

Kategoria produktów śniadaniowych nie stoi w miejscu

data aktualizacji: 2019.10.20



Polacy od lat najchętniej na śniadanie spożywają kanapki, zwykle te klasyczne: bułki lub chleb z dodatkami. Nie oznacza to jednak, że kategoria stoi w miejscu. Na rynku pojawia się wiele nowości i innowacji.

Z najnowszego badania Skilltelligence dla „Wiadomości Handlowych” wynika, że w dni robocze ponad połowa Polaków je śniadania między godziną 6 a 8 rano, a co czwarty ankietowany w przedziale 8-10. Tylko 6 proc. respondentów po pierwszy posiłek sięga przed godziną 6, natomiast 14 proc. je go dopiero po 10. Jak łatwo się domyślić, w weekendy Polacy jedzą śniadania później niż na co dzień.

Pierwszy głód

W porze śniadaniowej na naszych stołach tradycyjnie rządzi pieczywo, najczęściej z wędliną lub różnymi rodzajami sera, oraz oczywiście margaryną lub masłem. Jeśli chodzi o to ostatnie, konsumenci coraz chętniej eksperymentują, czego przykładem jest chociażby rosnące zainteresowanie solonymi wariantami masła. - Obserwujemy, że popularność lekko solonego Masła Président Ekstra stale się zwiększa. To produkt sporządzony według oryginalnej, francuskiej receptury. Jak mawiają mistrzowie sztuki kulinarnej, bez masła trudno obyć się w kuchni -

komentuje Iwona Pater z firmy Lactalis Polska. - Sekret tego produktu tkwi w wyjątkowym śmietankowym smaku z subtelnym dodatkiem soli. Nasz produkt zadowoli nawet najbardziej wybredne podniebienia. Nie zawiera konserwantów i ma 80 proc. tłuszczu – dodaje.

Moc roślin

Rosnącym powodzeniem cieszą się również produkty funkcjonalne. W ten trend świetnie wpisuje się margaryna Śniadaniowa Odporność. – To jedyny tego typu produkt w kategorii. W czasie obniżonej odporności wzbogaca codzienną kanapkę witaminami A, B6, B12, C, D oraz składnikami mineralnymi takimi jak cynk i selen, które pomagają w prawidłowym funkcjonowaniu układu odpornościowego – wyjaśnia Aleksandra Szemik-Duda z Zakładów Tłuszczowych Bielmar. Wskazuje ona, że dobrze została przyjęta przez konsumentów. Są także inne nowości – Śniadaniowa Wege, której produkcja została poddana certyfikacji, dzięki której posiada europejski znak jakości V-Label VEGAN, oraz seria nawiązująca do kuchni z różnych stron świata: Słoneczna Smaki Włoch, Słoneczna Smaki Hiszpanii i Słoneczna Smaki Grecji.

Płatki w nowej odsłonie

Do produktów najchętniej wybieranych na poranny posiłek zaliczają się oczywiście również płatki śniadaniowe. – W ubiegłym roku wprowadziliśmy znakomicie przyjęte płatki śniadaniowe Nestlé Nesquik, Cini Minis i Lion z pysznym nadzieniem. Podbiły podniebienia i serca Polaków. To wspaniała alternatywa wobec tradycyjnych płatków i opcja na urozmaicenie śniadania – mówi Wojciech Sobieszak z Cereal Partners Poland Toruń-Pacific, firmy produkującej płatki śniadaniowe Nestlé. Podkreśla, że podstawowym składnikiem płatków śniadaniowych Nestlé jest pełne ziarno, a produkty pełnoziarniste są znakomitym źródłem błonnika, który – jak zalecają naukowe towarzystwa medyczne – powinien być spożywany codziennie w ilości 15-40g. – Błonnik działa korzystnie na układ trawienny. Spożywany podczas porannego posiłku zapobiega nagłym skokom poziomu cukru we krwi, obniżając ryzyko wystąpienia cukrzycy typu II. Naukowcy wskazują też, że błonnik redukuje ryzyko udarów mózgu – zaznacza ekspert.

Ulepszona oferta

W ostatnim czasie udoskonalona została również cała oferta Lubelli – obecnie wszystkie płatki tej marki produkowane są naturalnie, bez syropu glukozowego i bez oleju palmowego. – Nowa receptura płatków to wynik konsekwentnego podążania marki Lubella za oczekiwaniami konsumentów i dbałości o najwyższą jakość produktów. Co więcej, cyklicznie urozmaicamy ofertę nie tylko nowościami w stałej ofercie, ale także limitowanymi edycjami płatków zbożowych dla najmłodszych – komentuje Dorota Liszka z Grupy Maspex. – W naszej ofercie powodzeniem cieszą się także płatki rodzinne Lubella Corn Flakes dedykowane dla całej rodziny. Lubella jako jedyna marka oferuje konsumentom tak wyjątkowe warianty jak płatki Corn Flakes Pełne Ziarno, Corn Flakes Kakao i Miód czy nowe – Corn Flakes Cynamon – dodaje.

Smak najważniejszy

Przy wyborze produktów śniadaniowych Polacy w pierwszej kolejności kierują się smakiem produktu (tak wskazuje 37 proc. ankietowanych przez Skilltelligence), a dla co czwartego konsumenta kluczowa jest jakość. Istotnymi czynnikami są w tej kategorii także: cena, skład produktu i marka. 73 proc. badanych deklaruje, że śniadania je w domu, 25 proc. w pracy lub szkole, a tylko 2 proc. w innym miejscu, np. w drodze.