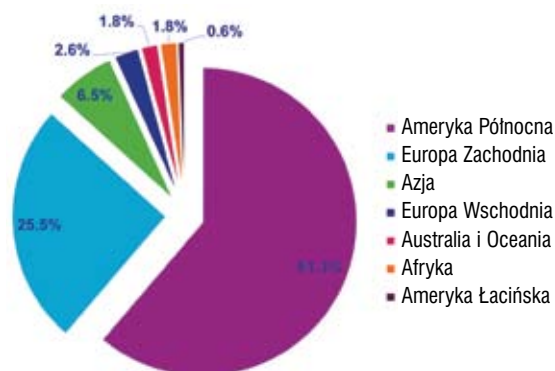


# Soki cold pressed – światowy trend w sokownictwie

Do wyprodukowania soku cold pressed (tłoczonego na zimno) stosuje się prasę lub ekstraktor, a produktem ubocznym są suche wytloki. Dlatego w wyciśniętym soku pozostaje całe bogactwo składników nie tylko z soku, ale też z miąższu i skórki owoców lub warzyw. Produkcja świeżych soków metodą tłoczenia na zimno pozwala na uzyskanie naturalnego i bogatego w składniki odżywcze soku. Takie soki charakteryzują się bardzo krótkim okresem przydatności do spożycia (1–5 dni) oraz muszą być dystribuowane i przechowywane w warunkach chłodniczych, jeżeli nie są poddawane procesom przedłużającym ich trwałość, np. pasteryzacji. Ich przydatność do spożycia można przedłużyć stosując również nietermiczną metodę utrwalania – wysokim ciśnieniem hydrostatycznym (HPP). Tak utrwalone soki zachowują cenne substancje żywieniowe (witaminy, polifenole), charakteryzują się wysoką jakością sensoryczną – nieznacznie w stosunku do surowca zmienia się ich barwa, smak i zapach. Metoda HPP stosowana jest po rozlaniu i zamknięciu soków w butelkach, które umieszczane są w komorze napełnionej zimną wodą i poddawane równomiernemu działaniu wysokiego ciśnienia hydrostatycznego (100–1000 mPa). Metoda HPP skutecznie zabija patogeny, przedłużając trwałość produktów nawet do 3 miesięcy, jeżeli przechowywane są one w warunkach chłodniczych. Soki te, jako produkt nie poddawany działaniu wysokiej temperatury, jak ma to miejsce przy pasteryzacji, nie tracą cennych wartości odżywczych. (Więcej o metodzie HPP w artykule „Wysokie ciśnienia w przemyśle owocowo-warzywnym” PFIOW nr 11–12/14).

Wzrost popularności świeżych soków związany jest ze zmieniającą się świadomością żywieniową konsumentów, a także zasobnością ich portfeli. Soki cold pressed to trend, który zawładnął Ameryką już kilkanaście lat temu. W 2014 r. to właśnie USA były dominującym regionem, gdzie wprowadzono na rynek najwięcej nowych produktów w tej kategorii.



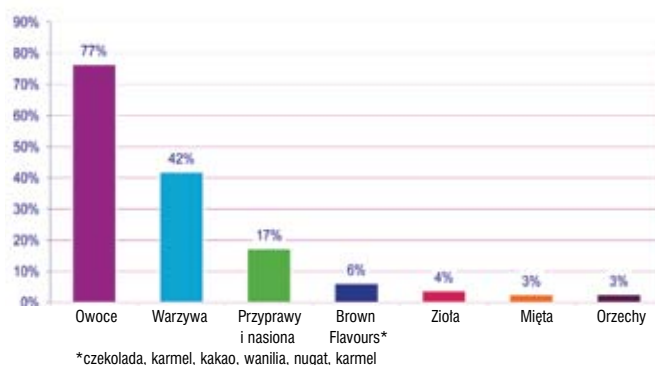
## Nowo wprowadzone soki cold pressed w 2014 r. na świecie

Przechadzając się po ulicach dużych metropolii, jak: Los Angeles, Nowy Jork czy Londyn trudno nie dostrzec tego trendu – „juice bary” są dosłownie na każdym rogu, a świeże soki w butelkach można dostać w wielu sklepach i sieciach, np. Starbucks oferuje własną linię soków *BluePrint Juice*. Trend ten staje się bardzo popularny pomimo wyśrubowanej ceny, jaką trzeba za nie zapłacić. Niespełna półlitrowa (16 uncji) butelka świeżego soku to często wydatek ponad 10 USD. Jednakże świeżo tłoczony na zimno sok to znaczący zastrzyk witamin i innych cennych żywieniowo substancji. Ponadto alkalizuje pH krwi, zwiększa poziom energii, wzmacnia układ odpornościowy, zwiększa regenerację komórek i poprawia funkcje mózgu. Wielu konsumentów traktuje taki sok jako posiłek, zastępując nim jedzenie. W ten trend wpisuje się również bardzo ostatnio popularna dieta sokowa. Detoks sokami przeprowadza się w celu wyeliminowania toksyn z organizmu. Niektórzy producenci pozycjonują właśnie swoje świeże soki oferując np. 3–5 dniowy program oczyszczający, podczas którego konsument zastępuje posiłki i przekąski specjalnie przygo-

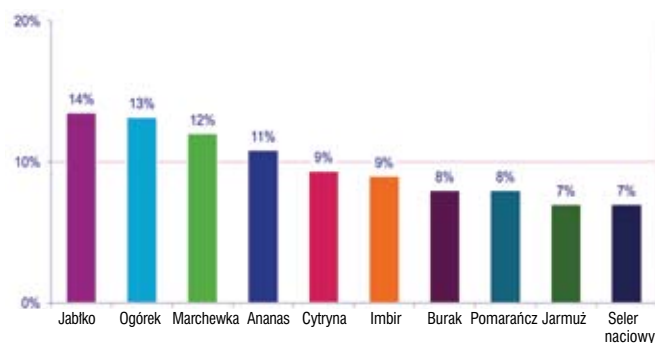


tanymi kompozycjami soków, najczęściej jest to 6 butelek, które należy spożyć w odpowiedniej kolejności i odstępie czasowym, rezygnując tym samym na czas kuracji z innych pokarmów oraz używek. Taki zestaw można zamówić z codzienną dostawą pod wskazany adres, także w Polsce oferują go m.in. Essence Cleanse i Cleanse Me.

W supermarketach, szczególnie w USA i Europie Zachodniej, pojawia się coraz więcej soków utrwalanych metodą HPP, a ich producenci próbują zachęcić i przekonać do nich konsumentów, argumentując tym, że takie soki są świeże, a wręcz „surowe”, jak te wyciśnięte tuż przed spożyciem. Działania marketingowe dotyczące takich produktów (zarówno utrwalanych przez HPP, jak i rozlewanych aseptycznie na zimno) wykorzystują w przekazie do konsumenta argumenty: ich świeżości, czystości, korzyści żywieniowych oraz braku konserwantów. Podczas gdy ponad jedną trzecią surowców do produkcji świeżych soków stanowią owoce, to na znaczeniu zaczynają zyskiwać warzywa i w 2014 r. znalazły się w 42% nowo wprowadzanych na rynek sokach cold pressed.



## Najpopularniejsze surowce do produkcji soków cold pressed w 2014 r.



## 10 najpopularniejszych smaków soków cold pressed w 2014 r.

Dużą popularnością wśród konsumentów cieszą się warzywa zielone, szczególnie te liściaste: szpinak, seler naciowy, natka pietruszki oraz coraz bardziej popularny także w Polsce jarmuż. Są one niskokaloryczne, mają sporo witaminy C, magnezu, a zawarty w nich chlorofil wspomaga procesy oczyszczania organizmu. Popyt na zielone soki rośnie. W USA producenci soków *Evolution Fresh*, aby go zaspokoić, wprowadził do swojej oferty aż 4 wersje zielonych świeżych soków utrwalonych metodą HPP.



Do produkcji świeżych soków cold pressed wykorzystuje się najlepsze surowce, często z upraw ekologicznych, oraz nową technologię, jaką jest metoda utrwalania HPP. Te aspekty nie pozostają bez wpływu na finalną cenę soków, plasując je w kategorii premium, albo nawet superpremium. Czy ten światowy trend rozwinie się również w Polsce, czy nasz rodzimy konsument jest już na niego gotowy, a producenci skłonni zainwestować w nietanią technologię HPP? Czas pokaże.

Katarzyna Oleksy