

Honorata Jarocka, Mintel: ludzie nie przestaną jeść mięsa. Nową mantrą będzie zasada mniej, ale lepiej

data aktualizacji: 2020.02.27



Honorata Jarocka, Senior food and drink analyst w agencji badawczej Mintel, która wzięła udział w debacie "Sektor mięsny stawia na ekologię, zdrowie i bezpieczeństwo" towarzyszącej Kongresowi Mięsnemu podkreśliła, że zdrowie jest bardzo istotnym elementem, który wpływa na decyzje zakupowe konsumentów. Dotyczy to całego koszyka spożywczego, również mięsa.

- Nasze dane konsumenckie wskazują, że ok. 40 proc. respondentów w Polsce ogranicza spożycie mięsa właśnie z uwagi na zdrowie. To oczywiście deklaracja, ale wyraźnie wskazuje na postawę konsumentów. Prawie połowa badanych wskazuje na pochodzenie mięsa, i chodzi tu głównie o kraj - mięso z Polski cieszy się ogromnym zaufaniem - choć pochodzenie to dla wielu osób także marka - zaznaczyła Jarocka.

Uzupełniła, że około 40 proc. respondentów mówi o tym, że jest dla nich ważny jest aspekt środowiskowy, mówiąc o ograniczaniu ilości spożywanego mięsa. Przy wyborze produktów konsumenci kierują się także dobrostanem zwierząt (ok. jedna trzecia). Blisko 80 proc. wykazuje

zainteresowanie rodzajami opakowań nadającymi się do recyklingu. Duże znaczenie mają certyfikaty organiczne, na które zwraca uwagę 20 proc. konsumentów.

Honorata Jarocka zaznaczyła, że Mintel, prognozując trendy, które będą aktualne w 2030 roku, uważa, że konsumenci nie zrezygnują z mięsa, ale nową mantrą będzie "mniej, ale lepiej". To jej zdaniem szansa dla producentów wyrobów mięsnych premium.

- Udział wariantów premium z kategorii mięsa i wędlin, wprowadzonych na rynek globalnie przez ostatnich pięć lat, sięga 8-9 proc. Europa odpowiada za największą liczbę wdrożeń takich produktów - stwierdziła ekspertka z Mintela. Dodała, że większość wyrobów mięsnych premium nawiązuje do trendu czystszej etykiety oraz dobrostanu zwierząt.

- Teraz zaczyna być ważne, by oferować produkty, które będą dobrym rozwiązaniem dla konsumentów o różnych potrzebach, np. osób, które nie jedzą mięsa. Głęboko wierzę w to, że uda się pogodzić biznes z tymi różnymi oczekiwaniami - podsumowała Honorata Jarocka. Zaznaczyła, że nawet ogromne koncerny inwestują w laboratoria, w których prowadzą prace nad alternatywami mięsa.



Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/honorata-jarocka-mintel-ludzie-nie-przestana-jesc-,61281>