

Co ma Polak na talerzu?

Małgorzata Siewierska

On Board PR

Żywność funkcjonalna to dość prężnie rozwijający się segment rynku, którego produkty – dzięki temu, że oferują ważną wartość dodaną – mogą być coraz częstszym gościem codziennego menu.

Polacy coraz chętniej interesują się zdrowotnymi aspektami żywienia. Poszukują przepisów kulinarnych typu fit, poznają najnowsze trendy fitness, a także coraz częściej przyglądają się produktom, które wkładają do koszyka z zakupami. Duża część tych produktów spożywczych, oprócz wartości odżywczej, zawiera dodatkowe substancje, mające na celu wzmocnienie ich właściwości zdrowotnej. Są to tak zwane produkty wzbogacone albo funkcjonalne. Należą do nich np.: soki z witaminami lub jogurty ze specjalnymi szczepami bakterii, które wspomagają pracę jelit.

O badaniu

Coraz ważniejsza staje się percepcja i wiedza społeczeństwa dotycząca żywności funkcjonalnej. To właśnie jest tematem raportu sektorowego przygotowanego przez On Board Ecco Network we współpracy z Gemius Polska, na podstawie badania zrealizowanego przez Interaktywny Instytut Badań Rynkowych.

W badaniu Żywność funkcjonalna 2012 – czyli co ma Polak na talerzu? postanowiliśmy zbadać świadomość Polaków w zakresie produktów funkcjonalnych. W badaniu zapytaliśmy nie tylko o percepcję związaną ze zdrowym trybem życia, ale sprawdziliśmy czy przy wyborze konkretnych produktów dla siebie i swojej rodziny zwracamy uwagę na ich skład i jakość? Czy wybieramy te, najlepsze jakościowo? Jak to robić, aby na naszym stole gościły produkty smaczne i zdrowe? Czy wreszcie żywność funkcjonalna jest nam w ogóle potrzebna? Raport przedstawia

Fot.: www.sxc.hu

www.agro.e-bmp.pl



zagadnienie żywności funkcjonalnej od strony prawnej, żywieniowej, a także porusza aspekty bezpieczeństwa produktów spożywczych.

Badanie zostało zrealizowane przez Interaktywny Instytut Badań Rynkowych przy użyciu ankiet internetowych. W badaniu GO96! – Omnibus metodą CAWI Real Time Sampling zapytano o zdanie grupę 1000 osób w wieku 15 i więcej lat. Badanie przeprowadzono w dniach 11.10 - 13.10.2011. Próbkę dobrano metodą losowo-kwotową spośród użytkowników witryn internetowych, korzystających z bezpłatnej wersji systemu stat24 lub bezpłatnego audytu site-centric stat.pl/PBI. Dla potrzeb dopasowania wyników do reprezentatywnej struktury ogólnopolskiej zastosowano wagi analityczne obliczone na podstawie wyników referencyjnego badania telefonicznego.

Polaku, jak jesz?

Postanowiliśmy sprawdzić postawy Polaków w stosunku do zdrowego trybu życia, biorąc pod uwagę nie tylko dietę, ale również kondycję fizyczną i skłonność do płacenia więcej za produkty lepszej jakości.

ŻYWNOSĆ FUNKCJONALNA – FAKTY

Pierwszym produktem funkcjonalnym oznaczonym znakiem FOSHU (Food for Specified Health Use) był hipoałergiczny ryż wyprodukowany w Japonii w latach dziewięćdziesiątych. Rynek żywności funkcjonalnej w 2012 roku na świecie wyniesie ok. 170 mld euro.

Wśród badanych Polaków kobiety nieco częściej deklarują dbałość o zdrowe odżywianie, a mężczyźni dbałość

Polacy coraz chętniej poszukują przepisów kulinarnych typu fit



o kondycję fizyczną i skłonność do płacenia więcej za produkty spożywcze lepszej jakości.

W stosunku do ogółu Polaków osoby młodsze (15-24 lata) rzadziej deklarowały dbanie o zdrowe odżywianie i dobrą jakość spożywanych produktów. Z drugiej strony młodzież (15-18 lat) istotnie częściej niż ogół społeczeństwa dba o kondycję fizyczną. Starsi natomiast (35 i więcej lat) oraz osoby z wyższym wykształceniem nieco częściej deklarują dbałość o zdrowe odżywianie i branie pod uwagę jakości i składu spożywanych produktów. Niemal wszyscy badani o dochodach powyżej 3000 PLN przyznają, że starają się odżywiać zdrowo.

Zatem $\frac{3}{4}$ Polaków deklaruje, że zdrowo się odżywia. Jednocześnie ok. 60% twierdzi, że regularnie dba o kondycję fizyczną. Producenci różnych produktów spożywczych pragną zatem odpowiedzieć na trend prozdrowotny w stylu życia Polaków, proponując nowe rozwiązania i produkty, które oprócz zapewnienia nam podstawowych składników odżywczych zostały wzbogacone substancjami dodatkowymi, mającymi pozytywny wpływ na nasze zdrowie.

Żywność funkcjonalna – zagadnienia prawne

Pojęcie „żywność funkcjonalna” nie jest pojęciem tzw. legalnym, tzn. nie jest zdefiniowane w żadnym powszechnie obowiązującym akcie prawnym zarówno na poziomie krajowym, jak i unijnym.

DEFINICJA ŻYWNOSTCI FUNKCJONALNEJ

Żywność może być uznana za funkcjonalną, jeśli udowodniono jej korzystny wpływ na jedną lub więcej funkcji organizmu ponad efekt odżywczy, który to wpływ polega na poprawie stanu zdrowia, samopoczucia i/lub zmniejszeniu ryzyka chorób. Żywność ta musi przypominać postać żywieniową konwencjonalną i wykazywać korzystne oddziaływanie w ilościach, po których oczekuje się, że będą normalnie spożywane z dietą.

Definicja we FUFOSIE przyjęta w 1999.

Pojęcie „żywność funkcjonalna” zostało wypracowane w wyniku programu badawczego Functional Food Science in Europe (FUFOSIE) realizowanego przez Komisję Europejską, którego celem miało być wypracowanie naukowej podstawy do pojęcia żywności funkcjonalnej w UE oraz wskazanie kryteriów i kierunków opracowywania, wdrażania funkcjonalnych produktów spożywczych na rynku europejskim.

Pojęciem przyjętym w dokumencie wydanym przez FUFOSIE w roku 1999 obecnie posługują się wszyscy w klasyfikowaniu żywności jako funkcjonalnej, ale nie jest to definicja ujęta w jakimkolwiek obowiązującym akcie prawnym.

Zgodnie z tak wypracowanym pojęciem: „Żywność może być uznana za funkcjonalną, jeśli udowodniono jej korzystny wpływ na jedną lub więcej funkcji organizmu ponad efekt odżywczy, który to wpływ polega na poprawie: stanu zdrowia, samopoczucia i/lub zmniejszaniu ryzyka chorób. Żywność ta musi przypominać postać żywności konwencjonalną i wykazywać korzystne oddziaływanie w ilościach, które oczekuje się, że będą normalnie spożywane z dietą – przy czym nie są to tabletki ani kapsułki, ale część składowa prawidłowej diety”.

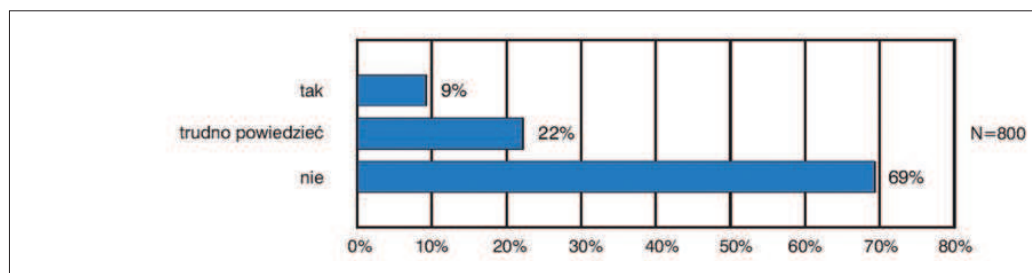
Polacy o żywności funkcjonalnej

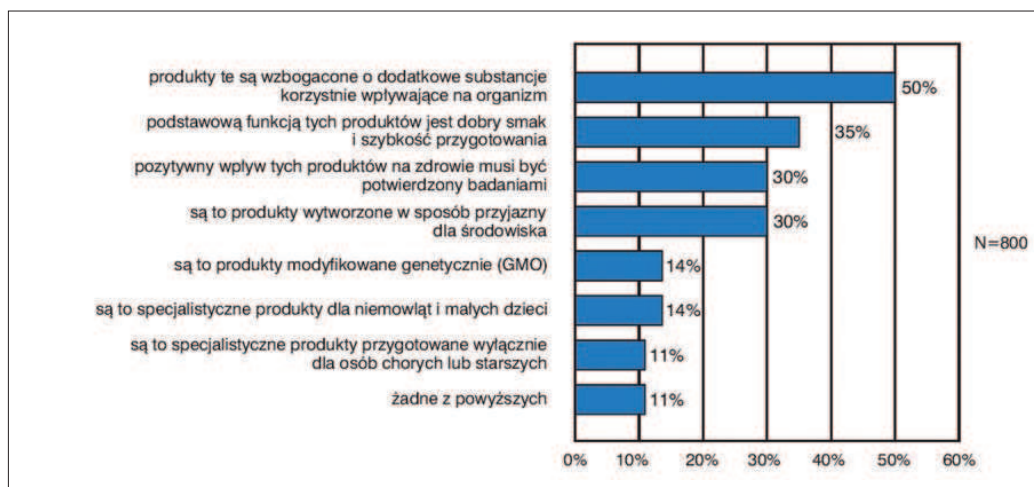
Tylko 9% Polaków deklaruje, że zetknęło się z pojęciem żywności funkcjonalnej. Ponad 2/3 (69%) badanych przyznaje, że nigdy nie spotkało się z nim. Nieco ponad 1/5 społeczeństwa (22%) nie jest pewna, czy słyszała kiedykolwiek o żywności funkcjonalnej – wykres 1.

Półowa Polaków (50%) kojarzy żywność funkcjonalną z produktami wzbogaconymi o dodatkowe substancje korzystnie wpływające na organizm. 35% osób wskazuje, że podstawową funkcją tych produktów jest dobry smak i szybkość przygotowania. Prawie co trzeci badany (30%) twierdzi, że pozytywny wpływ produktów zaliczanych do żywności funkcjonalnej musi być potwierdzony badaniami. Taki sam odsetek Polaków (30%) kojarzy żywność funkcjonalną z produktami wytworzonymi w sposób przyjazny dla środowiska. Dla 14% badanych żywność funkcjonalna oznacza produkty modyfikowane genetycznie (GMO). Żywność funkcjonalna jest także kojarzona z produktami specjalistycznymi dla niemowląt i małych dzieci (14% badanych) lub dla osób chorych i starszych (11% osób) – wykres 2.

Brak znajomości terminu „żywność funkcjonalna” nie oznacza, że Polacy nie kupują produktów należących do tej kategorii. Poprosiliśmy badanych o wymienienie kategorii żywności, które według informacji zawartej na opakowaniu zawierają właściwości prozdrowotne. Dla analizy tej części warto podkreślić, że badani nie znali „kafeterii” odpowiedzi, zatem podawali kategorie poszczególnych produktów, polegając na intuicyjnym rozumieniu pojęcia żywność funkcjonalna. Dlatego też niektóre z odpowiedzi nie są zgodne ze stanem faktycznym, ale tym samym

Rys. 1. Czy kiedykolwiek zetknąłeś/zetknęłaś się z pojęciem żywności funkcjonalnej?





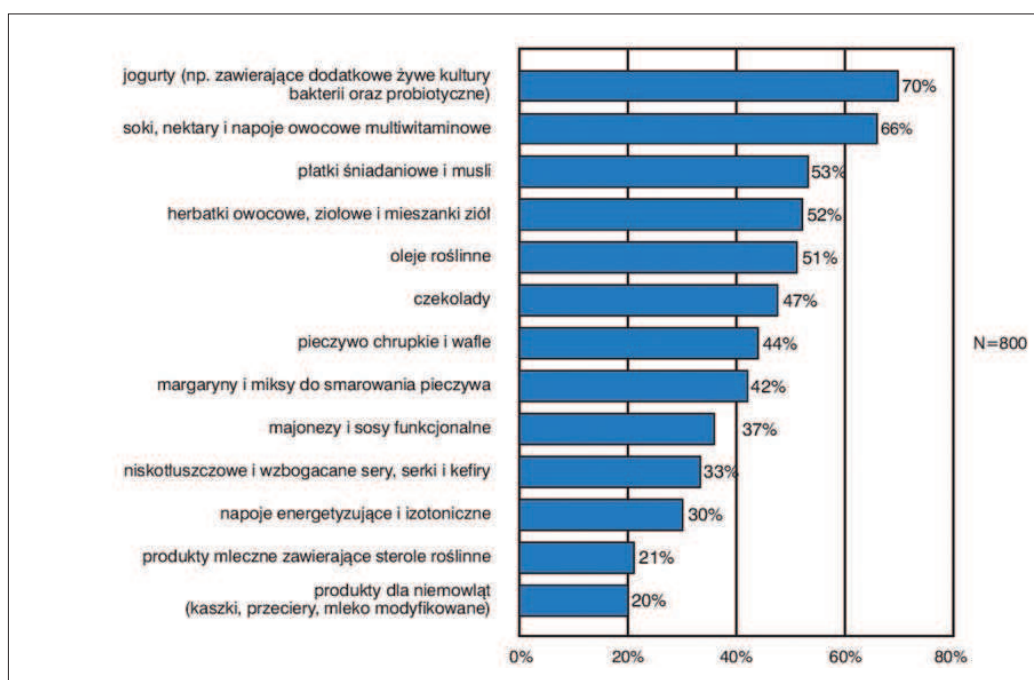
Rys. 2. Wskaż te określenia, które kojarzą Ci się z żywnością funkcjonalną

w pełni odzwierciedlają poziom wiedzy badanych na temat omawianej kategorii.

Na pytanie dotyczące rodzajów produktów z kategorii żywności funkcjonalnej, kupowanych przynajmniej od czasu do czasu, większość badanych (70%) wskazuje jogurty (np. zawierające dodatkowe żywe kultury bakterii oraz probiotyczne), a 66% osób – soki, nektary i napoje owocowe multivitaminowe. Ponad połowa Polaków kupuje płatki śniadaniowe i musli (53%), herbatki owocowe, ziołowe i mieszanki ziół (52%) oraz oleje roślinne (51%). 42% osób decyduje się na margaryny i miksy do smarowania pieczywa, a więcej niż co trzeci badany (37%) wskazuje majonezy i sosy funkcjonalne oraz niskotłuszczowe i wzbogacane sery, serki i kefiry. Prawie 1/3 Polaków (30%) przynajmniej od czasu do czasu zdarza się kupować

napoje energetyzujące i izotoniczne, a ponad 1/5 (21%) wybiera produkty mleczne zawierające sterole roślinne. 1/5 Polaków (20%) kupuje produkty dla niemowląt (takie, jak kaszki, przeciery, mleko modyfikowane) – wykres 3.

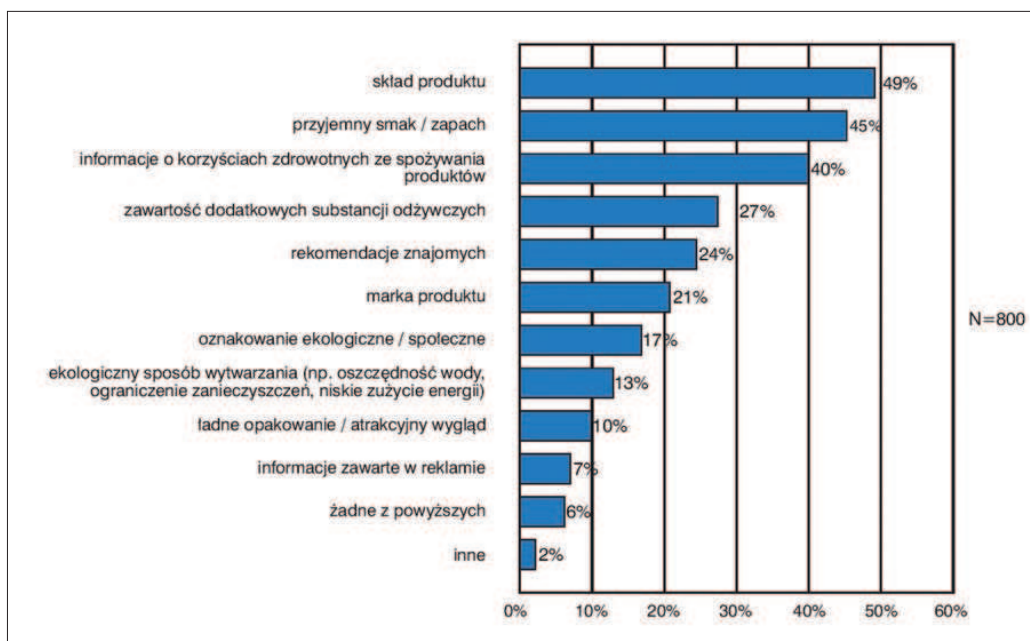
Kupując żywność funkcjonalną, prawie połowa badanych zwracała uwagę na skład produktu (49%) oraz na jego przyjemny smak/zapach (45%). Dla 40% Polaków ważne byłyby także informacje o korzyściach zdrowotnych ze spożywania tych produktów, a 27% osób interesuje zawartość dodatkowych substancji odżywczych. Przy zakupie żywności funkcjonalnej prawie co czwarty Polak brałby pod uwagę rekomendacje znajomych (24%) oraz markę produktu (21%). 17% badanych interesowałoby oznakowanie ekologiczne/społeczne żywności funkcjonalnej, a 13% zwraca uwagę na ekologiczny sposób



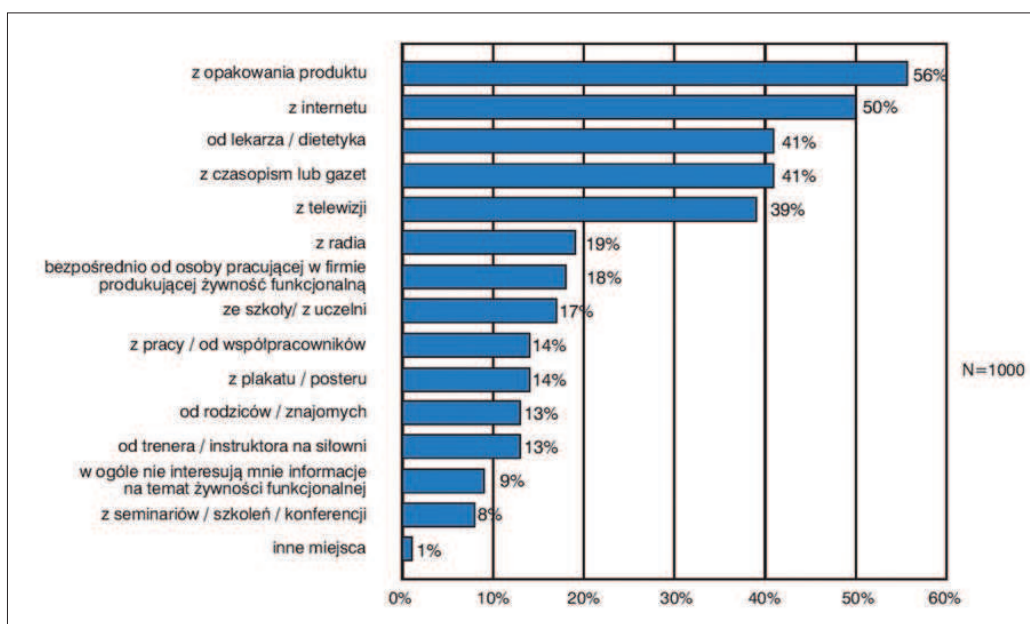
Rys. 3. Rodzaje produktów z kategorii żywności funkcjonalnej, które zdarza Ci się kupować przynajmniej od czasu do czasu

z życia branży

Rys. 4. Cechy, oprócz ceny, które bierzesz pod uwagę przy zakupie żywności funkcjonalnej



Rys. 5. Z jakiego źródła chciał(a)byś czerpać informacje na temat żywności funkcjonalnej?



wytworzenia produktu. Badanie pokazuje, że dla 10% osób liczy się ładne opakowanie i atrakcyjny wygląd, a 7% kupując żywność funkcjonalną kieruje się informacjami zawartymi w reklamie – wykres 4.

Wyniki badania wśród polskich internautów pokazują, że chcieliby czerpać informacje na temat żywności funkcjonalnej głównie z opakowania produktu (56%) oraz z internetu (50%). 41% użytkowników sieci chciałoby szukać informacji u lekarza/dietetyka oraz w czasopiśmie lub gazetach, a 39% - w telewizji. Niemal co piąty badany internauta chciałby dowiadywać się o żywności funkcjonalnej z radia (19%), bezpośrednio od osoby pracującej w firmie produkującej taką żywność (18%) lub ze szkoły/uczelni (17%). Nieco mniejsza grupa osób

chciałaby czerpać informacje z plakatów (14%) oraz od innych ludzi: współpracowników (14%), rodziców i znajomych (13%) oraz trenera/instruktora na siłowni (13%). 8% badanych internautów wzięłoby udział w seminariach, szkoleniach lub konferencjach poświęconych zagadnieniu żywności funkcjonalnej. 9% osób wśród użytkowników sieci w ogóle nie jest zainteresowanych tematem żywności funkcjonalnej – wykres 5.

Druga część artykułu będzie obejmowała obowiązki informacyjne producentów żywności funkcjonalnej, rozkład produktów funkcjonalnych w codziennym menu Polaków oraz podsumowania i wnioski przeprowadzonego badania.