



PODSUMOWANIE 2019

PRODUKTY | DANIA | TRENDY | WYDARZENIA

SPIS TREŚCI

ZMIANY NA RYNKU W 2019 ROKU	3
ZMIANY W POSTAWACH POLAKÓW WOBEC PRODUKTÓW /DIETY ROŚLINNEJ	4
ZMIANY W ROŚLINNIEJEMY	6
ROŚLINNIEJEMY JEDNĄ Z NAJSKUTECZNIEJSZYCH KAMPANII ROŚLINNYCH NA ŚWIECIE	7
MEDIA	8
BEZ SPINY JEM ROŚLINY	9
PANI IRENKA	10
KOŁO GOSPODYŃ WIEJSKICH "MAK" W BRZÓZEM	12
ROŚLINNIEJEMY W SIECI	14
STRONA INTERNETOWA	14
INSTAGRAM	15
FACEBOOK	15
TWITTER	16
HORECA	17
WARSZTATY W SZKOŁACH GASTRONOMICZNYCH	17
PORADNIK DLA PIZZERII	18
ROŚLINNIEJEMY EKSPERT	19
RANKINGI	19
BADANIE OPINII PUBLICZNEJ	21
EKSPERTYZA PRAWNA	22
KONFERENCJE I TARGI	23
PLANT-POWERED PERSPECTIVES	26
CZyste MIĘSO: SEMINARIUM NAUKOWE	28
PLANT-POWERED TALKS	29
ROŚLINNIEJEMY × VEGANMANIA	30
PLEBISCYT NA ROŚLINNY PRODUKT ROKU	32
CHEFS FOR CHANGE	33



ZMIANY NA RYNKU W 2019 ROKU

Praktycznie wszystkie trendowniki na 2019 rok – od bloga Michelin po The Economist – wskazywały kuchnię roślinną jako jeden z kluczowych trendów 2019 roku.

Przewidywania te sprawdziły się i miniony rok rzeczywiście stał pod znakiem dań roślinnych. Także w polskiej gastronomii kuchnia roślinna przestała być obca i zadomowiła się w niej na dobre.

Roślinnie chcą zjeść goście Białego Królika w Gdyni czy Concordia Taste w Poznaniu, ale też Ci łapiący w biegu burgera czy roślinnego schabowego w przerwie obiadowej. 2019 przyniósł lepszą dostępność roślinnych produktów w sklepach, pobudził do działania mniejszych i większych graczy, a gastronomiczna, roślinna mozaika nabrała wielu barw. Dodając do tego rosnącą świadomość dotyczącą kosztów środowiskowymi przemysłowej hodowli zwierząt, a także oczekiwania pokolenia Z, które poszukuje dodanej wartości i transparentności w swoich konsumenckich wyborach możemy jasno stwierdzić, że trend roślinny stale się umacnia i jeszcze nigdy nie był tak wyraźny.



ZMIANY W POSTAWACH POLAKÓW

WOBEC PRODUKTÓW /DIETY ROŚLINNEJ

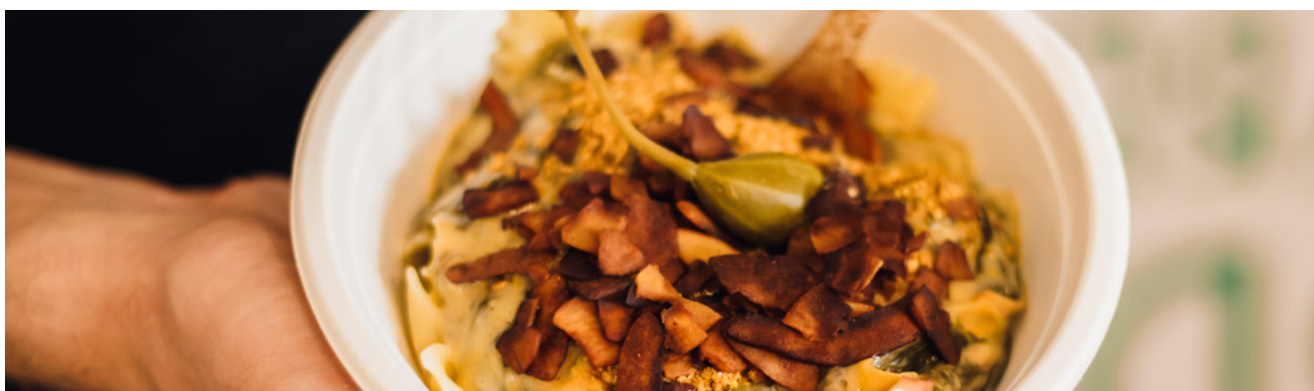
Plant-based, roślinne, wegańskie, bez mięsa, flexi – to zagadnienia, odmieniane przez wszystkie przypadki w ciągu minionego roku. O tym, że coraz więcej osób zainteresowanych jest bardziej roślinnym sposobem odżywiania się mówią media i badania.



Już dzisiaj **ponad 40% Polaków ogranicza spożycie mięsa lub nie je go wcale**. Jedząc poza domem, 68,9% osób wybiera dania bezmięsne co najmniej czasami, 20% Polaków robi to często lub zawsze.

Jakub Pietraszek, general manager UberEats wspomina o 151% wzroście zamówień dań roślinnych na przestrzeni ostatniego roku. Sygnał jest prosty: dzieje się.

Więcej o zmieniającym się sposobie postrzegania roślinnych alternatyw tradycyjnych produktów na kolejnych stronach tego podsumowania, a także w rozbudowanym raporcie dostępnym na stronie [roslinniejemy](https://roslinniejemy.org) pod [tym linkiem](#).



¹ <https://grupaiqs.pl/pl/raporty/fleksitarianie>

² <https://roslinniejemy.org/publikacje/postawy-polakow-wobec-produktow-roslinnych-raport-z-badan-opinii-publicznej>



ZMIANY W ROŚLINNIEJEMY

W 2019 roku działa się nie tylko na rynku spożywczym, ale również w strukturach RoślinnieJemy.

Dotychczasowa Head of Development w kampanii RoślinnieJemy, **Weronika Pochylska**, przeszła do międzynarodowej organizacji **Anima International** – uznanej w 2019 roku za jedną z czterech najsukcesowniejszych organizacji prozwierzęcych na świecie. Weronika odpowiada tam za koordynację pracy zespołu Plant Powered Production – grona specjalistów zatrudnionych do promocji diety roślinnej. **Jej stanowisko w RoślinnieJemy przejęła Sabina Sosin** – zajmująca się do tej pory przede wszystkim koordynacją tworzonej przez kampanię rankingów oraz poradników dla przedsiębiorców zainteresowanych poszerzaniem roślinnej oferty.



ROŚLINNIEJEMY

JEDNĄ Z NAJSKUTECZNIEJSZYCH
KAMPANII ROŚLINNYCH NA ŚWIECIE

Jak co roku, Animal Charity Evaluators, które zajmuje się oceną skuteczności działań prozwierzęcych, ogłosiło 4 najbardziej efektywne organizacje na świecie.

W tym roku, po bardzo długim procesie weryfikacji, otrzymaliśmy tytuł TOP CHARITY jako Anima International – organizacja, pod której szyldem zrzeszamy oddziały Otwartych Klatek i działających w ich ramach kampanii roślinnych we wszystkich krajach, w których jesteśmy obecni. **Oznacza to, że Roślinniejemy jest obecnie jedną z najskuteczniejszych kampanii roślinnych na świecie!**





MEDIA

Od stycznia do grudnia 2019 ukazało się 614 publikacji dotyczących naszej kampanii, m.in. w tak renomowanych pismach jak Forbes, Wysokie Obcasy czy Gazeta Wyborcza.

W Internecie i prasie papierowej pojawiło się **87 artykułów** wspominających o RoślinnieJemy, a my sami przygotowaliśmy **19 informacji prasowych**. Wielokrotnie pojawialiśmy się też w radio i telewizji, m.in. w Dzień Dobry TVN, TVN24, Onet Rano czy Czwórka Polskie Radio. Łącznie dotarliśmy w mediach do **ponad 6 milionów osób**.

Najpopularniejszymi informacjami związanymi z rosnącym zainteresowaniem dietą roślinną i działalnością naszej kampanii okazały się:

- Materiały dotyczące pani Ireny – 93-letniej wegetarianki i honorowej wolontariuszki Stowarzyszenia Otwarte Klatki
- Kolacje Chefs for Change
- [Raport dotyczący postaw Polaków wobec produktów i dań roślinnych](#)



BEZ SPINY JEM ROŚLINY

W maju 2019 roku na ulicach 20 polskich miast zawisły kolorowe billboardy i „citylighty” prezentujące w 100% roślinne dania.

Kampanią Bez Spiny Jem Rośliny zachęcaliśmy Polaków do bardziej roślinnego odżywiania, pokazując proste przepisy i ogólnodostępne produkty. Kampanię promowaliśmy też na dworcach PKP i w przychodniach medycznych Grupy Luxmed i Grupy Medicover. W

W sumie dotarliśmy do ok. 5 milionów osób, a ankieta, w której pytaliśmy o ich postawy wobec alternatyw mięsa została wypełniona 1300 razy.



PANI IRENKA

Początkowo, kiedy poznaliśmy Irenę Grajewską – wegetariankę z ponad 30-letnim stażem mieszkającą w gdańskim Domu Seniora “Harmonia”, planowaliśmy przygotować fotoreportaż na stronę roslinniejemy.org, ale szybko przekonaliśmy się, że ta historia ma znacznie większy potencjał.

Zdecydowaliśmy, że cała Polska powinna dowiedzieć się o tym, co dla Ireny jest najważniejsze – kuchni roślinnej, która może być wspaniałym aktem empatii w każdym wieku, w każdej sytuacji materialnej, niezależnie od tego, kim jesteśmy. Nawiązaliśmy współpracę z Julią Rogowską, Patrykiem Kinem i Joanną Jezierską współpracującymi na co dzień z firmą Papaya Films. Wszyscy tak samo pokochaliśmy ten temat i tak przy wsparciu partnerów udało nam się zrealizować wzruszający film “Nigdy nie jest za późno”. Nagrania miały miejsce w Domu Seniora, gdzie nasz ambasador – Marcin Popielarz – zaserwował mieszkańcom wegańską ucztę-niespodziankę oraz, dzięki uprzejmości Ani Kamińskiej, w Ośrodku Rehabilitacji Dzikich Zwierząt “Jelonki”. Wiedzieliśmy, że film dobrze się przyjmie, ale dziś możemy powiedzieć z całkowitą pewnością – Irena skradła serca Polaków w całym kraju.

Film na Facebooku obejrzano prawie pół miliona razy, a relacje o Irenie w różnych mediach, zwłaszcza w telewizji, dotarły do ponad 4 milionów osób w Polsce. [Obszerny reportaż o Irenie](#) opublikował m.in. magazyn “Wysokie Obcasy”, a w kilka dni po opublikowaniu filmu ponad 1000 osób dołączyło do wyzwania [Vegan Challenge](#).

Panią Irenę odwiedziła też redakcja “Dzień Dobry tvn”, a Filip Chajzer podjął wyzwanie bardziej roślinnej diety, które rzuciła mu Pani Irena. Ta historia jest dla nas żywym przykładem tego, że aktywizm prozwierzęcy ma wiele różnych twarzy i może łączyć, a nie dzielić. Do dziś jesteśmy w kontakcie z Irenką, która pojawiła się m.in. na Wigilii gdańskiej grupy lokalnej Otwartych Klatek.





KOŁO GOSPODYŃ WIEJSKICH „MAK” W BRZÓZEM

Kiedy we wrześniu dotarła do nas informacja, że w małej wsi Brzoze pod Mińskiem Mazowieckim istnieje koło gospodyń wiejskich MAK zainteresowane kuchnią roślinną, nie zastanawialiśmy się długo i już w październiku wybraliśmy się tam razem z niezastąpioną Martą Dymek i zorganizowaliśmy warsztaty kulinarne.

Podczas wydarzenia nagrywanego i zmontowanego, ponownie, w przepiękny film przez Papaya Films, członkinie koła nauczyły się, jak przygotować m.in. kawior z bakłażana, mielone kalafiorowe, czy smalec z fasoli.



Do tej pory opublikowane końcem stycznia wideo z warsztatów dotarło do prawie **20.000 osób** i wzbudziło zainteresowanie takich mediów jak **NOIZZ**. Panie z MAK są świetnym przykładem na to, że kuchnia roślinna przestaje być domeną żywiących się „na mieście” mieszkańców dużych miast i przenika już do mniejszych społeczności, obfitych w lokalne, pełne smaku plony – każdy może podjąć wyzwanie **#VeganChallenge**.

Entuzjazm i głód wiedzy panujący na warsztatach zainspirował nas również do wydania **e-booka roślinnej kuchni polskiej**, w którym oprócz klasycznych potraw uwzględniliśmy autorskie przepisy Marty wykonane razem z MAK.





ROŚLINNIEJEMY W SIECI

STRONA INTERNETOWA

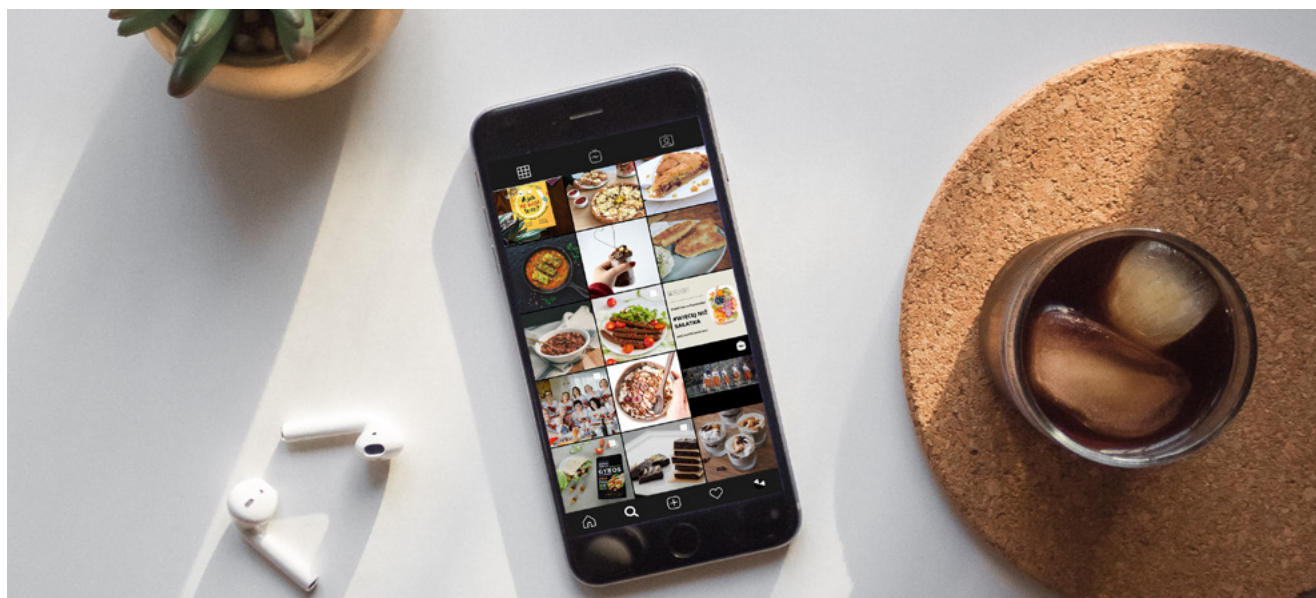
Aktywnie rozwijamy też naszą stronę internetową, na której pojawia się coraz więcej treści skierowanych do przedstawicieli branży spożywczej. Co miesiąc odwiedza ją **średnio 11.000 użytkowników – o 1000 więcej niż w roku 2018**. Największe zainteresowanie wzbudził dostępny na naszej stronie przewodnik po roślinnych produktach dostępnych w polskich supermarketach towarzyszący akcji **Bez Spiny Jem Rośliny – 21.633 odśłon**. W dalszym ciągu dużą popularnością cieszą się również wpisy związane z Roślinnymi Poniedziałkami.

Na stronie pojawiło się **7 nowych publikacji**: 4 rankingi (stacji benzynowych, kantyn studenckich, burgerowni i hoteli sieciowych), poradnik dla pizzerii, ekspertyzę prawną dotyczącą nazewnictwa alternatyw mięsa, oraz raport podsumowujący badania opinii publicznej przeprowadzone w ramach kampanii outdoorowej Bez Spiny Jem Rośliny. Powstały też nowy e-book z przepisami na różne alternatywy ryb. Wszystkie nasze materiały online zostały wyświetlone prawie **13.000 razy**.

INSTAGRAM

Z końcem października 2019 roku świętowaliśmy **50.000 obserwujących** na naszym Instagramie, a dwa miesiące później, podczas pisania tego podsumowania, było ich już **prawie 55.000**. Nasze posty w 2019 roku zostały **polubione ponad 380.000 razy** i trafiły do ok. **6,5 miliona użytkowników**. Wszystkie nasze zasięgi na Instagramie są organiczne.

Rok temu mówiliśmy o 10.000 postach oznaczonych nazwą naszej kampanii. Rok później jest ich już ponad dwa razy więcej, a hashtag #roslinniejemy pojawił się pod 23.000 zdjęć.



FACEBOOK

Rośnie w siłę również nasz facebookowy fanpage. Tutaj też możemy mówić o **prawie dwukrotnym wzroście obserwujących** – z 24,7 tysięcy do 45 tysięcy. Przez cały rok na naszej stronie pojawiło się **177 postów o łącznym zasięgu 2.751.210 osób**.

W zestawieniu innych podobnych stron na Facebooku, RoślinnieJemy wciąż przoduje, a w interakcje z naszymi postami wchodzi największa ilość obserwatorów.

TWITTER

Zaczęliśmy również rozwijać nasze konto na Twitterze – mamy dopiero niecałe 500 obserwujących, ale od zintensyfikowania naszej aktywności liczba ta stale wzrasta.

W grudniu ilość zewnętrznych tweetów, w których zostaliśmy oznaczeni wzrosła o prawie 80%, a nasz profil odwiedziło o 62% więcej osób niż w poprzednim miesiącu.

Twitter to przestrzeń, w której dzielimy się przede wszystkim nowinkami z branży spożywczej oraz technologii żywności z całego świata, chcąc w ten sposób zainteresować rodzimych przedsiębiorców roślinnym biznesem.





HORECA

WARSZTATY W SZKOŁACH GASTRONOMICZNYCH

Na rozwój roślinnych trendów w branży HoReCa chcemy wpływać już od podstaw, dlatego w 2020 roku chcemy zorganizować cykl warsztatów dla nauczycieli szkół gastronomicznych w całej Polsce, gdzie pod okiem naszych ambasadorów będą mogli zgłębić zarówno teoretyczne, jak i praktyczne tajniki kuchni roślinnej, aby później móc się nimi podzielić ze swoimi uczniami.

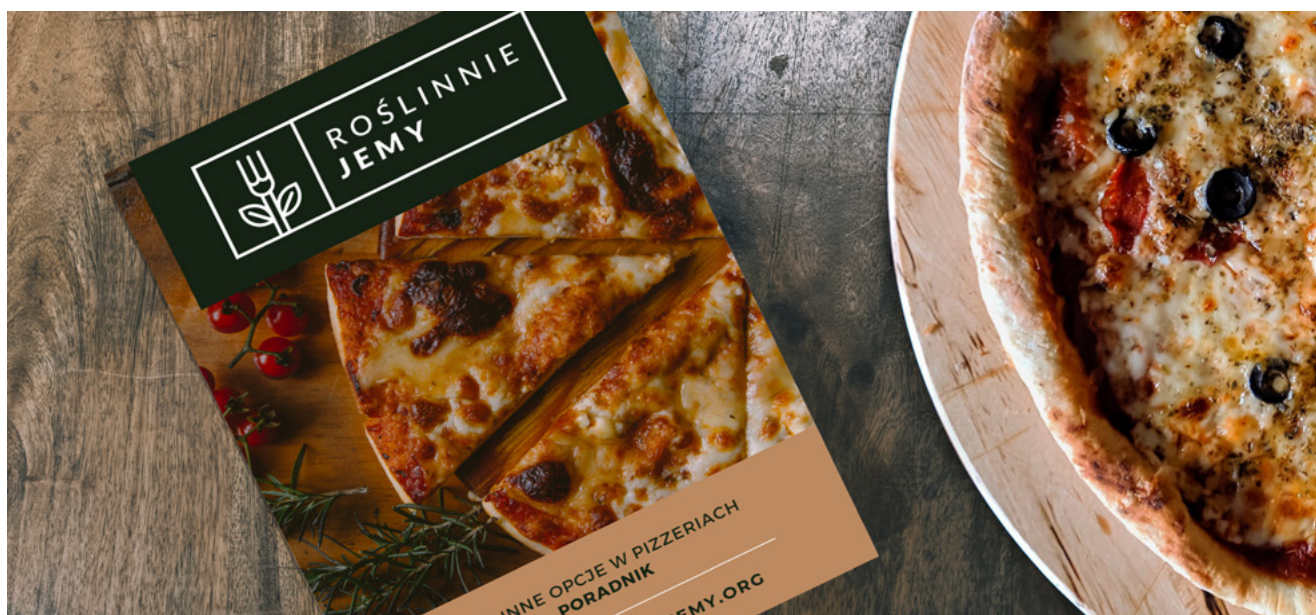
W 2019 zorganizowaliśmy pierwsze warsztaty pilotażowe w warszawskim Zespole Szkół Hotelarsko-Turystyczno-Gastronomicznych. Jesteśmy po wysyłce pierwszych wiadomości do szkół, a pozytywny odzew i zainteresowanie warsztatami przerosło nasze oczekiwania!

PORADNIK DLA PIZZERII

Wychodząc naprzeciw właścicielom lokali gastronomicznych przygotowaliśmy specjalny **poradnik dla miejsc serwujących pizzę**. Zwróciliśmy w nim uwagę na potencjał kuchni roślinnej i alternatyw produktów odzwierzęcych, zaproponowaliśmy praktyczne porady dotyczące poszerzenia oferty o opcje roślinne, a Marta Dymek – nasza ambasadorka i autorka najpopularniejszego kulinarnego bloga Jadłonomia i bestsellerowych książek kucharskich o tym samym tytule – przygotowała kilka roślinnych przepisów, dzięki którym obaliliśmy mit pizzy jako dania niemożliwego do wykonania bez mięsa i nabiału.

Inspiracją do powstania poradnika był kwietniowy debiut w menu pizzerii Papa John's, która jako pierwszy lokal sieciowy zaoferowała osobom na diecie roślinnej dwie pizze z wegańskim serem.

W pełni roślinna „Warzywna Uczta” oraz „Pikantna Śródziemnomorska” zostały objęte patronatem RoślinnieJemy i zapoczątkowały roślinną rewolucję w kolejnych międzynarodowych „sieciówkach”. W grudniu wspólnie z Pizza Hut promowaliśmy „MEATamorfozę”, pozycję z roślinnym mięsem Beyond Meat, która pojawiła się w wybranych lokalach Pizzy Hut w Warszawie.





ROŚLINNIEJEMY EKSPERT

RANKINGI

To był rok pod znakiem rankingów.

Po sukcesie rankingu kawiarni sieciowych, przez ostatnie 12 miesięcy przygotowaliśmy 4 publikacje, w których przyjrzelśmy się dostępności roślinnej oferty [w bistrach](#) i [sklepach funkcjonujących na stacjach benzynowych](#), a także [na stołówkach studenckich](#) i [w burgerowniach sieciowych](#). Naszymi zestawieniami wyraźnie sygnalizujemy, że ograniczenie spożycia mięsa i produktów odzwierzęcych wśród konsumentów to trend, którego nie można dłużej ignorować i za którym warto podążać.

Niedługo po publikacji naszego rankingu dotyczącego stacji benzynowych, grupa Lotos wprowadziła do stałej sprzedaży wegańskie hot-dogi, a w nagrodzonym przez nas trzecim miejscu w przeglądzie burgerowni Bobbym Burgerze pojawiła się niedawno pierwsza całkowicie wegańska kanapka Power Plant z kotлетem od Lindy McCartney. Dwa tygodnie wcześniej, premierę w polskich filiach Burger Kinga miał w 100% roślinny (po odjęciu majonezu) Rebel Whopper.



Rankingi stanowią też punkt wyjścia do naszych dalszych działań. W reakcji na ubogą roślinną ofertę na stołówkach studenckich wystosowaliśmy petycję do Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego oraz rektorów polskich uczelni, którą podpisało już **ponad 1500 osób** chcących możliwości podejmowania bardziej roślinnych wyborów w przerwie na lunch między zajęciami.

Na ponad 20 wydziałach wiodących polskich uniwersytetów zawisnęły też plakaty, na których studenci mogą zaznaczyć, jakie posiłki chcieliby zobaczyć w ofercie swojego bufetu i tym samym pokazać, że wbrew obiegowej opinii, na dania roślinne jest rzeczywisty popyt.

W przyszłym roku nie zwalniamy tempa i nadal bacznie obserwujemy branżę. Obecnie jesteśmy w trakcie zbierania danych odnośnie dostępności roślinnych produktów w największych sieciach supermarketów w kraju.



BADANIE OPINII PUBLICZNEJ

Rosnące zainteresowanie produktami roślinnymi skłoniło nas do zaprojektowania badań opinii publicznej, które byłyby dostępne i przede wszystkim pomocne wszystkim zainteresowanym wdrażaniem produktów czy dań roślinnych na rynek. O pomoc poprosiliśmy ekspertki Mintel i Faunalytics, z którymi wspólnie przygotowaliśmy kompleksowy zestaw pytań, z zamiarem uzyskania wglądu w najbardziej nurtujące nas kwestie. Przy wsparciu Panelu Ariadna w maju 2019 zostało przeprowadzone badanie, w ramach którego zapytaliśmy reprezentatywną grupę polskich konsumentów m.in. o ich preferencje żywieniowe, stosunek do roślinnych alternatyw mięsa, najbardziej atrakcyjne nazewnictwo tego typu produktów oraz, wybiegając nieco w przyszłość, o postawy Polaków wobec mięsa hodowanego komórkowo.

Badanie zostało przeprowadzone przez Panel Ariadna na **reprezentatywnej grupie 1077 osób** w maju 2019. Było to **pierwsze tak szeroko zakrojone badanie** przeprowadzone w Polsce.

Uzyskane odpowiedzi oferują szereg insightów dla wszystkich zainteresowanych rozwojem kategorii produktów roślinnych i wskazują na rosnący roślinny trend – już 40% młodych Polaków kupuje roślinne zamienniki mięsa!

Całość raportu dostępna jest [tutaj](#).

EKSPERTYZA PRAWNA

Obserwujemy jak dynamicznie zmienia się zainteresowanie producentów żywności roślinnymi alternatywami mięsa. Zarówno kluczowe przedsiębiorstwa na rynku jak i świeżopowstale rodzime start-upy pracują nad nowatorskimi rozwiązaniami w tej kategorii. Wychodząc im naprzeciw, przygotowaliśmy we współpracy z ekspertami Centrum Prawa Żywnościowego **analizę prawną** dotyczącą prawidłowego nazewnictwa roślinnych alternatyw mięsa. Opracowanie skierowane jest zarówno do doświadczonych przedsiębiorców, którzy dostrzegają potencjał płynący z rosnącej popularności roślinnych odpowiedników mięsa, jak i dla wszystkich, którzy startują z nowymi koncepcjami roślinnych produktów. Zainteresowani tematem dowiedzą się jak umiejętnie dopasować nazewnictwo np. bezmięsnych burgerów czy boczku na bazie roślin.





KONFERENCJE I TARGI

W 2019 roku ponownie dbaliśmy o to, by w trakcie wydarzeń branżowych tematyka wzrostu popularności produktów i dań roślinnych była obecna w agendzie. Tylko w 2019 mieliśmy okazję opowiadać o zmieniających się preferencjach konsumenckich, nowych produktach roślinnych wartych uwagi w trakcie dziesięciu wydarzeń dedykowanych przede wszystkim przedstawicielom branży spożywczej. Zostaliśmy także zaproszeni do przygotowania panelu na temat roślinnych trendów podczas targów Warsaw Food Expo.

Podczas konferencji i targów **Gastroom** w Gdańsku, **Gdańsk Food Expo**, a także podczas **Gastro Meetingu** nasi przedstawiciele przybliżali uczestnikom najciekawsze rozwiązania w zakresie produktów roślinnych, dane rynkowe a także wskazywali jak branża spożywcza zmienia się na naszych oczach przywołując przykłady zarówno globalnych korporacji jak i małych rodzinnych firm, które dynamicznie rozwijają portfolio produktów roślinnych.

W trakcie kwietniowej konferencji **Hotel Meeting** Maciej Otrębski przybliżył przedstawicielom branży hotelarskiej zmieniające się potrzeby konsumentów oraz udzielił kilku wskazówek odnośnie tego, jak w mądry sposób wprowadzać dania roślinne. W konferencji brało udział około 300 osób.

Targi HoReCa w Krakowie to jedna z ważniejszych imprez branżowych w Polsce. W tym roku Sabina Sosin, wspólnie z Karoliną Kubarą, przedstawicielką firmy Dobra Kaloria, wzięły udział w panelu dyskusyjnym na temat alternatyw mięsa.



Wśród kluczowych wydarzeń należy wskazać też wystąpienie Macieja Otrębskiego podczas **Kongresu Szefów Kuchni** – imprezy dedykowanej przede wszystkim szefom kuchni i kucharzom. W oparciu o sukces projektu Chefs for Change, Maciej opowiedział o tym jak także na kuchni następują zmiany w roślinnym kierunku. Wystąpienie Grzegorza Łapanowskiego, ambasadora RoślinnieJemy, również w dużej mierze opierało się wokół tematyki związanej z redukcją spożycia mięsa. W konferencji brało udział ok. 1000 osób.

Na szczególną uwagę zasługuje też konferencja **Garmaż 2019** w Licheniu, podczas której mieliśmy przyjemność przygotować otwierającego keynote. To typowo branżowe wydarzenie, w ramach którego spotkało się ok. 120 przedstawicieli firm operujących na rynku produktów convenience. Była to pierwsza okazja do przedstawienia danych zgromadzonych w ramach badania opinii publicznej przeprowadzonego przez Panel Ariadna w maju 2019, wzbogaconego o prezentację na temat roślinnych trendów na rynku convenience, w Polsce i w globalnym ujęciu.

W ramach Targów **Warsaw Food Expo** zostaliśmy zaproszeni do przygotowania panelu dyskusyjnego *Plant-based goes mainstream* wci diskutowali o kierunkach rozwoju kategorii produktów roślinnych, roli mniejszych, rzemieślniczych firm i globalnych liderów w kształtowaniu rynku spożywczego przyszłości. W panelu udział wzięli:

- Bartosz Janicki, marketing manager, Primavika
- Stan McGowan, Sales and Marketing Managers, Foods Brothers, dystrybutor produktów Beyond Meat i Linda McCartney Foods
- Anna Malinowska, marketing manager, Polsoja
- Piotr Grabowski, Co-founder Foodtech.ac

W październiku 2019, odwiedziliśmy także ANUGA **2019**, największe targi spożywcze w Europie. Relacja z targów w które skupiliśmy się na nowych roślinnych alternatywach mięsa została opublikowana na łamach portalu Horeca Trends – dostępna jest [pod tym linkiem](#).

Pojawiliśmy się również na **Międzynarodowych Targach Horeca** odbywających się w przestrzeni Kraków EXPO, gdzie podczas towarzyszącego wydarzeniu Chef's Day Sabina Sosin, Head of Development RoślinnieJemy, połączyła siły z Karoliną Kubarą, Brand Manager Dobrej Kalorii, i wspólnie mówiły o skutecznych sposobach poszerzania oferty lokali gastronomicznych o pozycje w pełni roślinnej. Oprócz pełnej sali słuchaczy, dyskusji mogli posłuchać również użytkownicy Instagrama.

Z końcem listopada uczestniczyliśmy także w konferencji **Life Science Open Space** zorganizowanej przez Klaster Life Science, w ramach której przedstawiliśmy możliwe scenariusze zmiany systemu żywienia w instytucjach publicznych.





PLANT-POWERED PERSPECTIVES

Po raz drugi zorganizowaliśmy pionierską nad Wisłą konferencję **Plant-Powered Perspectives**, podczas której rozmawialiśmy o rosnącym potencjale produktów i dań roślinnych oraz najświeższych trendach i przyszłości branży spożywczej. W wydarzeniu wzięło udział ponad 200 przedstawicieli sektora spożywczego – producentów żywności, sieci handlowych, restauratorów, inwestorów, jak i przedstawicieli instytucji publicznych, np. takich jak **Instytut Żywności i Żywienia**.

Swoją perspektywę na rozwój rynku spożywczego przedstawili między innymi Katarzyna Gębala (**Polsoja**), Karolina Kubara (**Dobra Kategoria**), Michał Klar (**Future Food Now**), Marta Dymek (**Jadłonomia**), czy **Centrum Prawa Żywnościowego**. Dużą popularnością cieszyły się panele dyskusyjne, w tym zwłaszcza rozmowa przedstawicielek firm **OSM Łowicz**, **Danone** i **Jogurty Magda** o rozwoju kategorii alternatyw nabiału oraz dyskusja o roślinnej gastronomii z rozmachem w której wzięli udział przedstawiciele **Max Premium Burgers**, **IKEA** i **UberEats**.

W trakcie konferencji prelegenci z **Finless Foods**, **The Good Food Institute** i **Cellular Agriculture Society** podjęli temat mięsa hodowanego komórkowo, bez konieczności uboju. Ponownie jak podczas pierwszej edycji konferencji, także w tym roku zorganizowaliśmy **Plant-Powered Pitching**, w ramach którego młodzi przedsiębiorcy mogli przedstawić swoje nowatorskie projekty.



Plant-Powered Perspectives to także warsztaty dla przedsiębiorców z sektora spożywczego, którzy chcą mądrze wprowadzać roślinne produkty i dania.

W tym roku odbyły się warsztaty biznesowe, warsztaty kulinarne z Mają Wirowską, ambasadorką **RoślinnieJemy**, a także prawne zorganizowane we współpracy z **Centrum Prawa Żywnościowego** ramach których omawiana była tematyka poprawnego nazewnictwa produktów roślinnych.

Głównym partnerem Plant-Powered Perspectives 2019 była **Polsoja**.

Filmy z konferencji można obejrzeć [pod tym linkiem](#).



CZyste Mięso: Seminarium Naukowe

W ramach współpracy z Festiwarem Przemiany mieliśmy przyjemność zorganizować seminarium naukowe na temat mięsa hodowanego komórkowo w ramach którego zgromadziliśmy **prawie 100 badaczy z renomowanych uczelni w całej Polsce** zainteresowanych tematyką żywności przyszłości. Celem seminarium było zwrócenie uwagi polskiego środowiska naukowego na kluczowe problemy światowego systemu produkcji żywności i nakreślenie obszarów, w których niezbędny jest pogłębiony research i dalszy rozwój. Swoją ekspercką wiedzą podzielili się:

- Stanisław Łoboziak i Karolina Sulich, Centrum Nauki Kopernik
- Brian Wyrwas, Finless Foods
- Chris Bryant, Cellular Agriculture Society
- Elliot Swartz, The Good Food Institute



PLANT-POWERED TALKS

Roślinny boom zwraca także uwagę inwestorów, przedsiębiorców i branży technologicznej – w Polsce tworzy się foodtech-owa społeczność, której przykładem jest powstanie dwóch akceleratorów: Foodtech.ac i FoodForward – RoślinnieJemy również ma aktywny udział wspierając wszelkie innowacyjne działania w zakresie tworzenia bardziej sprawiedliwego systemu żywności. Weronika Pochylska i Maciej Otrębski są mentorami foodtech.ac, a z końcem października we współpracy z warszawskim akceleratorem zorganizowaliśmy pierwsze wydarzenie z serii **Plant-Powered Talks**.

Gościliśmy **Elę Madej z 50years**, jednego z wiodących impactowych funduszy VC, która opowiedziała o kluczowych trendach w foodtech-u i alternatywach białka zwierzęcego. Mieliśmy też przyjemność zaprosić do dyskusji Igora Sadurskiego z Bezmięsnego i Łukasza Gradzika z firmy Jogurty Magda, którzy w panelu Roślinne innowacje nad Wisłą podzielili się swoimi spostrzeżeniami. Wydarzenie odbyło się we współpracy z WeWork.



ROŚLINNIEJEMY × VEGANMANIA

W 2019 roku RoślinnieJemy było obecne na każdej edycji Veganmanii – największych w Polsce 100% roślinnych targach. Siedem imprez, które odbyły się w Katowicach, Krakowie, Lublinie, Warszawie i Gdańsku, łącznie odwiedziło blisko 30 000 gości.

Na dwóch zorganizowanych w 2019 warszawskich edycjach (maj i listopad) przeprowadziliśmy debaty, podczas których nasi goście przedstawiali dyskutowali o przyszłości i potencjale roślinnego rynku w Polsce i na świecie. Byli wśród nich przedstawiciele różnych branż – restauratorzy, producenci żywności i kucharze (w tym np. przedstawiciele **Krowarzywa**, **Lokal Vegan Bistro**, **Bezmięсны**). Program jesiennej edycji Veganmanii w Warszawie urozmaiciła o aspekt naukowo-technologiczny rozmowa Orestesa Kowalskiego z **Everyday Hero** z Stanisławem Łoboziakiem z **Centrum Nauki Kopernik** – odpowiedzialnym za wyhodowanie i degustację pierwszego w Polsce mięsa hodowanego komórkowo.



W Warszawie i Gdańsku wyjątkową popularnością cieszyły się rozmowy z Martą Dymek (**Jadłonomia**), prowadzone przez Wronikę Pochylską (head of plant-based campaigns w **Anima International**). Dużym zainteresowaniem cieszyły się też spotkania z ambasadorami **Chefs for Change** Grzegorzem Łapanowskim (w Warszawie), Marcinem Popielarzem, Jackiem Koprowskim i Tomaszem Dekerem (w Gdańsku), a na większości Veganmanii z wykładami wystąpili także przedstawiciele kampanii **RoślinnieJemy**.

Dodatkowo, na każdej edycji Veganmanii, uczestnicy imprezy, na specjalnie przygotowanych stoiskach, mogli zapoznać się z celami naszej kampanii, a także dołączyć do wyzwania **Vegan Challenge**.



PLEBISCYT NA ROŚLINNY PRODUKT ROKU

Zorganizowaliśmy drugą edycję plebiscytu na najlepszy roślinny produkt roku, w którym nagrodziliśmy firmy z branży spożywczej w trzech kategoriach: tytułowy, najlepszy roślinny produkt roku, roślinny debiut w gastronomii oraz najbardziej obiecująca, nowa, roślinna marka na rynku.

Zebraliśmy **ponad 3500 głosów**, czyli prawie trzy razy więcej niż rok wcześniej. Oficjalna ceremonia wręczenia nagród miała miejsce w styczniu, podczas festiwalu **Veganmania**, który odbył się w Międzynarodowym Centrum Kongresowym w Katowicach – jednym z najnowocześniejszych i największych obiektów eventowych w Polsce.

Szczegółowe wyniki konkursu dostępne są [tutaj](#).



CHEFS FOR CHANGE

11 marca w warszawskim Food Lab Studio odbyła się inauguracja projektu Chefs For Change – cyklu eleganckich, roślinnych kolacji charytatywnych w wykonaniu najlepszych szefów kuchni w Polsce i zarazem ambasadorów kampanii RoślinnieJemy, a także lokalnych gości specjalnych.

Szefowie: Grzegorz Łapanowski, Marcin Popielarz, Maria Przybyszewska i Tomasz Olewski, wspólnie z MasterChefami Juniorami: Julią Cymbulak, Patrykiem Piskorzem, Zosia Zaborowską, Mateuszem Steciem, Mateuszem Truskiewiczem, Bartkiem Kwietniem, Aniką Ćwiek, Stasiem Baumillerem przygotowali wystawną wegańską kolację dla 60-u gości. Kolejne dwie kolacje odbyły się w maju w gdyńskiej restauracji Biały Królik (z gościnnym udziałem Jacka Koprowskiego oraz Rafała Koziorzemskiego), a następnie w czerwcu, w Concordia Taste w Poznaniu.



W październiku zorganizowaliśmy największą, finałową kolację w tej edycji. Odbyła się ona w historycznej przestrzeni Fortecy Kręglarzy, czyli Fortcie Legionów Cytadeli Warszawskiej. Menu przygotowali wspomniany już powyżej ambasadorzy RoślinnieJemy, a także goście specjalni, m.in. szefowa kuchni fortecty, Marzena Hajn, Dominika Targosz oraz laureatka drugiej edycji Hell's Kitchen Polska – Monika Dąbrowska. Kolacja była również wstępem do organizowanej przez nas konferencji Plant-Powered Perspectives dedykowanej producentom żywności zainteresowanym roślinnymi innowacjami. Projekt odbił się tak pozytywnym echem, że w Warszawie gościliśmy już ok. 200 gości, wśród nich naszych partnerów i darczyńców, przedstawicieli branży spożywczej, a także celebrytów i wpływowych przedstawicieli mediów społecznościowych.





Łącznie projekt Chefs for Change zaserwował niezwykle doznania smakowe aż 500 gościom z całego kraju i zagranicy, a całość kwoty zebranej z biletów sprzedanych na wszystkie kolacje Chefs for Change w 2019 roku została przekazana na wsparcie działalności Stowarzyszenia Otwarte Klatki.

I na tym nie koniec! Do grona naszych ambasadorów dołączyło sześć nowych osób: Maja Wirowska, Marta Dymek, Karolina Nej, Patryk Szczepański a także biorący udział w gdyńskiej kolacji Rafał Koziorewski i Jacek Koprowski. Planujemy zaangażować w projekt jeszcze więcej szefów z Polski, ale też rozszerzyć działalność projektu i zaangażować w niego profesjonalistów spoza naszego lokalnego podwórka – w 2020 Chefs for Change podbije Europę! Na tym polu działamy już m.in. w Rosji, Wielkiej Brytanii, Danii, Estonii, Francji, Iranie, a także na Litwie i Ukrainie.

Redakcja:

Łukasz Michułka

Magdalena Motylińska

Maciej Otrębski

Weronika Pochylska

Sabina Sosin

Opracowanie graficzne:

Kasia Sokołowska



www.roslinniejemy.org

kontakt@roslinniejemy.org