

Trendy w produkcji żywności

To się
uda!



Globalny rynek żywności przechodzi obecnie jedną z największych transformacji w historii. Pandemia koronawirusa oraz inflacja zmieniły nawyki konsumentów. Przyspieszające zmiany klimatyczne i kolejne informacje o wyczerpywaniu się zasobów naturalnych wymuszają zmiany w technologiach produkcji żywności, uprawach rolnych i hodowli bydła.

Konsumenci są coraz to bardziej świadomi. Chcą jeść prościej i zdrowiej. Zwracają uwagę na opakowania, sprawdzają skład i pochodzenie produktów. Wybierają marki odpowiedzialne społecznie.

Jakie kluczowe trendy dominują w produkcji żywności? Na co konkretnie zwracają uwagę konsumenci? Jak rozwinie się rynek rolnictwa i przemysłu spożywczego?

Zapraszamy do lektury raportu!

Wprowadzenie

Trendy w branży spożywczej



Jedna wspólna planeta

Marki powinny wzbudzać zaufanie, a oferowane przez nie produkty powinny być transparentne. Współczesny konsument chce mieć możliwość oceny wpływu firm i produktów na klimat.

Żywność roślinna

Produkty wegetariańskie i wegańskie zyskują na popularności. Kategoria ta jest również dobrym miejscem do poszukiwania innowacji i opracowywania kolejnych zamienników mięsa.

Technologia na wyciągnięcie ręki

Postęp technologiczny otwiera nowe możliwości w przemyśle spożywczym, ale również pozwala konsumentom kupować i odżywiać się bardziej odpowiedzialnie. Z pomocą przychodzą aplikacje mobilne, akcesoria smart home i gadżety osobiste, wyposażone w technologie z zakresu Internetu Rzeczy (IoT).

Nowe okazje

Pandemia koronawirusa i galopująca inflacja wpłynęły na zmianę nawyków żywieniowych. Popularne stały się zestawy restauracyjne do samodzielnego przygotowania w domu, jak i gotowe zestawy obiadowe, dostępne w wielu sklepach spożywczych.

Moja żywność – moja marka

Żywność to nie tylko produkty. To również marka, która się za nimi kryje. Konsumentci poszukują brandów zaangażowanych społecznie. Takich, które zgodne są z ich wartościami politycznymi, społecznymi i etycznymi.

Zdrowe jelita

Zaczęliśmy zdawać sobie sprawę, że to od nich zależy nasze samopoczucie i zdrowie całego organizmu. Na półkach pojawiają się kolejne produkty, które reklamowane są jako idealne źródło błonnika, probiotyków i prebiotyków.

Powrót do korzeni

To z kolei ukłon w stronę lokalnych producentów – z troski o rozwój regionu, w poszukiwaniu naturalnej żywności i z chęci ograniczenia śladu węglowego.

Głód nowych doświadczeń

Chętniej sięgamy po żywność, której wcześniej nie mieliśmy okazji próbować. Jesteśmy otwarci na nowe smaki oraz kuchnie świata.

Upcykling

Zgodnie z nurtem zero waste w naszych kuchniach coraz częściej zaczynają pojawiać się produkty, które dotychczas trafiały do kosza. Dla przykładu – z obierek ziemniaczanych przygotowujemy chrupiące chipsy, a z liści kalafiora koktajl zero waste.

Źródło: Innova Market Insights





Dynamiczny rozwój rynku dań gotowych

Pandemia koronawirusa, coraz szybsze tempo życia i większa mobilność społeczna sprzyjają rozwojowi kategorii dań gotowych. Według prognoz PMR wartość rynku będzie rosła o 7,0 procent rocznie.

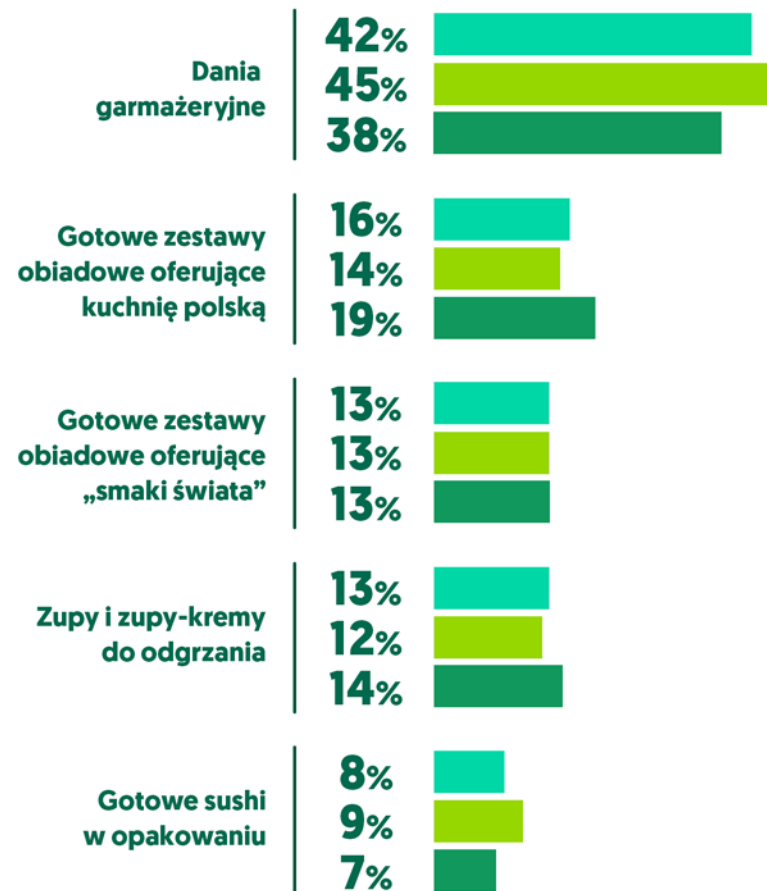
Najczęściej kupowaną kategorią dań gotowych są wyroby garmażeryjne (pierogi, krokiety, naleśniki). Jednak obecnie – głównie w sklepach typu convenience i dyskontach – znajdziemy całe moduły, zlokalizowane zazwyczaj na początku alejek lub zaraz przy wejściu na salę sprzedaży, które są dedykowane daniom ready-to-eat oraz ready-to-cook.

Na popularności zyskują gotowe dania obiadowe, czyli potrawy znane z kuchni polskiej oraz kuchni świata („smaki świata”) – przede wszystkim inspirowane orientalnymi smakami. 52 procent badanych deklaruje jednak, że kupując dania gotowe woli tradycyjną kuchnię domową niż typowe fast-foody. Konsumenci sięgają również często po zupy i zupy-kremy, kanapki oraz gotowe sushi w opakowaniach.

Dania gotowe sprzedają się relatywnie dobrze przez cały rok, jednak piki widoczne są w okresach świątecznych oraz w trakcie wakacji.

Zakup wybranych dań gotowych

ogółem kobieta mężczyzna



Źródło: Raport PRM „Handel produktami food-to-go w Polsce 2022. Analiza rynku i prognozy rozwoju na lata 2022-2027”

EFL to leasing+ suma korzyści

- Wybrana promocja na start
- Elastyczne raty
- Eksperckie doradztwo na zawsze

**To się
uda!**

Materiał informacyjny jest kierowany wyłącznie do osób i podmiotów prowadzących działalność gospodarczą. Ma charakter informacyjny i nie stanowi oferty w rozumieniu art. 66. k.c. Udział w promocji uzależniony jest od spełnienia przez leasingobiorcę jej warunków oraz zaakceptowania jej regulaminu. Bezpłatna rejestracja – promocja zakłada pokrycie przez EFL kosztu rejestracji samochodów osobowych i dostawczych do 3,5 t oraz samochodów ciężarowych (tylko pojazdy podlegające rejestracji). Szczegóły w regulaminie promocji. Darmowa wycena sprzętu – promocja zakłada pokrycie przez EFL kosztu wyceny zewnętrznej dla używanych samochodów osobowych i dostawczych do 3,5 t, używanych samochodów ciężarowych oraz używanych maszyn i urządzeń. Maksymalna wartość ofertowa finansowanego przedmiotu wynosi 500 000 zł brutto. Szczegóły w regulaminie promocji. Brak opłaty ryczałtowej – promocja zakłada odstąpienie od naliczania opłaty ryczałtowej za obsługę umowy przez cały okres obowiązywania umowy, w przypadku umów na maszyny i urządzenia, a także nowoczesną technikę biurową. Szczegóły w regulaminie promocji. Bądź eko – promocja zakłada preferencyjną Tabele Opłat dla umów najmu za 1 gr miesięcznie, w przypadku elektrycznych samochodów osobowych i dostawczych do 3,5 t. Maksymalna wartość ofertowa finansowanego przedmiotu wynosi 300 000 zł brutto. Szczegóły w regulaminie promocji. Promocje obowiązują do 31.12.2022 roku. Promocje nie łączą się ze sobą.



Polacy przechodzą na żywność wege

Z roku na rok coraz większa liczba konsumentów bardziej świadomie wybiera produkty spożywcze – przede wszystkim w trosce o planetę i ze względów zdrowotnych. W badaniu „Polacy o kuchni wegańskiej 2022” przeprowadzonym na zlecenie pyszne.pl niemal 70 procent respondentów zgodziło się ze stwierdzeniem, że ograniczenie ilości spożywanych produktów odzwierzęcych może mieć pozytywny wpływ na nasze samopoczucie i stan zdrowia. Taki sposób odżywiania jest również odbierany jako odpowiedzialny i nowoczesny.

Dodatkowo dane zgromadzone przez Nielsen dane z 2021 roku wskazują na wzrost rynku produktów roślinnych aż o 29,5 procent. Tendencję wzrostową zanotowano przede wszystkim w czterech głównych kategoriach: napoje roślinne, wegetariańskie dania gotowe z lodówki, roślinne odpowiedniki jogurtów, wegetariańskie pasty kanapkowe z lodówki.

Sprzedaż wegańskich alternatyw dla nabiału wzrosła o 50 procent względem ubiegłego roku – w Polsce największą popularnością cieszą się zamienniki mleka (napoje sojowe, kokosowe, owsiane, migdałowe). W przypadku wegetariańskich odpowiedników mięsa odnotowano wzrost aż o 179 procent.

To istotny sygnał dla wszystkich producentów żywności, właścicieli sklepów i lokali gastronomicznych. Wprowadzenie produktów wege do oferty wydaje się być w dzisiejszych czasach jednym z obowiązkowych elementów strategii sprzedażowej.



Już 2/3 Polek i Polaków sięga po dania roślinne regularnie – co najmniej raz w miesiącu.

Źródło: Raport Polacy o kuchni wegańskiej 2022, Pyszne.pl








Rolnictwo zrównoważone

W nowoczesnych gospodarstwach, którym przyświeca koncepcja rolnictwa zrównoważonego, podejmuje się liczne działania, które mogą ograniczyć destrukcyjny wpływ rolnictwa na środowisko. W bardziej efektywny i przyjazny dla natury sposób wykorzystuje się glebę, wodę, energię i maszyny. W przemyślny sposób korzysta się z precyzyjnie dawkowanych nawozów i bezpiecznych środków ochrony roślin. Podkreśla się również znaczenie budowania relacji ze społecznością lokalną i zaangażowania w jej potrzeby.

Nowe technologie, chociażby te, które wykorzystują rozwiązania z zakresu technologii rolniczych 4.0, mogą przełożyć się na zwiększenie produktywności roślin, poprawę dobrostanu zwierząt oraz lepsze zarządzanie ryzykiem. W efekcie – na zwiększenie rentowności i konkurencyjności gospodarstw rolnych.

Korzyści:

-  **zwiększenie bezpieczeństwa żywności,**
-  **obniżenie emisji gazów cieplarnianych,**
-  **obniżenie zużycia energii ze źródeł nieodnawialnych,**
-  **oszczędności wynikające z optymalizacji wykorzystania zasobów, odpowiedniego planowania i efektywnego zarządzania,**
-  **zwiększenie atrakcyjności regionu i możliwość rozwoju turystyki.**



ROLNICTWO
KONWENCJONALNE

ROLNICTWO
ZRÓWNOWAŻONE



ROLNICTWO
EKOLOGICZNE

Rolnictwo ekologiczne

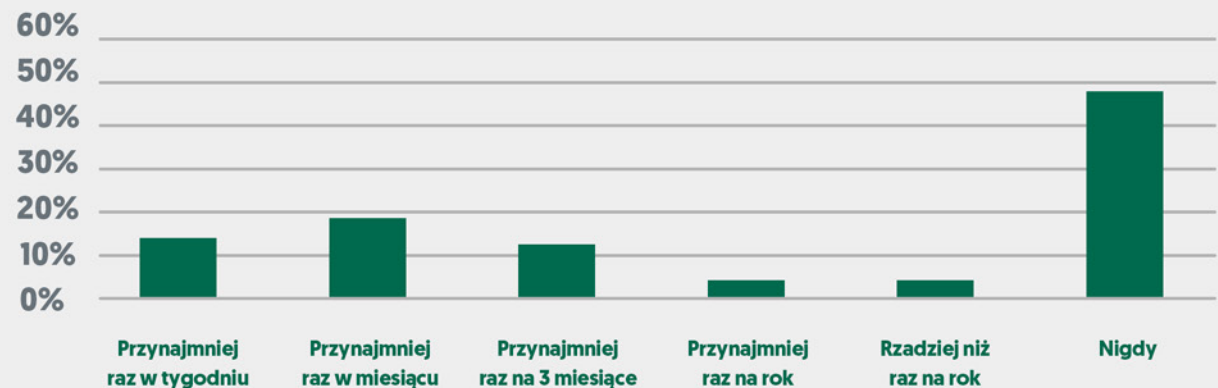
Unia Europejska chce, aby w 2030 roku aż 25 procent powierzchni rolnej było przeznaczony pod produkcję ekologiczną. Obecnie odsetek ten wynosi nieco ponad 8 procent, a w samej Polsce – 3,5 procent.

W 2020 roku istniało w Polsce ponad 20,2 tysięcy gospodarstw ekologicznych – wynika z danych Inspekcji Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych. Z kolei do 509 tysięcy hektarów wzrosła powierzchnia użytków rolnych, na których stosowano wyłącznie ekologiczne metody produkcji, których celem jest produkcja żywności przy zastosowaniu jak najbardziej naturalnych substancji i procesów.

Polscy konsumenci doceniają żywność ekologiczną. Opisują ją jako: zdrową, bezpieczną, wysokiej jakości, budzącą zaufanie, o dużej wartości odżywczej, dobrą dla środowiska naturalnego.

Ponad 32 procent konsumentów deklaruje, że kupuje żywność ekologiczną regularnie – przynajmniej raz w miesiącu. Kolejnych 20 procent sięga po tego typu produkty okazjonalnie.

Deklarowana częstotliwość zakupu żywności ekologicznej



Źródło: Raport Koalicji na rzecz Rozwoju Rynku Żywności BIO i NielsenIQ „Żywność ekologiczna w Polsce 2021”



Przemysł 4.0 w branży spożywczej

Nowoczesne urządzenia bazujące na sztucznej inteligencji czy machine learning pozwalają w pełni kontrolować produkcję. Ich wykorzystanie przekłada się nie tylko na aspekty ekonomiczne, ale również społeczne i środowiskowe. Automatyzacja jest obecna we wszystkich sektorach przemysłu. W branży spożywczej jej poziom jest już wysoki i od kilku lat rośnie szybciej niż średnia dla całego rynku.

Technologie Przemysłu 4.0 gwarantują pełną identyfikowalność każdego etapu produkcji i łańcucha dostaw, umożliwiają zmniejszenie odpadów i częstotliwości przestojów. Wśród sensorów wizyjnych warto wyróżnić optoelektroniczne czujniki 3D, które wykorzystuje się na przykład do rejestrowania objętości, odległości lub poziomu napełnienia zbiorników. Na rynku dostępne są nawet urządzenia, które wykrywają obecność bakterii i sprawdzają obecność pestycydów w produktach – gwarantując tym samym bezpieczeństwo i lepszą jakość żywności.

Zgodnie z najnowszym raportem Międzynarodowej Federacji Robotyki, w branży spożywczej widoczny jest również duży wzrost inwestycji w automatyzację procesów i roboty. W najbliższych latach to właśnie sektor spożywczy ma szansę stać się ważnym motorem napędowym rozwoju robotyzacji w Polsce.

Źródło: Raport World Robotics 2021, International Federation of Robotics

Teledycyna i aplikacje zdrowotne

Nie wszystkie trendy żywieniowe dotyczą bezpośrednio produkcji. Warto również zwrócić uwagę na zwiększone zainteresowanie telemedycyną i aplikacjami zdrowotnymi, które pozwalają nam podtrzymywać zdrowie fizyczne i psychiczne w odpowiedniej formie. Powszechne stało się również korzystanie z aplikacji dietetycznych, które ułatwiają odpowiednie ułożenie jadłospisu, kontrolowanie spożywanych kalorii i znalezienie pokarmów bogatych w konkretne składniki i mikroelementy.

Kamery, czujniki biometryczne i różnego rodzaju chipy, które znajdują się w większości produkowanych obecnie smartfonów umożliwiają tworzenie coraz to bardziej zaawansowanych aplikacji, które w sposób szczegółowy oceniają stan zdrowotny konsumenta.

W raporcie „Jak cyfrowi pacjenci dbają o swoje zdrowie” eksperci z Deloitte wyróżnili pacjenta phygitalowego – pacjenta przyszłości, który łączy fizyczne oraz cyfrowe aspekty dbania o zdrowie i regularnie korzysta przynajmniej z pięciu zdrowotnych aplikacji mobilnych. W Polsce grupa ta stanowi obecnie 17 procent społeczeństwa.

Do 2025 wartość globalnego rynku zdrowia cyfrowego ma przekroczyć 504,4 miliarda dolarów.

Źródło: Opracowanie Projected global digital health market size from 2019 to 2025. Statista Research Department

