

# Dobry czas dla rzemieślniczej, wegańskiej czekolady

Rynek czekolady jest niezwykle pasjonującą i szybko rozwijającą się gałęzią przemysłu spożywczego. Wyraźne tendencje wzrostowe wykazuje zarówno na całym świecie, jak i w Polsce. Okazuje się jednak, że pomimo wzrostu wartości rodzimego rynku czekolady wciąż można znaleźć na nim niezagospodarowane nisze.

Polski rynek czekolady znajduje się w zdecydowanej fazie wzrostowej, a jego wartość we wrześniu 2019 r. wyniosła blisko 7,2 mld zł<sup>1</sup>. Jak wynika z danych Głównego Urzędu Statystycznego oraz wycień serwisu portalspozywczy.pl, produkcja czekolady (łącznie z białą) w sierpniu 2020 roku była wyższa o 7,1% niż rok wcześniej i wyniosła 26,2 tys. t. Ponadto w ciągu ośmiu miesięcy 2020 roku produkcja czekolady wzrosła o 6,1% w stosunku do ubiegłego roku i wyniosła 191 tys. t<sup>2</sup>.

## Popyt na produkty wegańskie

Pierwszym obszarem wykazującym ogromny potencjał zarówno biznesowy, jak i etyczny jest czekolada wegańska. I znów warto odwołać się do liczb. Według raportu Roslinniejemy już około 1 mln dorosłych Polaków to wegetarianie i weganie, 43% przyznaje zaś, że nie rezygnując ze spożycia mięsa całkowicie, mocno je ogranicza. Ponadto, niemal 12% Polaków nie pije mleka ani nie je produktów mlecznych, a niemal tyle samo nie je jaj ani produktów jajecznych<sup>3</sup>. Ciekawe wnioski prezentuje w tej materii również sondaż CBOS sprzed 20 lat, zgodnie z którym w 2000 r. zaledwie 1% dorosłych Polaków deklarowało niejedzenie mięsa<sup>4</sup>. To w porównaniu z dzisiejszym milionem osób, dającym w przybliżeniu 3,2%, wskazuje na zdecydowaną tendencję wzrostową.

Pomimo coraz większej liczby osób przechodzących na dietę pozbawioną produktów odzwierzęcych oraz wyraźnego wzrostu wartości rynku słodczy wciąż brakuje na nim produktów wegańskich. Zaledwie 5% wszystkich nowych słodczy, które pojawiły się na rynku między 2015 a 2019 rokiem, stanowią produkty wegańskie. Zdecydowanie jest to nisza do zagospodarowania, którą my chcemy zapełnić, wprowadzając na rynek markę Las Vegans. Będzie to marka w całości skupiona na produkcji rzemieślniczej, ekologicznej czekolady wegańskiej – zarówno w kontekście surowców, jak i opakowania, w którym będzie sprzedawana. To kierunek, w jakim powinny podążać również inne przedsiębiorstwa z naszej branży.

## Polacy cenią ekologiczne rozwiązania

Kolejnym ważnym aspektem jest ekologia. Zgodnie z badaniem przeprowadzonym przez ASM – Centrum Badań i Analiz Rynku, 26,4% Polaków, podejmując decyzje zakupowe, bierze pod uwagę walor ekologiczny. To w porównaniu z wynikiem 22,2% w roku 2019 wskazuje na tendencję wzrostową<sup>5</sup>. Trendy dla naszej planety są obiecujące!

A zatem dziś czekolada nie tylko musi dobrze smakować, ale powinna również być odpowiednio zapakowana. Nasze doświadczenie na rynku pokazuje, że nie należy bać się ekologicznych rozwiązań w tym zakresie. W trosce o środowisko warto stawiać na produkty w opakowaniach wykonanych z ekologicznego tworzywa, a nawet iść o krok dalej – wybrać opakowania w pełni kompostowane w warunkach domowych. Okazuje się, że tradycyjne sreberko i folia mogą zostać zastąpione papierem. Firmy nie mogą ignorować tematu ekologii i tego, co dzieje się z naszą planetą.

## Zwracamy uwagę na jakość

Kolejną kwestią, która w sposób znaczący może wpływać na przyszłość rynku, jest popyt na produkty wysokiej jakości. Wyraźnie pokazują to badania przeprowadzone przez ASM – Centrum Badań i Analiz Rynku, zgodnie z którymi aż 81% Polaków, podejmując decyzję zakupową, kieruje się przede wszystkim jakością. Co ciekawe, podobne badania wykonane zaledwie kilka lat temu wyraźnie wskazywały cenę jako najważniejszy aspekt podczas zakupów. Trend odwrócił się w 2017 r. i do tego czasu zdążył się wyraźnie umocnić<sup>6</sup>.

O jakości produktu świadczy przede wszystkim jego skład. Ceniony jest oczywiście ten najprostszy i jednocześnie najkrótszy. W osiągnięciu tego celu w branży czekoladowej pomaga filozofia bean-to-bar, czyli wytwarzanie czekolady bezpośrednio z ziarna kakaowca aż do gotowej tabliczki. Bez półproduktów i ulepszczy, często wykorzystywanych w masowej produkcji. Mowa tu oczywiście m.in. o lecytynie sojowej, E476 (polirycynoleinian poliglicerolu), sztucznych barwnikach i aromatach. Ponadto, żeby osiągnąć odpowiedni smak i jakość czekolady, należy postawić na direct trade, czyli bezpośredni model współpracy z plantatorami. To on umożliwi wybór najlepszych ziaren do produkcji czekolady.

Podsumowując, niezwykle cieszy fakt, że Polacy coraz częściej decydują się na jakościowe i ekologiczne produkty, a z roku na rok jesteśmy bardziej świadomi tego, co kupujemy. To niezwykle budujące dla branży, a zwłaszcza naszej części, która zdecydowała się na produkcję prawdziwej i jakościowej czekolady.



Marcin Parzyszek – manager z 20-letnim doświadczeniem na rynku słodczy reklamowych i współwłaściciel Manufaktury Czekolady Chocolate Story, gdzie odpowiada za R&D i marketing produktowy w segmencie B2B.

Manufaktura Czekolady Sp. z o.o.  
Warszawa/ Łódź/ Łomianki  
www.manufakturaczekolady.pl  
www.czekoladowyarsztat.pl



<sup>1</sup> <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykul/7-2-mld-zl-w-czekoladzie-branza-w-przededniu-najwiekszych-zniw-analiza/1>

<sup>2</sup> <https://www.portalspozywczy.pl/slodycze-przekaski/wiadomosci/produkcja-czekolady-lekko-spadla-w-sierpniu-ale-po-8-miesiacach-2020-r-wzrosła,189756.html>

<sup>3</sup> <https://roslinnejemy.org/blog/prawie-40-mlodych-polakow-kupuje-roslinne-zamienniki-miesa>

<sup>4</sup> <https://www.ekologia.pl/styl-zycia/zdrowa-zywnosc/ilu-jest-w-polsce-vegetarian-coraz-wiecej,18703.html>

<sup>5</sup> <https://www.money.pl/gielda/teraz-polska-dla-74-konsumentow-kluczowa-w-zakupach-jest-jakosc-dla-69-cena-6426214337881729a.html>

<sup>6</sup> <https://kig.pl/wyniki-badan-fundacji-teraz-polska/>