



Kampania RoślinnieJemy

Jak to bez mięsa? Jak to bez mleka? Jak zmienia się polski rynek spożywczy i gastronomiczny - o rosnącej popularności 100% roślinnych dań i produktów.

From niche to next door - to określenie towarzyszyło nam przez większość 2018 roku, towarzyszy także w tym roku. O czym mowa? Trendy związane z dietą roślinną i ograniczaniem spożycia mięsa zagościły się w Polsce na dobre - kiedy zastanowimy się przez chwilę, okaże się, że każdy z nas w swoim otoczeniu znajdzie wegetarianina, weganina, a wszystkich, którzy planują ograniczyć spożycie mięsa jest w Polsce prawie 60% (IBRiS, 2018). Produkty i dania dedykowane wszystkim coraz mniej chętnie spoglądającym na tradycyjnego schabowego rosną w popularność - podczas naszej prelekcji opowiemy o tym jak McDonald's wprowadził McVegan, o mięsie z roślin i tym jak w mądry sposób odpowiadać na zmieniające się potrzeby konsumentów, czy gości naszych restauracji.