek wypełnionych wysokiej jakości produktami. Takie zestawy zawierają najczęściej: kawę, herbatę, miód, czekoladę deserową lub rzemieślniczą, słodkie kremy do smarowania, praliny, pierniczki i inne ciasteczka, konfitury, migdały lub owoce w polewie, owocowe syropy czy naturalne oleje. Ale w takiej paczce może znaleźć się dowolny produkt wybrany pod kątem indywidualnych preferencji obdarowanego. Pięknie zapakowane delikatesy przybrane stylowymi dekoracjami to



pomysł na sprawdzony, niezawodny prezent. To popularny upominek dla seniorów, którzy doceniają klasyczne, wysokiej jakości produkty.

Prezent z dedykacją

Na kilka tygodni przed świętem w wielu sklepach pojawiają się też gotowe kolekcje akcesoriów dedykowanych babciom i dziadkom. Często są to typowe upominki ozdobione napisami i grafikami związanymi z obchodzonym dniem. Wśród tego asortymentu znajdziemy np.: skarpetki, etui na okulary, kalendarze, portfele, kosmetyczki, kubeczki i filiżanki, kaptcie, koce, poduszki, termofory, haftowane ręczniki, fartuszki kuchenne, przyborniki na akcesoria do szycia, narzędzia, albumy na zdjęcia, szkatułki i inne praktyczne przedmioty z dedykacją

dla babci lub dziadka. Produkty przeznaczone specjalnie dla nich i dostosowane do popularnych zainteresowań oraz potrzeb seniorów to częsty wybór wśród wnucząt, które poszukują dla swoich dziadków przydatnych, a jednocześnie niebanalnych upominków.

Troska zaklęta w upominkach

Chcąc odwzajemnić troskę, jaką dziadkowie obdarzają swoje wnuczęta, przygotowując upominek z okazji święta kochanych seniorów, wiele osób sięga produkty z kategorii kosmetyków. Nieprzypadkowo na sklepowych półkach wyraźniej ekspozowane są produkty do pielęgnacji skóry dojrzałej, perfumy w klasycznych odśtonach, kompozycje kąpielowe czy akcesoria kosmetyczne, np. zestawy do golenia wybierane jako okolicznościowy podarunek dla dziadków czy przyrządy do masażu skóry dla babć. Pięknie zapakowane propozycje są cenione jako efektowny i praktyczny prezent gotowy do podarowania bliskim. Szczególną popularność w kontekście upominków na Dzień Babci i Dziadka zdobywają ostatnio kosmetyki na bazie naturalnych składników lub produkty inspirowane tradycyjną pielęgnacją. Ponadto poszukujący idealnego upominku, często sięgają też po naturalne produkty dostępne nie tylko w sklepach spożywczych, ale też tych z ekologiczną żywnością czy zielarniach, by wyrazić wdzięczność i miłość, a jednocześnie zadbać o swoich bliskich. ♦



Zakupy z inteligentnym wsparciem

Zastosowanie AI w handlu

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

Sztuczna inteligencja zrewolucjonizowała już wiele obszarów naszego życia, a my coraz chętniej korzystamy z jej możliwości. Wsparcie AI, choć w niektórych obszarach budzi pewne kontrowersje, potrafi zoptymalizować i usprawnić wiele czynności. Czy na pomoc technologii możemy liczyć także przy kompletowaniu codziennych zakupów i wyborze okolicznościowych prezentów?

Wdrażanie inteligentnych algorytmów w procesie sprzedaży zmienia doświadczenia związane z zakupami w wielu ich aspektach. Dzięki AI handel online staje się bardziej intuicyjny, sprawny i wygodny. Zautomatyzowane funkcje sztucznej inteligencji zmieniają też oblicze codziennych zakupów. W jaki sposób?

Spersonalizowane oferty i rekomendacje

Wielu konsumentów woli planować swoje zakupy niż podejmować spontaniczne, impulsowe decyzje. Wcześniejsze zajęcie się tym zadaniem daje szansę obserwowania ofert np. w celu znalezienia najkorzystniejszej opcji. Dzięki wsparciu AI możemy być powiadamiani o okazjach cenowych i obniżkach dotyczących produktu, który często oglądamy. Sztuczna inteligencja może też pomóc porównać ceny i oferty, a także szybko podsumować recenzje i opinie dotyczące danego artykułu, aby dostarczyć skondensowaną porcję informacji ułatwiających podjęcie zakupowej decyzji czy stworzenie kompletnej listy okolicznościowych zakupów.

Ponadto algorytmy sztucznej inteligencji, działając w oparciu o analizy danych o naszych wcześniejszych transakcjach czy zainteresowaniach użytkownika, mogą rekomendować produkty zgodne z osobistymi preferencjami. Znalezienie spersonalizowanego upominku dla bliskiej



osoby ułatwiają narzędzia smart, które po wpisaniu kilku fraz, mogą przedstawić listę prezentowych inspiracji zgodnych z pasją, osobowością czy stylem obdarowywanego. To pozwala szybko wybrać spersonalizowany podarunek bez długich spacerów po galeriach handlowych i wertowania stron sklepów internetowych.

Wirtualni asystenci, realne wsparcie

Kolejną możliwością, jaką zapewnia zaangażowanie sztucznej inteligencji w proces sprzedaży i obsługi konsumentów, jest doradztwo wirtualnych asystentów. Chatboty, z którymi można prowadzić dialogi na platformach e-commerce, są coraz doskonalszą formą kontaktu kupującego ze sprzedającym. Umiejętność prowadzenia rozmów, udzielania merytorycznych

odpowiedzi na pytania, doradzenia konkretnych rozwiązań i produktów, a nawet informowania o statusie transakcji i zamówienia sprawia, że jakość obsługi nie odbiega od standardów, do jakich przyzwyczaili nas tradycyjni konsultanci. Możliwość szybkiego kontaktu z Chatbotem w wielu przypadkach wyraźnie skraca czas poświęcany na proces zakupowy, a to cenna wartość w kontekście napiętego codziennego grafiku.

Z wizytą w sklepie, bez wychodzenia z domu

Bardzo dużym udogodnieniem dla konsumentów jest możliwość zrobienia zakupów bez wychodzenia z domu. I nie chodzi wyłącznie o korzystanie ze sklepów online. Nowe możliwości w tym zakresie dają sklepy stacjonarne z wizją komputerową, która pozwala obejrzeć asortyment znajdujący się w realnie istniejącym showroomie czy butik. Dzięki temu punkt handlowy staje się dostępny przez całą dobę, siedem dni w tygodniu.

Ciekawą i bardzo praktyczną innowacją, jaką zapewnia rozszerzona rzeczywistość oraz narzędzia AI, są tzw. wirtualne przymierzalnie. Takie rozwiązania umożliwiają zdalne przetestowanie produktu, stosowane jest przede wszystkim w branży odzieżowej i obuwniczej, dając szansę sprawdzenia, jak dane ubranie prezentuje się na sylwetce kupującego. Tego rodzaju aplikacje funkcjonują także w branży drogerijnej, gdzie służą do wirtualnej oceny wyglądu konkretnego kosmetyku na twarzy użytkownika. Możliwość oceny dopasowania i przydatności towaru przed zakupem w kontekście zakupów online to ogromna rewolucja, która nie tylko usprawnia przebieg transakcji i pozwala podjąć bardziej świadomą decyzję, ale też przekłada się na zmniejszenie liczby zwrotów. ♦

Napoje, wody, soki

Na każdą porę roku

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

Odpowiednie nawodnienie jest tak samo ważne jak prawidłowo skomponowana dieta. Na rynku dostępny jest ogromny wybór różnorodnych napojów, z czego każdy charakteryzuje się innym składem. Do wyboru są napoje gazowane, niegazowane, wody i soki.

Osoby, które dbają o zbilansowany jadłospis, bardzo często zanim zdecydują się na zakup określonych produktów spożywczych upewniają się czy będą one zgodne z założonym planem żywieniowym i treningowym. Dotyczy to również wyboru wody, soków, napojów gazowanych i niegazowanych.

Woda należy do najchętniej wybieranych sposobów na nawodnienie organizmu. Skutecznie gasi pragnienie, nie zawiera cukrów i kalorii, a także jest doskonałym źródłem magnezu.

W poniższym artykule przyjrzymy się nie tylko klasycznej wodzie, ale również innym propozycjom wybieranym przez konsumentów sklepów różnych formatów.

Woda – gazowana czy niegazowana?

Jedni wolą wodę gazowaną, a drudzy tę niegazowaną. Często jednak zastanawiamy się, która z dwóch dostępnych opcji okaże się lepszym wyborem na dostarczenie organizmowi wody. Odpowiedź jest prosta – obie



z nich idealnie nawadniają, doskonale gasząc pragnienie. Na rynku występuje wiele różnych wód, które różnią się między sobą intensywnością gazowania. Konsumenty chętnie sięgają również po wody wzbogacone o dodatkowe minerały. Trend na picie wody wpływa także na wzrost zainteresowania takimi produktami jak wielorazowe butelki (szklane lub z tworzywa sztucznego), bidony czy saturatory, czyli urządzenia przeznaczone do samodzielnego przygotowania gazowanej wody w warunkach domowych.

Soki jako zdrowe urozmaicenie diety

Soki również idealnie sprawdzają się jako element wchodzący w skład codziennego jadłospisu. Wielu klientów sklepów zwraca uwagę, żeby wybierać naturalne napoje. Produkty o prostym składzie, bez zbędnych dodatków będą odpowiednim urozmaicheniem diety w dodatkowe porcje witamin



z warzyw i owoców zamkniętych w butelce. Soki owocowe i warzywne, tłoczone, przecierowe, klarowne, nektary, smoothie – oferta napojów z tej kategorii oferowana przez producentów i sieci handlowe jest naprawdę bardzo szeroka.

Napoje gazowane

Asortyment sklepów obfituje również w produkty z kategorii napojów gazowanych. Do poszerzenia oferty

zachęca producentów oraz sieci handlowe popularność tego typu napojów. Przy zakupach konsumenci często kierują się marką, którą kojarzą z produkcją lub dystrybucją ulubionego produktu. Istotnymi cechami są dla nich również smak, skład oraz określone właściwości asortymentu. W miesiącach gdy temperatury na zewnątrz wzrastają klienci chętnie sięgają po napoje orzeźwiające. Występują one w wielu wersjach smakowych: od popularnej coli, po różne warianty owoców krajowych i egzotycznych. Zarówno latem, jak i zimą, wielu konsumentów wybiera także napoje herbaciane.

Napoje niegazowane

W grupie tych produktów przeważają napoje tworzone na bazie naturalnych soków. W przypadku tego asortymentu konsumenci chętnie wybierają napoje o nieoczywistych połączeniach smakowych. ♦

Sprzedaż detaliczna

Wzrost w kategorii żywność i napoje

Tekst **Monika Pawluk** źródło danych: GUS

Zdjęcia ©Shutterstock.com

Sprzedaż detaliczna w cenach stałych w listopadzie 2025 r. była wyższa niż przed rokiem o 3,1% (taki sam wzrost notowano w listopadzie 2024 r.) – podał Główny Urząd Statystyczny. W porównaniu z październikiem 2025 r. nastąpił spadek sprzedaży detalicznej o 3,3%. Natomiast w okresie od stycznia do listopada sprzedaż wzrosła o 4,4% w skali roku.

Jak poinformował Główny Urząd Statystyczny po wyeliminowaniu wpływu czynników o charakterze sezonowym, w listopadzie 2025 r. sprzedaż detaliczna w cenach stałych była o 5,5% wyższa niż w analogicznym miesiącu ub. roku oraz wzrosła o 1,1% w porównaniu z październikiem br.

„tekstylia, odzież, obuwie” (o 12,2%). Wzrost sprzedaży obserwowano również w przedsiębiorstwach zaklasyfikowanych do grup: „paliwa stałe, ciekłe i gazowe” (o 5,9%), „farmaceutyki, kosmetyki, sprzęt ortopedyczny” (o 2,1%), „pozostałe” (o 0,9%). Spadek sprzedaży nastąpił w grupach „prasa, książki, pozostała sprzedaż



Wzrost sprzedaży detalicznej

„W listopadzie 2025 r. wzrost sprzedaży detalicznej (w cenach stałych) w porównaniu z analogicznym okresem 2024 r. odnotowano w większości grup. Spośród prezentowanych kategorii towarów sprzedaż zwiększyła się znacznie w grupach: „meble, rtv, agd” (o 16,6%), „pojazdy samochodowe, motocykle, części” (o 12,9%),

w wyspecjalizowanych sklepach” (o 5,2%) oraz „żywność, napoje i wyroby tytoniowe” (o 2,9%)” – informuje GUS.

W listopadzie 2025 r. wartość sprzedaży detalicznej przez Internet w cenach bieżących była o 6,6% wyższa niż przed rokiem. Udział sprzedaży przez Internet w sprzedaży „ogółem” zwiększył się z 10,7% do 11,0%. „Spośród prezentowanych grup o znacznym udziale sprzedaży przez Internet wzrost udziału raportowały przedsiębiorstwa z grup: „tekstylia, odzież, obuwie” (z 27,3% przed rokiem do 28,6%), „meble, rtv, agd” (odpowiednio z 21,3% do 21,4%). Natomiast spadek udziału wykazały jednostki z grupy „prasa, książki, pozostała

sprzedaż w wyspecjalizowanych sklepach” (z 27,5% do 22,1%)” – czytamy.

W październiku sprzedaż wyższa niż przed rokiem

Dla porównania sprzedaż detaliczna w cenach stałych w październiku 2025 r. była wyższa niż przed rokiem o 5,4% (wobec wzrostu o 1,3% w październiku 2024 r.). W porównaniu z wrześniem 2025 r. notowano wzrost sprzedaży detalicznej o 6,7%. W okresie styczeń–październik 2025 r. sprzedaż wzrosła o 4,3% w skali roku (wobec wzrostu o 2,4% w analogicznym okresie 2024 r.).

Jak informuje GUS w październiku 2025 r. sprzedaż detaliczna w cenach stałych była o 5,6% wyższa niż w analogicznym miesiącu ubiegłego roku oraz wzrosła o 1,9% w porównaniu z wrześniem. „W październiku 2025 r. wysoki wzrost sprzedaży detalicznej (w cenach stałych) w porównaniu z analogicznym miesiącem 2024 r. odnotowano w grupach: „pojazdy samochodowe, motocykle, części” (o 15,6%), „meble, rtv, agd” (o 13,9%), „tekstylia, odzież, obuwie” (o 9,0%). Sprzedaż zwiększyła się także w przedsiębiorstwach zaklasyfikowanych do grup: „farmaceutyki, kosmetyki, sprzęt ortopedyczny” (o 5,6%), „paliwa stałe, ciekłe i gazowe” (o 4,7%), „pozostałe” (o 2,4%) oraz „żywność, napoje i wyroby tytoniowe” (o 0,6%). Spadek sprzedaży nastąpił w grupie „prasa, książki, pozostała sprzedaż w wyspecjalizowanych sklepach” (o 3,3%)” – czytamy w komunikacie GUS.

Jak podaje GUS w październiku 2025 r. wartość sprzedaży detalicznej przez Internet w cenach bieżących była o 8,6% wyższa niż przed rokiem. Udział sprzedaży przez Internet w sprzedaży „ogółem” zwiększył się z 9,1% do 9,3%. ♦

Karnawał

Imprezowe przekąski

Smakołyki na karnawał

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

Podczas karnawałowych imprez na stołach serwowane są różnorodne dania, desery i przystawki. Z myślą o spotkaniach w gronie rodziny czy znajomych, konsumenci chętnie sięgają po produkty z kategorii słonych i słodkich przekąsek. Zaletą tego typu asortymentu jest przede wszystkim wygoda.

Jednym z najważniejszych punktów przygotowań do organizowanej w domu imprezy sylwestrowej lub karnawałowej jest opracowanie odpowiedniego menu, które przypadnie do gustu gościom. Oprócz dań i deserów na stołach serwowane są smaczone przekąski. Konsumenci cenią zarówno słodkie, jak i słone smaki. Liczy się dla nich również wygoda, a przekąski dostępne w ofertach sklepów występują w różnorodnych formatach oraz wariantach smakowych.

Słodkie i słone przekąski są produktem, który obowiązkowo znajdzie się w koszyku zakupowym większości polskich rodzin przed Sylwestrem lub w trakcie karnawału. Wielu Polaków nie wyobraża sobie domowej imprezy bez urozmaicenia menu np. słonymi paluszkami, talarkami, chipsami, ciasteczkami lub wafelkami. Zaletą tych produktów jest fakt, że są szeroko dostępne i występują w wielu odstonach. Nie bez znaczenia pozostaje również sposób ich pakowania, i fakt, że są gotowe do spożycia bezpośrednio po otwarciu. Dlatego jest to wygodna opcja na urozmaicenie menu, gdy rozważamy zorganizowanie domowego przyjęcia w czasie karnawału.

Popularność chipsów

Jeśli przyjrzeć się kategorii słonych przekąsek, to rzeczywiście największą popularnością wśród konsumentów komponujących imprezowe jadłospisy cieszą się niezmiennie chipsy ziemniaczane. Przez lata oferta tych słonych smakołyków została znacznie rozbudowana i stale dołączają nowe warianty.

coraz częściej wprowadzają do portfolio produkty innowacyjne. Reguła ta dotyczy również przekąsek, w tym chipsów. Wśród nowych, a jednocześnie popularnych obecnie wariantów tych smakołyków wymienić można chipsy np. w wersjach fast-food czy inspirowane przysmakami z innych krajów, kuchniami: meksykańską, francuską, amerykańską czy azjatycką. Dlatego na sklepowych półkach oprócz tradycyjnych smaków takich jak: zielona cebulka,



szczypiorek ze śmietaną, ser czy papryka, konsumenci znajdą również egzotyczne wersje przekąsek: krewetkowe, krabowe, owoce morza, a nawet z dodatkiem miodu. Na liście sprzedażowych hitów w kategorii chipsów są też ostre smaki. Wyróżnione nuty poszukiwane są przez klientów sklepów nie tylko z myślą o imprezowym menu, ale również na chwile relaksu spędzane w różny sposób w domowym zaciszu.

Słodkie i słone przekąski

Na chwilę wypoczynku, a także karnawałowe spotkania wybierane są również

Wynika to przede wszystkim ze zmieniających się upodobań, głównie młodszych grup konsumentów. Z myślą o młodych, ciekawych świata oraz kuchni z odległych zakątków globu odbiorcach, producenci

prażynki. W tym przypadku preferowane są zazwyczaj przekąski solone lub paprykowe. Do produktów, które obowiązkowo trafiają do koszyków osób przygotowujących domówkę zaliczyć można też wypiekane: talarki i paluszki, dostępne zwykle w wersjach z dodatkiem soli, sezamu lub maku. Przekąską, która może być serwowana samodzielnie, ale również jako dodatek do dań, dipów i sałatek są krakersy. W tym przypadku konsumenci wybierać mogą spośród różnych wariantów smakowych, gdyż oprócz klasycznych – solonych chrupiących przegryzek w sklepach dostępne są również krakersy w bardziej pikantnych odsłonach, z nutą ziół, sera czy warzyw.

Karnawał kojarzy się także ze słodkimi smakami. Wśród nich królują drożdżowe pączki i kruche faworki, jednak konsumenci cenią także inne słodkie, dostępne w ofertach producentów oraz sklepów. Kruche i biszkoptowe ciastka, posypane cukrem, oblane czekoladą, lukrem, przełożone kremem, galaretką lub piankową masą – wersji tych przekąsek jest bardzo wiele. Podobnie w przypadku wafelków, które różnią się kompozycjami smaków, ale też dodatkami – orzechów, wiórków kokosowych, migdałów czy galaretki.

Egzotyczne smaki

Inspiracje różnorodnością kuchni z wielu zakątków świata mają wpływ na komponowanie smaków chipsów i ciastek. Konsumenci lubią sięgać też po oryginalne przekąski. Niektóre z egzotycznych smakołyków można nabyć w sklepach w postaci gotowych dań. Jednym z takich światowych hitów, który wkraść się do imprezowego menu również w polskich domach staje się sushi. W naszym kraju jest coraz więcej zwolenników

wschodnich przysmaków w japońskim wydaniu – ryżu serwowanego w połączeniu z rybami, owocami morza, owocami oraz prasowanymi wodorostami nori. Gotowe zestawy sushi, zapakowane próżniowo, dostępne w różnorodnych wariantach, pozwolą smakoszom wybrać przekąskę odpowiednią na sylwestrową



i karnawałową imprezę, ale również jako danie do szybkiego przekąszenia podczas przerwy w pracy, na obiad lub kolację.

Urozmaicić karnawałowe menu mogą również tortille, czyli cienkie placki wypiekane z ciasta, wywodzące się z tradycji meksykańskiej. Konsumenci wybierają gotowe ciasto lub produkt przygotowany do wypieku. Tortille mają wszechstronne zastosowanie. Są wypełniane kompozycjami warzyw z dodatkiem mięsa, dipów, sosów, serów. Na ich bazie tworzone są przekąski w stylu kuchni meksykańskiej, ale również w orientalnym wydaniu, w formie gyrosa. Do wykonania tego typu karnawałowych przysmaków używane jest również ciasto francuskie i chlebki pita, te również dostępne są w sklepach, w wersjach gotowych i do wypieku.

Duże opakowania i lżejsze odpowiedniki przekąsek

Z myślą o karnawałowych imprezach konsumenci wybierają zwykle produkty w dużych opakowaniach. Chipsy, prażynki, paluszki, talarki, orzeszki, popcorn, wafelki oraz ciastka w formatach XL trafiają chętniej do koszyków, nie tylko ze względu na większe zapotrzebowanie, ale również są wyrazem ekonomicznego podejścia do zakupów. Jeśli planujemy przyjęcie, na którym pojawi się kilkusobowa grupa znajomych, może się okazać, że zakup przekąsek w dużych opakowaniach będzie praktyczny i przełoży się też na oszczędności w ogólnym rachunku organizacji uroczystości. A w obecnych realiach ekonomia jest bardzo istotnym czynnikiem, który bezpośrednio wpływa na decyzje zakupowe.

Świadomi tego, jak ogromny wpływ ma dieta na samopoczucie i zdrowie,

“

Słodkie i słone przekąski są produktem, który obowiązkowo znajdzie się w karnawałowym koszyku zakupowym. Zaletą tych produktów jest różnorodność smaków

w codziennych zakupowych wyborach konsumenci coraz chętniej sięgają po lżejsze odpowiedniki popularnych produktów żywnościowych spożywanych w roli przekąsek. Wśród bogatej oferty smakołyków na mały głód poszukujemy takich, które dostarczą organizmowi witamin i minerałów, a nie tylko samych kalorii, a przy okazji zadowolą smakiem i atrakcyjną formą. ♦

SMAKI KARNAWAŁU

Zabawa w tradycyjnym wydaniu



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

Czas karnawału sprzyja organizowaniu różnego rodzaju imprez, podczas których podawane są dania i przekąski. I podobnie jak w przypadku świątecznego menu jest kilka produktów, które zaliczyć można do karnawałowych klasyków. Lekkie, przygotowane z drożdżowego, kruchego lub parzonego ciasta przysmaki od lat niezmiennie królują na imprezowych stołach, nie tylko w tłusty czwartek.



Klasyka karnawału

Pączki kojarzą się z zakończeniem czasu hucznych zabaw, czyli tłustym czwartkiem. Według tradycji tego dnia każdy powinien skosztować przynajmniej jednego pączka. Dawniej mawiało się, że miało to gwarantować powodzenie w życiu. Pierwsze pączki przygotowywano już w starożytnym Rzymie z ciasta chlebowego

nadziewanego słoniną. Do Polski ta tradycja przywędrowała około XII w. Pączki smaży się na tłuszczu z ciasta drożdżowego. W lukrze, pudrze, czekoladzie, wypełniane są nadzieniem o różnych smakach. Hitem są pączki w wydaniu premium z płatkami złota i dubajskie, z nadzieniem pistacjowym. ►



Drożdżowe oponki

Ciasto drożdżowe znajduje różnorodne zastosowanie, także jeśli chodzi o przygotowywanie smakołyków na zabawy karnawałowe. Smażone na tłuszczu puszyste oponki, to jedna z przekąsek serwowanych podczas różnych okazji. Gotowe oponki, podobnie jak pączki znaleźć można w ofertach sklepów i cukierni, ale wielu

konsumentów woli przygotować je samodzielnie. Do tego niezbędne są dobrej jakości składniki: mąka, jaja, drożdże, cukier i tłuszcz. Często do skomponowania ciasta poszukiwane są naturalne produkty o prostych składach. Oponki są przyozdabiane lukrem lub pudrową posypką.



Kruche faworki

Faworki lub chrusty, jak czasami nazywane są te kruche ciastka, również zaliczyć można do klasyki polskiego karnawału. Chrupkie ciasto w kształcie kokardy przygotowywane jest na bazie mąki, jaj, masła, cukru i podawane w pudrowej posypce. I choć serwowane przez cały rok, faworki to obok pączków jeden

z ulubionych przez Polaków przysmaków konsumowanych w tłusty czwartek. Tego typu produkty dostępne są jako asortyment okazjonalny, dlatego bez problemu zakupić je można w sklepach i cukierniach w okresie poprzedzającym koniec karnawału. ►



Wytrawne i słodkie przekąski

Słodkie i słone przekąski na imprezę karnawałową przygotowywane są często również z ciasta parzonego (ptysiowego). Ptiesie wypełniane są kremami o różnych smakach. Ciasto parzone nadaje się też do wykonania wytrawnych kanapek. W ofercie sklepów dostępne są mieszanki do stworzenia tego rodzaju

wypieków. Wygodną opcją dla osób, które nie mają czasu na samodzielne przyrządzanie przekąsek są gotowe ptysiowe korpusy, które można wypełnić dowolnym nadzieniem i serwować w wersji wytrawnej lub na słodko. Ciasto ptysiowe jest lekkie i posiada uniwersalne zastosowanie. ♦

FABBRI
1905



Zobacz pełne portfolio
naszych produktów:
katalog.gourmetfoods.pl

Dolce vita

na co dzień



**Doskonały
do koktajli**



**Doskonały
do kawy**



Mięsa i wędliny

Karnawałowe trendy

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

Karnawał to czas obfitości. Elementem tradycyjnego celebrowania tego okresu jest bogactwo wędlin i mięs, które w tych dniach trafiają na uroczyste nakryte stoły. Mięsa pieczone i półmiski wędlin zwyczajowo towarzyszą domowym karnawałowym przyjęciom. Jakie trendy kształtują się w tej kategorii produktów?

W czasie karnawału domy wypełniają się nie tylko aromatem tradycyjnych słodkich smakołyków. O tej porze roku w powietrzu unosi się także zapach pieczonych mięs, a na półmiskach lądują wyselekcjonowane wędliny. Aby jednak cieszyć się ich smakiem, trzeba podjąć wysiłek zakupu odpowiednich produktów.

Dokąd po mięsa i wędliny?

Surowe mięsa, które można przygotować samodzielnie albo już przyrządzone, gotowe do wstawienia do piekarnika, najchętniej kupujemy w sprawdzonych punktach z dedykowaną ladą. Również w przypadku wędlin, poszukując odpowiednich wyrobów na świąteczny półmisek, decydujemy się częściej na te sprzedawane z ludy mięsnej niż produkty paczkowane ze sklepowych półek. Po karnawałowe zakupy mięs i wędlin wybieramy się raczej do dobrze znanych placówek handlowych, które nie zawiodły nas jakością oferowanych produktów. Konsumenci chcą mieć pewność, że zakupione artykuły będą miały odpowiednią świeżość i walory smakowe,

pozwalające przygotować wspaniałe karnawałowe menu. Podczas mięsnych zakupów zwracamy również większą uwagę na lokalne wyroby, a także asortyment tradycyjny przygotowywany według dawnych receptur. W takie produkty zaopatrujemy się chociażby na okolicznościowych straganach, gdzie możemy je nabyć prosto od producenta, ale szeroka oferta wędlin tradycyjnych i regionalnych czeka także w sklepach.

Zimowa klasyka

Schab ze śliwką to pieczony klasyk, który trafia na stoły w wielu polskich domach. Ale kulinarnym trendem karnawałowych dni są też inne pieczone mięsa, podawane na ciepło albo na zimno. Dużą popularnością cieszą się mięsa drobiowe. W karnawałowej wersji doskonale sprawdzają się indyk lub kaczka, zamarynowane w ziołach, często z dodatkiem owoców. To lżejsza alternatywa dla tradycyjnych mięs.

Pieczone przysmaki przyrządzane są w wielu postaciach: od klasycznej wersji ze wsadem z owoców, przez wersje bogato przyprawione ziołami i marynatami, po

smaczne rolady. Wśród popularnych dodatków do pieczonych dań mięsnych są: śliwki, jabłka, żurawina, grzyby, papryka, zioła (świeże i suszone), a także aromatyczne sosy. Tak przyrządzone dania można podać pokrojone w plastry na desce albo jako ciepłe danie z ziemniakami, warzywami, sałatką lub innymi dodatkami.

Wędliny na imprezową przystawkę

Popularny karnawałowy półmisek wędlin w ostatnich latach zmienił swoją formę. Dziś ma on charakter elegancko podanych przystawek, które mają nie tylko dobrze smakować, ale też estetycznie wyglądać. W związku z tym dodatkowym kryterium zakupowym stały się też względy wizualne. Na tzw. „zimnej płycie” króluje różnorodność. Konsumenci poszukują więc rozmaitych propozycji na karnawałowy stół. Mimo odświeżonej formy samego półmiska, nadal królują na nim tradycyjne kiełbasy, szynki, polędvice, pasztety i galaretki mięsne. Znakiem czasów i otwartości na inne kultury są coraz częściej trafiające na nasze talerze włoskie dojrzewające szynki lub hiszpańskie kiełbasy. W myśl kulinarnych i konsumenckich trendów wędliny uzupełnione są serami, warzywami, oliwkami, kaparami, orzechami i winogronami, które przetwarzają tradycyjny smak mięs, a obok klasycznej musztardy pojawiają się rozmaite sosy i dipy inspirowane kuchnią różnych stron świata. ♦



Light and fit



Pestki dyni i słonecznika

Naturalne przekąski i dodatki do dań

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

Zjadane na surowo albo prażone, podawane jako samodzielna przekąska lub dodatek do sałatek i innych potraw. Pestki dyni i słonecznika to naturalna, a zarazem smaczna propozycja na urozmaicenie codziennej diety. To kategoria produktów na tyle rozpowszechniona, że w sklepach możemy znaleźć je w wielu wariantach, m.in. do łuskania, bez łupin, naturalne, świeże, suszone, prażone, solone, a także z dodatkiem przypraw lub w polewach.



dla paluszków lub krakersów. Jako składnik mieszanki z orzechami i baka-
liami znakomicie nadają się do prze-
gryzania w tak zwa-
nym międzyczasie. Zawartość tłuszczów nienasyconych, błonnika, cynku, magnezu i innych cennych składników sprawia, że wiele

Dostępność i pochodzenie

Wśród dostępnych na polskim rynku pestek słonecznika i dyni dużą część asortymentu stanowią produkty krajowe. Rodzimym zagłębiem upraw dyni jest Lubelszczyzna, a najwięcej słonecznika uprawia się w rejonach województwa wielkopolskiego i mazowieckiego. Zbiory dyni i słonecznika odbywają się jesienią, od września do października, ale produkty te są dostępne w handlu przez cały rok, tym bardziej, że do sprzedaży detalicznej trafiają także pestki importowane. Producenci najczęściej korzystają z dostaw z Chin i krajów Ameryki Południowej, a pestek słonecznika m.in. z Ukrainy, krajów bałkańskich, Węgier czy Francji. Zgodnie z przepisami informacja o kraju pochodzenia produktu jest przekazywana konsumentowi za pośrednictwem oznaczeń znajdujących się na jego opakowaniu. Dzięki temu kupujący mogą podjąć świadomą decyzję przy wyborze odpowiednich dla siebie produktów.

Bogata oferta dostępnego asortymentu pestek dyni i słonecznika ułatwia wprowadzenie tych produktów do diety i urozmaicenie nimi codziennego jadłospisu. Na dużą dostępność w sklepach spożywczych i rozszerzenie segmentu wpływa również większe zainteresowanie konsumentów tą grupą produktów. Wiąże się to także z coraz bardziej świadomym i racjonalnym podejściem do kwestii żywienia, zmianą nawyków oraz popularnością diety wegańskiej i wegetariańskiej. Pestki dyni i słonecznika oraz produkty je zawierające wybieramy ze względu na możliwość zastąpienia nimi przekąsek bogatych w węglowodany czy niezdrowe tłuszcze. Z powodzeniem mogą być zamiennikiem chipsów lub popcornu, często podjadanych podczas domowych seansów filmowych, a także stać się smaczną alternatywą

osób świadomie włącza pestki dyni i słonecznika do swojego menu. Znaczenie ma także bezglutenowy charakter tych nasion. Jednocześnie, ze względu na kaloryczność tego rodzaju żywności oraz ewentualne indywidualne przeciwwskazania, należy rozsądnie ustalać spożywaną dzienną porcję. Rekomendowane spożycie przekłada się również na pojemności opakowań detalicznych pestek dyni lub słonecznika. W sklepach zazwyczaj znajdziemy je w woreczkach o niewielkiej gramaturze. Typowe opakowania przekąskowe mieszczą się w przedziale od 30 do 100 g. Większe, rodzinne wersje dostępne są w wielkościach od 200 do 500 g. W sprzedaży hurtowej są też duże opakowania o wadze od 1 do kilku kilogramów, dedykowane przede wszystkim branży gastronomicznej.



Pożywna przekąska? To pestka!

Pestki dyni oraz słonecznika są uniwersalną i wygodną przekąską. Mogą trafić na nasze stoły bezpośrednio z opakowania, bez uprzedniego przygotowania. Na sklepowych półkach znajdziemy zarówno wersje w łupinach, jak i łuskane. W przypadku dyni wielu producentów korzysta też z odmian o nasionach naturalnie pozbawionych łuski, co upraszcza proces obróbki surowca. Coraz silniej upowszechniający się pogląd na wpisywanie się pestek w kategorię przekąsek, po które sięgamy między posiłkami, umacnia rozszerzanie asortymentu o różne warianty smakowe tej grupy produktów. Poza klasycznymi wersjami suszonymi, prażonymi i solonymi na rynku pojawiają się również propozycje z dodatkiem ziół, a nawet bardzo nieoczywiste połączenia, takie jak pestki w czekoladzie mlecznej albo kolorowych polewach. Delikatesowa odstona nasion często kategoryzowana jest jako wyrób premium. Za nową, atrakcyjną formą spożycia produktu podąża też wpisujący się w obecne trendy design opakowań. Zamiast zwykłych

przezroczystych foliowych woreczków opatrzonych kartonikiem zawierającym dane o zawartości, w jakie często pakowane są bakalie, pestki w wersjach przekąskowych zyskują estetyczne opakowania, np. z wielokrotnym zamknięciem, oraz ciekawą szatą graficzną. Tak zapakowany przysmak łatwo zabrać ze sobą do pracy



lub szkoły w torebce czy plecaku, a także przechowywać w kuchni.

przetłumają aksamitną konsystencję zblendowanych dań. Mogą z powodzeniem zastąpić klasyczne grzanki czy groszek ptyśowy, a przy okazji ciekawie urozmaicić recepturę potrawy.

Pestki dyni i słonecznika oraz produkty je zawierające wybieramy ze względu na możliwość zastąpienia nimi przekąsek bogatych w węglowodany czy tłuszcze

Chrupiący składnik domowych kulinariów

Poza szybką przekąską pestki z dyni i słonecznika kupowane są jako składnik wielu potraw. Mogą być na przykład dodawane do jogurtów, owsianek i musli. Są też używane przy wypieku chleba, bułek i innego pieczywa, a także ciasteczek czy domowych batoników. W sprzedaży są również gotowe mieszanki ziaren i pestek, które można dodać do sałatek, by wzbogacić ich smak, ale także teksturę, a przy okazji dostarczyć sobie porcję cennych składników odżywczych. Pestki dyni i słonecznika mogą być także smaczną posypką do zup, szczególnie kremów. Chrupiące nasiona doskonale

Produkty spożywcze z pestek

Dynia i słonecznik jako rośliny oleiste wykorzystywane są także do produkcji wartościowych olejów. Z pestek tych roślin sporządzane są też kremy, hummusy oraz pasty kanapkowe do smarowania pieczywa. Z kolei wytwarzane z nich maki mogą być bezglutenowym zamiennikiem tradycyjnych mąk zbożowych i podobnie jak one stać się bazą do wypieków, naleśników czy placków, ale też smaczną panierką do smażenia lub pieczenia czy dodatkiem do zagęszczenia zupy. Możliwości wykorzystania takiej żywności jest bardzo wiele, a producenci dbają, by asortyment tej kategorii stale zaskakiwał nowymi odstonami produktów i stawał się powszechnie dostępny w sklepach dowolnych formatów.

Pestki dyni oraz słonecznika, a także wytwarzane z nich produkty konsumenci mogą znaleźć zazwyczaj na półkach z bakaliami, żywnością funkcjonalną albo asortymentem eko. Bywają też przyporządkowywane do szczegółowej kategorii nasiona i ziarna, a ich oferta w poszczególnych sklepach pozwala wybierać między propozycjami różnych producentów i wariantami urozmaiconymi ze względu na smak, sposób obróbki czy choćby cenę oraz gramaturę opakowań. ♦



Żywność niskobiałkowa

Czy branża zapewnia różnorodność tego asortymentu?

Tekst **Łucja Lewandowska**
Zdjęcia ©Shutterstock.com

To, co i jak jemy, zależy nie tylko od naszego zapotrzebowania. Po części to kwestia uwarunkowana również kulturą, w jakiej żyjemy, dostępnością określonych produktów, a nawet aktualnymi kulinarnymi trendami. Sposób odżywiania powinien być jednak przede wszystkim kwestią indywidualną. Osobista dieta to unikalny styl żywienia, który odpowiada personalnym potrzebom, założonym celom, preferencjom, a także uwzględnia tryb życia, kondycję, wszelkie przeciwwskazania czy nietolerancje pokarmowe. Dotyczy to m.in. ilości spożywanego białka.



Wśród różnych diet stosowanych w codziennym żywieniu ze względu na ilość spożywanego protein wyróżniane są dieta wysoko- i niskobiałkowa. Pierwsza, najczęściej stosowana przez sportowców, bazuje na zwiększonej porcji białka w jadłospisie. Druga, podejmowana ze względu na ograniczenia zdrowotne, zakłada natomiast radykalne zminimalizowanie ilości spożywanego białka, tak aby wyeliminować nietolerowane przez organizm produkty jego przemiany. Redukuje ona z codziennego menu określone składniki, a także wymaga wprowadzenia do diety specjalnych niskobiałkowych artykułów żywnościowych. Czy branża spożywcza zapewnia ich wystarczającą dostępność i różnorodność?

Dedykowany segment

Obecnie producenci zwracają istotną uwagę na bardzo zróżnicowane zapotrzebowanie na artykuły żywnościowe. Wynika ono m.in. z różnorodności diet stosowanych przez współczesnych konsumentów. Ważne jest, aby każdy kupujący bez większych trudności mógł znaleźć odpowiednie dla siebie, wysokiej jakości produkty. Dużą różnorodność można zauważyć także w segmencie artykułów tworzonych z myślą o osobach

stosujących dietę niskobiałkową. W ostatnich latach na rynku pojawia się coraz więcej marek oferujących taką żywność, a gama produktów jest konsekwentnie rozwijana i urozmaicana. Ten dedykowany asortyment oznaczony jest zwykle informacją „produkt niskobiałkowy”, „o niskiej zawartości białka” lub „low protein”, ale najistotniejszym źródłem informacji dla konsumenta poszukującego odpowiedniego wyrobu są dane o zawartości protein w porcji produktu.

Od pieczywa do makaronów

Wśród specjalistycznych produktów o niskiej zawartości protein jako podstawa codziennych posiłków ważne miejsce zajmuje bezglutenowe pieczywo niskobiałkowe. W asortymencie dostępne są gotowe do spożycia chleby i bułki, ale także niskobiałkowe mąki oraz mieszanki do samodzielnego wypieku określonego rodzaju pieczywa, w tym również ciasta kruche, babeczek czy spodów do pizzy. Częścią tego segmentu są również miksy do przygotowywania dań, np. pyz, naleśników i pierogów czy wegańskich warzywnych kotletów z niskobiałkowym zamiennikiem kaszy manny.

Dość szeroka jest gama makaronów o niskiej zawartości białka. To wyroby bez glutenu i jaj w składzie, o różnych kształtach,

używane jako baza dla wielu dań, w tym potraw tradycyjnych. Dzięki temu konsumenci mimo istotnych żywieniowych ograniczeń nie muszą rezygnować z ulubionego menu. Służą temu także niskobiałkowe zastępniki mleka, jajek czy śmietany.

Niskobiałkowe przekąski

Dzięki coraz większej dostępności różnorodnych przekąsek o niskiej zawartości protein dieta niskobiałkowa nie musi oznaczać rezygnacji ze słodkich i wytrawnych propozycji do przegryzania między posiłkami. Herbatniki, ciasteczka, biszkopty, wafelki, czekolady, a nawet drożdżówki występują dziś również w formie niskobiałkowej. Poza słodyczami asortyment przekąsek o niskiej zawartości białka obejmuje także paluszki, precelki, pieczywo chrupkie, grzanki czy grissini.

Dodatkiem do codziennego menu mogą być specjalne niskobiałkowe napoje w proszku, dostępne w różnych smakach.

Najbardziej rozbudowany asortyment produktów o niskiej zawartości białka oferują wyspecjalizowane sklepy oraz rynek e-commerce, ale ta kategoria żywności coraz częściej włączana jest również do asortymentu tradycyjnych sklepów spożywczych, np. jako część oferty artykułów funkcjonalnych. ♦

Wyjątkowa

forma *komunikacji B2B*



Naszą misją jest
budowanie dobrych relacji

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



Przekąski bez cukru

Czym konsumenci zastępują tradycyjne słodczy?

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

Produkty bez cukru są coraz chętniej poszukiwane przez osoby dobierające dietę do indywidualnych potrzeb. Nawyki żywieniowe ewoluują, powstają zamienniki standardowych produktów, które wpisują się w indywidualne preferencje żywieniowe konsumentów. Innowacje wprowadzane są także w kategorii przekąsek, które produkowane są bez cukru lub bez jego dodatku.

Wypełnionym aktywnością planie dnia pojawiają się momenty, gdy mamy szczególną ochotę na szybką, smaczną przekąskę. Nie muszą to być jednak ciężkostrawne, wysoko przetworzone, pełne tłuszczu i cukru słodczy czy tuczące smaki. Te produkty można z powodzeniem zastąpić smacznymi przekąskami w wygodnej formie, po które łatwo sięgnąć w dowolnej chwili. Pośród bogatej oferty tego asortymentu znajdziemy różnorodne kategorie żywności. Producenci dbają, by nabywcy mieli w czym wybierać.

Dieta dostosowana do potrzeb organizmu

Ograniczenie lub całkowite wyeliminowanie cukru w wielu przypadkach wiąże się z przyjętą dietą redukcyjną. Może

być spowodowane również względami zdrowotnymi, co wymusza konieczność dostosowania sposobu odżywiania oraz rodzaju dostarczanych składników do potrzeb organizmu. Wpływ na coraz większe zainteresowanie produktami spożywczymi bez dodatku cukru ma także zmieniający się styl życia konsumentów. Ewolują nie tylko upodobania smakowe. Konsumenci stają się coraz bardziej świadomi w zakresie składów asortymentu dostępnego na rynku i dokładnie analizują informacje umieszczane przez producentów na etykietach. Poszukują produktów o prostych i naturalnych składach, bez sztucznych dodatków. W przypadku części konsumentów istotną kwestią, która decyduje o zakupie konkretnego produktu, staje się także zawartość określonych składników odżywczych. Ten trend zauważalny jest także w kategorii przekąsek. Z tego względu popularne stają się m.in. produkty bez cukru lub bez jego dodatku.

Zróżnicowana oferta

Przekąski to produkty spożywane pomiędzy głównymi posiłkami. Ich wygodne, często niewielkie opakowania

umożliwiają łatwe spakowanie do torby, plecaka, podręcznego bagażu, dlatego sprawdzają się doskonale w różnych sytuacjach, gdy doskwiera nam głód. Po smaczną przegryzkę sięgniemy w dowolnej chwili: podczas przerwy w pracy, szkole, po wyczerpującym treningu, w podróży lub po prostu wtedy, gdy mamy ochotę na chwilę zapomnienia. Jednym z rozwiązań będą lekkie przekąski, bez cukru lub jego dodatku.

Produkty spożywcze bez cukru, jak sama nazwa wskazuje, wyróżniają się tym, że nie zawierają w swoim składzie cukru, ewentualnie posiadają jego zamienniki w postaci naturalnych substancji słodzących, np. miodu, syropu, a także naturalne słodzik: erytrytol, ksylitol czy stewię. To rozwiązanie dla miłośników słodkiego, którzy nie mogą lub z różnych względów nie chcą spożywać produktów, w których składzie znajduje się cukier.

W przypadku produktów słodkich w wersjach bez cukru producenci starają się, aby asortyment był zbliżony w smaku do tradycyjnych słodczy. Dzięki nowoczesnym procesom technologicznym oraz stosowanym składnikom artykuły ►►



gullón

Zero TO NOWE SUGAR FREE



Oficjalny dystrybutor

Medifoods

Skontaktuj się z nami:
medifoods.pl

GULLON.PL



te są zbliżone do smaku standardowych słodkości. Oferta tego typu przekąsek jest bardzo zróżnicowana, co pozwala na ich dopasowanie do indywidualnych preferencji żywieniowych.

Słodkie przekąski bez cukru

Jeśli przyjrzeć się trendom, które dominują w kategorii przekąsek bez cukru lub jego dodatku, to zauważyć można też większe zainteresowanie produktami funkcjonalnymi, np. bogatymi w błonnik, który wspiera niektóre procesy zachodzące w organizmie. Natomiast osoby prowadzące aktywny tryb życia wprowadzają do swojej diety białko, często w zwiększonych ilościach. Z myślą o nich powstają słodkie proteinowe i wysokobiałkowe, ale w wydaniach bez cukru oraz jego dodatku.

Konsumenci chętnie sięgają po ciastka czy wafelki, które stanowią szybką przegryzkę w ciągu dnia, podróży, doskonale sprawdzą się również jako deser do wieczornej kawy i herbaty. Serwowane mogą być także podczas spotkań z bliskim organizowanych w domowym zaciszu, np. w czasie karnawału. Chrupiące, z dodatkiem czekoladowych lub kremowych mas, zachwycają różnorodnością smaków. W wersjach bez cukru na sklepowych półkach spotkamy lekkie alternatywy tradycyjnych markizów,

herbatników, biszkoptów ciasteczek maślanych czy chrupkich przekąsek z dodatkiem zbóż, bakalii i drobinek czekolady. Do deserowych hitów zaliczyć można także chrupiące ciastka i wafelki oblane polewą, czekoladową bądź z lukru.

Do przekąsek bez cukru, cieszących się zainteresowaniem konsumentów, zaliczyć można również batony. Czekoladowe, z orzechami, karmelem, musli, zbożowe, owocowe – wybór tego typu produktów jest bardzo szeroki. Ze względu na małe formaty i wygodną formę opakowania sprawdzą się one w wielu sytuacjach. Podobnie chipsy i chrupki, które w standardowych wersjach w swoim składzie posiadają cukier, natomiast w wersjach „light”, składnik ten jest eliminowany bądź zastępowany naturalnymi cukrami lub substancjami słodzącymi.

Szeroki wybór

Wyjściem naprzeciw potrzebom konsumentów szukających

alternatyw dla chipsów było wprowadzenie na rynek wariantów warzywnych i owocowych. Produkty tego typu powstają w procesie suszenia owoców i warzyw, nie podlegają smażeniu. Chrupiące krążki o smaku buraka, marchwi, pomidora, jabłka, gruszki w wydaniu bez cukru, dostępne w sklepach w małych formatach opakowań, dla wielu osób stanowią smakowite przekąski, które urozmaicają codzienną dietę.

W trend na lekkie przekąski wpisują się też gotowe do spożycia owsianki i jogurty z musli lub ziarnami zbóż, bez cukru lub jego dodatku. Konsumenci bardzo cenią sobie tego typu przekąski, ponieważ są sycące, wygodne w spożyciu, a do tego niejednokrotnie mogą stanowić namiastkę posiłku. Wzrasta również zainteresowanie owocowymi musami – przekąską o płynnej konsystencji zapakowaną w wygodne tubki do wyciskania. Na rynku spotkamy też wersje popularnych przekąsek takich jak budyni czy kisiel w wydaniu bez cukru.

Dokonując zakupów lekkich przekąsek, konsumenci, którzy w świadomy sposób kształtują swoją dietę, dokładnie sprawdzają skład i informacje o produktach tej kategorii. Zakup żywności fit musi się wiązać z pewnością tego, że zakupiony towar rzeczywiście spełnia te wymagania. ♦

„Słodkie, standardowe produkty można z powodzeniem zastąpić przekąskami bez cukru. Pośród bogatej oferty tego asortymentu znajdziemy różnorodne kategorie



Automaty sprzedażowe

Wygodne i szybkie zakupy

Tekst **Monika Pawluk**

Zdjęcia ©Shutterstock.com

Automaty vendingowe stają się coraz popularniejszym narzędziem znajdującym zastosowanie w handlu. Wygoda, dostępność, a także szeroka gama produktów decydują o rozwoju tej formy sprzedaży. W automatach można szybko nabyć różnorodne towary, od świeżych owoców i warzyw, pieczywa, przetworów mlecznych, przekąsek i napojów, aż po kosmetyki, podarunki czy bukiety kwiatowe.

To co przekonuje klientów do wyboru opcji zakupów z automatów, to dostępność określonych produktów przez dwadzieścia cztery godziny na dobę, przez siedem dni w tygodniu. Samoobsługowe urządzenia umożliwiają szybki zakup niezależnie od pory dnia, a także w czasie

gdy tradycyjne placówki handlowe są zamknięte, czyli w niedziele i święta. W dobie, kiedy wiele transakcji także w standardowych sklepach odbywa się bezgotówkowo oraz na kasach samoobsługowych klienci mają coraz większe zaufanie do tego typu urządzeń.

Nowa era zakupów

Automaty vendingowe wbrew pozorom nie są nową technologią. Pierwsze tego typu urządzenia kojarzyć możemy z samoobsługową sprzedażą przekąsek i napojów. Z czasem w miastach zaczęły pojawiać się również biletomaty, w których można nabyć bilety uprawniające do przejazdu komunikacją publiczną. Nową erę zakupów samoobsługowych otworzyła branża e-commerce. Transakcje dokonywane za pośrednictwem internetu finalizowane są



w paczkomatach, do których za pośrednictwem firm kurierskich trafia zamówiony drogą elektroniczną i opłacony towar. Wiele współcześnie funkcjonujących automatów vendingowych przypomina paczkomaty. Maszyny działają w taki sposób, że w odrębnych przegrodach codziennie umieszczany jest towar, np. świeże owoce lub warzywa. Po dokonaniu płatności elektronicznej otwiera się skrytka, w której znajduje się zakup.

Wygodne rozwiązanie

Automaty są obsługiwane przez sieci producentów, handlowe, ale czasami powstają także z inicjatywy indywidualnych producentów żywności. Jeśli przyjrzeć się asortymentowi dostępnemu w automatach, to jest on bardzo rozbudowany.

Konsumenci wybierają tę formę zakupów nie tylko w poszukiwaniu świeżych owoców czy warzyw prosto od lokalnego rolnika. W urządzeniach tych dostępnych jest wiele innych produktów. Na rynku działają automaty z lodami, zdrową żywnością, kanapkami, wodą. Popularnością cieszyły się np. mlekomaty z niepasteryzowanym mlekiem i przetworami mlecznymi. Spotkać można też maszyny wydające za opłatą ziemniaki czy pieczywo. W przypadku tak podstawowych produktów żywnościowych jest to bardzo wygodne rozwiązanie. Szczególnie, że w takim modelu sprzedaży konsumenci mogą nabyć asortyment bezpośrednio z piekarni lub gospodarstwa rolnego i nie wiąże się to z koniecznością wizyty na targowisku.

Przyszłość handlu

W maszynach vendingowych dostępny jest także asortyment charakterystyczny dla lokali gastronomicznych. W niektórych miastach działają automaty, w których kupić można dania obiadowe, lunch czy kebab.

Dużym ułatwieniem, szczególnie w przypadku zapracowanych osób, są automaty z upominkami. Pod tym względem przodują kwiatomaty, w których nabyć można bukiety. Dzięki temu rozwiązaniu nie zaskoczy nas żadna okazja, nawet gdy stacjonarne sklepy i kwiaciarnie są zamknięte, jest możliwość obdarowania bliskiej osoby kwiatowym prezentem.

Rynek automatów dynamicznie rozwija się w krajach azjatyckich. W niektórych miejscach można spotkać minisklepy, w których pracowników zastąpiły automaty z różnego typu artykułami. Rewolucja związana z wprowadzaniem nowych technologii do handlu sprawia, że coraz powszechniejsze stają się rozwiązania samoobsługowe i transakcje bezgotówkowe. ♦

Czas słodkich okazji

Najlepsze dni handlu dla branży cukierniczej

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

Sprzedaż poszczególnych produktów spożywczych w skali roku ma zróżnicowaną dynamikę. Popyt na daną kategorię zależy często od sezonu, zapotrzebowania, a nawet aktualnej mody. W zakupowym kalendarzu są też konkretne daty, które napędzają zbytnie na określony asortyment. Takim niepisanyym prawidłem rynku podlega na przykład branża cukiernicza, która w związku z terminarzem świąt i okoliczności może rokrocznie liczyć na znaczący wzrost sprzedaży swoich wyrobów. Te daty to najlepsze dni handlu dla branży cukierniczej.

Produkty z asortymentu cukierniczego są częścią codziennych zakupów wielu konsumentów. Ciasta, ciasteczka, drożdżówki, croissanty i inne słodkie wypieki są przekąskami kupowanymi bez okazji, jako przekąska między posiłkami, drugie śniadanie do szkoły, poobiedni deser lub poczęstunek dla gości. W ciągu roku przypadają też szczególne okazje, kiedy zwyczajowo zjadamy konkretny rodzaj cukierniczych wyrobów. To właśnie te okresy lub pojedyncze dni generują zwiększone obroty w sklepach, cukierniach, piekarniach i kawiarniach. Kiedy przypadają?

Tłusty czwartek

Tłusty czwartek to dzień zapowiadający koniec karnawału i początek postu przed Wielkanocą. To moment, kiedy zwyczajowo możemy pozwolić sobie na objadanie się – dawniej tłustymi, a dzisiaj słodkimi smakołykami. Tego dnia w placówkach handlowych i na naszych stołach królują pączki. Tradycją polskich tłustych czwartków stały się długie kolejki klientów po najlepsze pączki w mieście, ale także akcje marketingowe prowadzone w wielu sieciach sklepów, np. promocje na słodkie wypieki. To moment w roku, kiedy oferty sklepów



i cukierni oferują mocno zróżnicowany wybór pączków, a restauracje przygotowują menu oryginalnych kraftowych słodkości. W ostatnich latach klasyczny pączek w lukrze albo pudrze, wypełniony różą czy owocowymi powidłami, doczekał się wielu ciekawych odston. Wśród nich są najróżniejsze polewy, posypki, ozdoby, a także nadzienie z adwokatem, egzotycznymi owocami oraz te w hitowej dubajskiej odstonie.

Na kilka dni przed tłustych czwartków w sklepach poza pączkami możemy spotkać również inne związane z tą okazją słodkości. Krucho faworki, pączusie, czyli pączki w wersji mini, eklerki czy gniazdko z parzonego ciasta to produkty poszukiwane przez konsumentów planujących uraczyć się słodkim menu na koniec karnawału.

Listopadowe słodkości

11 listopada to w Polsce podwójne święto. W tej dacie przypada Narodowe Święto Niepodległości, a także Dzień Św. Marcina związany z postacią św. Marcina z Tours, a także szczególnym słodkim wypiekiem. Poznański zwyczaj wyrabiania tradycyjnych lukrowanych ciastek wypełnionych masą z białego maku w ostatnich latach stał się częścią ogólnopolskiego celebrowania. I chociaż 11 listopada w sklepach

obowiązuje zakaz handlu, to na okolicznościowych straganach i w kawiarniach bez trudu można zakupić słodki wypiek inspirowany klasycznym świętomarcińskim rogałem. Ponadto ten asortyment pojawia się w sklepach spożywczych już od początku listopada i dostępny jest często aż do grudnia. Duża popularność wypieków natchnionych regionalnym poznańskim wyrobem przełożyła się na wprowadzenie

tych produktów do całorocznej oferty wielu punktów handlowych.

Przedświąteczny szal zakupów

Okresy świąteczne są szczególnym czasem w roku również z perspektywy handlu. Dla branży FMCG dni poprzedzające Boże Narodzenie i Wielkanoc są dużym logistycznym wyzwaniem. Sklepy przeżywają intensywne oblężenie klientów poszukujących produktów niezbędnych do przygotowania świątecznych potraw i słodkości. To przekłada się na wzrost obrotów sklepu, a także popyt na wybrane kategorie asortymentu. W dużej mierze determinują go kulinarne tradycje związane ze świątecznymi obyczajami. Bezpośrednio przed Bożym Narodzeniem i Wielkanocą znacząco



wzrasta też wolumen sprzedaży wyrobów cukierniczych. W dzisiejszych, dynamicznych czasach nie zawsze mamy możliwość samodzielnego przygotowania słodkich wypieków na odświętny stół, dlatego duża część konsumentów decyduje się na zakup gotowych ciast i ciasteczek. Na kilka dni przed Wigilią do koszyków ze znacznie zwiększoną frekwencją trafiają pierniczki, sernik, makowiec, miodownik czy coraz bardziej popularne w Polsce włoskie babki Panettone, a tuż przed Wielkanocą klienci poszukują w sklepach tradycyjnych mazurków, piaskowych i drożdżowych bab, mini babeczek do koszyczka ze święconką, a także ciast deserowych z delikatnym kremem oraz owocami. Te potrzeby generują wielokrotnie większą sprzedaż wyrobów cukierniczych niż w pozostałych okresach roku.

Wiosenne okazje

Zwiększone zapotrzebowanie na słodkie smakołyki sklepy, cukiernie, kawiarnie i inne oferujące je punkty odnotowują także w maju. To miesiąc, w którym przypada Dzień Matki – święto, którego elementem często staje się słodki akcent. Ciasta deserowe, torty, muffinki, makaroniki, kraftowe drożdżówki są tego dnia kupowane zarówno jako prezent dla mam, ale także jako

element poczęstunku, który panie przygotowują z myślą o odwiedzających je 26 maja dzieciach.

Majowe obroty napędza także sezon komunijny. Elementem przyjęć organizowanych z tej okazji są słodkie stoły albo desery podawane po wspólnym obiedzie. Zwyczajem stało się także dzielenie tortu między gości. Nie zawsze słodkie elementy menu są wykonywane w lokalu, w którym odbywa się przyjęcie. Często są to wyroby przygotowywane na zamówienie przez cukiernie. Na domowych przyjęciach komunijnych, obok samodzielnie upieczonych ciast również pojawiają się słodkości zakupione w sklepach lub cukierniach, które dzięki majowym okolicznościom mogą obserwować zwiększony obrót tego rodzaju asortymentem.

Słodkie celebrowanie uczuć

Jakie inne okazje mogą wpływać na generowanie wyższych zysków ze sprzedaży cukierniczych wyrobów? Znaczenie mają tutaj np. Walentynki, czyli święto zakochanych. 14 lutego kawiarnie, restauracje i cukierlenki cieszą się dużym zainteresowaniem par chcących tego dnia celebrować swoje uczucia. Wielu konsumentów poszukuje z tej okazji także słodkiego upominku, którym nie są już tylko praliny w kształcie serca, ale też smakowite ciasteczka i ciasta.



Nie bez znaczenia jest też wpływ sezonu weselnego na branżę cukierniczą. Śluby odbywające się od wiosny aż do jesieni, a także towarzyszące im przyjęcia, są okazją, na której nie może zabraknąć słodkiego poczęstunku. Na stołach zwyczajowo pojawiają się różnorodne, elegancko podawane słodkości, a gwiazdą menu jest tort dzielony przez Młodą Parę. Na zakończenie wspólnego celebrowania goście dostają też pudełka ze słodkim podziękowaniem, które zabierają do domów. Zapotrzebowanie na cukiernicze wyroby jest więc tutaj dość znaczące. Podobnie jak w przypadku innych przyjęć, są to najczęściej produkty przygotowywane według indywidualnego zamówienia w sprawdzonych cukierniach, często współpracujących z lokalem, w którym odbywa się wesele. ♦

“

W ciągu roku przypadają okazje, kiedy zwyczajowo zjadamy konkretny rodzaj cukierniczych wyrobów. To właśnie te okresy lub pojedyncze dni generują zwiększone obroty w handlu

Eco-commerce

Zakupy przez internet staną się jeszcze bardziej ekologiczne

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

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

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

Idea eco-commerce

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

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

Ekologiczne opakowania

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

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



produktów zabezpieczonych w opakowaniach jednostkowych.

Rezygnacja z papierowych faktur

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



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

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

Przyjazny środowisku transport

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

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

jednym pojazdem jest w stanie dostarczyć towary do kilkudziesięciu punktów.

Ograniczanie zwrotów

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

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

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

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



Trend home cafe

Pyszna kawa przyrządzona w domowym zaciszu

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

Kawę zachwycającą smakiem, aromatem i walorami wizualnymi możemy stworzyć także w domowym zaciszu. Niezbędne do tego będą odpowiednie składniki oraz akcesoria. Na jakie elementy warto zwrócić uwagę, aby cieszyć się zaaranżowanym w kuchni klimatycznym kącikiem z pełnym wyposażeniem? Wśród produktów stanowiących nieodłączną część domowej kawiarni znajduje się nie tylko wysokiej jakości, funkcjonalny ekspres, ale również pyszna kawa. Selekcja jej wielu różnorodnych odmian z pewnością pozwoli delektować się aromatycznym napojem według własnych rytuałów. Na rynku jest również wiele akcesoriów i urządzeń, dzięki którym możemy zadbać o przygotowanie wielu wariantów tego napoju.

Jakie rodzaje kawy są dostępne w sklepach spożywczych? W zależności od preferencji smakowych konsumenci mogą wybierać spośród dwóch odmian ziaren. Jest to arabica i robusta, które znacznie różnią się od siebie poprzez swój indywidualny smak, poziom zawartości kofeiny oraz warunki, w jakich są uprawiane. Tak samo duże znaczenie ma selekcja kawy ziarnistej, mielonej lub rozpuszczalnej. Każda z nich posiada grono swoich zwolenników, którzy mogą doceniać

jej indywidualne walory. W poniższym artykule przedstawiamy dostępne na rynku propozycje, które mogą stać się nieodłączną częścią aromatycznego rytuału.

Arabica i robusta

Wybór rodzaju kawy to jedna z podstawowych kwestii, na które należy zwrócić uwagę podczas kompletowania produktów oraz akcesoriów niezbędnych do przygotowania pysznej kawy w domowym zaciszu. Wśród najpopularniejszych wariantów kawy wymienić można arabicę i robustę. Arabica wyróżnia się subtelnością, wzbogaconą o nuty kwiatowe, owocowe oraz czekoladowe. Wyczuwalne w niej stają się słodkie aromaty z zaakcentowaniem goryczy. W zależności od regionu, w którym była uprawiana, dokładnej odmiany oraz stopnia palenia, może również charakteryzować się cytrusowym,

kwiatowym lub orzechowym posmakiem. Co ciekawe, podczas parzenia tej kawy mogą być stosowane różne metody, które mają duży wpływ na smak napoju.

Inaczej jest już w przypadku robusty, która wyróżnia się o wiele prostszym profilem smakowym. Ta odmiana kawy jest znana ze względu na znacznie mocniejszy, gorzki oraz ziemisty aromat. Odznacza się też orzechowymi lub czekoladowymi nutami.

Ziarnista, mielona czy rozpuszczalna?

Następną kwestią, na którą zwraca się tak samo dużą uwagę, jest wybór spośród kaw ziarnistych, mielonych lub rozpuszczalnych. Odmiany ziarniste i mielone wyróżniają się znacznie intensywniejszym smakiem oraz aromatem. Równie większa dawka kofeiny sprawia, że możemy spodziewać się nieco intensywniejszego działania pobudzającego. Wiele osób przy zakupie konkretnego produktu zwraca uwagę także na jego naturalny charakter, zawartość składników odżywczych i przeciwutleniaczy. Kawa ziarnista jest produktem, który wymaga posiadania młynka do mielenia, co jednocześnie wiąże się z potrzebą poświęcenia większych ilości czasu na przygotowanie napoju.



Całkowicie innych walorów możemy oczekiwać od kawy rozpuszczalnej. Ta natomiast jest najczęściej wybierana ze względu na łatwość przygotowania. Odznacza się łagodniejszymi nutami smakowymi. Jej delikatny charakter wynika z mniejszych ilości kofeiny. Mniej intensywna kawa zawiera również mniejsze ilości przeciwutleniaczy niż w przypadku tradycyjnych wariantów. Na ten produkt decydują się osoby, którym zależy na łatwości przygotowania i dostępności, którą mogą się cieszyć w każdym sklepie spożywczym.



Produkty bezkofeinowe

Istnieje również propozycja idealna dla tych, którzy decydują się na wykluczenie kofeiny ze swojej diety. Pomimo że kawa bezkofeinowa nie powoduje działania pobudzającego, wyróżnia się charakterystycznym smakiem, typowym dla tradycyjnych naparów. To wszystko dzięki nowoczesnym procesom dekofeinizacji, czyli usuwania kofeiny, które nie powodują utraty oryginalnych walorów smakowych i aromatów uwielbianych przez większość osób.

Dodatki podkreślające smak

Nie tylko starannie wyselekcjonowana kawa odgrywa tak istotną rolę w domowej kawiarni. Równie ważne są dodatki, podkreślające jej smak, który może znacznie odbiegać od tego klasycznego, idealnie współgrając przy tym z preferencjami każdego kawosza. Na co warto zwrócić największą uwagę? Jednym z głównych

jest mleko krowie. To produkt, który znajduje się w większości domów. Dostępne jest w wielu odsłonach z różną zawartością tłuszczu, często bez laktozy. Tak samo duży wybór jest w przypadku napojów roślinnych, z czego każdy wyróżnia się innym smakiem. Najpopularniejsze są te owsiane i sojowe, które dzięki kremowej konsystencji doskonale się nadadzą do spieniania. Może to być również napój migdałowy, o subtelnym, orzechowym aromacie. Propozycją idealną do kaw na zimno jest napój kokosowy, który również bez problemu można znaleźć w wielu sklepach spożywczych.

Trend na domowe kawiarnie również sprzyja zaopatrzeniu się w wiele innych dodatków, które podkreślą smak codziennie przygotowywanych naparów, idealnych zarówno dla członków rodziny, jak i gości. Warto zwrócić uwagę przede wszystkim na słodziki, które mogą pojawiać się w wielu różnych odsłonach. Najpopularniejszymi

dodatków, idealnych do podkreślenia smaku kawy, jest indywidualnie wyselekcjonowane mleko lub napoje roślinne, które staną się jego alternatywą sprzyjającą diecie wegańskiej. Podstawowym rodzajem

„
Wybór rodzaju kawy to jedna z podstawowych kwestii, na które należy zwrócić uwagę podczas kompletowania produktów i akcesoriów niezbędnych do przygotowania pysznej kawy

z nich są miody, syropy smakowe oraz cukier. Mogą to być także ich zamienniki jak: stewia, erytrytol czy ksylitol. Równie dużym uznaniem cieszą się przyprawy: kardamon, cynamon, goździki, wanilia, imbir oraz kakao. To często wybierane warianty, które są szczególnie cenione zimą, podkreślając smak nut typowych dla tej pory roku. Dodatkowo warto zwrócić uwagę także na czekoladę. Do przygotowania mokki doskonale się sprawdzi zarówno ta w proszku, jak i w tabliczce. Wśród klasycznych dodatków, które często znajdują się w wyposażeniu domowych kawiarni, wyróżnia się także bita śmietana. Sprawdzi się do udekorowania kaw deserowych polanych aromatycznymi syropami. ♦

Modne słodkości

Era cynamonek

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

Słodkie wypieki w ostatnich latach zyskują na znaczeniu wśród asortymentu sklepów. Ich oferta staje się coraz bardziej rozbudowana i zróżnicowana. Obok popularnych nadziewanych drożdżówek, tradycyjnych chałek oraz klasycznych pączków do wyboru jest dziś wiele słodkości o ciekawych formach i oryginalnych, czasem wręcz eksperymentalnych smakach. Wśród nich swoją pozycję na rynku wzmacniają cynamonki.

Dzisiejsza moda na cynamonki wywodzi się z trendu „Comfort food”, który oznacza jedzenie wywołujące pozytywne emocje. To przede wszystkim nostalgiczne smaki kojarzone z dzieciństwa, przywołujące wspomnienia, a przez to wzmacniające poczucie komfortu, szczęścia i bezpieczeństwa. Rumiane zawijasy wypełnione aromatycznym nadzieniem z cynamonu, masła i wanilii to dla wielu osób symboliczny powrót do dawnych dziecięcych lat, kiedy tego rodzaju wypieki regularnie gościły na stołach.

Jesienno-zimowy trend

Cynamonkowy trend jest najsilniej widoczny w przestrzeni handlowej oraz internetowej jesienią i zimą, kiedy staje się elementem przyjemnych sezonowych rytuałów oraz celebrowania chwil w domowym zaciszu albo we wnętrzach przytulnych kawiarni czy cukierni. Puszyste i pachnące ślimaczki są smakowitym dodatkiem do filiżanki kawy czy kubka gorącej herbaty.

Modę na cynamonowe rollsy podchwyciły



szczególnie młode pokolenia, aktywnie korzystające z social mediów. Cynamonki podbiły te kanały za

sprawą działań twórców internetowych, którzy w krótkich filmach pokazują swoim odbiorcom przepis i proces przygotowania wypieku, instruując przy tym widzów, albo testują gotowe wyroby zakupione w konkretnych sklepach, cukierniach czy piekarniach.

Cynamonkowy asortyment

Domowe cynamonki są łatwe i szybkie w wykonaniu, a te z cukierni i sklepów często dodatkowo dekorowane, aby cieszyły nie tylko smakiem, ale i efektowną formą podania. Zdobia je np. lukry z kremowego serka albo śmietanki, a także rozmaite posypki. Oprócz bułeczek dostępnych na dziale pieczywa świeżego, w ofertach sklepów są również wersje pakowane z dłuższym terminem przydatności do spożycia, ciasta à la cynamonka czy inspirowane popularną słodkością minciasteczka, a nawet kremy do smarowania pieczywa o ciekawym, cynamonkowym smaku.

Na fali popularności słodkości wypełnionych cynamonem, na półkach pojawiły się też propozycje gotowych mieszanek do wypieku bułeczek w domu. Nowością ostatnich miesięcy są dostępne w marketach zestawy z gotowym ciastem oraz słoiczkiem z nadzieniem, którym wystarczy posmarować placek, zwinąć jak roladę, pociąć na równe ślimaczki i wstawić do piekarnika, by po kilkunastu lub kilkudziesięciu minutach cieszyć się aromatycznym wypiekiem.

Historia słodkiego rytuału

Cynamonki to wyrób o długiej tradycji. Choć od dawna cieszą się popularnością w Polsce, ich ojczyzną są kraje skandynawskie. W Szwecji ten rodzaj bułeczki, nazywany „Kanelbulle”, ma ważne miejsce w narodowych kulinariach i obyczajowości. Od lat 90. w Kraju Trzech Koron, ale także w Danii, Finlandii i Norwegii, obchodzony jest nawet Dzień Cynamonowej Bułeczki (Kanelbullens dag). Rokrocznie 4 października Skandynawowie zwyczajowo zajądają się tradycyjnym słodkim wypiekiem, chociaż tak naprawdę wcale nie potrzebują



używane są: czekolada, karmel, krem pistacjowy i waniliowy. Ale nowojorskie krążki to nie tylko wersje słodkie. Wytrawne rollsy podawane są np. w stylu francuskim – jako rodzaj kanapki z serem i szynką, albo z jajkiem, rybą i sałatą. Przekrojona na pół bułeczka zastępuje wówczas klasyczne pieczywo i w takiej formie doskonale nadaje się jako element śniadaniowego menu.

Dominacja wiralowych piękności

Chociaż w segmencie słodkich wypieków nie brakuje ciekawych i smacznych propozycji, to właśnie cynamonki i nowojorskie rollsy zyskały ostatnio największą popularność. Duża w tym zasługa otwartości młodych pokoleń na

“

nowe smaki i kulinarne doświadczenia, przez pryzmat których poznawane są inne kultury, ale także receptury dobrze znane wcześniejszym pokoleniom, a później nieco zapomniane.

Zarówno cynamonki, jak i nowojorskie rollsy bardzo efektownie i estetycznie prezentują się na zdjęciach. To skłania twórców internetowych do korzystania z wizualnego i marketingowego potencjału

modnych słodkości we własnych mediach społecznościowych oraz tworzenia kontentu inspirowanego tymi produktami. W ślad za instagramową modą podąża też branża cukiernicza, dostosowując się do aktualnych potrzeb rynku i kształtujących go społecznych zjawisk. ♦

specjalnego święta, by sięgnąć po cynamonkę. Codziennym rytuałem mieszkańców jest spokojna chwila z kawą i słodkim dodatkiem, a cynamonowy ślimaczek pasuje tutaj idealnie. Domowe przygotowywanie tych bułeczek to więcej niż gotowanie, to celebrowana sztuka wypieku tej szczególnej słodkiej przekąski.

W ostatnich latach październikowe święto cynamonki staje się coraz bardziej popularne również na polskim gruncie, szczególnie w miejscach, które takie wyroby oferują. Dzień zwijanej w ślimaczek bułeczki jest częścią strategii marketingowej bazującej na aktualnym trendzie na tę słodką rewelację.

Zakręcona tradycja w nowoczesnym wydaniu

Klasyczna cynamonka to według tradycyjnej receptury słodki produkt wypiekany najczęściej z ciasta drożdżowego wypełniony nadzieniem z cynamonu, masła, cukru i przypraw – wanilii lub kardamonu. Współczesne warianty tych bułeczek to połączenie tradycji z nowoczesnymi kulinarnymi pomysłami. Wśród nich są np. wersje z nadzieniem pistacjowym, czekoladowym, dodatkiem orzechów, migdałów, jabłek i innych owoców, a także wypieki obsypane lub polane dodatkami, które nie tylko urozmaicają smak, ale też fakturę ciastka.

Zmodernizowaną wersją wypieku są również gigacynamonki, czyli bułeczki o dobrze znanym smaku, ale w wersji XXL. Swoją formą bardziej przypominają ciasto niż drożdżówkę. Współczesnych pomysłów na urozmaicenie klasycznej cukierniczej receptury jest naprawdę wiele.

Światowe smaki na polskim rynku

Oprócz tradycyjnych cynamonek, na polskim rynku wyrobów cukierniczych pojawiają się nowe rodzaje wypieków o zakręconych kształtach. Przykładem są okrągłe bułeczki inspirowane słynnymi nowojorskimi rollsami. Są to płaskie krążki z ciasta francuskiego lub półfrancuskiego, nadziewane słodkimi kremami, często dodatkowo zanurzone do połowy w czekoladowej lub barwionej polewie i obsypane orzechami, drażetkami, wiórkami kokosowymi itp. W roli nadzienia hitowych rollsów najczęściej

Cynamonki to wyrób o długiej tradycji. Cieszą się popularnością w Polsce, ale ich ojczyzną są kraje skandynawskie. W Szwecji mają ważne miejsce w narodowych kulinariach



Linia serów S.O.S., profesjonalne plastry stworzone do perfekcyjnego topienia

LACTIMA wprowadza nową linię serów w plasterkach S.O.S. (slice-on-slice), opracowaną z myślą o potrzebach profesjonalnej gastronomii oraz segmentu retail. Zastosowana metoda pakowania plasterków „na zakładkę” umożliwia ich szybkie, łatwe oddzielanie. Produkt wyróżnia się stabilnym topnieniem, dzięki czemu pod wpływem wysokiej temperatury ser zachowuje strukturę i pełnię smaku. Jest odpowiedni do zastosowań typowych dla segmentu QSR, casual dining i foodservice: burgerów, tostów, pizzy, kanapek oraz innych dań serwowanych na ciepło. Linia dostępna jest w dwóch formatach dopasowanych do różnych kanałów sprzedaży: duże opakowanie 1050 g (84 x 12,5 g), oraz mniejsze 350 g.

Producent: Lactima

www.lactima.pl



Ser mascarpone Łaciate

Mlekpól poszerza portfolio marki Łaciate o ser Mascarpone. Jego aksamitna konsystencja i lekko słodkawy smak otwierają szerokie możliwości kulinarnych zastosowań. To uniwersalny składnik, który w kuchni wytrawnej doskonale zagęści zupy-kremy, wzbogaci sosy czy nada kremową teksturę daniom z makaronem. W słodkiej odmianie sprawdzi się natomiast w sernikach, tortach czy naleśnikach.

Producent: Spółdzielnia Mleczarska Mlekpól

www.mlekpól.com.pl

Jogurt typu greckiego Łaciaty

Łaciaty jogurt typu greckiego to propozycja m.in. dla osób, które ze względu na nietolerancję cukru mlecznego musiały dotąd zrezygnować ze spożywania klasycznego nabiału, a jednocześnie dla tych, którzy chcą zadbać o jakość codziennej diety. Produkt powstaje wyłącznie z naturalnych składników, bez dodatku cukrów i znajdzie szerokie zastosowanie w kuchni.

Producent: Spółdzielnia Mleczarska Mlekpól

www.mlekpól.com.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

Serdelki z serem gouda

Serdelki charakteryzują się delikatnym smakiem, soczystością oraz rozpuszczającym się w ustach serem gouda. Jest to doskonały pomysł na szybkie i sycące śniadanie, przekąskę albo kolację. Nie zawierają konserwantów i sztucznych składników. 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



Deserro – Smaki Świata

Kruche ciasteczka z kremowym nadzieniem łączą klasyczne smaki z nutą nowoczesności. W kolekcji znajdziemy m.in. tiramisu, mascarpone z maliną, marcepan oraz pistację z dodatkiem orientального kadaif. To doskonała propozycja dla tych, którzy szukają czegoś więcej niż zwykłą przekąską. Deserro to smakowa podróż dookoła świata.

Producent: Cukry Nyskie
www.cukrynyskie.pl

Marynata Koreańska AVO

Kuchnia koreańska to jeden z najmocniejszych trendów kulinarnych ostatnich lat. Pełna głębi, słodczy i pikantności – inspiruje kucharzy i producentów na całym świecie. Marynata Koreańska AVO idealnie wpisuje się w ten klimat. Doskonała do drobiu, wieprzowiny i wołowiny.

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



Porter Bałtycki Trzech Kumpli

Porter Bałtycki Trzech Kumpli cechuje się słodkimi nutami karmelu, czekolady i melasy, tworząc idealny trunek deserowy. Piwo zyskało uznanie międzynarodowych sędziów i zostało nagrodzone w European Beer Star 2025 w Monachium, Brussels Beer Challenge 2025 w Brukseli oraz International Beer Cup 2025 w Japonii.

Producent: Browar Trzech Kumpli
www.trzechkumpli.pl

Piwo z personalizowaną etykietą

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

Producent: Browar Dzikiego Wschód
www.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

Oleje do każdej kuchni

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

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





Piwo Bobeer Gruit z ashwagandhą - dla niej, alkohol free

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

www.bo-beer.pl

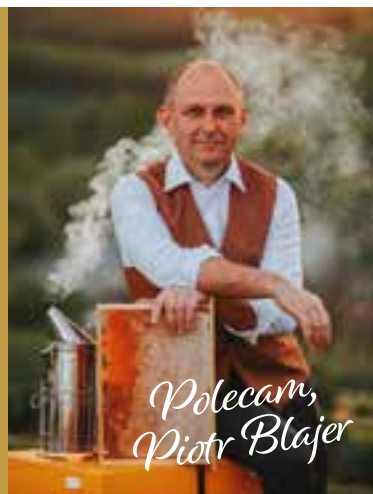


Piwo Bobeer Gruit z żeń-szeniem - dla niego, alkohol free

Bezalkoholowy Gruit produkowany rzemieślniczo w Browarze Bóbr w Limanowej. W składzie posiada: słód Pale Ale, słód pszeniczny, ekstrakt z owoców Cytrynowca chińskiego, ekstrakt z korzenia żeń-szenia koreańskiego, ekstrakt z ziela Piołunu, drożdże szczepu Saccharomyces ludwigii.

www.bo-beer.pl

REKLAMA



Plaster Miodu „Honeycomb Grand Cru”

C Z Y S T Y S M A K N A T U R Y



WWW.HONEYCOMBS.PL

Czekoladowe rarytasy

Co kryje się w słodkich tabliczkach?

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

Nawet przy zakupie czekolady warto świadomie wybierać produkty, przede wszystkim uważnie czytać etykiety. Czy każdy wyrób kakaowy i czekoladowy na sklepowej półce naprawdę spełnia wymagania, by być tak nazywany? Inspekcja Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych zaprezentowała wyniki najnowszej kontroli jakości handlowej wyrobów kakaowych oraz czekoladowych i przy okazji podpowiada konsumentom, na jakie informacje zwrócić uwagę, analizując etykiety słodkiego asortymentu.

Podstawowymi informacjami, na które powinien zwrócić uwagę konsument przy zakupie czekolady, są: nazwa produktu, skład, data minimalnej trwałości i warunki przechowywania oraz masa netto. W przypadku masy netto informacja ta musi znaleźć się na opakowaniu w pobliżu nazwy produktu. „Z uwagi na ogólnosiwiatowy kryzys na rynku kakao, producenci nie chcą obniżyć jakości swoich produktów, stosując tzw. downsizing. Zatem patrzymy na gramaturę, gdyż czekolada, którą znamy i kupujemy od lat i z pozoru jej opakowanie i cena się nie zmienia, z tabliczki o masie 100 g obecnie zrobiła się tabliczką o masie 70 g. Obecnie wśród tendencji na rynku wyrobów czekoladowych, poza wymienionym downsizingiem oraz zauważalnym wzrostem cen wyrobów czekoladowych, zaobserwować można pojawienie się zupełnie nowych produktów. Produkty te nawiązują wyglądem opakowania czy też szatą graficzną do wyrobów czekoladowych. W ich składzie znajdziemy m.in. miazgę kakaową, tłuszcz kakaowy, inne tłuszcze roślinne, sporą ilość barwników i aromatów, jednakże ich nazwa handlowa, fantazyjna czy też opisowa w żaden sposób nie nawiązuje do czekolad” – przestrzega Inspekcja Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych

w komunikacie opublikowanym na swojej stronie internetowej.

Kontrole jakości wyrobów

Inspekcja regularnie sprawdza jakość tego typu asortymentu. „Biorąc pod uwagę fakt, że przepisy jasno stanowią, że wyrobem czekoladowym jest produkt zawierający określoną ilość miazgi kakaowej producenci nie mogą niczym zastąpić tego składnika w wyrobie, o ile nadal chcą go nazywać czekoladą. To podejście potwierdza wyniki kontroli jakości handlowej wyrobów czekoladowych prowadzonych przez Inspekcję w ostatnich latach, w których nie stwierdza się przypadków zastępowania miazgi kakaowej w wyrobach czekoladowych kosztem zaniżania zawartości tłuszczu kakaowego” – czytamy w komunikacie IJHARS.

Kontrole objęły 52 producentów wyrobów kakaowych i czekoladowych. Nieprawidłowości ujawniono w co trzecim kontrolowanym podmiocie. Sprawdzane były zarówno surowce do produkcji kakao, czekolad i pralin, jak i same wyroby gotowe. W żadnej partii surowców nie wykryto nieprawidłowości. Natomiast w przypadku 7,1% skontrolowanych partii wyrobów gotowych stwierdzono niewłaściwe parametry fizykochemiczne. Nieprawidłowości dotyczyły zawyżonej zawartości tłuszczu

i zaniżonej zawartości cukrów ogółem w stosunku do wartości zadeklarowanej na opakowaniu w informacji o wartości odżywczej, zawyżonej zawartości zamienników tłuszczu kakaowego (powyżej 5%) w odniesieniu do wymagań określonych w rozporządzeniu Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi dla wyrobów czekoladowych. W części wyrobów gotowych ujawniono obecność zamienników tłuszczu kakaowego i w oznakowaniu brakowało deklaracji zawartości tłuszczów roślinnych innych niż kakaowy.

Błędne oznakowanie

Błędów w oznakowaniu towarów ujawniono więcej. „Oznakowanie co piątej partii skontrolowanych wyrobów czekoladowych było niewłaściwe. Do najczęściej stwierdzanych nieprawidłowości należały: podanie w nazwie wyrobu, produkowanego na skalę przemysłową, informacji „ręcznie robiona”, użycie w nazwie produktu konwencjonalnego określenia „BIO” sugerującego ekologiczne pochodzenie produktu, brak obowiązkowej informacji „masa kakaowa minimum ... %”, podanie błędnej nazwy składnika, tj. „masło kakaowe”/ „proszek kakaowy” zamiast „tłuszcz kakaowy”, brak procentowej zawartości składników podkreślonych w nazwie wyrobu gotowego, np. wiśni, pistacji, podanie wykazu składników niezgodnie z zasadą malejącej kolejności, brak informacji o warunkach przechowywania czy wartości odżywczej” – podaje w swoim komunikacie IJHARS. ♦



Nowe wyzwania

Kierunki rozwoju branży spożywczej

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

Rynek handlu i produkcji żywności podlega nieustannym zmianom. Wpływ na postawy konsumentów ma wiele czynników w tym również sytuacja gospodarcza. Przedstawiciele branży muszą być na bieżąco z trendami. Tylko wtedy będą mogli stworzyć oferty na miarę potrzeb współczesnych konsumentów.

Troska o środowisko ma ogromne znaczenie dla współczesnych konsumentów. Dostosowanie działalności do wymogów ekologii jest poważnym wyzwaniem, przed którym stają producenci i handel. Zakłady produkcyjne, markety, dyskonty oraz sklepy mniejszych formatów muszą pogodzić biznes z kwestiami związanymi z dbaniem o środowisko oraz zasoby naturalne. W te zadania wpisuje się odpowiedzialne gospodarowanie zużyciem wody oraz energii. Konsumenty zwracają uwagę również na sposób pakowania produktów i ograniczanie plastiku. Ważne z ich perspektywy jest również racjonalne gospodarowanie odpadami i przeciwdziałanie marnowaniu żywności.

Turystyka zakupowa

Podróżowanie stanowi dziś pasję, formę relaksu, a nawet styl życia. Zdarza się również, że to chęć zrobienia zakupów w konkretnym zakątku świata staje się czynnikiem motywującym do wyjazdu. Odwiedzanie miejscowych sklepów, galerii handlowych, jarmarków i placów targowych to dla części osób także atrakcyjna forma spędzania czasu. Tradycyjne bazyry i dzielnice handlowe niektórych miast styną na cały świat ze swojej wyjątkowej atmosfery oraz unikalnego asortymentu, a ich odwiedzenie jest stałym punktem planu zwiedzania, traktowanym na równi z poznawaniem zabytków czy odkrywaniem innych turystycznych atrakcji.

W wielu turystycznych regionach to właśnie przyjezdni są grupą konsumentów najsilniej napędzającą sprzedaż.

Globalne trendy

W branży spożywczej coraz silniej zauważalny jest również trend na smaki alternatywne dla tradycyjnych. Dotyczy to szczególnie soków i napojów owocowych, wśród których obok lokalnych gatunków, takich jak: jabłko, truskawka, wiśnia, gruszka, winogrono, ale także popularnych cytrusów, pojawiają się również bardzo egzotyczne warianty. Dziś w wielu sklepach konsumenci mogą nabyć produkty o smaku tropikalnych, do niedawna jeszcze mało znanych na polskim gruncie, owoców oraz ich kompozycji. Dostrzegalny jest również wpływ światowych kuchni na ofertę produktów. Nie tylko popularnych smaków śródziemnomorskich, ale również koreańskich czy japońskich.

Smart shopping

Przemysłane zakupy to postawa przyjmowana przez wielu konsumentów. Szczególnie w czasach rosnących cen podstawowych produktów klienci w racjonalny sposób podchodzą do kwestii zakupów. Sprawdzają i porównują oferty w poszukiwaniu najbardziej dogodnej opcji zakupu. Często zamiast stacjonarnych zakupów wybierają wariant online – przemawia za tym również wygoda. Zamawiając przez internet



produkty dostarczane są bezpośrednio do domu, poza tym proces transakcji i wyboru asortymentu przebiega też ekspresowo. Współczesny konsument preferuje sprytnie kupowanie, co wiąże się z ekonomią czasu i pieniędzy. Dlatego zwraca uwagę też na promocje oraz chętnie korzysta z programów lojalnościowych i aplikacji, dzięki którym może nabyć towar w okazjonalnych cenach lub dowiedzieć się o rabatach.

Personalizowane produkty

Branża FMCG przy tworzeniu oferty produktów musi uwzględniać również preferencje konsumentów. Chodzi nie tylko o wprowadzanie nowych, zmodyfikowanych wariantów smakowych artykułów spożywczych odpowiadającym zmieniającym się trendom. Powinni brać pod uwagę również ewoluujący styl życia społeczeństw. Oferta musi być skonstruowana w taki sposób, aby była skierowana do różnych grup wiekowych konsumentów, osób preferujących aktywny tryb życia czy wdrażających różnorodne diety.

Konsumenty cenią także produkty lokalne, przywiązanie do tradycyjnych receptur stosowanych w produkcji żywności i zwracają uwagę na skład oferowanych artykułów spożywczych. ♦

Zielony fenomen

Produkty z matchą

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

Matcha, czyli sproszkowana zielona herbata, podbiła świat napojów. Orientalny rytuał jej sporządzania i niespiesznego popijania, który liczy sobie już prawie tysiąc lat, pokochali smakosze na całym świecie. Serca młodego pokolenia podbiła też matcha latte, czyli wariant rozrabiany z mlekiem, a także jej mrożona wersja na lato. Niezależnie od sposobu przyrządzania, matcha stała się najmodniejszym napojem roku, a także składnikiem wielu produktów spożywczych.

Popularność matchy to trend na skalę światową. Podpatrzony w Japonii, a pierwotnie praktykowany w starożytnych Chinach rytuał parzenia tej zielonej herbaty, cieszy się dziś zainteresowaniem konsumentów na wszystkich kontynentach. Codzienna porcja matchy dla wielu osób stała się stałym porannym zwyczajem, a nawet alternatywą dla wypijanej do śniadania kawy, herbaty lub soku. Moda na matchę doskonale wyraża też otwartość młodego pokolenia na inne kultury oraz związane z nimi nowe doświadczenia kulinarne. Nie



niezbędnych do przyrządzenia tego napoju zgodnie z tradycyjną sztuką. Jej tajniki można poznawać samodzielnie, albo korzystać z popularnych warsz-

tatów przyrządzania matchy, które organizują np. kawiarnie i herbaciarnie. Bo w tym przypadku każdy szczegół ma znaczenie. Do przygotowania matchy potrzebne są: czarka z wylewką, sitko, bambusowa miotłka do rozprowadzania proszku w cieczy, łoPATKA do odmierzania porcji. Czasem w gotowych zestawach można też spotkać stojaki na akcesoria do mieszania. We współczesnych, zachodnich wersjach tradycyjne przybory zastępowane są rozmaitymi mieszadłkami i elektrycznymi spieniaczami mleka.

Herbacyjni ceremoniał

Picie matchy to element filozofii spokoju i harmonii związanej z dalekowschodnią szkołą Zen. Jej mistrzowie skodyfikowali herbacianą ceremonię, której zasady od stuleci pozostają niezmiennie. Przygotowanie perfekcyjnego napoju, podobnie jak przed wiekami, wymaga np. precyzyjnego odmierzenia proporcji składników, utrzymania właściwej temperatury wody, a także zastosowania odpowiednich przyborów,

niezbędnych do przyrządzenia tego napoju zgodnie z tradycyjną sztuką. Jej tajniki można poznawać samodzielnie, albo korzystać z popularnych warsz-

tatów przyrządzania matchy, które organizują np. kawiarnie i herbaciarnie. Bo w tym przypadku każdy szczegół ma znaczenie. Do przygotowania matchy potrzebne są: czarka z wylewką, sitko, bambusowa miotłka do rozprowadzania proszku w cieczy, łoPATKA do odmierzania porcji. Czasem w gotowych zestawach można też spotkać stojaki na akcesoria do mieszania. We współczesnych, zachodnich wersjach tradycyjne przybory zastępowane są rozmaitymi mieszadłkami i elektrycznymi spieniaczami mleka.

Zgodnie z dawną praktyką, w tym rytuale preferowane są jednak przyrządy wykonane z naturalnych materiałów, a za odpowiednie do takiego zastosowania rodzaje matchy są tzw. odmiany ceremonialne. Do tego grona zaliczają się bardzo wysokiej jakości sproszkowane zielone



herbaty, pozyskiwane z upraw o wysokiej renomie, z młodych, delikatnych, długo zacierianych liści poddanych obróbce, która zachowuje walory roślinnej masy.

Inna wersja zielonego napoju to matcha codzienna. Nadal delikatna, ale z nieco większą dozą goryczki niż wersja najdroższa, jest ekonomicznym wyborem dla osób pijących matchę każdego dnia lub miłośników przyrządzanej na jej bazie latte.

Trzecią pod względem jakości kategorią sproszkowanej zielonej herbaty jest matcha kulinarna, używana np. w produktach z dodatkiem proszku z zielonej

herbaty, takich jak koktajle, smoothies, ciasta i desery.

Kwintesencja sproszkowanej herbaty

Matcha różni się od klasycznej zielonej herbaty liściastej nie tylko sproszkowaną formą. Jej smak oraz aromat są bardzo świeże i intensywne, często z wyczuwalnymi nutami trawy lub młodej roślinności. W zależności od odmiany może mieć lekko słodki lub goryczkowy posmak. Słodkawe nuty są najsilniej wyczuwalne w odmianach ceremonialnych, podczas gdy wersje codzienne mają w sobie zwykle więcej gorzkich tonów.

Znaczenie dla konsumenta ma także konsystencja, która w przypadku matchy ma przyjemną, aksamitną formułę. Piękny jasnozielony kolor napoju dodaje mu ciekawych walorów wizualnych. Dzięki temu może być składnikiem nie tylko codziennych napojów, ale też efektownych barwnych koktajli.

Matcha znana jest ponadto z zawartości antyoksydantów w tym L-teaniny, a także

polifenoli. Ze względu na obecność kofeiny uznawana za napój wspierający koncentrację. Dlatego wielu konsumentów sięga po matchę w zastępstwie kawy.

Zielony trend na sklepowych półkach

Branża spożywcza oszalała na punkcie matchy. Początkowo napoje na bazie sproszkowanej zielonej herbaty podbiły menu kawiarni, restauracji i herbaciarni. W szybkim tempie stała się towarem poszukiwanym na sklepowych półkach. Branża błyskawicznie zareagowała na tę potrzebę, wprowadzając na rynek całą masę produktów z matchą. Początkowo na dziale herbat zaczęły pojawiać się mieszanki do przygotowania napoju w domu, a w strefie napojów

Moda na matchę wyraża otwartość młodego pokolenia na inne kultury i nowe doświadczenia kulinarne. Nie bez znaczenia pozostaje też popularność azjatyckiej pop-kultury

coraz częściej można było znaleźć napoje inspirowane tradycyjną japońską herbatą. Dziś do wyboru jest już bardzo szeroki asortyment artykułów z matchą w wielu kategoriach, od wyrobów piekarniczych, po przekąski czy słodczyce. Dodatek proszku z zielonej herbaty zawierają np.: miody, czekolady, napoje owsiane, batony i wafle, ciasteczka, cukierki i pralinki, lody, a także liofilizowane owoce i migdały w czekoladzie z matchą.

Często pojawiające się w sklepach niewielkie formaty produktów ze sproszkowaną zieloną herbatą pozwalają konsumentom wygodnie testować spożywcze nowinki. A o tym, że fenomen matchy rośnie

w siłę, najlepiej świadczy fakt, że wiele popularnych marek z branży FMCG w ostatnim czasie zdecydowało się urozmaicić swoje portfolio nowym wariantem smaku. Matcha cieszy się też coraz większym zainteresowaniem w kontekście segmentu drogerijnego, gdzie znajduje zastosowanie jako składnik formuł produktów kosmetycznych i pielęgnacyjnych.

Czy zabraknie nam matchy?

Boom na matchę wywołał tak duży popyt, że pojawiło się pytanie, czy ilość aktualnych upraw herbaty używanej do jej produkcji wystarczy, by zaspokoić bieżące potrzeby rynku. Producenci starają się nadążyć za tymi wymaganiami, ale okazuje się, że zapasy matchy stale się zmniejszają i może dojść do sytuacji, że rynek będzie zmagał się z jej niedoborem. Wśród głównych utrudnień wymieniane są: pracochłonny, wieloletni proces uprawy herbaty odpowiadającej normom produkcji wysokiej



jakości matchy, ale także kryzys klimatyczny wraz z ekstremalnymi zjawiskami atmosferycznymi oraz problemy demograficzne na obszarach produkcji, przede wszystkim starzejąca się populacja rolników. Efektem takiego scenariusza może być wzrost cen matchy, trudniejsza jej dostępność, a co za tym idzie zmiana kategoryzacji produktu – z towaru powszechnego na luksusowy. ♦

Bakal

NOWOŚĆ



ODKRYJ KARNAWAŁOWE NOWOŚCI! NOWE OPAKOWANIA. TA SAMA JAKOŚĆ!