

# RYNEK LODY SWEET

RAPORT





# Forum Lodowe & Sweet

## 2023

16-17 listopada, WISŁA

Crystal Mountain \*\*\*\*



Piąta edycja konferencji Forum Lodowe & Sweet odbędzie się w terminie 16-17 listopada. Tym razem spotykamy się w Wiśle, w hotelu Crystal Mountain.

Zapraszamy technologów, szefów produkcji oraz właścicieli firm produkujących słodkości oraz lody.

RYNEK  
**LODY SWEET**  
RAPORT



**Iwona Łagodzińska**  
prezes zarządu  
Terravita

## 40 lat na rynku słodczy

W tym roku Terravita świętuje 40-lecie funkcjonowania na rynku słodczy. Od lat proponujemy Klientom, w kraju i za granicą, słodkie rozwiązania w dwóch istotnych obszarach.

Nasze czekoladowe tabliczki to przede wszystkim dobrze znane brandy Terravita, Alpinella czy Cocoacara. Jesteśmy także cenionym dostawcą dla sektora private label. W naszych wyrobach stawiamy przede wszystkim na jakość czekoladowej masy. Klasyczne rozwiązania to od lat trzon biznesu. Jednak rosnące oczekiwania konsumentów wymagają nieustannej analizy trendów i elastycznego odpowiadania na potrzeby rynku.

Dynamicznie rozwijamy również obszar półproduktów dedykowanych do przemysłu cukierniczego i lodowego. Marki Terravita i Bellaria to szeroki asortyment czekolad, kuwertur, kremów, polew i sosów. Terravita to także jeden z ważniejszych producentów polew lodowych w Europie. W Terravita wyznajemy zasadę, że aby utrzymać się na rynku, musimy stale się rozwijać. Zmieniają się trendy i oczekiwania Klientów, jako producent nie możemy ich lekceważyć. Dlatego konsekwentnie rozwijamy nowe kategorie i rozwiązania produktowe.



Wywiadownia przewiduje, że globalny rynek lodów wegańskich osiągnie wartość 1,24 miliarda USD do 2030 r., co ma pociągnąć za sobą wzrost popytu na tzw. mleczko kokosowe. Agencja analizuje też opakowania mrożonego wegańskiego przysmaku wskazując na typ Cup & Tube, który ma aktualnie największy udział w globalnym rynku. Lody w opakowaniach ready-to-go to rosnący trend.

Globalny rynek lodów wegańskich jest podzielony na typy sprzedaży Impulse, Take Home i rzemieślnicze. Ten ostatni wyróżnia się jako opcja premium, zaspokajająca zapotrzebowanie konsumentów na wyjątkowe smakołyki.

Globalny rynek lodów wegańskich jest podzielony na regiony Ameryki Północnej, Europy, Azji i Pacyfiku oraz reszty świata. Wśród nich region Azji i Pacyfiku, ze względu na szybką urbanizację i rosnącą konsumpcję na mieszkańca, przeżywa najszybszy wzrost w branży. Tam, podobnie jak w innych rejonach, kluczową rolę w napędzaniu wzrostu światowego rynku lodów wegańskich odgrywają supermarkety i hipermarkety.

Agencja informuje że, spośród szerokiego wachlarza smaków wegańskich mrożonych przysmaków, globalny konsument najczęściej wybiera smak karmelowy.

REDAKTOR NACZELNA  
Aleksandra Wojnarowska, tel. 535 094 517

PROMOCJA I REKLAMA  
Monika Skrzyszowska, tel. 535 566 506

STUDIO GRAFICZNE, DTP  
PROGRAFIKA  
[www.prografika.pl](http://www.prografika.pl)

WYDANIE ONLINE

WYDAWCA  
Bikotech Sp. z o.o.  
ul. Kościuszki 29  
44-240 Żory  
[www.bikotech.pl](http://www.bikotech.pl)

Wydawca nie odpowiada za treść ogłoszeń oraz za treść i poprawność artykułów przygotowanych przez niezależnych autorów. Wydawca nie zwraca materiałów niezamówionych.

\*\*\*\*  
Wydawca jest organizatorem konkursów, ocen i plebiscytów:



SPONSOR GENERALNY

**terravita**

SPONSORZY:

**bart** **Vimax** **Bell**

PARTNERZY:

**JAR** **KUK** **CEMIS**

PARTNER MERYTORYCZNY

**calvatis - calgonit**

ORGANIZATOR

**BIKO TECH**

PARTNERZY MEDIALNI:

**AGRO** **NOWOŚCI HANDLOWE**

KONTAKT: **Bikotech Sp. z o.o.**, ul. Kościuszki 29, 44-240 Żory, tel. +48 32 307 66 91

[www.bikotech.pl](http://www.bikotech.pl)

RAPORT LODY SWEET BY BIKOTECH

# Polska lody & sweet trendy



Branża spożywcza zmagą się z wysokimi cenami, rosnącymi kosztami produkcji czy niestabilnymi łańcuchami dostaw. Mimo to rynek wyrobów czekoladowych w Polsce w 2023 roku urosnąć ma nawet o 5%. Za wzrosty odpowiadać mają rosnący popyt wewnętrzny i eksport oraz innowacyjność produktowa - wynika z informacji przedstawionych przez wywiadownię gospodarczą Dun & Bradstreet.

Z danych D&B wynika też, że w 2022 roku statystyczny Polak zjadł średnio od 5,5 kg do nawet 6 kg czekoladowych słodyczy: głównie pralin, batonów i samej czekolady, a wartość polskiego rynku słodyczy czekoladowych szacuje się na blisko 8,5 mld zł, czyli o 10% więcej niż rok wcześniej.

Polska jest największym rynkiem czekolady w Europie Środkowo-Wschodniej, gdzie połowa rynku jest w posiadaniu trzech graczy: Mondelez, Ferrero i Wedel. Dalsze pozycje zajmują takie firmy jak Colian, Storck, Nestle, Wawel czy Mars. Kilkanaście procent rynku należy do tzw. marek własnych sieci handlowych.

Również rynek lodów w Polsce, którego wartość przekracza już 3,5 mld zł, rośnie bardzo dynamicznie. Po znacznym obniżeniu dynamiki, spowodowanej restrykcjami kowidowymi eksperci przewidują lepsze wyniki. Euromonitor International spodziewa się w sezonie 2023/2022 wzrostu rynku lodów w Polsce wartościowo o niemal 14% po wzroście w sezonie 2022/2021 o 15,6%. Lody to największa i najszybciej rozwijająca się kategoria na rynku słodyczy w Polsce ze średnią roczną dynamiką wzrostu na poziomie 10%. W Polsce jest trzech liderów na rynku lodów: PPL Koral, Unilever oraz Froneri, którzy łącznie odpowiadają za ponad 80% obrotów w kanale lodów impulsowych.

## Trendy

**Gorzka czekolada.** Rośnie świadomość korzyści zdrowotnych płynących ze spożywania gorzkiej czekolady. Według Cleveland Clinic ciemna czekolada poprawia krążenie krwi w organizmie, obniża ciśnienie krwi, poprawia funkcjonowanie mózgu i zmniejsza ryzyko chorób serca gdy jest spożywana z umiarem, ponieważ zawiera niezbędne minerały, takie jak cynk, magnez, fosfor, miedź i żelazo. Rosnący popyt europejskich konsumentów na ciemną czekoladę ma być głównym motorem wzrostu rynku regionalnego.

**Zdrowsze zamienniki kakao.** Sztuczne czekoladki na bazie karobu mają rosnąć w skali 2% rocznie ( CAGR -skumulowany roczny wskaźnik wzrostu na poziomie 9,5% w okresie prognozy 2022-2030). Wyroby cukiernicze z chleba świętojańskiego nie zawierają kofeiny, dzięki czemu są idealne dla konsumentów nietolerujących kofeiny. Według Caffeine

Informer prawie 10% światowej populacji ma nadwrażliwość na kofeinę. Ponadto zawartość wapnia w chlebie świętojańskim jest prawie trzy razy większa niż w kakao. To sprawia, że jest szczególnie rozpowszechniony wśród osób cierpiących na niedobór wapnia i kobiet.

**Produkty roślinne.** Czterech na 10 Polaków przyznaje się do ograniczania spożywania mięsa. Niemal 12% Polaków ma nie spożywać mlecznych produktów oraz jaj i produktów jajecznych. W kolejnych latach można spodziewać się wzrostu zainteresowania produktami z kategorii mlecznych alternatyw.

**Opakowanie:** lżejsze i ekologiczne. Niemal co czwarty z nas podejmując decyzję zakupową bierze pod uwagę aspekt ekologiczny opakowania. Sieci handlowe prześcigają się w komunikowaniu postępów w zakresie redukcji opakowań.

**Wzrost znaczenia marek własnych.** Jak podaje GFK Polonia, już co piąty produkt znajdujący się w koszyku zakupowym Polaka jest marką własną oferowaną przez retailera. Coraz częściej poza korzyściami związanymi z niską ceną konsumenci doceniają wysoką jakość produktów oraz fakt, że bardzo często asortyment ten wytwarzany jest przez lokalny sektor MŚP, co z kolei pozytywnie wpływa na mikroekonomiczną sytuację w regionie. Wszystko wskazuje na to, że inflacja przyczyni się do zwiększenia udziałów rynkowych tego segmentu produktów.

## Źródła

- [1] [https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/chocolate-market?utm\\_source=social&utm\\_medium=linkedin&utm\\_campaign=world-day\\_cp\\_07-07-23\\_fmccg&utm\\_content=chocolate-market](https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/chocolate-market?utm_source=social&utm_medium=linkedin&utm_campaign=world-day_cp_07-07-23_fmccg&utm_content=chocolate-market)
- [2] <https://www.pap.pl/aktualnosci/news%2C1557737%2Cpolska-w-rankingu-najwiekszych-eksporterow-czekolady-na-swiecie.html>
- [3] <https://www.agroindustry.pl/index.php/2023/04/13/polska-na-europejskim-podium-w-eksportcie-czekolady-w-tabliczkach/>
- [4] <https://wedel.pl/uploads/media/default/0001/03/67f14f3dd8750067f0754795b4d9dbc3619b625b.pdf>
- [5] <https://www.agroindustry.pl/index.php/2023/07/04/kaufland-z-kampania-marek-wlasnych/>



**Magdalena Płaza,**  
menadżerka kategorii  
**ALDI**

W asortymencie ALDI lody dostępne są przez cały rok w różnych formach – sprzedawane na sztuki, litry czy jako ciasta i torty lodowe dostępne w ofertach czasowych, w tym także aż 29 rodzajów lodów na patyku.

Jako jedyna sieć na rynku ALDI posiada w stałej sprzedaży lody rzemieślnicze Eccolo oraz lody Ptasie Mleczko marki Wedel dostępne na sztuki.



**Szymon Czubak**  
kierownik kategorii  
**ALDI**

Obserwujemy stale rosnące zainteresowanie klientów ofertą słodczy w sklepach ALDI. Cyklicznie w sklepach naszej sieci oferujemy liczne promocje na ten asortyment – na podstawie naszych badań własnych wynika, że w 2022 r. klienci dzięki rabatom na słodczy zaoszczędzili średnio 25%.



#### SIECI HANDLOWE

Warto zwrócić uwagę na lody występujące w marce własnej Mucci – dostępne w wersji bezglutenowej oraz niskokalorycznej. Posiadają one certyfikowany logotyp Przekreślonego Kłosa, wydawany przez Polskie Stowarzyszenie Osób z Celiakią i na Diecie Bezglutenowej.

Dodatkowo kremowe lody śmietankowo-czekoladowe posiadają certyfikat Rainforest Alliance, który gwarantuje pozyskanie surowców w sposób zrównoważony, przy jednoczesnym poszanowaniu ludzi i środowiska. Znakiem czasów i odpowiedzią na potrzeby rynkowe są niskokaloryczne i wysokobiałkowe lody marki NICK's idealne do diet nisko węglowodanowych, keto i cukrzykowych, ale przede wszystkim dla każdego, kto chce się nimi cieszyć i jednocześnie dobrze czuć. Bez dodatku cukru i bez oleju palmowego. W sklepach ALDI klienci znajdują także lody pochodzenia ukraińskiego, takie jak Plombir (tradycyjne lody na maśle), Baton Śmietankowy czy lody Eskimos.



#### SIECI HANDLOWE

Klienci ALDI chętnie sięgają po czekoladę marki własnej Château. W ofercie posiadamy aż 16 wersji smakowych tej czekolady. Warto dodać, że czekolada Château produkowana jest od 42 lat na podstawie unikalnej receptury. W ALDI poszerzamy ofertę słodczy w okresie jesienno-zimowym, stale dostarczając nowe produkty, czy też nowe połączenia smakowe. Do produkcji artykułów marki własnej wykorzystujemy certyfikowane kakao Fairtrade lub UTZ/Rainforest Alliance.

W naszej ofercie klienci znajdują także bombonierki, wafelki, batoniki, cukierki, herbatniki, ciastka oraz żelki zarówno marek własnych ALDI jak i znanych brandów. Oferujemy także zdrowsze odpowiedniki słodczy - na przykład batoniki marki Gut Bio, które są odpowiednie dla wegan, i które również w naszych sklepach cieszą się popularnością.



**Lidia Zielińska-Porada**  
Category Manager PF  
**Auchan Retail Polska**

Kategoria lodów rośnie nieprzerwanie od kilkunastu lat. Choć zainteresowanie lodami w Polsce nasila się w okresie wiosenno-letnim, to rozwój kategorii widoczny jest również poza sezonem.



Warto podkreślić, że spośród słodczy to właśnie lody są najczęściej wybierane przez Polaków. Stanowią nie tylko ulubioną słodką przekąskę czy uwielbiany przez najmłodszych konsumentów przysmak, ale także deser serwowany podczas spotkań z przyjaciółmi czy z rodziną. W Auchan proponujemy naszym klientom bardzo szeroką gamę produktów w różnych smakach, od tradycyjnych, znanych od

lat, po wyszukane, z licznymi dodatkami jak czekolada, ciasteczka oraz sosy. Nie zapominamy również o osobach ceniących zdrowy tryb życia – z myślą o nich przygotowaliśmy ofertę produktów vege, bio a także lody bez cukru. Posiadamy szeroką gamę lodów marki własnej Auchan o wysokiej zawartości śmietany w unikatowych smakach, takich jak pinacolada, wiśnia z czekoladą czy amaretto. W ostatnim czasie bardzo dynamicznie rozwija się rynek lodów rzemieślniczych, które konsumenci doceniają ze względu na ich wysoką jakość oraz naturalne składniki. Wychodząc naprzeciw tym oczekiwaniom Auchan oferuje lody rzemieślnicze marki własnej Pewni Dobrego, produkowane na bazie autorskiej receptury z najwyższej jakości składników w wyjątkowych smakach – palone masło, belgijska czekolada, masło orzechowe z czekoladą oraz pistacją.

Klienci są bardzo otwarci, szukają nowości, chętnie próbują nowych smaków – a mają z czego wybierać. W Auchan co roku oferujemy nowe smaki i tekstury. Jesteśmy przekonani, że ta tendencja będzie się utrzymywała przez kolejne lata, poszerzając grupę konsumentów.



#### SIECI HANDLOWE



**Karolina Kędziarska**  
kupiec  
kategorie Słodczy i Ciastka  
**Auchan Retail Polska**

W ostatnich latach rynek słodczy odnotowuje sukcesywne wzrosty, kategorie są różnorodne i wielofunkcyjne ze względu na ich rolę i postrzeganie poprzez konsumenta. Słodczy stanowią małą codzienną przyjemność, przekąskę między posiłkami, są idealne do dzielenia się z najbliższymi, mogą też być miłym prezentem. Każda kategoria słodczy, zarówno czekoladowych jak i bez czekolady jak cukierki, żelki, lizaki czy gumy, ma swoich stałych odbiorców.



W Auchan zbudowaliśmy szeroką gamę produktów słodczy i ciastek, polskich i międzynarodowych producentów, w różnych przedziałach cenowych, w tym również produkty marki własnej Auchan z logo Zielonego, Czerwonego i Złotego Ptaka.

Polski konsument jest coraz bardziej świadomy, liczy się dla niego nie tylko smak, ale również jakość produktów, ich skład, pochodzenie, sposób produkcji oraz rodzaj opakowania. Jest to dla nas niezwykle istotne

przy tworzeniu produktów marki własnej Auchan. Wyróżniają się one kontrolowaną jakością surowców. Z najwyższą starannością weryfikujemy receptury, eliminując olej palmowy bez certyfikatu RSPO czy jaja od kur z chowu klatkowego. Jednym z filarów Auchan jest troska o środowisko, ważne jest więc dla nas, aby opakowania marki własnej Auchan pochodziły z materiałów nadających się do recyklingu. Ponadto inwestując w produkty marki własnej Auchan wspieramy rozwój polskich małych rodzinnych firm.

W sklepach pod szyldem Auchan nasi konsumenci otrzymują jedną z najszerzych na rynku, pod względem ilości dostępnych smaków, gramatur i brandów, ofertę produktów w kategorii czekolad i ciastek. W naszych sklepach dostępna jest oferta słodczy zarówno tradycyjnych jak i rzemieślniczych, takich jak ręcznie robione czekolady. Posiadamy bardzo bogatą ofertę pralin i bombonierek, w tym ciekawą ofertę idealnych na prezent bombonierek belgijskich, włoskich, niemieckich i polskich. Budując ofertę słodczy i ciastek przygotowujemy specjalne oferty produktów dedykowanych na prezent Wielkanoc, Boże Narodzenie, Dzień Dziecka, czy Walentynki. Ofertę cukierków, żelków, batoników czy lizaków rozszerzamy o produkty oparte na bazie naturalnych składników, bez cukru, sztucznych barwników, alergenów. Wychodząc w ten sposób naprzeciw potrzebom coraz bardziej wymagających konsumentów oferujemy alternatywę dla tradycyjnych słodczy.

Słodczy i ciastka dostępne są we wszystkich formatach sprzedaży – w hipermarketach, supermarketach, sklepy franczyzowych, sklepach osiedlowych Moje Auchan oraz w kanale e-commerce.



## SIECI HANDLOWE

**Rafał Aletański**  
**menedżer kategorii odpowiedzialny za lody Marletto**  
**Jerónimo Martins**

Najwięcej lodów Polacy kupują w lipcu. W lipcu ubiegłego roku sieć Biedronka sprzedała prawie 40 milionów sztuk różnego rodzaju lodowych deserów. Niezależnie od miesiąca sobota jest tym dniem tygodnia, w którym sprzedaje się ich najwięcej – w lipcu ubiegłego roku do koszyków we wszystkie soboty miesiąca trafiło ponad 8 mln sztuk tych schłodzonych słodkości, w czerwcu – ponad 7,3 mln, a w sierpniu – ponad 7,5 mln sztuk.

Klienci Biedronki kupują coraz więcej lodów. W czerwcu 2023 sieć zanotowała wzrost sprzedaży o ponad 11% w stosunku do czerwca ubiegłego roku. W samym 2022 roku klienci sieci Biedronka kupili ich prawie 210 mln sztuk.

Kiedy w 2007 roku wprowadzaliśmy do naszych sklepów lody marki Marletto, nie spodziewaliśmy się, że tak szybko staną się tak popularne wśród klientów.



Zaczynaliśmy od ośmiu wariantów, teraz jest ich około 60, a część z nich, jak np. lody Marletto Almond czy Stony Karmel na patyku są niekwestionowanymi faworytami wśród konsumentów. Za tym sukcesem stoi na pewno jakość, do której przywiązujemy ogromną wagę, oryginalne receptury i oczywiście biedronkowe ceny. Nieprzypadkowo marka Marletto została nagrodzona znakiem Dobra Marka 2022.


**Katarzyna Jędrwiak**  
**dyrektor Departamentu**  
**Produktów Suchych**  
**Intermarché**

Wartość rynku słodczy wykazuje w ostatnich latach tendencję wzrostową. Według dostępnych danych rynkowych sprzedaż przekąsek słodkich i słonych w supermarketach stanowi 16% wartościowych udziałów całego rynku i urosła o 23,1% w stosunku do roku ubiegłego. Podobny trend zauważamy w sklepach sieci Intermarché.

Największą dynamikę w Intermarché odnotowują kategorie ciastek, cukierków, żelek, jak i czekolad i pralin.

Zgodnie z trendem życia w bardziej świadomy i zrównoważony sposób można zaobserwować wzrost zainteresowania klientów zakupem zdrowszych alternatyw dla słodczy.

Duże wzrosty w ostatnich 12 miesiącach odnotowały m.in. batony funkcjonalne (proteinowe, z witaminami itp.), czekolady z dużą zawartością kakao czy też bez cukru (ze stewią lub innym jego zamiennikiem) a także zwykłe wyroby czekoladowe, wafelki



impulsowe czy gumy do żucia, chociaż one wciąż odbudowują pozycję sprzed pandemii.

Oferta sieci Intermarché kreowana jest w sposób zabezpieczający potrzeby naszych klientów.

W naszych sklepach klienci znajdują produkty zarówno na prezent dla swoich bliskich, jak i dla zaspokojenia swoich małych przyjemności. Ze szczególną uwagą podchodzimy do przygotowania specjalnej oferty z okazji ważnych świąt i wydarzeń takich jak np. Dzień Mamy, Dzień Dziecka, walentynki czy okres komunijny. Ważną dla nas grupą odbiorców są również dzieci, które w naszych sklepach znajdują dla siebie żelki, batony, wafelki czy batoniki musli.

W ofercie słodczy Intermarché nie może oczywiście zabraknąć marek własnych, które są bardzo dobrą alternatywą dla popularnych, droższych zamienników. Zwłaszcza ciastka i czekolady są dobrze znane i od lat kupowane przez naszych klientów. W najbliższych miesiącach planujemy rebranding wszystkich produktów z tego asortymentu, a także rozwój produktowy w ramach marki parasolowej O la la!



## SIECI HANDLOWE

## SIECI HANDLOWE


**Justyna Tederko**  
**dyrektor Departamentu**  
**Produktów Świeżych**  
**Intermarché**

Popyt na lody rośnie z roku na rok. Rynek odnotowuje wzrost w tej kategorii na poziomie 5% i to niezależnie od aury za oknem. Dodatkowo rok 2023, porównując do minionego, wskazuje na znacznie korzystniejszy trend w sprzedaży.

Rozpoczynając nowy sezon lodowy dobrze się do niego przygotowujemy, główny nacisk kładąc na to, aby wśród lodów oferowanych przez Intermarché było dużo nowości rynkowych. To one decydują o dobrym rozpoczęciu sezonu. Nowe produkty i smaki zawsze przyciągały i nadal przyciągają uwagę naszych klientów. W związku z tym, iż średnio stanowią 30% całego obrotu w tej kategorii produktowej, odgrywają znaczącą rolę w naszym biznesie. Nowe smaki, mixy smakowe, multipacki o różnych pojemnościach sprawiają, że oferta lodów w sieci Intermarché jest zawsze bardzo bogata.

W przypadku lodów impulsowych do wyboru są lody w formie rożków, kanapek i lodów na patyku. Z pewnością ważną grupę odbiorców tych produktów stanowią dzieci, wśród których ogromną

popularnością cieszą się marki stodyczowe, mające swoje odpowiedniki w lodach i takie też produkty można znaleźć w sklepach sieci.

Udział influencerów w promowaniu poszczególnych marek czy produktów znacząco przekłada się na wybory zakupowe. Naszym zadaniem jest, aby zapewnić w asortymencie produkty, które są „aktualnie na topie”. Jest to tzw. „must have”, a dzieci i młodzież są głównymi odbiorcami.

Mówiąc o segmencie lodów nie sposób nie wspomnieć o marce własnej, zarówno w kategoriach lodów rodzinnych, jak i impulsowych. Jest ona na tyle atrakcyjna, że w sezonie w sklepach są specjalnie wydzielone miejsca przy kasach na zamrażarki z lodami marki własnej.


**Marta Czerep-Kołodziejczyk**  
**dyrektor kategorii**  
**Ambient Food & Sweets**  
**Żabka Polska**

Żabka posiada rozbudowaną ofertę produktów z kategorii słodczy. To kompletny i bogaty asortyment, odpowiadający na potrzeby klienta w danej lokalizacji.



Nasza oferta jest nastawiona przede wszystkim na produkty markowe z dużym udziałem pozycji kultowych na rynkach zagranicznych, których konsument na polskim rynku nie miał dotychczas szansy regularnie nabywać oraz produktów tzw. Originals, w wersjach niedostępnych dotychczas na rynku.

Skupiamy się na poszerzeniu strefy premier produktowych, których pierwsza dystrybucja była możliwa właśnie w Żabce. W wielu przypadkach produkty te są efektem kooperacji Żabki z producentami, którzy szukają odważnych partnerów, dostrzegających trendy szybciej niż rynek.

Sukcesywnie rozwijamy asortyment kategorii słodczy, aby zaspokajać potrzeby konsumenta i uwalniać jego czas.



## SIECI HANDLOWE



**Marek Kopyto**  
prezes zarządu  
FF Marka Własna

Inwestowanie w rozwój i nieustanne dążenie do zwiększenia możliwości produkcyjnych oraz innowacyjność i najwyższe standardy jakości są dla nas kluczowe.

Obecnie kończymy kolejny proces inwestycyjny. Dla zaspokojenia potrzeb naszych partnerów i klientów rozbudowujemy jedną z naszych fabryk. Fabryka w Chechle powstaje w systemie GMP (Dobra Praktyka Produkcyjna), co nie tylko znacząco zwiększy naszą wydajność, ale także wyniesie standardy jakości produkcji na jeszcze wyższy poziom. Uruchamiamy nowe linie, w tym linię do produkcji lodów impulsowych oraz linię do produkcji formatów rodzinnych (0,4l-0,9l). Myślimy również o redukcji kosztów i środowisku. Obniżamy koszty energii, instalując panele fotowoltaiczne i inwestując w biogaz. Od lat nasze fabryki posiadają własne innowacyjne oczyszczalnie ścieków z instalacją biogazową. Równolegle nieustannie rozwijamy innowacyjność działu R&D i wzmacniamy struktury zespołów rekrutując specjalistów.

Jako wiodący producent lodów w markach własnych stawiamy na jakość, powtarzalność, wydajność oraz stabilność.



#### PRODUCENCI

Naszą pozycję potwierdza odebrane niedawno wyróżnienie – zostaliśmy laureatem Diamentów Forbes'a (III miejsce w kategorii firm o poziomie przychodów powyżej 250 mln zł w województwie łódzkim).

Na sezon 2023 wprowadziliśmy wspólnie z naszymi partnerami wiele znaczących nowości. Z kluczowych działań w obszarze brandu – nieustannie rozwijamy markę Gulliver, w której pojawiły się niedawno wielopak minipatyków Gulliver Mini oraz dwa papierowe kubki Gulliver Premium 460 ml.



**Agnieszka Rybicka**  
młodszy menedżer ds. komunikacji  
Wawel

Wawel to jedna z najstarszych firm produkujących słodycze w Polsce. W naszym portfolio znajdują się wyroby czekoladowe, galaretki, batony i słodycze bez dodatku cukru. Naszą misją jest tworzenie najwyższej jakości produktów przy użyciu naturalnych składników, bez konserwantów, a wszystko w zgodzie z programem Dobrych Składników, który prowadzimy przy współpracy z niezależną Radą Ekspertów. Słodycze Wawel odpowiadają na bieżące potrzeby konsumentów. Nowości, które pojawiły się w tym roku, to m. in. odświeżona odsłona MINIcezolad (Advocat, Choco, Krówkowa, Tofii), w tym nowość przyjazna dla wegan – MINIcezolada Beanut Butter. Portfolio marki wzbogaciło się również o Mieszanę Krakowską na okrągło o nowym, pomarańczowym smaku. Niedawno oferta Wawel poszerzyła się o owocowe Żelki Travelki w egzotycznych smakach Azji, Afryki i Ameryki. Wśród nich są też żelki wegańskie z międzynarodowym certyfikatem V-label. Jeszcze w tym roku marka wprowadzi na rynek kolejne nowości.



#### PRODUCENCI



**Paulina Skalbani**  
dyrektor operacyjna  
Wellbena Sp. z o.o.

Uważnie słuchamy naszych klientów i staramy się spełnić ich potrzeby, dlatego portfolio marki Dobry Squad zasilila nowa linia ciasteczek proteinowych. Stworzyliśmy je dla wszystkich tych, którzy chcą cieszyć się zdrową i pożywną przekąską. Produkty dostępne są w trzech smakach: brownie, orzechowy oraz cookie. Stanowią idealną przekąską dla osób aktywnych fizycznie, dbających o zdrowie. Wysoka zawartość białka sprawia, że ciastka proteinowe są świetnym źródłem wartości odżywczych i doskonałym uzupełnieniem codziennej diety. Ich prosty skład oraz brak dodatku cukru i konserwantów to gwarancja jakości i naturalnego smaku. Wszystkie nasze ciasteczka są w pełni naturalne, korzystamy z najlepszych składników, które pochodzą prosto z natury.



#### NOWOŚCI



**Iwona Kasica**  
CEO  
Megusto

Nasze nowości: wegańskie kulki daktylowe z wiórkami kokosowymi oraz kulki daktylowe o smaku brownie zawierają składniki pochodzące wyłącznie z upraw ekologicznych. Ze względu na ich wysoką jakość oraz brak sztucznych barwników i aromatów są ewenementem na rynku słodczy, który jest dość ubogi w tego typu artykuły. Obydwa produkty nie zawierają cukru. Kulki z wiórkami stozdzone są erytrole – zdrowym zamiennikiem cukru. Kulki o smaku brownie – organiczną pastą daktylową i proszkiem kokosowym. Dziś – w dobie coraz większej świadomości konsumenckiej – cecha ta jest szczególnie pożądana przez klientów. Nasza firma od lat dostarcza na rynek coraz popularniejsze wegańskie krówki. Teraz dołączyły też do nich krówki Karmel z solą, które nasi klienci od razu polubili. Krówki te zdobyły główną nagrodę na targach słodczy w Dubaju, a zainteresowanie nimi na zachodnich rynkach potwierdza ich jakość i smak.



#### NOWOŚCI



**Anna Garmada**  
CEO  
SŁODKIE

Lata 2022-2023 są dla nas szczególnie ważne w kontekście inwestycji. Rozbudowaliśmy park maszyn w naszej Czekoladowni, dzięki czemu oferujemy dziś klientom aż 10 rodzajów kuwertur! Jako pierwszy w Polsce producent słodczy reklamowych cieszymy się jedną z najnowocześniejszych na świecie maszyn do druku przemysłowego – Revoria Press PC1120 – co otworzyło przed nami mnóstwo nowych możliwości w zakresie tworzenia kreatywnych i ekologicznych opakowań. W kwestii zmian od lat nieustannie stawiamy na środowisko. Od tego roku korzystamy już wyłącznie z odnawialnych źródeł energii i przemieszczamy się samochodem elektrycznym. Zieloną transformację wprowadziliśmy także do produkcji. Stawiamy obecnie na folie kompostowalne, certyfikowany papier i maksymalną redukcję plastiku. Od połowy 2022 jesteśmy pierwszą i jedyną firmą w naszej branży w Europie, która oferuje czekoladki i pralinki stworzone w pełni z surowców pochodzących ze zrównoważonych źródeł, czego dowodem jest certyfikat Cocoa Horizons.



#### NOWOŚCI



## Rozwiązania dla branży piekarsko - cukierniczej i lodowej

W ofercie Zentis znajduje się szeroka gama komponentów deserowych - wszystkie szyte na miarę według potrzeb klienta i finalnej aplikacji

- Polewy i sosy owocowe, czekoladowe, waniliowe, karmelowe, etc.
- Polewy i nadzienia tłuszczowe
- Chrupiące posypki
- Frużelada - owoce w żelu
- POP&JOY - kulki żelowe z płynnym środkiem
- Nadzienia gładkie termostabilne i nietermostabilne
- Nadzienia prażone
- Nadzienia kremowe
- Żele i pomady
- Skoncentrowane pasty
- Puree owocowe
- Jabłka

Nowości w ofercie: Xtact - żywność barwiąca