

Rozwój sektora mlek roślinnych: jak zyskują na popularności – i dlaczego pozostaną z nami na długo

Napoje roślinne należą do jednego z najszybciej rosnących segmentów polskiego rynku spożywczego.

Rozwój rynku mlek roślinnych to jeden z największych sukcesów branży spożywczej ostatniej dekady. Kiedyś dostępne jedynie w sklepach ze zdrową żywnością lub w supermarketowych działach produktów bez alergenów, napoje roślinne są dziś wszędzie dostępne. Od kremowych owsianych latte po migdałowe czy mleka owsiane dodawane do płatków śniadaniowych – napoje roślinne weszły do głównego nurtu, co oznacza, że nie kupują ich już tylko weganie. Jak doszło do tej rewolucji? I co sprawiło, że napoje roślinne stały się tak ogromnym sukcesem?

Sukces, który napędza sukces

Wbrew różnym opiniom, mleko roślinne nie jest nowym wynalazkiem ani chwilową modą – powstało na długo przed przemysłową produkcją mleka krowiego. Choć współczesne wersje napojów roślinnych dopiero niedawno pojawiły się w sklepach, ich historia sięga setek, a nawet tysięcy lat. Mleko migdałowe gościło w średniowiecznych kuchniach Europy, a sojowe od wieków stanowi część diety w Azji¹. Natomiast dzisiejsze produkty są często wzbogacane w składniki odżywcze, dzięki którym mają podobny lub lepszy profil odżywczy w porównaniu z produktami pochodzenia zwierzęcego².

W raporcie Polskiego Związku Producentów Żywności Roślinnej [„Branża żywności roślinnej w Polsce 2024 – dane, szanse i wyzwania”](#) zaprezentowano dane NielsenIQ, które pokazują dynamiczny rozwój rynku roślinnych alternatyw nabiału w Polsce. W okresie od lipca 2023 r. do czerwca 2024 r. jego wartość osiągnęła 657,3 mln zł – to o ponad 50 mln zł więcej niż rok wcześniej w analogicznym okresie i blisko 140 mln zł więcej niż w okresie lipiec 2021-czerwiec 2022 r. Katarzyna Borowiec z NielsenIQ dodaje również, że „w przypadku roślinnych alternatyw nabiału, mleko roślinne rośnie dwucyfrowo, a wartość sprzedaży tego segmentu osiągnęła poziom równy 11% wartości sprzedaży mleka zwierzęcego”.

Równolegle globalne dane Mintel wskazują, że w ciągu ostatnich pięciu lat udział premier produktów roślinnych w kategorii żywności i napojów wzrósł z 8% do ponad 9%, a najbardziej rozbudowaną grupą wśród roślinnych zamienników nabiału są napoje roślinne.

¹ ProVeg International (2024): Milking history: five millennia of plant-based milks. Dostępne na: <https://proveg.org/news/milking-history-five-millennia-of-plant-based-milks/>.

² ProVeg International (2024): Building Bridges Between Habit and Health: An investigation into the nutritional value of plant-based meat and milk alternatives. Dostępne na: <https://proveg.org/report/nutritional-assessment-of-plant-based-meat-and-milk-alternatives/>.

“Rosnąca popularność napojów roślinnych uruchomiła efekt kuli śnieżnej. Sukces komercyjny zwiększa dostępność, a to zachęca kolejne marki do wejścia na rynek, poszerzając wybór dla konsumentów. Dziś większość supermarketów oferuje szeroką gamę marek i wariantów, a w kawiarniach standardem jest przynajmniej jedna roślinna opcja. Efekt? Lawinowy wzrost, który uczynił mleko roślinne codziennym wyborem na całym świecie.” – mówi Anna Targosz, rzeczniczka prasowa Fundacji ProVeg.

Konsumenci chcą więcej

Wedle badania ProVeg za rok 2023 [„Evolving appetites: an in-depth look at European attitudes towards plant-based eating”](#), Polacy nie tylko coraz częściej sięgają po mleka roślinne, ale również oczekują szerszej i bardziej zróżnicowanej oferty w sklepach. Co druga badana osoba w Polsce (50%) deklaruje przynajmniej okazjonalne spożywanie mleka roślinnego, co czyni je jednym z najpowszechniej wybieranych produktów roślinnych w kraju. Aż 31% respondentów badania deklaruje, że chętnie widziałoby większy wybór mlek roślinnych na półkach supermarketów i w kawiarniach. To jasny sygnał dla rynku, że konsumenci są gotowi na dalszy rozwój tej kategorii i poszukiwanie nowych smaków czy innowacyjnych receptur.

Co istotne, zaufanie do produktów roślinnych w ostatnich latach znacząco wzrosło. Ponad 48% badanych przyznaje, że obecnie patrzy na nie znacznie przychylniej niż jeszcze trzy lata temu. Czemu przypisywać ten sukces? Może wiązać się on z rosnącą świadomością konsumencką, jak i działaniami edukacyjnymi oraz dostępnością lepszej jakości produktów. Coraz więcej osób przekonuje się, że mleka roślinne są nie tylko zdrową i bardziej przyjazną środowisku alternatywą³, lecz także zwyczajnie smacznym wyborem.

Główne motywacje, które stoją za ograniczaniem spożycia tradycyjnego nabiału, wpisują się w globalne trendy. Dla 46% Polaków priorytetem jest zdrowie – coraz większe znaczenie mają wartości odżywcze, niższa zawartość tłuszczów nasyconych i brak cholesterolu. Jednocześnie 33% badanych kieruje się troską o dobrostan zwierząt, a 21% – świadomością ekologiczną i chęcią zmniejszenia swojego wpływu na klimat.

Nie oznacza to jednak, że rozwój rynku przebiega bez wyzwań. Konsumenci wskazują dwie główne bariery w wyborze mlek roślinnych: cenę (39%) i smak (30%). To właśnie te czynniki wciąż powstrzymują część osób przed sięganiem po produkty roślinne na co dzień. Jednocześnie producenci stale pracują nad przełamaniem tych barier – rosnąca konkurencja obniża ceny, a innowacyjne technologie produkcji sprawiają, że nowe mleka roślinne coraz bardziej odpowiadają gustom konsumentów.

“Rosnąca popularność mlek roślinnych zmienia sposób, w jaki myślimy o jedzeniu. Unikalne połączenie korzyści dla zdrowia, środowiska i wygody sprawiło, że stały się nieodłącznym elementem naszych kuchni i kawiarni na całym świecie. Niezależnie od tego, czy jesteśmy

³ ProVeg International (2024): Building Bridges Between Habit and Health: An investigation into the nutritional value of plant-based meat and milk alternatives. Dostępne na: <https://proveg.org/report/nutritional-assessment-of-plant-based-meat-and-milk-alternatives/>.

długoletnimi fanami, czy dopiero zaczynamy odkrywać kolejne opcje, wszystko wskazuje, że napoje roślinne zostaną z nami na długo.” – dodaje Anna Targosz.

Dodatkowo, najnowsze analizy ProVeg⁴ przeprowadzone w 11 krajach na ponad 250 mlekach roślinnych pokazują, że mają one podobny lub lepszy profil odżywczy niż produkty pochodzenia zwierzęcego. Zawierają mniej tłuszczu i tłuszczów nasyconych, większość jest niskocukrowa, a mleka roślinne często wzbogacone są w wapń i witaminę B12, co czyni je wartościową alternatywą dla tradycyjnego mleka.

Kontakt dla mediów

Anna Targosz

Rzeczniczka Prasowa Fundacji ProVeg

anna.targosz@proveg.org

+48 573 679 205

O ProVeg International

[ProVeg International](https://proveg.org) jest organizacją, która zajmuje się budowaniem świadomości żywieniowej, dążącą do transformacji światowego systemu żywnościowego, poprzez zastąpienie 50% globalnego spożycia produktów odzwierzęcych, żywnością roślinną i alternatywami komórkowymi do 2040 roku.

Współpracujemy z międzynarodowymi decydentami, rządami, producentami żywności, inwestorami, mediami i opinią publiczną, aby pomóc światu przekształcić się w społeczeństwo i gospodarkę mniej zależne od hodowli zwierząt, a bardziej zrównoważone dla ludzi, zwierząt i planety.

ProVeg posiada status stałego obserwatora w UNFCCC, jest akredytowany przez UNEA i otrzymał nagrodę ONZ “Momentum for Change”.

⁴ ProVeg International (2024): Building Bridges Between Habit and Health: An investigation into the nutritional value of plant-based meat and milk alternatives. Dostępne na: <https://proveg.org/report/nutritional-assessment-of-plant-based-meat-and-milk-alternatives/>.