**Jaja**

Aktualności Mar 19, 2021

**Zwycięskie strategie dla zwiększenia sprzedaży jaj**

**Zachwalanie korzyści zdrowotnych jaj i wchodzenie na niewykorzystane rynki to 2 obszary, w których globalny sektor drobiarski musi zrobić więcej, według wiodącego naukowca z dziedziny żywności. Profesor David Hughes, profesor marketingu żywności w Imperial College London, powiedział, że konsumenci wciąż nie zrozumieli niezliczonych korzyści zdrowotnych płynących z naturalnych jaj.**

Sektor musi promować naturalność i wartość odżywczą jaj z "czystą etykietą", podkreślając, że jaja doskonale wspomagają układ odpornościowy członków rodziny, są doskonałym źródłem białka i zawierają dodatek karotenoidów. Przemawiając na webinarium International Egg Commission's business insights, Prof. Hughes dodał, że sektor powinien również poszukać możliwości sprzedaży większej ilości jaj do sektora zwierząt domowych, podkreślając rosnący popyt wśród rodzin na zakup psów podczas pandemii Covid-19.

Sektor musi promować naturalność i wartość odżywczą jaj z " czystą etykietą". Zdjęcie: Henk Riswick

Powiedział, że diety ludzi i psów były zbliżone i że rozpieszczone szczeniaki chcą ekskluzywnego jedzenia, wskazał na zakup przez Nestle Purina firmy Lily's Kitchen producenta najwyższej jakości karmy dla zwierząt domowych ostatniej wiosny . Purina promuje jaja jako wspaniałe źródło białka ich dietetyk Jan Dempsey podkreśla:: "Jaja są uważane za złoty standard, ponieważ są najbliżej, jak tylko można 100% kompletnego białka".

**Rynki żywności**

W odniesieniu do szerszych rynków europejskich, prof. Hughes przewiduje, że w ciągu najbliższych kilku lat tradycyjne supermarkety stracą udział w rynku na rzecz dyskontów z mniejszym asortymentem produktów i sektora internetowego. Kantar podał, że do 2025 r. sektor internetowy przejmie 46% rynku, na kolejnych miejscach znajdą się sklepy dyskontowe (24%) i supermarkety (15%). Zwiększy się nacisk na ceny detaliczne produktów spożywczych.

Podczas swojej prezentacji prof. Hughes podkreślił, że supermarkety starają się sprostać rosnącej popularności dyskontów. Na przykład, oferta Tesco online na jajka obejmuje obecnie 30 SKU, w tym 12 produktów z etykietą Tesco i 18 produktów markowych, w cenie od 8 pensów za jajko, które dorównuje najtańszej ofercie Aldi, do 42 pensów za jajko z etykietą Clarence Court.

Jednak również w sektorze restauracyjnych dostaw posiłków zachodziły ogromne zmiany, przyspieszone przez Covid-19. Just Eat Takeaway przejął Grubhub za 7,3 mld USD, tworząc największą firmę dostarczającą jedzenie poza Chinami w czerwcu 2020 roku. Podobnie, nastąpił ogromny wzrost na rynku posiłków gotowych do spożycia, z niemiecką firmą HelloFresh, która przejęła Factor75 w listopadzie i obecnie ma kapitalizację rynkową w wysokości 12 mld USD. Te zmiany, powiedział, miały wpływ na sektor jaj, dodając, że przemysł wciąż nie odniósł sukcesu w promowaniu jaj jako zdrowej, naturalnej przekąski.

**Kwestie zrównoważonego rozwoju nie zostały przyćmione przez Covid-19**

Kwestie zmian klimatycznych i zrównoważonego rozwoju nie zostały osłabione przez Covid-19, przy czym Kantar odnotował rosnącą liczbę ekoaktywistów (20%) i eko-konsumentów (39%), którzy obecnie przeważają nad eko-desperatami (41%). Globalne korporacje w coraz większym stopniu dostrzegały ten trend i potrzebę czynienia więcej: firmy takie jak Nespresso zobowiązały się do bycia neutralnymi pod względem emisji dwutlenku węgla, podczas gdy nowe tacki McDonalds są produkowane z odpadów żywnościowych, a słodycze Nestle są coraz częściej sprzedawane w papierze, a nie w plastiku.

Branża jajczarska nadrabiała zaległości - coraz lepsze, przyciągające wzrok opakowania, choć na niskim poziomie - ale wciąż zbyt mało było tych, które nie nadawały się do recyklingu. Inne społeczne naciski wymuszające podejmowanie trudnych wyborów w przemyśle to: kurczaki (jaja) karmione soją z Brazylii, wszelkie mięso i jaja z hormonami/antybiotykami, jaja produkowane przez kury w klatkach oraz jaja ze stad wybijanych kurcząt. Prof. Hughes powiedział, że firmy produkujące jaja muszą zrozumieć stojące przed nimi problemy społeczne i środowiskowe: "Post-Covid, jakie są główne problemy społeczne, które zakłócą wzrost na waszych rynkach jaj? Rozwiążcie je teraz!"

**Tłumaczenie PZZHiPD**

***FINANSOWANE Z FUNDUSZU PROMOCJI MIĘSA DROBIOWEGO***