Warszawa, 30 czerwca 2020 r.

**Konsument chce się lepiej odżywiać bez zmiany nawyków**

**Prozdrowotne trendy konsumenckie wpływają na decyzje zakupowe, jednak nie bezpośrednio – badania[[1]](#footnote-2) pokazują, że kupujący chcą się lepiej odżywiać, jednak bez diametralnych zmian nawyków żywieniowych. Najchętniej wybierają więc te produkty, które im smakują, a które jednocześnie są bogate w składniki odżywcze – w ten sposób konsumenci mają poczucie, że dbają o swoje zdrowie.**

54% badanych[[2]](#footnote-3) potwierdza, że w pierwszej kolejności poszukuje produktów o prozdrowotnych właściwościach, co jest dobrą informacją dla producentów i przetwórców z branży owocowo-warzywnej. Jak wyjaśnia **Barbara Groele, Sekretarz Generalny Stowarzyszenia Krajowa Unia Producentów Soków (KUPS)**, wyróżnianie prozdrowotnych właściwości produktów na opakowaniu jest ważne, gdyż badania[[3]](#footnote-4) pokazują, że 78% decyzji zakupowych dokonywanych jest w punkcie sprzedaży, przed sklepową półką: *Warto zwracać uwagę konsumentów na składniki odżywcze zawarte w produkcie i jego naturalne pochodzenie. W branży przetwórstwa owocowo-warzywnego jest to bardzo proste, biorąc pod uwagę fakt, że owoce i warzywa, zdaniem ekspertów ds. żywienia, powinny być podstawą zbilansowanej diety. Połączenie produktu, który mamy w ofercie, z tymi zaleceniami, daje nam możliwość lepszego dotarcia do kupujących. Na tym też opieramy komunikację, którą prowadzimy w ramach programu System Jakości Certyfikowany Produkt (CP). To dodatkowe wsparcie dla producentów i przetwórców, którzy przystąpili do Systemu.*

**Certyfikat dedykowany produktom owocowo-warzywnym**

System Jakości Certyfikowany Produkt (CP) to inicjatywa, która oparta jest na prozdrowotnych trendach konsumenckich i potrzebach przetwórców i producentów, którzy chcą podkreślać wartość odżywczą swoich produktów, tym samym potencjalnie zwiększając zainteresowanie nimi. Znakiem Certyfikowany Produkt (CP) może bowiem zostać oznaczony tylko ten wyrób z owoców i warzyw, który nie zawiera żadnych konserwantów, sztucznych barwników i aromatów czy cukrów dodanych i słodzików, a którego skład i wartość odżywcza zostały potwierdzone badaniami. Wymagania konsumentów, dotyczące naturalnego składu produktów i ich bogatej matrycy odżywczej, zauważa **Waldemar Gawłowski, Pełnomocnik Zarządu KGH Polska Sp. z o.o. –** firmy, która uzyskała znak Certyfikowany Produkt (CP) dla wybranych produktów serii GREAT: *Nie jest tajemnicą, że konsumenci kładą coraz większy nacisk na jakość produktów. Dotyczy to nie tylko stosowania konserwantów, słodzików i innych sztucznych dodatków, ale także wysokiej wartości odżywczej – chcemy jeść coraz lepiej, zdrowiej, z korzyścią dla naszego organizmu. Nawet osoby, których nawyki żywieniowe nie są najlepsze, od czasu do czasu sięgają po sok czy smoothie, żeby mieć poczucie, że dbają o siebie i swoje zdrowie.* Zainteresowanie naturalnymi produktami sprawia, że konsumenci chętniej po nie sięgają, szukając jednak jednocześnie dodatkowego potwierdzenia ich składu – 81% badanych zwraca uwagę, czy produkt posiada certyfikat potwierdzający jego jakość.[[4]](#footnote-5)

**Oświadczenia żywieniowe i zdrowotne**

Sposobem na podkreślenie składników odżywczych zawartych w produkcie i poinformowanie o ich wpływie na organizm są oświadczenia żywieniowe i zdrowotne. Są one jednak ściśle regulowane przepisami, których złożoność i liczne restrykcje mogą nastręczać trudności w ich zastosowaniu. Z tego też powodu System Jakości Certyfikowany Produkt (CP) obejmuje także oświadczenia żywieniowe i zdrowotne, a Stowarzyszenie KUPS oferuje producentom i przetwórcom wsparcie w ich zastosowaniu przy znaku CP**. Jacek Krystoforski, Dyrektor Handlowy Biurkom Flampol sp. z o.o.,** właściciela marki Oryginalny Sok – której produkty również zyskały oznaczenie Certyfikowany Produkt (CP), przyznaje, że oświadczenia są ważne w komunikacji z konsumentem: *Naturalne produkty z owoców i warzyw, pełne składników odżywczych, zasługują na to, żeby je wyróżniać. Konsumenci poszukują coraz częściej prostych i wygodnych rozwiązań, które pozwolą im dobrze się odżywiać, więc dotarcie do nich jest priorytetem dla przetwórców i producentów, którzy mogą zaspokoić ich potrzebę. Znak Certyfikowany Produkt (CP), przy którym zamieszczamy oświadczenia żywieniowe i zdrowotne, może w tym pomóc.*

**Więcej informacji o Systemie Jakości Certyfikowany Produkt (CP) znajduje się na** [**www.certyfikowanyprodukt.pl**](http://www.certyfikowanyprodukt.pl/produkty-owocowo-warzywne-a-zbilansowana-dieta/)

**KONTAKT DLA MEDIÓW:**

Joanna Maciejewicz, Account Executive

PR Hub Sp. z o. o.

e-mail: joanna.maciejewicz@prhub.eu

tel. +48 516 168 873

Barbara Groele

Stowarzyszenie Krajowa Unia Producentów Soków, Sekretarz Generalny

e-mail: b.groele@kups.org.pl

tel. 22 606 38 63

1. Thompson A., Moughan P. (2008), *Innovation in the Food Industry: Functional Foods*, “Innovation: Management, Policy & Practice”, No. 10, s. 61-73. [↑](#footnote-ref-2)
2. Dane z badania Promocja Certyfikacji Innowacyjnych Przetworów z Owoców i Warzyw, IQS Sp. z o. o., grudzień 2018, Badanie CAWI, matki dzieci w wieku 3-18 lat, N=248 [↑](#footnote-ref-3)
3. Dane z badań marketingowych, realizowanych na zlecenie i według metodologii in-Store Media przez firmę Nielsen metodą PAPI na próbie ok. 600 kwalifikowanych klientów w sklepach sieci Carrefour i Kaufland. [↑](#footnote-ref-4)
4. Dane z badania Promocja Certyfikacji Innowacyjnych Przetworów z Owoców i Warzyw, IQS Sp. z o. o., grudzień 2018, Badanie CAWI, matki dzieci w wieku 3-18 lat, N=248 [↑](#footnote-ref-5)