



Przyszłość gotowania w domu: rok 2021 i kolejne lata

Zwyczaje kulinarne konsumentów i rosnący popyt
na paczkowane produkty i składniki.



Zmiana
zachowań.



Konsumenci mają dziś inne zdanie na temat żywności, którą spożywają. Trwale zmieniły się sposoby przygotowywania i spożywania posiłków oraz przekąsek.

Konsumenci uznali, że gotowanie w domu pozwala lepiej kontrolować to, czy posiłki są zdrowe i jaką mają wartość odżywczą. Trend jest także reakcją na rosnące obawy dotyczące bezpieczeństwa żywności, przystępności cenowej i marnotrawstwa. Obserwujemy nowe nawyki i zmianę priorytetów.

67% konsumentów twierdzi, że gotowanie na własną rękę jest zdrowsze

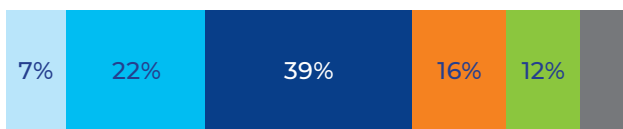
Chcąc pomóc producentom żywności zrozumieć, jak zmieniło się nastawienie konsumentów do produktów paczkowanych oraz do gotowania w domu, firma Tetra Pak przeprowadziła w czerwcu 2021 r. badanie obejmujące 7000 konsumentów na siedmiu rynkach. Niniejszy raport omawia kluczowe wnioski i zawiera statystyki dotyczące obszarów takich jak:

- Trendy i preferencje związane z gotowaniem w domu
- Żywność paczkowana jako ułatwienie dla gotujących w domu
- Modele konsumpcji według kategorii

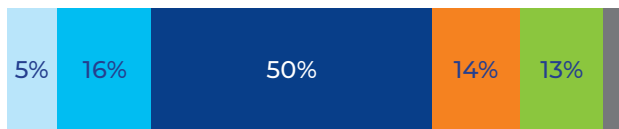
Gotowanie w domu zostanie z nami na dłużej.

Zwyczaje związane z gotowaniem w domu z podziałem na wiek:

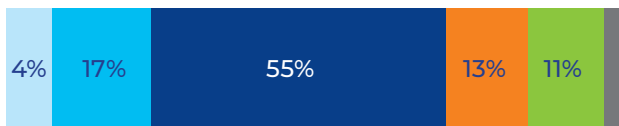
18-24



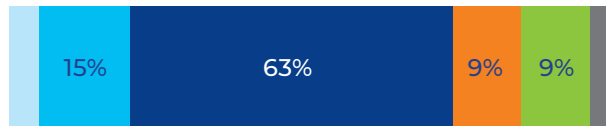
25-34



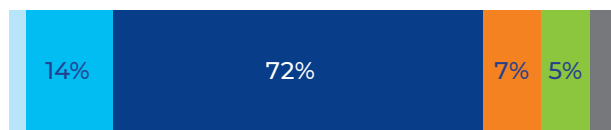
35-44



45-55



56-70



O wiele mniej Bez zmian O wiele więcej
Nieco mniej Nieco więcej Nie wiem



Największy wzrost liczby osób, które częściej niż przed pandemią gotują w domu, można zaobserwować w grupie wiekowej 18-24 lata.

Dlatego opracowywanie produktów, które przemawiają do pokolenia Z, jest szczególnie ważne dla producentów.



„Gotując w domu,
mogę lepiej
kontrolować to,
co jem ja lub
moja rodzina”

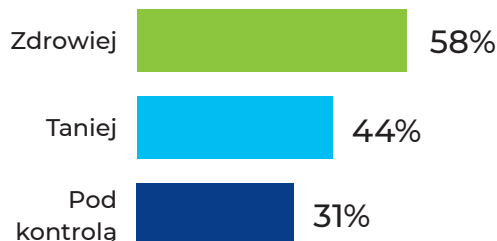




Konsumenci chcą mieć kontrolę.

Dlaczego konsumenci chcą kontynuować gotowanie w domu? Zdrowie jest dla nich priorytetem, a gotowanie w domu daje im kontrolę nad takimi obszarami, jak wartość odżywcza, koszt, bezpieczeństwo, smak i jakość – zarówno w przypadku potraw dla nich samych, jak i dla ich rodzin.

Trzy największe zalety gotowania w domu:



Wyzwaniem dla producentów żywności jest opracowanie produktów, które pomogą konsumentom gotować w domu, a jednocześnie spełnią ich preferencje w zakresie zdrowia, wartości odżywczej i ceny.

Bezpieczeństwo żywności ma znaczenie.

Bezpieczeństwo żywności staje się priorytetem dla konsumentów na całym świecie. Zajmuje drugie miejsce po zdrowiu i jest kluczowym czynnikiem decydującym o wyborze produktu. Występują tu pewne różnice regionalne. Zdrowa żywność była głównym czynnikiem zachęcającym do gotowania w domu w Hiszpanii i Wielkiej Brytanii. W Chinach priorytetem było bezpieczeństwo żywności, natomiast łatwość przygotowania posiłków została najwyżej oceniona w USA.

Producenci żywności muszą brać pod uwagę wszystkie te czynniki. Dobór składników, techniki przetwórcze i wybór opakowania mają decydujące znaczenie w kwestii dostarczania klientom bezpiecznych, wygodnych w użyciu, zdrowych i niedrogich składników paczkowanych.



***1 na 4 konsumentów
na świecie niepokoi
się obecnie
o bezpieczeństwo
żywności***

Zwiększony popyt na produkty paczkowane.

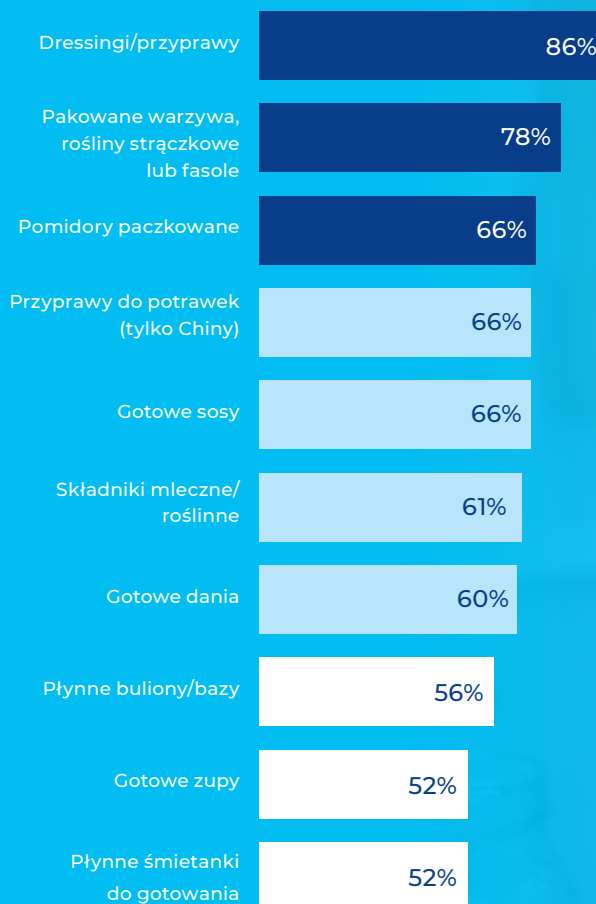
Prostsze przygotowywanie posiłków dzięki "pomocnikom w samodzielnym gotowaniu".

Konsumenci coraz częściej gotują w domu, co ma wpływ na rodzaj kupowanych przez nich produktów. Produkty takie jak paczkowane warzywa, sosy i dressingi zyskują na popularności i pomagają konsumentom w przygotowywaniu bezpiecznych, zdrowych i tanich posiłków w ich własnej kuchni.

Ci "pomocnicy w samodzielnym gotowaniu" są również odpowiedzią na obawy konsumentów dotyczące pomysłów na dania oraz czasu i stopnia trudności, jaki wymaga ich przyrządzenie w domu. Takie produkty powinny spełnić wymagania pod względem zdrowia istotne dla konsumentów. Powinny też być odżywcze i pozbawione konserwantów, ponieważ to zwiększa ich atrakcyjność na półce sklepowej.

87% konsumentów używa w swojej kuchni 3 lub więcej paczkowanych produktów spożywczych miesięcznie

Globalne wykorzystanie produktów kulinarnych:



Produkty używane raz w miesiącu lub częściej.



**Składniki
do gotowania
cieszą się
powodzeniem,
co odzwierciedla
rosnący trend
gotowania w domu.**



Możliwość rozwoju w segmencie produktów paczkowanych.

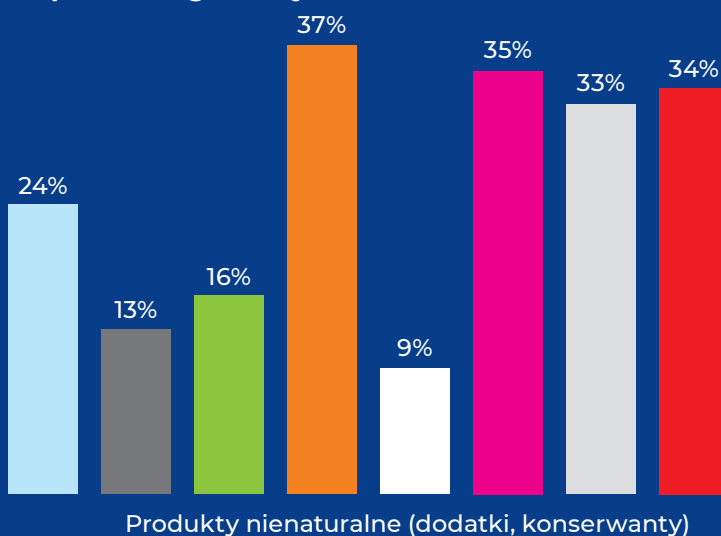
Paczkowana żywność wspiera rozwój trendu gotowania w domu i jest szansą dla producentów. W 9 na 10 badanych kategoriach odnotowano wzrost popytu konsumenckiego na tego typu produkty spowodowany pandemią. Dotyczy to produktów stosowanych jako składniki podczas gotowania w domu, takich jak paczkowane warzywa i składniki roślinne, a także produktów gotowych, takich jak sosy i zupy, które wzbogacają posiłki.

Koniecznością stały się produkty określone jako „naturalne”.

Produkty naturalne bez dodatków i konserwantów przyciągają współczesnych kupujących – fakt, że produkt nie jest „naturalny” to główny powód, dla którego konsumenci rezygnują z zakupu.

Konsumenci cenią sobie naturalność składników i biorą pod uwagę ich wpływ na środowisko, ale na tym nie koniec. Większa widoczność i wiedza na temat łańcuchów dostaw doprowadziły do udoskonalenia i wdrożenia przez producentów nowych metod przetwarzania i pakowania – takich, które eliminują potrzebę stosowania środków konserwujących i chronią jakość produktu, tak aby zwiększyć jego atrakcyjność dla konsumentów.

Ogólne bariery dla osób kupujących produkty do gotowania różnią się w zależności od kraju, ale brak „naturalności” jest największą barierą na poziomie globalnym:



Uzyskaj dostęp do szczegółowych statystyk.

Jak konsumenci postrzegają paczkowane warzywa? Jak ważna jest zawartość składników odżywczych podczas wyboru gotowych sosów i zup? Jakie jest preferowane pozycjonowanie, rodzaj i wielkość opakowania w przypadku Twojej kategorii?

Przeczytaj nasze szczegółowe raporty dla kategorii [zup](#) i [karmy dla zwierząt](#).

Skontaktuj się z nami, aby dowiedzieć się, w jaki sposób kompleksowe rozwiązania Tetra Pak mogą wesprzeć Twoją działalność w branży spożywczej.

Skontaktuj się z nami





