

HANDEL

# Polskie firmy też już robią mięso i ser z roślin

Moda na niejedzenie mięsa powoduje, że nawet tacy producenci wędlin czy nabiału, jak Sokołów lub Łowicz, wprowadzają do oferty również produkty w wersji roślinnej. To dopiero początek tego trendu.

PIOTR MAZURKIEWICZ

Globalny rynek produktów dla wegań ma być już wart ponad 25 mld dol. Wyroby nie mogą zawierać żadnych składników pochodzenia zwierzęcego, więc w grę nie wchodzi nawet np. miód. Rozszerzając ofertę o mniej restrykcyjne, ale bezmięsne dania czy produkty, mamy już ogromny rynek, który rozwija się na całym świecie w bardzo szybkim tempie. To nie tylko roślinne mleka, sery, ale także bezmięsne kielbasy, kotlety czy burgery.

## Bez mięsa i sera

Ich ogromna popularność zaczęła się w USA, a teraz także w Polsce coraz więcej firm chce na nowej modzie skorzystać. Według szacunków kilka procent Polaków nie jada już mięsa, ale z badania IQS wynika, że 43 proc. nie rezygnując z niego całkowicie, mocno ogranicza spożycie. Dlatego rynek w mienników roślinnych dla mięsa czy nabiału ma ogromne perspektywy.

- Polscy producenci tworzą także produkty dla Ikea i stacji Orlen, które już od jakiegoś czasu mają w swojej ofercie wegańskie hot dogi, a w tym roku dołączył do nich też Lotos - mówi Karolina Kosno, rzeczniczka organizacji ProVeg Polska.

- Sieci handlowe wprowadzają także marki własne mięsnych alternatyw, np. od niedawna są dostępne kielbaski sojowe w Biedronce. Roślinne paszety oferuje także Peko pod marką Dziarskie Jarskie i ZM Olewnik, a Silesia poza pasztetami wprowadziła także kielbaski i plasty przypominające wędliny pod marką BeVege - dodaje.

ProVeg podkreśla także znaczenie firmy Polsoja, która tworzy tofu na polski rynek od przeszło 20 lat, a od kilku także parówki, kielbaski i wędliny.

Producenci wędlin i mięsa nie mogą tego nie zauważyć. - Fleksitarianizm, czyli wzbogacanie swojej diety o produkty roślinne, jest coraz popularniejszym trendem w Polsce. Świadczy o tym liczba otwieranych w ostatnim cza-

Nasylenie restauracjami wegańskimi (liczba mieszkańców na lokal), w tys.



Bielsko-Biała	24,6
Ełbląg	24,2
Gdańsk	22,1
Rzeszów	20,9
Gdynia	20,6
Katowice	16,6
Warszawa	14,7
Kraków	12,8
Wrocław	12,0
Poznań	10,6

**120 mln zł** rocznie przekracza już wartość polskiego rynku roślinnego mleka

się restauracji czy barów serwujących menu roślinne, ale przede wszystkim widać to na półkach sklepowych. Często urozmaicenie diety jest związane z potrzebami dietetycznymi - mówi Marcin Balanda, rzecznik grupy Sokołów. Firma wprowadziła li-

## PISALIŚMY O TYM:

Wegańskie burgery będą dostępne już nie tylko w restauracjach, ale coraz częściej również w sklepach - BeZmięsne kotlety w natarciu\* 13 maja 2019 r.

[rp.pl/ekonomia](http://rp.pl/ekonomia)

nie Z Gruntu Dobre - to bezmięsne pasty, paszety, humusy oraz dania gotowe. - Są produktami z tzw. czystą etykietą i zawierają wyłącznie naturalne dodatki. W ich składzie nie ma konserwantów ani żadnych substancji dodatkowych. Zależało nam na stworzeniu asortymentów o uniwersalnym zastosowaniu w kuchni. Dziś w wielu rodzinach są osoby o zróżnicowanych potrzebach, np. jedzące mięso i na diecie roślinnej - dodaje.

Furorę robi też marka Dobra Kaloria, pod nią w marcu ruszyła produkcja burgerów i klopsów roślinnych. - Od tego momentu stale poszerzamy

grono odbiorców oraz zwiększamy moce produkcyjne, więc z naszej perspektywy widać, że zapotrzebowanie na tego typu produkty jest duże - mówi Karolina Kubała, brand manager w firmie Kubała, znanej np. z marki Dobra Kaloria. - Rynek roślinnych zamienników mięsa w Polsce to nadal nisza w porównaniu z produktami mięsnymi, ale jest to nisza która bardzo dynamicznie się rozwija. W tym roku na rynku pojawiło się zdecydowanie więcej nowości w tym segmencie niż w roku ubiegłym, zarówno za sprawą rodzimych producentów, jak i importerów, którzy wprowadzają na nasz rynek zagraniczne marki.

## Weganie w natarciu

- Producenci nabiału także dysponują tymi danymi i mogą dostrzec w nich szansę na wyrównanie strat, wynikających ze spadającej sprzedaży mleka, w produktach roślinnych. Pierwszą dużą marką był OSM Łowicz, który w tym roku dzięki współpracy z nami wprowadził wegańskie plasty i smarowidła pod nazwą Bez Deka Mleka - mówi Karolina Kosno. - Cała linia została pozytywnie przyjęta przez konsumentów i OSM

Łowicz zapowiedział oficjalnie plany rozszerzania tej marki o kolejne produkty. Roślinne plasty oferuje także Polsoja, pozostałe marki, takie jakie Violife, są sprowadzane zza granicy.

Rozwija się także segment wegański. - Wraz z zapotrzebowaniem pojawiają się na naszym rynku świetni producenci tych zamienników. Nie są to duże firmy, ale swoje produkty wytwarzają nie tylko z przekonania, ale i ogromnej pasji. Ten trend widać nie tylko w specjalistycznych wege sklepach, ale również w ofercie sklepów wysoko obrotowych - mówi Monika Ryłska, właścicielka sklepu Vegepack.pl.

- Z oferty roślinnych zamienników bardzo często korzystają osoby chcące spróbować czegoś nowego czy osoby z różnymi nietolerancjami pokarmowymi. Ogrom blogów kulinarnych podsyła nam świetne przepisy.

Tylko w Warszawie działa już ok. 50 wegańskich restauracji, co daje stolicy siódme na świecie i trzecie w Europie miasto wśród przyjaznych weganom lokalizacji świata w rankingu HappyCow. // @

[@](mailto:mazurkiewicz@rp.pl) masz pytanie, wyślij e-mail do autora

[p.mazurkiewicz@rp.pl](mailto:mazurkiewicz@rp.pl)

NOWE TRENDY

## Można zmylić mięsożercę

Roślinne zamienniki nie ustępują wartościami odżywczymi, ale i smakiem swoim standardowym odpowiednikom. Dlatego tak wielki sukces odniosły choćby amerykańskie firmy Beyond Meat czy Impossible Foods, których produkty sprzedają już fast foody i sklepy. Także nad Wisłą, gdzie jest duża otwartość na takie nowinki. - W Polsce postrzeganie białka roślinnego jako substytutu białek zwierzęcych mających podobne właściwości odżywcze jest relatywnie wysokie. Według danych (2018) firmy Mintel w Polsce ze stwierdzeniem, że „białko roślinne są tak samo pożywe jak białko zwierzęce”, zgadza się 59 proc. respondentów, we Francji odsetek ten wyniósł 52 proc., w Niemczech 53 proc. a w Hiszpanii 62 proc. - mówi Paweł Wyrzykowski, analityk w Banku BNP Paribas. ■

wsp. gbc

OPINIA DLA „RZ”

## PATRYCJA HOMA

dyrektor ProVeg Polska

Coraz więcej osób

przechodzi na dietę roślinną.

Wpływ na to ma m.in. chęć

wspierania ochrony

zwierząt, przeciwdziałanie

zmianom klimatycznym,

problemy zdrowotne.

W znaczący sposób

przekłada się to na rynek

alternatyw roślinnych, który

niezwykle szybko się rozwija

i zaczyna być wyraźnie

widoczny także w Polsce.

W rezultacie producenci

poszukują zamienników

białka odzwierzęcego

oferujących funkcjonalne,

zrównoważone i odżywcze

właściwości. Zwiększenie

popytu przy jednoczesnej

rosnącej presji ze strony

konsumentów przyczyniło się

do dużego wzrostu rynku. // @



PHOT. PRAKSEL