Nowości w portfolio produktowym jako odpowiedź na potrzeby konsumentów

**Trendem, który w ostatnich latach jest wyraźnie zauważalny i za którym podąża z roku na rok coraz więcej konsumentów, jest świadome podejmowanie decyzji zakupowych, przy jednoczesnym zwracaniu szczególnej uwagi na skład produktów i walory zdrowotne dostępnego w sklepach asortymentu. Odpowiedzią na te oczekiwania oraz na wyzwania stawiane przed producentami branży FMCG, jest wprowadzenie przez część z nich do swojego portfolio produktów, powstających z najwyższej jakości naturalnych składników i według sprawdzonej, tradycyjnej receptury.**

## **Zmiany na talerzu**

## Dla polskich konsumentów pieczywo jest nieodłącznym elementem posiłków – przede wszystkim śniadań, które trudno wyobrazić sobie bez świeżych, chrupiących i aromatycznych bułek czy chleba. Ponad 80% Polaków, według niektórych badań, deklaruje spożywanie przynajmniej raz dziennie różnego rodzaju pieczywa, które pełni rolę wygodnego i szybkiego do przygotowania dania zaspokajającego głód. Pomimo tego, że pieczywo jest chlebem powszednim na polskich stołach, sprzedaż i konsumpcja wyrobów piekarniczych (głównie typu jasnego) – według wyników przedstawianych przez Główny Urząd Statystyczny – od trzech lat wyraźnie spada.

Jeszcze w 2019 roku Polak zjadał ponad 3 kilogramy pieczywa miesięcznie. Obecnie ta wartość sukcesywnie się zmniejsza. – Tym, co zdeterminowało zmiany w trendach konsumenckich w odniesieniu do pieczywa i jego ilości w codziennym jadłospisie, jest coraz większa świadomość w zakresie zdrowego odżywiania i dbania o swoje zdrowie, także nierzadko prowadząca do wyeliminowania z menu chleba i bułek, z powodu krążących na ich temat szkodliwych mitów i niesprawdzonych informacji. – zauważa Anna Sitkowska Marketing Manager z Vandemoortele. W jaki sposób firmy mogą reagować na zmieniające się trendy konsumentów i dostarczać im smaczne, a jednocześnie zdrowe produkty?

**Zdrowie jest w trendzie**

Moda na bycie “fit” sprawiła, że konsumenci sięgający po pieczywo dużo częściej zwracają uwagę na jego skład, sposób przygotowania i metody przechowywania. Firmy z dużą uwagą przypatrują się wszelkim zmianom w trendach oraz w stylu życia konsumentów, by móc reagować i odpowiadać na potrzeby, które zostały tak wyraźnie nakreślone w ostatnich latach. To właśnie ze względu na baczne obserwacje i potrzebę reagowania, część z nich uzupełnia dotychczasowe portfolio o produkty, które doskonale wpisują się w oczekiwania konsumentów i cechują się przy tym wysoką jakością oraz doskonałym smakiem.

Z jakich propozycji mogą więc korzystać konsumenci?– Do istniejących już produktów piekarniczych dodaliśmy nową kategorię: pieczywo rustykalne, w skład której wchodzi “pieczywo pełnoziarniste fit”, “pieczywo orkiszowe” oraz „pieczywo pełnoziarniste”. Wśród pieczywa pełnoziarnistego znajdują się bułki, paluchy oraz bagietki – przygotowywane według tradycyjnej receptury, pełne ziaren, składników odżywczych i błonnika, niezbędnych w codziennej, dobrze zbilansowanej diecie. *–* wylicza ekspert Vandemoortele. – W ofercie pieczywa orkiszowego i typu “fit” znajdują się wyroby produkowane na zakwasie bułki, paluchy i bagietki – pełne minerałów, kwasów Omega 3 i cennego dla organizmu błonnika*.* – dodaje.

Rozszerzając portfolio o kolejne produkty wpisujące się w najnowsze trendy, firmy chcą przybliżyć swoich konsumentów do tego, aby mogli dbać o swoje zdrowie i dobre samopoczucie, będąc jednocześnie jeszcze bliżej natury i tego, co natura nam oferuje w kontekście zdrowego żywienia.
Marki zaangażowane w tworzenie produktów o doskonałym smaku i wysokiej jakości, cieszą się dużym zaufaniem wśród konsumentów, kształtując ich smaczną rzeczywistość.