

110 kilogramów owoców i warzyw

STUDIUM PRZYPADKU

Justyna Starostka
Akademia Leona Koźmińskiego
jstarostka@kozminski.edu.pl

Bartłomiej Serafiński
TouchIdeas
b.serafinski@touch-ideas.com

Część A

„Przepraszam Pana, proszę zapiąć pasy, zbliżamy się do lądowania” – te słowa wyrwały Pawła Urbanka z zamyślenia. Samolot z Londynu powoli przygotowywał się do lądowania w Warszawie, a on wciąż nie mógł przestać myśleć o marce Innocent, którą zafascynował się podczas wizyty w Wielkiej Brytanii (załącznik numer 1). „Gdyby tylko móc stworzyć taką markę w Polsce... Nowoczesną, interesującą, o innowacyjnym charakterze” – zamyślił się Paweł. „Jednak, czy polscy konsumenci są już na to gotowi? Czy doceniają design i innowacje?” rozważał. Samolot już prawie lądował. „Tak! Najwyższy czas, żeby spróbować! – pomyślał. Zaraz po powrocie zabieram się za pracę i przedstawię w firmie mój pomysł. Musi się udać!”

Historia marki Urbanek

Firma „Bracia Urbanek” powstała w 1990 roku w Łowiczu. Założycielami jej byli Andrzej i Jacek Urbanek, a w 1998 roku do firmy dołączył najstarszy brat – Wojciech. W tworzeniu firmy udział miał również ojciec braci – Kazimierz Urbanek. Firma od samego początku bardzo szybko się rozwijała, sprzedając produkty głównie na rynku polskim. Co roku zwiększano produkcję: od ponad 300 tysięcy słoików w 1990 roku do 12 milionów w 1996 roku. W 2002 roku wyprodukowano ponad 14 mln sztuk różnych przetworów. Jednocześnie budowano kolejne magazyny i hale produkcyjne. Do 2002 roku inwestycje pochłonęły 13 mln złotych¹. Jak można przeczytać na stronie internetowej firmy:

„Realizując pomysł posiadania własnego, nowoczesnie zarządzanego przedsiębiorstwa, ojciec i synowie stworzyli firmę rodzinną, opartą wyłącznie na

¹ http://www.lowiczanie.info/wiki/index.php/Firma_Bracia_UrbaneK (03.06.2014).

polskim kapitale, funkcjonującą już od 1984 roku. Główną gamę produktów dostarczanych na rynek stanowią: ogórki konserwowe i kwaszone, pieczarki marynowane, chrzany i ćwikła z chrzanem, różnorodne sałatki warzywne: szwedzka, naddunajska, księżacka, z czerwonej kapusty, papryka konserwowa, przeciery: ogórkowy i szczawiowy, leczo: łagodne, pikantne i pieczarkowe, a także oliwki, buraczki, kompoty, powidła śliwkowe i jabłka prażone. Produkty pakowane są w zróżnicowane opakowania: słoje o pojemności od 180 ml do 2650 ml, woreczki foliowe oraz wiaderka.”²

Początkowo działająca na rynku krajowym, firma rozpoczęła działalność eksportową. Głównymi kierunkami okazały się Rosja, Izrael, Mongolia, USA i Niemcy, a w 2002 roku eksport stanowił już 22% całości produkcji. Szczególnie dobrą pozycję zajmują produkty firmy na rynku mongolskim. Na zaproszenie właścicieli zakład w Łowiczu gościli już ambasadorowie tego kraju oraz prezydent – Nacagijanima Bagabandi. Natomiast przed wysłaniem produktów do Izraela linia produkcyjna w zakładzie przez 4 dni była analizowana przez wykwalifikowanego rabina, którego zadaniem było stwierdzenie koszerności produktów³.

Produkty „Braci Urbanek” doczekały się wielu nagród na krajowych i zagranicznych targach. Najcenniejsze w kolekcji Złote Medale Międzynarodowych Targów Poznańskich Polagra Food otrzymały: w 2000 roku leczo pieczarkowo-pikantne, w 2001 roku powidła domowe - śliwkowe, w 2002 roku ogórki konserwowe, w 2003 roku sałatka szwedzka, w 2004 roku chrzan łowicki. W 2002 roku Firma Bracia Urbanek otrzymała tytuł Łowiczana Roku 2002⁴.

Wyzwanie

Pomimo tych niepodważalnych sukcesów i ustabilizowanej pozycji rynkowej marki Braci Urbanek, Paweł wiedział, że czas na odważne decyzje i wprowadzenie bardziej innowacyjnych produktów. Odświeżono logo, dokonano zmiany opakowań, by były bardziej nowoczesne (załącznik 2), Paweł wiedział jednak, że zmiana opakowania to dopiero pierwszy krok.

Rynek spożywczy i nawyki żywieniowe Polaków zmieniały się bardzo szybko, a mniej więcej połowa Polaków wprowadza do swojej diety pewne ograniczenia, aby odżywiać się zdrowiej. Portal stworzonedlzdrowia.pl podawał, że prawie ¼ dorosłych Polaków wybiera żywność organiczną i BIO, a ponad 50% z nas sprawdza informacje o składnikach odżywczych, zanim kupi jakiś produkt spożywczy (załącznik 3). Czytał dalej:

„Z roku na rok wzrasta świadomość konsumentów w zakresie produkcji żywności, składu kupowanych produktów, wpływu stopnia przetworzenia żywności na jej wpływ na zdrowie. Trendy w stylu wegetarianizm (weganizm), niejedzenie białego pieczywa, ogólnie: nacisk na zdrowy tryb życia, będą w ciągu najbliższych kilku lat wywierały ogromny wpływ na całokształt rynku żywności, a co za tym idzie – na produkcję żywności w Polsce.”⁵

Co było szczególnie obiecujące, ostatnie raporty wskazywały na rosnące spożycie świeżych ryb, owoców i warzyw. „Z ostatnich badań wynika, że przeciętny Polak konsumuje 110 kg warzyw i owoców rocznie”. Czy to dużo, czy mało? – zastawiał się Paweł. Czytał dalej:

² <http://urbanek.com.pl/wp-content/themes/twentytwelve/katalog/urbanek-katalog-2014.pdf>

³ http://www.lowicznanin.info/wiki/index.php/Firma_Bracia_Urbanek (03.06.2014).

⁴ http://www.lowicznanin.info/wiki/index.php/Firma_Bracia_Urbanek (03.06.2014).

⁵ <http://worldfood.pl/zwyczajne-zakupowe-i-zywieniowe-polakow/>

„Mamy coraz większą świadomość żywieniową. Jak wynika z badania, jeden na trzech Polaków podaje, że zjada zalecaną ilość owoców i warzyw. Okazuje się jednak, że produktów tych spożywamy znacznie mniej niż typowy Europejczyk, który zjada 250 kg owoców i warzyw rocznie. Szczególnie korzystnie wypadają pod tym względem Grecy, którzy spożywają ich średnio 400 kg.⁶”

„Czyli 110 kg to jednak mało!” – uśmiechnął się Paweł. Czytał dalej:

„Zdajemy sobie sprawę, jak ważnym obszarem dbałości o zdrowie jest sposób odżywiania. Jesteśmy przekonani (82%), że dla zachowania zdrowia konieczna jest zróżnicowana dieta, bogata w owoce i warzywa: 77% spośród nas deklaruje zatem dbałość o to, aby jeść dużo owoców i warzyw. W praktyce okazuje się jednak, że ich spożycie w Polsce jest na tle spożycia w całej Unii Europejskiej bardzo niskie, a Światowa Organizacja Zdrowia wskazuje to jako jeden z najważniejszych czynników ryzyka. Badania Eurostatu wykazują, że nawet wśród osób, które starają się dbać o obfitość owoców i warzyw w diecie, nie wszyscy sięgają po owoce choćby raz dziennie – robi to tylko 62% Polaków. Nie wystarczy zatem wiedzieć, co służy zdrowiu. Warto jeszcze świadomym, krytycznym okiem objąć własne zachowania i wybory jakich dokonujemy na co dzień”⁷

Pawła nie zdziwiła informacja, że głównymi nabywcami owoców i warzyw są kobiety, które mają zdecydowanie większą świadomość żywieniową niż mężczyźni⁸.

„81 proc. Polaków twierdzi, że odżywia się zdrowo. Polacy są też coraz uważniejszymi konsumentami – 69 proc. często sprawdza datę ważności i skład produktów. Jemy regularnie – 82 proc. Polaków spożywa minimum trzy posiłki dziennie – wynika z sondażu CBOS. Z sondażu wynika, że Polacy nadal najczęściej jadają obiad w domu (95 proc. badanych w dni powszednie i 97 proc. w niedziele). Poza domem posiłki spożywają przede wszystkim osoby mające wyższe wykształcenie oraz mieszkańcy największych aglomeracji. Z kolei o godzinie spożywania posiłków decyduje aktywność zawodowa. Przed godz. 14 jedzą obiad najczęściej osoby niepracujące⁹.

Polacy często sięgają po zdrową żywność (70 proc.). Nabywanie zdrowych produktów uwarunkowane jest sytuacją materialną respondentów, poziomem wykształcenia oraz pozycją zawodową. (...) Ponadto prawie połowa badanych (49 proc.) je gotowe posiłki dostępne w sklepach. Robią tak przede wszystkim młodzi ludzie i mieszkańcy dużych miast.”¹⁰

Im więcej publikacji czytał Paweł, tym bardziej utwierdzał się w przekonaniu, że na rynku jest miejsce na innowacje. Poza informacjami o zmianach w zakresie żywienia Polaków Paweł natrafił także na warszawską kooperatywę spożywczą „Rano zebrano” (załącznik 6). Dodatkowo, przeglądając prasę zagraniczną Paweł znalazł inny innowacyjny pomysł wpisujący się w idee zdrowej, ekologicznej żywności. „W Berlinie powstaje supermarket bez opakowań” – nagłówek brzmiał intrygująco, reszta okazała się równie interesująca (załącznik 7):

⁶ <http://natemat.pl/107401.spozywamy-110-kg-owocow-i-warzyw-rocznie-czy-to-duzo>

⁷ <http://www.stworzonedlazdrowia.pl/stylezdrowia/download/Raport-USP-Zdrowie-Style-Zdrowia-Polakow-2013.pdf>

⁸ <http://worldfood.pl/zwyczaje-zakupowe-i-zywieniowe-polakow/>

⁹ <http://wpolityce.pl/lifestyle/210943-polacy-coraz-uważniej-wybieraja-co-jedza-chca-sie-zdrowo-odzywiac> (17.10.2014).

¹⁰ <http://wpolityce.pl/lifestyle/210943-polacy-coraz-uważniej-wybieraja-co-jedza-chca-sie-zdrowo-odzywiac> (17.10.2014).

„W samoobsługowym sklepie klient nie znajdzie nawet jednego plastikowego pojemnika lub foliowej torebki. Wszystkie produkty leżeć będą na normalnych stoiskach, takich jak obecnie owoce w supermarketach. Te, które nie mogą być ułożone – np.. mleko, płatki śniadaniowe, cukier czy mąka, umieszczone będą w specjalnych przezroczystych pojemnikach wiszących na ścianach. Taki pojemnik jest otwierany lub w przypadku wody i napoi odkręcany u dołu. Klient będzie mógł podejść i nasypać lub nalać sobie tyle, ile chce. A skąd będzie miał pojemnik? Tutaj właśnie tkwi sedno pomysłu. Kupujący musi z nim przyjść sam. Dla tych, którzy zapomną własnych pojemników, supermarket przygotował jednak wybawienie z kłopotu - sprzedawcy będą rozdawać opakowania wielokrotnego użytku, a za niewielką opłatą będzie można kupić papierowe torby.”

Paweł był przekonany, że musi się udać. Nawyki Polaków szybko się zmieniają, ale Polacy wciąż jedzą niewiele warzyw w porównaniu do innych Europejczyków. Czas pomóc im jeść więcej warzyw.

Opowieść o marce Innocent Drinks¹¹

Innocent Drinks to przykład firmy, która od momentu swojego powstania, w ciągu 14 lat, dzięki konsekwentnej wierności głoszonym wartościom, a także realizowaniu polityki społecznej odpowiedzialności biznesu, zdobyła 80% rynku smoothies, przynosi obroty przekraczające 100 milionów funtów rocznie i sprzedaje ok. 2 miliony soków w ciągu tygodnia. Motto Innocent Drinks: "We sure aren't perfect, but we're trying to do the right thing".

Początki firmy sięgają roku 1998, kiedy to Adam Balon, Richard Reed oraz Jonathan Wright, trzech kolegów znających się ze szkoły w St. John Collage w Cambridge zaczęło zastanawiać się nad możliwością założenia wspólnego biznesu. Każdy z nich zdobył już pierwsze doświadczenia zawodowe, pracując w konsultingu i marketingu. Wpadli na pomysł, by poprzez produkcję świeżych koktajli owocowych, zająć się wspieraniem i promowaniem zdrowego stylu życia dla osób, które nie mają czasu na długotrwałe przyrządzanie zdrowych posiłków. Konkurencja w Wielkiej Brytanii w tym segmencie była dość dobrze rozwinięta, jednak spożycie soku na jednego mieszkańca wynosiło znacznie mniej niż w Stanach Zjednoczonych. Rynek zatem wyglądał obiecująco. We współpracy z niewielką przetwórnią wyprodukowano pierwsze napoje i na festiwalu jazzowym otwarto stoisko, nad którym powieszono transparent z napisem „Czy mamy rzucić pracę i zająć się produkcją soków?” i dwa pojemniki z napisami „Tak” i „Nie”. Klienci oddawali swoje głosy pustymi butelkami po wypitych koktajlach, wskazując, że zmiana zawodu to dobra decyzja. Trzech wspólników zajęło się dopracowywaniem receptur i szukaniem dodatkowych źródeł finansowania, by w 1999 roku z pomocą Maurice’a Pinto uruchomić na większą skalę produkcję. Firma nazwała się Fresh Trading, a marka napojów, w nawiązaniu do wiary w czystość produktu, „innocent”.

Dla zarządzających firmą od początku ważne było realizowanie strategii zasad zrównoważonego rozwoju, nastawienie na sprawy społeczne, dbałość o środowisko naturalne oraz budowanie relacji z interesariuszami. Firma kieruje się następującymi zasadami: produkty – naturalne, składniki – dobierane w sposób odpowiedzialny, opakowania – ekologiczne, zarządzanie zasobami – oszczędne i ekonomiczne, zysk – do podziału.

Na poziomie produkcji oznacza to, że soki „Innocent” muszą być zdrowe, a więc świeże, w pełni naturalne, bez dodatków substancji konserwujących czy smakowych. Owoce i warzywa dostarczane do ich produkcji pochodzą od wyselekcjonowanych dostawców, którzy prowadzą ekologiczne gospodarstwa i dbają o swoich pracowników, propagując wśród nich zasady ekologii.

Podobnie wygląda sprawa opakowań i dostaw. Innocent dba, by dostawcy dostarczali butelki w całości poddające się recyklingowi. Flota samochodów firmy również jest dostosowana do zasad ograniczania spalin, a biura korzystają z energii pochodzącej z elektrowni wiatrowej. Firma wspiera i zachęca swoich pracowników do angażowania się w działania proekologiczne czy prospołeczne, za pomocą programów stypendialnych i innych bonusów.

Pracownicy firmy są objęci szerokimi pakietami świadczeń, mają również udziały w zyskach. Realizowana jest strategia firmy uczącej się, na bazie której powołano kilka wewnętrznych ośrodków szkoleniowych dbających o zbieranie i rozwój know-how organizacji, rozwijanie kluczowych kompetencji kadry. Wszystkie decyzje zarządu są podejmowane w długotrwałym procesie debaty służącej wypracowywaniu wspólnego stanowiska. Dzięki temu firmie udaje się zachowywać spójność w ważnych obszarach biznesowych i wartościach, a opinie członków zarządu są sobie równe. Innocent Drinks, wyznając politykę dzielenia się zyskami, przekazuje

¹¹ <http://www.irb.pl/wiedza-dla-biznesu/czy-etyczny-biznes-jest-oplaczalny/> (17.10.2017).

co roku 10 proc. na cele charytatywne. W pierwszej kolejności firma finansuje własną fundację, powołaną w celu wspierania zrównoważonego rozwoju obszarów wiejskich w krajach rozwijających się, z których głównie pochodzą owoce i warzywa przetwarzane na produkowane napoje.

www.studiumprzypadku.edu.pl

Przykłady produktów Braci Urbanek

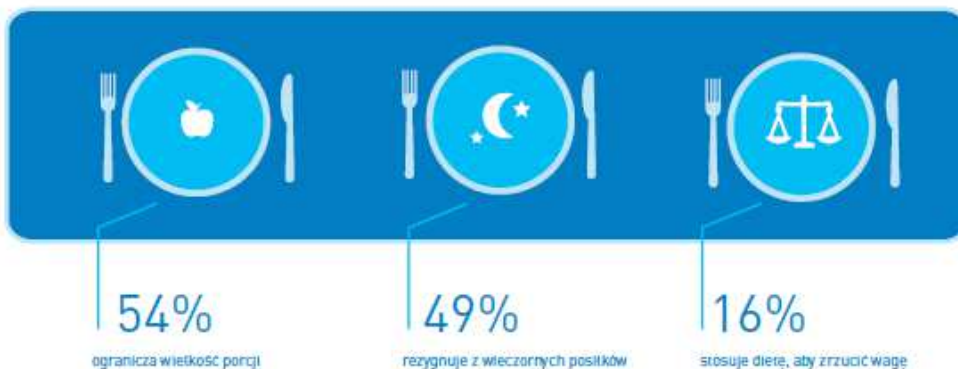


Źródło: <http://urbanek.com.pl/>

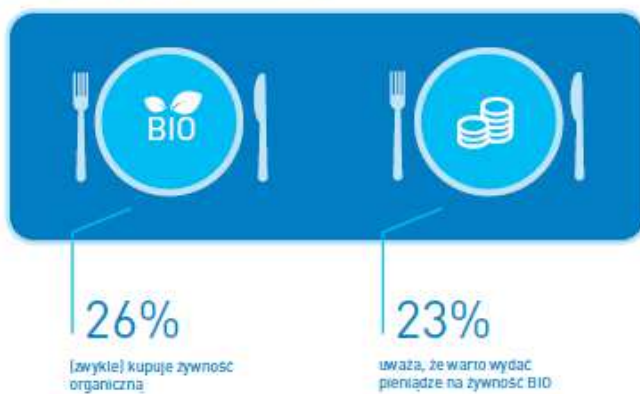
www.studiumprzypadku.pl

Zmiany w sposobach żywienia Polaków

MNIJ WIĘCEJ POŁOWA POLAKÓW WPROWADZA DO SWOJEJ DIETY ROZMAITE OGRANICZENIA:



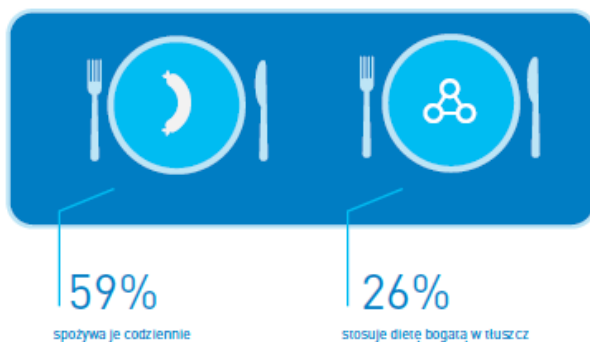
MNIJ WIĘCEJ % DOCENIA WARTOŚĆ ŻYWNOSCI ORGANICZNEJ I EKOLOGICZNEJ:



51%

sprawdza informacje o składnikach odżywczych zanim kupi jakiś produkt

LUBIMY MIĘSO:



4%

to wegetarianie

Źródło: <http://www.stworzonedlazdrowia.pl/stylezdrowia/download/Raport-USP-Zdrowie-Style-Zdrowia-Polakow-2013.pdf>

Spożywamy 110 kg owoców i warzyw rocznie. Czy to dużo?¹²

PATRYCJA KARPIŃSKA

Polacy wiedzą coraz więcej o zdrowym żywieniu. Czy jednak wiedzę tę stosują także w praktyce? Z ostatnich badań wynika, że przeciętny Polak konsumuje 110 kg warzyw i owoców rocznie. Czy jest to dużo, czy mało w porównaniu do mieszkańców innych krajów europejskich?

Mamy coraz większą świadomość żywieniową

Jak wynika z badania przeprowadzonego w ramach kampanii „5 porcji warzyw, owoców lub soku”, jeden na trzech Polaków podaje, że zjada zalecaną ilość owoców i warzyw. Okazuje się jednak, że produktów tych spożywamy znacznie mniej niż typowy Europejczyk, który zjada 250 kg owoców i warzyw rocznie. Szczególnie korzystnie wypadają pod tym względem Grecy, którzy spożywają ich średnio 400 kg. W badaniu poddano także analizie preferencje najmłodszych Polaków, wskazujące na fakt, że ulubionymi warzywami dzieci są: marchew, pomidor i ogórek, natomiast owocami – banan i jabłka.

Ok. 40% ankietowanych zdaje sobie sprawę z faktu, że owoców i warzyw w diecie nie da się zastąpić innymi pokarmami. Tyle samo mam podaje, że ich dzieci spożywają co najmniej 5 porcji tych produktów dziennie. Natomiast 70% kobiet pakuje pociechom owoce do szkolnych plecaków.

Chociaż wiedza Polaków na temat zdrowego żywienia wciąż rośnie, mamy w tej kwestii jeszcze wiele do zrobienia. Jak podkreślają specjaliści, świadomość dietetyczna kształtuje się latami i wymaga konsekwencji. Jak wynika z badania, największą przeszkodą na drodze do rozwinięcia zdrowych nawyków żywieniowych wśród dzieci jest niechęć najmłodszych (np. do jedzenia warzyw), a także brak czasu rodziców. Samym matkom brakuje odpowiednich nawyków rozwiniętych w dzieciństwie.

Co najczęściej spożywają Polacy?

Co statystyczny Polak spożywa oprócz owoców i warzyw? Jak donosi GUS, w ciągu roku spożywamy 102 kg pieczywa i produktów zbożowych, 82 kg mięsa, 190 kg jaj w różnej postaci, 29 kg produktów słodkich (takich jak dżemy, cukier, czekolada itp.), 5,5 kg ryb, 63 l mleka, 5 kg śmietany i śmietanki, 6 kg produktów mlecznych i niemalże 18 kg tłuszczów roślinnych. Typowy Polak wypija 30 l wody mineralnej lub źródlanej, 9 l soków warzywnych i owocowych, 2,5 kg kawy i ok. 1 kg herbaty.

Jak podają specjaliści, w naszym żywieniu panują określone trendy. Poza owocami i warzywami rośnie także spożycie ryb oraz ciemnego pieczywa (coraz częściej zastępującego pieczywo białe) i produktów zbożowych. Najwięcej owoców i warzyw kupują kobiety, co spowodowane jest większą świadomością żywieniową. Pomimo wzrostu cen kawy i herbaty, spożycie tych napojów stopniowo rośnie.

Nie wszyscy Polacy odżywiają się zdrowo

Podczas gdy generalnie spożycie mięsa od lat utrzymuje się na zbliżonym poziomie (o dziwo, 2,5-krotnie niższym niż w Niemczech), jemy coraz mniej gotowych wędlin. Coraz chętniej

¹² <http://natemat.pl/107401.spozywamy-110-kg-owocow-i-warzyw-rocznie-czy-to-duzo>

sięgamy natomiast po drób. Coraz więcej wiemy także o kupowanych przez nas produktach – ich składzie czy wpływie na zdrowie.

Niestety z innych badań wynika, że wielu Polaków (kilkanaście procent) wciąż nie przywiązuje zbyt wielkiej wagi do diety. Ten odsetek społeczeństwa odżywia się niezdrowo i nie zamierza tego zmieniać. Aż 10% mężczyzn podkreśla, że cały czas je niezdrowe produkty, co czyni jedynie 2% kobiet. Wiele osób twierdzi także, że ma problem z unikaniem kalorycznych przekąsek. 17% przyznaje, że kupuje niezdrowe produkty. Mniej więcej tyle samo osób chowa je, aby nie kusiły. Nawet osoby, które generalnie odżywiają się zdrowo, czasem kupują mniej zdrowe przekąski.

Zwyczaje żywieniowe młodzieży

Jeżeli chodzi o młodzież, także nie przywiązuje ona zbyt dużej wagi do zawartości swoich talerzy. Okazuje się, że około połowa gimnazjalistów nie je regularnie, za to chętnie spożywa słodkie. Jeden na pięciu nastolatków konsumuje słodkości częściej niż 2 razy dziennie, a jeden na czterech nie je śniadań. Gdy dopada ich głód, udają się do sklepu szkolnego, gdzie kupują przede wszystkim słodkie (co trzeci gimnazjalista). Jedynie 17% kupujących wybiera kanapki.

Tymczasem, chociaż dietetycy są zdania, że słodkie mogą być spożywane codziennie, należy zachować zdrowy rozsądek. Jeżeli mamy ochotę na słodkości, sięgajmy po nie w czasie drugiego śniadania lub podwieczorku. Pamiętajmy także, aby łącznie nie przekraczały 210-350 kcal dziennie. Ważne również, aby oprócz słodkiego smaku zawierały inne wartości odżywcze i naturalne składniki.

WWW.STUDIUMPRZY

Polacy coraz uważniej wybierają, co jedzą. Chcą się zdrowo odżywiać¹³

opublikowano: 26 sierpnia 2014, 16:37 · aktualizacja: 26 sierpnia 2014, 20:00

81 proc. Polaków twierdzi, że odżywia się zdrowo. Polacy są też coraz uważniejszymi konsumentami - 69 proc. często sprawdza datę ważności i skład produktów. Jemy regularnie - 82 proc. Polaków spożywa minimum trzy posiłki dziennie - wynika z sondażu CBOS.

Z sondażu wynika, że mimo wzrostu popularności barów szybkiej obsługi Polacy nadal najczęściej jadają obiad w domu (95 proc. badanych w dni powszednie i 97 proc. w niedziele). Poza domem posiłki spożywają przede wszystkim osoby mające wyższe wykształcenie oraz mieszkańcy największych aglomeracji. Z kolei o godzinie spożywania posiłków decyduje aktywność zawodowa. Przed godz. 14 jedzą obiad najczęściej osoby niepracujące.

Potrawy zdecydowanie częściej przyrządzają kobiety (76 proc. badanych) niż mężczyźni (17 proc. badanych).

Najczęstszym przejawem świadomości konsumenckiej Polaków jest sprawdzanie daty ważności jedzenia – 42 proc. Polaków robi to zawsze, 27 proc. - często, 21 proc. - czasami, natomiast 10 proc. nie zwraca uwagi na termin przydatności.

Rzadziej Polacy sprawdzają skład produktów - 29 proc. badanych nie robi tego nigdy, 31 proc. - czasami, a 40 proc. - zazwyczaj. Polacy często sięgają po zdrową żywność (70 proc.). Nabywanie zdrowych produktów uwarunkowane jest sytuacją materialną respondentów, poziomem wykształcenia oraz pozycją zawodową.

Ponad połowa badanych (54 proc.) uważa zdrowe odżywianie za jedno z najważniejszych działań, które należy podjąć, aby poprawić stan swojego zdrowia. Zaledwie co szósty badany twierdzi, że nie odżywia się zdrowo (16 proc.). Są to przede wszystkim młodzi ludzie oraz osoby znajdujące się w złej sytuacji materialnej. Ale wielu Polakom zdarzają się nawyki żywieniowe, które krytykują dietetycy: spożywanie chipsów i słodyczy między posiłkami (72 proc. badanych). Badani przyznają, że w ich diecie brakuje przede wszystkim ryb (60 proc.), ryżu i kasz (29 proc.), owoców (23 proc.) i warzyw (18 proc.). Ponadto prawie połowa badanych (49 proc.) je gotowe posiłki dostępne w sklepach. Robią tak przede wszystkim młodzi ludzie i mieszkańcy dużych miast.

Największą popularnością wśród produktów spożywanych przez Polaków cieszą się niezmiennie słodycze (33 proc.), kawa (27 proc.) i pieczywo oraz produkty mączne (17 proc.). Większość badanych spożywa mięso i jego przetwory (57 proc.) kilka razy w tygodniu, a 34 proc. respondentów robi to codziennie. 1 proc. społeczeństwa to wegetarianie.

Ponad połowa Polaków (57 proc.) zauważa podobieństwo pomiędzy posiłkami przygotowanymi przez nich, a tymi, które jadali w domu rodzinnym.

¹³ <http://wpolityce.pl/lifestyle/210943-polacy-coraz-uwazniej-wyberaja-co-jedza-chca-sie-zdrowo-odzywiac> (17.10.2014).

Rano Zebrano prosto od rolnika¹⁴

Autor: Redakcja Rano Zebrano 2014.07.30, 14:35

W kwietniu tego roku na warszawskim rynku pojawiła się alternatywa dla osób ceniących zdrową i świeżą żywność, ale mających zbyt mało czasu, aby regularnie zaglądać na stołeczne targi. Rano Zebrano to wirtualny targ lokalnej żywności, na którym za rozsądną cenę można kupić potrzebne produkty prosto od rolników z Mazowsza.

Twórca portalu i sklepu www.ranozebrano.pl – Przemysław Sendzielski - postanowił dostarczać zdrową żywność nie tylko swojej rodzinie, ale ułatwić dostęp do niej innym **warszawiakom i mieszkańcom Łomianek**. Robienie zakupów jest tu bardzo proste. Można **wybierać poszczególne produkty**, szukając ich w tematycznych kategoriach, takich jak: pieczywo, nabiał, warzywa i owoce lub zdecydować się na produkty od **konkretnego rolnika**. Tylko na Rano Zebrano można zobaczyć, skąd dokładnie pochodzi żywność, a nawet napisać do wybranego rolnika w razie jakichkolwiek pytań lub wątpliwości. Strona posiada również funkcję komentowania produktów, która może niebawem doprowadzić do powstania społeczności Rano Zebrano, gdzie klienci i rolnicy będą mogli wymieniać się doświadczeniami, radami lub przepisami.

Coraz częściej zwracamy uwagę na pochodzenie żywności. Liczba osób z **alergią pokarmową, diabetyków, bezgultenowców** rośnie. Przyczyną takiego stanu jest jakość naszego jedzenia, genetyczne modyfikacje produktów oraz groźne substancje chemiczne używane w uprawach. Nie wiemy już, co i kiedy rośnie, jak naprawdę smakuje, ani ile pracy kosztuje otrzymanie produktu bez użycia chemii. Równoległe na rynku pojawia się coraz więcej produktów z upraw ekologicznych, posiadających odpowiednie atesty, a co za tym idzie – dosyć wysoką cenę. **Produkty na Rano Zebrano nie muszą mieć certyfikatów, a zarazem być przez to 3x droższe, aby można było uznać, że są ekologiczne.** Na portalu można dostać świeże warzywa sezonowe i tylko w takich miesiącach, w których powinny być zbierane. Jest to wyzwanie dla osób przyzwyczajonych do pomidorów w styczniu i truskawek w listopadzie, ale ze względu na dobro swojej rodziny warto zadać sobie pytanie, czym tak naprawdę są tego typu warzywa i czy to jest najlepsze, co mogą dać swojej rodzinie - podpowiada Przemek.

Zakupy na Rano Zebrano można zrobić w każdej wolnej chwili przez **24 h. Dwa razy w tygodniu - we wtorki i czwartki kierowcy** wybierają się po zamówione produkty do rolników i tego samego dnia są one dostarczane do domów klientów w wybranych przez nich godzinach. Stąd właśnie pochodzi idea Rano Zebrano. Żywność zebrana prosto z pola trafia na stół klienta w ciągu jednego dnia. Nie jedzie z drugiego końca świata, co przede wszystkim jest dobre dla środowiska. A same produkty nie muszą być sztucznie konserwowane. Poza tym **kupując na Rano Zebrano, wspieramy lokalnych rolników - drobnych i średnich producentów z Mazowsza**. W rezultacie robimy coś dobrego nie tylko dla swojej rodziny, ale także dla całego otoczenia.

ZOBACZ FILM: <http://vimeo.com/100487968> <https://ranozebrano.pl/>

¹⁴ <http://www.ekorodzice.pl/rano-zebrano-prosto-od-rolnika,82,543,1930.html>

W Berlinie powstaje supermarket bez opakowań. To jak zanieść mąkę i cukier do domu?¹⁵

Michał Wachnicki



Niemiecki supermarket bez opakowań (Fot. materiały promocyjne "Original Unverpackt")

W Berlinie powstanie pierwszy w Europie supermarket, gdzie produkty nie będą w nic opakowane. Nie będzie też foliowych siatek przy kasach. To jak wynieść zakupy ze sklepu? - Przynieść własne opakowania - odpowiadają założycielki nietypowego supermarketu i zapowiadają rewolucję w sposobie, w jaki kupujemy w supermarketach.

- Chcemy zrobić rewolucję w zakupach - zapowiadają Sara Wolf i Milena Glimbowski, które niedługo otworzą Original Unverpackt (Oryginalnie Niezapakowane) - jedyny w Europie supermarket bez opakowań. I najwyraźniej wiedzą, co mówią. W ciągu dwóch tygodni od umieszczenia swojego projektu na serwisie crowd-fundingowym (pozwalającym każdemu wpłacić niewielki datkę na realizację interesujących projektów) kobiety zebrały 100 tysięcy euro. A to dwa razy więcej, niż przewidywał ich kosztorys – według niego na założenie sklepu potrzebowały 45 tysięcy euro.

Oryginalnie niezapakowane

Skąd taki sukces? Jak opowiadają kobiety – obie wciąż przed trzydziestką – to wynik dwóch lat przygotowań i szczegółowego obmyślenia biznesowej strategii.

Wszystko zaczęło się od buntu przeciwko supermarketowej rzeczywistości z rzędami kolorowych kartonów, plastikowych butelek, foliowych opakowań, które po jednorazowym użyciu kończą w

15

http://wyborcza.pl/1,75477,16293013,W_Berlinie_powstaje_supermarket_bez_opakowan_To_jak.html (17.10.2014).

śmieciach. - W samych Niemczech to 16 milionów ton rocznie. Tego nawet nie można sobie wyobrazić - mówi Milena Glimbowski i twierdzi, że skoro jeszcze kilkadziesiąt lat temu ludzie radzili sobie bez jednorazowych opakowań, życie bez nich jest możliwe.

- Jeśli każdy będzie mógł kupować niezapakowane jedzenie, to najpierw zmniejszymy produkcję odpadów, a potem zupełnie odwrócimy się od tego. To oznacza też mniejsze zużycie wody i ropy do produkcji opakowań - mówi Glimbowski.

Jak kupić mąkę i mleko?

Dlatego w samoobsługowym sklepie klient nie znajdzie nawet jednego plastikowego pojemnika lub foliowej torebki. Wszystkie produkty leżeć będą na normalnych stoiskach, takich jak obecnie owoce w supermarketach. Te, które nie mogą być ułożone - np. mleko, płatki śniadaniowe, cukier czy mąka, umieszczone będą w specjalnych przezroczystych pojemnikach wiszących na ścianach. Taki pojemnik jest otwierany lub w przypadku wody i napoi odkręcany u dołu. Klient będzie mógł podejść i nasypać lub nalać sobie tyle, ile chce. A skąd będzie miał pojemnik? Tutaj właśnie tkwi sedno pomysłu. Kupujący musi z nim przyjść sam.

Dla tych, którzy zapomną własnych pojemników, supermarket przygotował jednak wybawienie z kłopotu - sprzedawcy będą rozdawać opakowania wielokrotnego użytku, a za niewielką opłatą będzie można kupić papierowe torby. Same towary mają być tańsze niż w innych supermarketach, bo będą sprowadzane przez lokalnych dostawców, którzy - co oczywiste - zobowiązali się, żeby nie pakować ich w wykonane z tworzywa sztucznego pojemniki. W sprzedaży znajdą się też środki czystości i kosmetyki.

Czy wypali?

Wolf i Glimbowski mają nadzieję, że supermarket wkrótce po otwarciu zacznie na siebie zarabiać. Dowodzi tego między innymi entuzjazm internautów we wpłacaniu pieniędzy na projekt, ale też lokalizacja. Sklep powstanie w berlińskiej dzielnicy Kreuzberg, znanej z alternatywnych kafejek, etnicznych restauracji i ekologicznych sklepów spożywczych.

Jak jednak pokazuje doświadczenie z innych państw, inwestycja jest obciążona ryzykiem. Pierwszy supermarket bez opakowań, który powstał w 2007 roku w Londynie, mimo ogromnego zainteresowania mieszkańców miasta i mediów, nie zdołał utrzymać się na rynku. Z kolei działający w Austin w Teksasie sklep bez opakowań "in.gredients" co prawda wciąż działa, ale klienci kupują tylko połowę tego, co przewidywał początkowy model biznesowy.

UE chce ograniczyć foliowe torby

Pod koniec czerwca informowaliśmy, że Parlament Europejski chce, aby do 2017 roku zużycie plastikowych toreb spadło o 50 proc., a do 2019 roku nawet o 80 proc. Chodzi o te najcieńsze, najbardziej popularne - zwłaszcza w Polsce. Nasz kraj jest w czołówce państw UE, jeśli chodzi o liczbę zużywanych toreb. Ponad 400 na osobę rocznie. Dla porównania: Duńczyk i Fin zużywają po cztery foliówki rocznie, Niemiec - ok. 70. Według unijnej dyrektywy każdy kraj będzie mógł zrobić to na własny sposób, np. wprowadzając opłatę od recyklingu toreb, która podwyższy ich cenę i w ten sposób zniechęci klientów do zakupu, albo masowo edukując społeczeństwo w kwestii zachowań ekologicznych. Stanowisko Polski w tej sprawie jeszcze nie jest znane.

Z badania przeprowadzonego przez TNS Polska na zamówienie sieci kawiarni Starbucks wynika jednak, że Polacy również przejmują się środowiskiem. 63 proc. badanych zadeklarowało, że przywiązuje wagę do ekologicznych wyborów. Najpopularniejsze są torby z materiału. Spośród badanych osób 69 proc. deklaruje, że ich używa.