*Warszawa, 21 lutego 2024*

**Alpro serwuje roślinne nowości**

**Alpro rozszerza swoją ofertę – fani roślinnej alternatywy dla skyra mogą już sięgnąć po nowy, truskawkowy wariant tego produktu. Z kolei miłośnicy sojowej alternatywy dla jogurtu z jagodami mogą się cieszyć większym opakowaniem swojej ulubionej przekąski. Zmiany w portfolio marki to odpowiedź na trendy i potrzeby konsumentów, którzy coraz chętniej sięgają po roślinne źródła białka. W 2023 roku kategoria odnotowała dwucyfrowe wzrosty sprzedaży – ponad 17% w ujęciu wartościowym oraz 14,5% w ujęciu wolumenowym[[1]](#footnote-2).**

Konsumenci coraz chętniej sięgają po produkty roślinne, a marka Alpro (z portfolio Danone), będąca liderem wśród roślinnych producentów markowych[[2]](#footnote-3), dokładnie obserwuje ich potrzeby i odpowiada na nie poprzez odpowiedni rozwój swojej oferty. Właśnie dlatego do portfolio marki dołączyła nowość – roślinna alternatywa dla skyra z truskawkami w opakowaniu o pojemności 400 g. *–* *W ostatnim czasie obserwujemy wysokie zainteresowanie konsumentów wysokobiałkowymi produktami typu skyr. W minionym roku wartość sprzedaży tych produktów mlecznych wzrosła o ponad 40%[[3]](#footnote-4), dlatego zdecydowaliśmy się rozwijać roślinną alternatywę dla tej kategorii w ramach naszej marki. Alpro oferuje już alternatywę dla skyra w wariancie naturalnym, a także* *o smaku wanilii czy z mango. Teraz dołączyła truskawka, którą – mamy nadzieję – konsumenci pokochają tak, jak my* – mówi Dominika Wujcik, menedżerka marki Alpro.

Z kolei miłośnicy sojowej alternatywy dla jogurtu z jagodami od Alpro mogą się cieszyć większym opakowaniem swojej ulubionej przekąski, dzięki wprowadzeniu do oferty produktu w opakowaniu 400 g (obok dostępnego do tej pory wariantu 150 g).

**Roślinne – dobre dla Ciebie**

Zarówno roślinna alternatywa dla skyra, jak i sojowa alternatywa dla jogurtu od Alpro są wytwarzane na bazie soi wolnej od modyfikacji genetycznej i zawierają żywe kultury bakterii. Oba produkty, przy naturalnie niskiej zawartości tłuszczu i kwasów nasyconych, są bogate w białko roślinne, co czyni je pożywnymi przekąskami. Oba są także źródłem wapnia, potrzebnego do utrzymania zdrowych kości i zębów\*, a także witamin: B2, B12 oraz D2. Ponadto nie zawierają laktozy i glutenu. Truskawkową nowość typu skyr wyróżnia gęsta, kremowa konsystencja, charakterystyczna dla tego segmentu.

*–* *Jednym z atutów zarówno skyrów, jak i ich roślinnych alternatyw jest wysoka zawartość białka, która zapewnia poczucie sytości[[4]](#footnote-5).* *Dążymy do tego, by nasze produkty wytwarzane na bazie białka roślinnego, będące alternatywą dla tradycyjnego nabiału, miały podobne do niego właściwości i walory smakowe. To idealna propozycja zarówno dla tych, którzy poszukują sposobów na urozmaicenie swojej diety, jak i tych, którzy nie mogą spożywać tradycyjnych produktów mlecznych* –dodaje Dominika Wujcik.

**Dla poszukujących roślinnego źródła białka**

W ostatnim czasie wyraźnie widać rosnące zainteresowanie konsumentów produktami wysokoproteinowymi, (w tym skyrami) – w 2023 roku wartość ich sprzedaży w Polsce wzrosła o blisko 83% w porównaniu do roku 2022[[5]](#footnote-6). Białko jest niezbędne w procesie rozwoju, wzrostu i odbudowy organizmu[[6]](#footnote-7), a idealnym uzupełnieniem diety dla tych, którzy nie mogą go przyjmować z produktami mlecznymi są ich roślinne alternatywy. To właśnie z myślą o tych konsumentach, a także o każdym, kto szuka urozmaicenia swojej diety, Alpro rozwija ofertę produktów z wysoką zawartością białka. Konsumenci mogą sięgnąć po jeden z czterech wariantów smakowych roślinnej alternatywy dla skyra (która w 100 g produktu zawiera powyżej 5 g białka) lub produkty z linii Alpro wysokobiałkowe – napój sojowy wysokobiałkowy (5 g białka na 100 ml), pudding sojowy o smaku wanilii (10 g białka w 100 g produktu) lub pudding sojowy z czekoladą (ponad 10 g białka w 100 g produktu).

**Roślinne – dobre dla planety**

Wszystkie produkty Alpro doskonale wpisują się w koncepcję diety planetarnej, zwanej fleksitariańską. **Według jednego z jej założeń białko roślinne, pochodzące m.in. z**roślin strączkowych i ich przetworów, napojów roślinnych czy orzechów, powinno dominować w naszym jadłospisie nad białkiem z produktów pochodzenia zwierzęcego[[7]](#footnote-8). Ten model żywienia został opracowany przez międzynarodowy zespół naukowców wchodzących w skład The EAT-Lancet Commission on Food, Planet, Health. Jest rekomendowany także m.in. przez ekspertów zainicjowanego przez grupę spółek DANONE Interdyscyplinarnego Centrum Analiz i Współpracy Żywność dla Przyszłości[[8]](#footnote-9), autorów raportu „Talerz przyszłości”. Dieta planetarna jest korzystna zarówno dla zdrowia, jak i stanu planety, bowiem żywność pochodzenia roślinnego ma najmniejszy wpływ na środowisko pod względem emisji CO2, zużycia wody i użytkowania gruntów[[9]](#footnote-10). Warto również dodać, że Alpro posiada certyfikat B Corp od 2018 roku. Jego przyznanie poprzedza restrykcyjny proces weryfikacji, badający realny wpływ przedsiębiorstwa na środowisko oraz szerokie grono interesariuszy w całym łańcuchu wartości.. Otrzymanie certyfikatu jest jednocześnie podjęciem zobowiązania do ciągłej realizacji strategii zrównoważonego rozwoju i aktywnego wprowadzania rozwiązań odpowiadających na wyzwania społeczne i środowiskowe.

**KONTAKT PRASOWY:**Justyna FedaszKierownik ds. Komunikacji Zewnętrznej, grupa spółek DANONEjustyna.fedasz@danone.com, tel. 502 416 406

**O spółce Danone:**

Danone to lider w tworzeniu wysokiej jakości, smacznych i wartościowych produktów mlecznych oraz produktów pochodzenia roślinnego[[10]](#footnote-11). Do ich produkcji wykorzystuje starannie wyselekcjonowane surowce, ekspercką wiedzę i wieloletnie doświadczenie. Dostrzegając zmieniające się potrzeby i preferencje konsumentów, firma nieustannie rozwija swoją ofertę. Wszystko po to, by ułatwić dokonywanie lepszych wyborów żywieniowych każdego dnia. W ofercie Danone znajduje się bogaty wybór jogurtów i serków, deserów mlecznych oraz produktów funkcjonalnych takich marek, jak Activia, Actimel, Danio, Danonki, Fantasia czy Gratka, a także linia produktów naturalnych o prostym składzie, takich jak jogurt naturalny Danone czy kefir. W portfolio Danone obecna jest również marka Alpro, oferująca szeroki wybór produktów pochodzenia roślinnego.

Pierwsze produkty Danone pojawiły się w Polsce w 1991 roku. Dziś firma zatrudnia ponad 1 500 pracowników, a jej serce znajduje   
się w zakładzie produkcyjnym w Bieruniu. To tam wywarzane są jogurty i serki, które trafiają na krajowy rynek oraz   
do ponad 20 innych krajów w Europie oraz do Stanów Zjednoczonych.

Danone jest częścią **grupy spółek DANONE.** W Polsce DANONE działa w 3 obszarach istotnych dla prawidłowego żywienia: produkty mleczne oraz pochodzenia roślinnego (Danone), woda i napoje (Żywiec Zdrój), żywienie specjalistyczne, obejmujące żywność dla niemowląt i małych dzieci oraz żywność specjalnego przeznaczenia medycznego (Nutricia). Wszystkie spółki DANONE łączy podwójne zobowiązanie na rzecz zrównoważonego rozwoju gospodarczego i społecznego oraz misja niesienia zdrowia poprzez żywność tak wielu ludziom, jak to możliwe. Poprzez oferowane produkty oraz realizowane projekty i programy - w myśl wspólnej wizji One Planet. One Health - spółki DANONE zachęcają do podejmowania właściwych wyborów żywieniowych na co dzień, a także przyczyniają się do zdrowia kolejnych pokoleń i lepszego stanu naszej planety. W 8 lokalizacjach w kraju zatrudnienie znajduje ponad 3 000 osób, rozwijających się zawodowo w bezpiecznym i przyjaznym środowisku pracy. Poznaj grupę spółek DANONE, odwiedzając [www.danone.pl](http://www.danone.pl).

1. Danone za NielsenIQ - Panel Handlu Detalicznego, Cała Polska (Food), zmiana sprzedaży wolumenowej i wartościowej, okres MAT W52 2023, kategoria: Produkty roślinne - napoje roślinne i roślinne alternatywy dla jogurtów, deserów i śmietan (klasyfikacja własna Klienta). [↑](#footnote-ref-2)
2. Danone za NielsenIQ - Panel Handlu Detalicznego, Cała Polska (Food), udziały wartościowe w kategorii z wyłączeniem marek własnych, okres MAT W52 2023, kategoria: Produkty roślinne - napoje roślinne i roślinne alternatywy dla jogurtów, deserów i śmietan (klasyfikacja własna Klienta). [↑](#footnote-ref-3)
3. Danone za NielsenIQ - Panel Handlu Detalicznego, Cała Polska (Food), zmiana wartości sprzedaży w % w okresie skumulowanym w1-w52 2023 w porównaniu do okresu skumulowanego w1-w52 2022, kategoria: jogurty, segment: skyr (klasyfikacja własna Klienta).

   \* Ważna jest zróżnicowana i zbilansowana dieta oraz zdrowy styl życia. [↑](#footnote-ref-4)
4. Morell P., Fiszman S.: Revisiting the role of protein-inducnted satiation and satiety. Food Hydrocolloids 2016, 68:199-210 [↑](#footnote-ref-5)
5. Danone za NielsenIQ - Panel Handlu Detalicznego, Cała Polska (Food), zmiana wartości sprzedaży w % w okresie skumulowanym w1-w52 2023 w porownaniu do okresu skumulowanego w1-w52 2022, kategoria: świeże produkty mleczne, segment: wysokobiałkowe/inne (klasyfikacja własna Klienta). [↑](#footnote-ref-6)
6. Jarosz M., Rychlik E., Stoś K., Charzewska J.(red.) Normy żywienia człowieka dla populacji Polski I ich zastosowanie. Narodowy Insytut Zdrowia Publicznego - Państwowy Zakład Higieny, 2020 [↑](#footnote-ref-7)
7. https://danone.pl/assets/interdyscyplinarne/Raport\_Talerz\_Przyszlosci\_2023.pdf. [↑](#footnote-ref-8)
8. https://danone.pl/assets/interdyscyplinarne/Raport\_Talerz\_Przyszlosci\_2023.pdf. [↑](#footnote-ref-9)
9. Clark, Tilman – Comparative analyses of environmental impacts of agricultural production systems, agricultural input efficiency and food choice, 2017. [↑](#footnote-ref-10)
10. Danone za Nielsen – firma Danone, wykluczając marki własne, osiągnęła najwyższy udział wartościowy sprzedaży w grupie produktów nabiałowych (rozumianej jako suma kategorii: desery mleczne, serki homogenizowane, mleko smakowe, kawa mrożona, produkty mleczne dla dzieci, desery roślinne i jogurty, kefiry, maślanki i jogurty) oraz w grupie produktów roślinnych (rozumianej jako suma kategorii: napoje, desery, jogurty i śmietany pochodzenia roślinnego), Panel Handlu Detalicznego, rynek: Cała Polska z Dyskontami (Food), sprzedaż wartościowa - udziały, okres IV 2018 – III 2020. [↑](#footnote-ref-11)