**W tegorocznych paczkach zamiast czekolady suszone owoce**

**Wysiłki wielu dietetyków i promotorów zdrowego ożywania zaczynają przynosić skutek. Coraz więcej przedszkoli i szkół rezygnuje z czekoladowego Mikołaja na rzecz zdrowszych, owocowych słodyczy. Jest to ogólnopolski świąteczny trend. I co ważne – także oddolny.**

Dyrektorzy placówek oświatowych mówią, że złożyły się na to różne czynniki. Po pierwsze – wymagająca interwencji kondycja zdrowotna najmłodszego pokolenia - otyłość i cukrzyca są uznane za choroby cywilizacyjne. Po drugie: większa dostępność niskoprzetworzonych, naturalnych słodyczy i ich konkurencyjna cena. Po trzecie wreszcie: preferencje rodziców.

- A co cieszy najbardziej także upodobania samych dzieci – dodaje Izabela Motkowska, intendent Przedszkola Samorządowego nr 77 "Rumiankowe Przedszkole" w Białymstoku. – Nawet kilkulatki są coraz bardziej świadome tego, co służy ich zdrowiu, a co nie i mówią, że wolą zdrowe żelki, albo owocowe chipsy.

Jak co roku przedszkola i szkoły w okresie przedświątecznym otrzymują wiele atrakcyjnych ofert od producentów.

- Decydując wspólnie z rodzicami, czy wyłożyć do paczki słodycz, którego skład trudno zrozumieć, a inny, którego etykieta to trzy znajomo brzmiące składniki np. jabłka, truskawki i cytryna, wybieramy ten drugi – mówi Izabela Motkowska.

Zapewne ważnym argumentem jest też zmiana piramidy żywieniowej, której na początku tego roku dokonał Instytut Żywienia i Żywności. Teraz jej podstawą są owoce i warzywa.

Przedświąteczny ruch w interesie

Te wybory na poziomie przedszkolnych grup znajdują odzwierciedlenie w badaniach rynku. Według raportu Nielsen z 2018 roku ponad 60 proc. konsumentów wskazuje, że szuka produktów z krótką listą składników i deklaruje, że są w stanie zapłacić za nie więcej.

Sprawia to, że na sklepowych półkach pojawia się coraz więcej wartościowych przekąsek. Ich producenci zaś odnotowują w tym roku w przedświątecznym okresie wyraźne zwyżki sprzedaży.

- Nie spodziewaliśmy się aż takiej ilości zamówień – przyznaje Anna Ananczikowa, współwłaścicielka firmy Pure Life, produkującej naturalne przekąski Porcja Dobra. - Codziennie otrzymujemy zgłoszenia co najmniej kilku przedszkoli. Pierwsza duża fala była przed Mikołajkami, teraz twa ruch przedświąteczny.

Poza słodkim musi być coś jeszcze

Słodycze trafiają do świątecznych paczek. Z oferty Porcji Dobra najczęściej zamawiane są listki (żelki na bazie trzech owoców, bez żadnych chemicznych dodatków). Na drugim miejscu plasuje się Kostka Dobra. To droższy produkt, ale zawiera niespodziankę czyli kreatywną zabawkę, a to zawsze dzieci przekonuje. Duże zainteresowanie jest też dwupakami, które poza słodką bakaliowo-orzechową przekąską zawierają Dobrokartę, kolorowy obrazek z pozytywnym przekazem.

- Jest wersja dla dzieci i dla dorosłych – wyjaśnia Anna Ananczikowa z Porcji Dobra – Panie z przedszkoli są nimi zachwycone. Mówią, że epoce, gdzie wulgaryzmy są na porządku dziennym, dzięki nim dzieci uczą się wielu dobrych słów i gestów. Ale co zaskakujące, właśnie z powodu Dobrokart nasze słodycze zamówiła jedna z firm transportowych. Okazuje się, że tirowcy je kolekcjonują!

Eksperci zajmujący się rynkiem słodyczy twierdzą, że coraz częściej sięgamy po przekąski, ale mają one odgrywać w naszym życiu wiele funkcji: uzupełniać kalorie, dostarczać niezbędnych składników, dawać chwilę wytchnienia i przyjemności. Ale ważne są też z punktu widzenia międzyludzkich relacji, dzielenia się, wspólnego jedzenia itd.

Zasada „3S”

Według danych Nielsen rynek słodyczy w Polsce w 2018 roku miał wartość 16,4 mld zł i wykazywał wyraźną tendencję rozwojową (kilka procent w skali roku). Największe wzrosty odnotowały przekąski. Ich sprzedaż skoczyła o 10 proc. w porównaniu z rokiem 2017. Segment zdrowych przekąsek stanowi ok. 5% polskiego rynku słodyczy. To ciągle nisza, ale wykazuje największą dynamikę.

- 70% matek czyta skład kupowanego jedzenia, zaś 51% z nich zwraca dodatkowo uwagę na tabelę wartości odżywczych. Młode pokolenie ma zdecydowanie proekologiczne podejście do jedzenia. Dlatego widzę ogromny potencjał tego segmentu – podkreślała Natalia Stsepantsova, współtwórczyni Porcji Dobra podczas debaty “Podjadanie warte miliony. Boom na rynku przekąsek” - Kluczem do sukcesu jest zasada “3S”: smak, składniki, stać każdego. I jako mama cieszę, że pod tym kątem zaczyna się patrzeć na przekąski także w szkołach i przedszkolach.