**Produkty pochodzenia roślinnego podbijają menu Polaków**

**Napoje na bazie roślin coraz bardziej popularne w małych i średnich miastach[[1]](#footnote-2)**

**W ostatnich trzech latach sprzedaż produktów roślinnych[[2]](#footnote-3) w Polsce wzrosła o 46,9%[[3]](#footnote-4), a tylko w ubiegłym roku sięgnęła po nie już niemal 1/3 gospodarstw domowych[[4]](#footnote-5). Konsumenci, poszukując korzyści dla zdrowia, ciekawego smaku i różnorodności, szczególnie chętnie wybierają napoje i roślinne alternatywy dla jogurtów. To tylko część oferty w kategorii roślinnej, która jest jedną z najszybciej rozwijających się na rynku spożywczym. Sprzyja temu rosnąca dostępność alternatyw dla produktów mlecznych.**

Wytworzenie każdej żywności, jaka trafia na nasze talerze, wymaga zużycia zasobów naturalnych. Odżywianie się wywiera zatem wpływ na środowisko. Co jednak kluczowe – w przypadku różnej żywności oddziaływanie to będzie różne. **Dlatego codzienne wybory żywieniowe mają fundamentalne znaczenie nie tylko dla zdrowia, ale również dla stanu planety.** Skala tego wpływu rośnie wraz ze wzrostem globalnej populacji, która w ubiegłym roku przekroczyła 8 miliardów ludzi, a prognozy mówią o 10 miliardach do roku 2060. Rozumiejąc te wyzwania, producenci żywności, jak np. Danone, stawiają na zrównoważony sposób wytwarzania i rozwój oferty roślinnej, która łączy korzyści dla zdrowia i planety.

– *Wiemy, że nie ma zdrowej żywności – a tym samym zdrowia – bez zdrowej planety. Chcemy pozytywnie wpływać na żywienie milionów Polaków, oferując wartościową żywność, która powstaje w poszanowaniu zasobów naturalnych. Dlatego systematycznie rozwijamy ofertę produktów roślinnych, będących ważnym elementem zbilansowanej diety. Jako lider rynku stale poszerzamy ofertę smacznych i wartościowych produktów roślinnych, a jednocześnie dbamy o to, by były one łatwo dostępne dla wszystkich konsumentów, co sprawi, że zmiana diety na bardziej roślinną będzie łatwiejsza* – mówi**Marek Sumiła, dyrektor zarządzający Danone i Żywiec Zdrój.**

**Nowe nawyki Polaków**

W ciągu ostatnich 5 lat odsetek gospodarstw domowych w Polsce, w których obecne były produkty roślinne, zwiększył się blisko trzykrotnie – w 2018 roku było to 11,5%, a w ostatnim roku już 31,7%[[5]](#footnote-6). Tylko w ciągu ostatniego roku po produkty z tej kategorii sięgnęło przeszło 400 tys. nowych gospodarstw w porównaniu z rokiem poprzednim[[6]](#footnote-7)! Rynek ten dynamicznie się rozwija, utrzymując dwucyfrowe wzrosty – zarówno w ujęciu wartościowym (+17,2% rok do roku), jak i ilościowym (14,7% rok do roku)[[7]](#footnote-8). Konsumenci najchętniej kupowali napoje i roślinne alternatywy dla jogurtów, które łącznie generowały ponad 90% sprzedaży. Najbardziej popularnymi wariantami są napoje owsiane i migdałowe, łącznie stanowiące prawie 70% sprzedaży[[8]](#footnote-9).

– *Dane rynkowe potwierdzają, że obecnie, już nie tylko mieszkańcy dużych miast sięgają po produkty roślinne. Bez wątpienia przyczynia się do tego wzrost świadomości w zakresie wpływu żywienia na zdrowie, ale także coraz większa dostępność produktów roślinnych. Nie trzeba być wegetarianinem czy weganinem, żeby wprowadzać je do swojej diety. To produkty dla każdego, kto poszukuje różnorodności. Warto podkreślić, że to także proste i łatwo dostępne rozwiązanie, pozwalające jeszcze bardziej zbilansować naszą dietę* – dodaje **Marek Sumiła.**

Ponad 40% nowych użytkowników kategorii roślinnej w Polsce to mieszkańcy małych i średnich miast (poniżej 200 tys. mieszkańców)[[9]](#footnote-10). Zaś często pierwszym produktem z kategorii, po jaki sięgają konsumenci – są napoje roślinne. Ich oferta rynkowa dynamicznie się rozwija, w czym wiodącą rolę odgrywa lider rynku – marka Alpro z portfolio DANONE. – *Stworzyliśmy szeroką ofertę produktów na bazie roślin, w tym napojów na bazie soi, kokosa, owsa, czy migdałów. Zapewniając tak dużą różnorodność, odpowiadamy na różne potrzeby żywieniowe. Dla przykładu – szklanka naszego napoju owsianego Oat Original zapewnia 38% dziennego zapotrzebowania na witaminę B2, B12 i D oraz wapń. 1 kubek roślinnej alternatywy do jogurtu, jaką jest Mango Skyr, to 60% dziennego zapotrzebowania na witaminę B2, B12 i D oraz wapń* – tłumaczy **Marek Sumiła.**

**Dla zdrowia i planety**

Produkty roślinne to nie tylko idealny dodatek do kawy, owsianek, smoothie, naleśników czy innych potraw, ale także ważny element diety planetarnej, zakładającej zmniejszenie o połowę spożycia czerwonego mięsa i cukru oraz podwojenie spożycia owoców, warzyw i nasion roślin strączkowych. Rozwiązanie to zostało opracowane przez zespół 37 naukowców (wchodzących w skład The EAT-Lancet Commission on Food, Planet, Health) i łączy smak oraz przyjemność jedzenia z korzyściami dla zdrowia i troską o stan planety. Dieta ta jest zalecana również przez ekspertów zainicjowanego przez DANONE Interdyscyplinarnego Centrum Analiz i Współpracy „Żywność dla Przyszłości”. Jak przekonują w raporcie „Talerz przyszłości”, stosowanie jejmoże zapobiec nawet 11,6 miliona przedwczesnych zgonów na świecie, gdyż zmniejsza ryzyko chorób – w tym dietozależnych[[10]](#footnote-11).

**O grupie spółek DANONE:**

DANONE to światowy lider na rynku żywności, któremu we wszystkich działaniach przyświeca dbanie o zdrowie. W Polsce DANONE działa w 3 obszarach istotnych dla prawidłowego żywienia: produkty mleczne oraz pochodzenia roślinnego (Danone), woda i napoje (Żywiec Zdrój), żywienie specjalistyczne, obejmujące żywność dla niemowląt i małych dzieci oraz żywność specjalnego przeznaczenia medycznego (Nutricia). Wszystkie spółki DANONE łączy podwójne zobowiązanie na rzecz zrównoważonego rozwoju gospodarczego i społecznego oraz misja niesienia zdrowia poprzez żywność tak wielu ludziom, jak to możliwe. Poprzez oferowane produkty oraz realizowane projekty i programy - w myśl wspólnej wizji One Planet. One Health - spółki DANONE zachęcają do podejmowania właściwych wyborów żywieniowych na co dzień, a także przyczyniają się do zdrowia kolejnych pokoleń i lepszego stanu naszej planety. W 10 lokalizacjach w kraju zatrudnienie znajduje ponad 3 000 osób, rozwijających się zawodowo w bezpiecznym i przyjaznym środowisku pracy.

**Dodatkowych informacji udziela:**

Katarzyna Owsianko, Starsza Kierownik ds. Komunikacji Zewnętrznej

Katarzyna.owsianko@danone.com, tel. 666 048 940

1. Źródło: GFK, Point of Entry, okres: kwiecień’22-marzec’23, napoje roślinne. [↑](#footnote-ref-2)
2. Dotyczy roślinnych alternatyw dla produktów mlecznych. [↑](#footnote-ref-3)
3. Danone za NielsenIQ - Panel Handlu Detalicznego, Cała Polska (Food), sprzedaż wolumenowa, okres W27 2020- W26 2023, kategoria: Produkty roślinne - napoje roślinne i roślinne alternatywy dla jogurtów, deserów i śmietan (klasyfikacja własna Klienta). [↑](#footnote-ref-4)
4. Panel Gospodarstw Domowych GFK; okres lipiec’22-czerwiec’23; produkty roślinne= napoje roślinne, roślinne alternatywy jogurtów i deserów. [↑](#footnote-ref-5)
5. Dotyczy okresu 12 miesięcy kończącego się na Q2'23, a nie tylko drugiego kwartału 2023, źródło: Panel Gospodarstw Domowych GFK; okres lipiec’22-czerwiec’23; produkty roślinne= napoje roślinne, roślinne alternatywy jogurtów i deserów. [↑](#footnote-ref-6)
6. Panel Gospodarstw Domowych GFK; okres lipiec’22-czerwiec’23; produkty roślinne= napoje roślinne, roślinne alternatywy jogurtów i deserów. [↑](#footnote-ref-7)
7. Danone za NielsenIQ - Panel Handlu Detalicznego, Cała Polska (Food), okres MAT W26 2023, kategoria: Produkty roślinne - napoje roślinne i roślinne alternatywy dla jogurtów, deserów i śmietan (klasyfikacja własna Klienta). [↑](#footnote-ref-8)
8. Danone za NielsenIQ - Panel Handlu Detalicznego, Cała Polska (Food), okres MAT W26 2023, kategoria: napoje roślinne (klasyfikacja własna Klienta). [↑](#footnote-ref-9)
9. GFK, Point of Entry, okres: kwiecień’22-marzec’23, napoje roślinne. [↑](#footnote-ref-10)
10. Willett, W. i in., Food in the Anthropocene: the EAT-Lancet Commission on healthy diets from sustainable food systems, „Lancet” 2019, Vol. 393, s. 447–492, DOI: 10.1016/S0140-6736(18)31788-4. [↑](#footnote-ref-11)