

Clean Label: Czego oczekuje nowoczesny klient od producenta karmy?



Co oznacza „Clean Label”?

W erze, gdy nasze psy i koty są pełnoprawnymi członkami rodziny, ich miska staje się odbiciem naszej troski i świadomości. Rosnąca świadomość zdrowotna, dostęp do informacji oraz rozwój segmentu premium i superpremium sprawiają, że wybór karmy coraz częściej opiera się na wartościach dodanych wynikających ze składu i funkcjonalności karmy. Oczekiwania wobec karmy i przekąsek dla zwierząt są bardzo wysokie – zarówno pod względem wartości odżywczych, jak i jakości czy pochodzenia surowców. Badanie przeprowadzone przez BNEO i New Nutrition Business wykazało, że 79% konsumentów sprawdza listę składników przy zakupie nowej karmy, a 75% właścicieli weryfikuje etykiety, pod względem obecności niepożądanych składników. „Clean Label” to idea, która (mimo braku formalnej definicji prawnej), w praktyce sprowadza się do prostej obietnicy: krótkiej, zrozumiałej etykiety z rozpoznawalnymi składnikami, wolnej od sztucznych aromatów, barwników i konserwantów.

Psychologia decyzji zakupowej konsumenta

Producenci karm dla zwierząt, odpowiadając na rosnące oczekiwania opiekunów, rewolucjonizują rynek, stawiając na jakość, naturalność i transparentność. W tym nowym krajobrazie etykieta przestaje być tylko listą składników – staje się manifestem wartości marki i najważniejszym narzędziem budowania zaufania. Fenomen ten, znany jako „Clean Label” (czysta etykieta), opiera się na trzech filarach, które wspólnie kształtują decyzje zakupowe współczesnego konsumenta: **humanizacji, naturalności i transparentności**. Znaczenie tej ostatniej potwierdza fakt, że była ona jednym z kryteriów oceny w konkursie Pet Choice Award.

1. Humanizacja - zwierzę jako pełnoprawny członek rodziny.

Fundamentem całej zmiany jest zjawisko humanizacji. Traktujemy naszych podopiecznych jak członków rodziny, a to zmienia nasze oczekiwania wobec ich diety. Karma ma nie tylko odżywiać, ale również sprawiać przyjemność i być synonimem dbałości o dobrostan. Oczekujemy, że będzie „wyglądać jak prawdziwe jedzenie”, mieć apetyczną teksturę i naturalny aromat. To sprawia, że producenci sięgają po składniki doskonale znane z naszych kuchni, które jednoznacznie kojarzą się ze zdrowiem: dynię wspierającą trawienie, bogaty w omega-3 olej z łososia czy siemię lniane.

2. Naturalność - siła prostego i zrozumiałego składu.

Z potrzeby humanizacji rodzi się pragnienie naturalności. Opiekunowie coraz częściej poszukują karm o prostym, czytelnym składzie, wolnym od sztucznych dodatków, konserwantów czy barwników. Produkt ma być „czysty” – bez GMO, metali ciężkich i surowców niewiadomego pochodzenia. To również zwrot w stronę minimalnego przetwarzania. Delikatna obróbka w niskich temperaturach (od 45°C do maksymalnie 80°C), która chroni cenne wartości odżywcze, staje się synonimem najwyższej jakości, w przeciwieństwie do produktów wysokoprzetworzonych.

3. Transparentność - fundament zaufania i partnerstwa

Sama deklaracja naturalności już nie wystarcza. Współczesny konsument potrzebuje dowodów, a walutą zaufania staje się transparentność. Opiekunowie chcą wiedzieć wszystko: skąd pochodzą surowce, w jakiej technologii powstała karma i jakie procesy kontroli jakości przeszła. Deklaracje z etykiety muszą mieć pokrycie w certyfikatach i audytach.

W tym kontekście rośnie znaczenie składników lokalnych, pochodzących ze zrównoważonych źródeł (np. ryby z certyfikowanych połowów) oraz możliwość prześledzenia całej drogi produktu – „od pola do miski”.

Pojęcie „Clean Label” nierozdzielnie łączy się z unikaniem tzw. „Frankenfoods” – składników postrzeganych jako sztuczne, „stworzone w laboratorium” lub mocno zmodyfikowane. W publicznej świadomości do tej kategorii często zalicza się produkty GMO czy komponenty poddane intensywnej obróbce chemicznej. Rodzi to interesujące pytanie: czy sucha karma, która z definicji jest produktem wysokoprzetworzonym, może w ogóle wpisywać się w filozofię „Clean Label”? Odpowiedź brzmi: tak, pod warunkiem, że proces produkcji jest maksymalnie transparentny, a użyte składniki są naturalne i najwyższej jakości. Kluczem jest uczciwa komunikacja i udowodnienie, że technologia służy zachowaniu wartości odżywczych, a nie maskowaniu słabej jakości surowców.

Zasada „Kitchen Logic”

Skoro wiemy już, że humanizacja, naturalność i transparentność to filary zaufania, przyjrzyjmy się, jak ta filozofia działa w praktyce – w momencie, gdy klient stoi przed półką sklepową, a producent przed wyzwaniem stworzenia idealnej receptury. To starcie dwóch światów, które łączy jeden cel: pełna miska i zdrowe, szczęśliwe zwierzę.

Współczesny opiekun nie musi być chemikiem ani technologiem żywienia. W podejmowaniu decyzji zakupowych kieruje się on intuicją i logiką własnej kuchni. Gdy odwraca paczkę i czyta skład, w jego głowie odbywa się błyskawiczny test zaufania. Nazwy takie jak „**butylohydroksyanizol**” czy „**glikol propylenowy**” brzmią obco i niepokojąco. Kojarzą się z laboratorium, a nie z jedzeniem. Widok składników takich jak „**świeży indyk, dynia, olej z łososia, ekstrakt z rozmarynu**” w produkcie konkurencyjnym wywołuje natychmiastowe rozluźnienie. To produkty, które mogłyby znaleźć się na liście zakupów na niedzielny obiad. To właśnie jest „Kitchen Logic” – podświadome pytanie: „Czy sam bym to zjadł? Czy znalazłbym to w swojej spiżarni?”. Jeśli odpowiedź brzmi „tak”, przemysłowa formuła w oczach klienta magicznie zamienia się w pełnowartościowy, domowy posiłek. Zrozumienie tego mechanizmu jest dla producenta kluczem do serca (i koszyka) konsumenta.

„Clean Label” od Kuchni. Trzy przykazania nowoczesnej produkcji.

Dla producenta „Clean Label” to rewolucja, która wykracza poza analizę chemiczną białka i tłuszczu, to zobowiązanie do przejrzystości, które wymusza nowe podejście do tworzenia receptur. Trzy filary jakości w praktyce produkcyjnej obejmują: minimalizm, precyzję i uczciwość.

I. Minimalizm to Zaufanie: siła „Krótkiej Listy”

W dobie rosnącej liczby alergii i nietolerancji pokarmowych, minimalizm stał się cnotą. Długa lista składników, pełna skomplikowanych dodatków, to dla klienta „pole minowe” – każdy dodatkowy komponent to potencjalne ryzyko. Krótka, zrozumiała etykieta (np. mięso z jelenia, bataty, dynia, olej z łososia) to czytelny komunikat: „jesteśmy bezpieczni”. Stworzenie w pełni zbilansowanej karmy z minimalnej liczby składników to dowód najwyższej jakości i technologii, który buduje zaufanie oparte na prostocie.

II. Precyzja to Standard: koniec z anonimowością

Termin „produkty pochodzenia zwierzęcego”, choć zgodny z prawem, w świadomości opiekuna stał się synonimem odpadów. To właśnie pod nim kryją się przysłowiowe „**skóry, wióry i pazury**” – surowce niegodne miski członka rodziny. Klient wymaga bezwzględnej precyzji, nie akceptuje już „drobiu”, żąda „świeżego mięsa z indyka”, nie chce „podrobów”, tylko „wątróbki wołowej” lub „serc kaczyc”. Ta zmiana wymusza ewolucję całego łańcucha dostaw – producent karmy musi wymagać od swoich partnerów (np. zakładów mięsnych) pełnej identyfikowalności i gwarancji powtarzalnej jakości każdej partii.

III. Uczciwość w Procesie: bez ukrytych składników

Czysta etykieta nie toleruje niedomówień. Każdy, nawet najmniejszy element receptury, musi mieć swoje imię i uzasadnienie. Jeśli w karmie mokrej używany jest bulion, klient ma prawo wiedzieć, czy to bulion z gotowania mięsa własnego, czy roztwór z proszku. Woda jako beziemnienny „dodatek technologiczny” to przeszłość. Transparentność procesu – od źródła żelatyny po rodzaj użytego oleju – to najmocniejszy sygnał, jaki marka może wysłać: „**Nie mamy nic do ukrycia. Jesteśmy dumni z tego, co tworzymy**”.

„Clean Label”

- Technologiczne Wyzwanie Czystości

Rezygnacja z syntetycznych dodatków to marketingowa deklaracja jakości produktu, ale przede wszystkim wyzwanie technologiczne związane ze stabilnością produktu. Stworzenie produktu z czystą etykietą, który jednocześnie pozostaje bezpieczny i świeży, jest dowodem najwyższego kunsztu technologicznego. Producenci stają przed dwoma kluczowymi wyzwaniami: ochroną tłuszczu przed utlenianiem oraz rozwojem niepożądanych mikroorganizmów.

Tłuszcz to nośnik smaku i energii, ale też najsłabsze ogniwo w trwałości karmy. Jego utlenianie, czyli jęczenie, to naturalny proces, który psuje produkt. Przez lata, w celu ochrony tłuszczów wykorzystywano syntetyczne antyok-

sydanty, takie jak **BHA** (butylohydroksyanizol) i **BHT** (butylohydroksytoluen). Skuteczne, tanie, ale budzące coraz większy sprzeciw konsumentów, którzy nie chcą ich widzieć w misce pupila. W karmach z czystą etykietą ich miejsce zajmuje potężna mieszanka naturalnych przeciwutleniaczy tj. **kompozycja tokoferoli (witamina E), ekstraktu z rozmarynu i kwasu cytrynowego**, które działając synergicznie chronią cenne kwasy tłuszczowe. Pytanie kluczowe brzmi: czy

REKLAMA



NOWOŚĆ!
VITACEL MI320

- zamiennik izolatu białka sojowego
- wyjątkowe wiązanie wody
- poprawa stabilności termicznej wyrobu
- alternatywa dla zagęstników z numerem E

JRS Fibers for Life.

Rettenmaier Polska
Sp. z o.o.
Bitwy Warszawskiej 1920 r. 7B
02-366 Warszawa
mobile +48 600 422 222
Tel + 48 22 608 51 00
e-mail: jrs@jrs.pl

naturalne rozwiązania są równie skuteczne co syntetyki? Tak, ale w innych ramach czasowych. Syntetyki mogą zabezpieczyć karmę na 24-36 miesięcy. Wysokiej jakości naturalne mieszanki gwarantują stabilność przez 12-18 miesięcy. Dla nowoczesnego łańcucha dostaw i świadomego klienta, który szuka „świeżych” partii, jest to okres w zupełności wystarczający.

Kolejnym wyzwaniem jest bezpieczeństwo mikrobiologiczne, które wcale nie musi oznaczać

dodawania konserwantów. W suchej karmie, głównym zabezpieczeniem nie jest konserwant, lecz **niska aktywność wody (aw)**. To parametr określający ilość „wolnej” wody w produkcie, dostępnej dla drobnoustrojów. Poprzez precyzyjny proces suszenia karmy do poziomu aw < 0.6, producenci tworzą środowisko niekorzystne do rozwoju bakterii i pleśni. Naturalne ekstrakty, jak olejki z oregano czy tymianku, mogą pełnić rolę wspomagającą, chroniąc produkt po otwarciu opakowania. W przypadku karm w puszkach czy saszetkach, gwarancją bezpieczeństwa jest proces **sterylizacji termicznej**. Wysoka temperatura i ciśnienie niszczy wszelkie formy drobnoustrojów. Wyzwanie „Clean Label” w karmach mokrych leży więc gdzieś indziej – nie w unikaniu konserwantów, ale w rezygnacji z niepotrzebnych zagęstników, gum czy sztucznych polepszaczy smaku.

„Clean Label” w praktyce

Aby lepiej zrozumieć, jak w praktyce wyglądają omawiane przez nas trendy, przyjrzyjmy się dwóm anonimowym przykładom składów karm dostępnych na rynku¹.

Produktu nr 1 (Wersja Ekonomiczna) - Analiza pod kątem Clean Label:

- **Brak transparentności** (Skład zamknięty): Użycie nazw kategorii zamiast konkretnych surowców («zboża», «mięso i produkty pochodzenia zwierzęcego», «produkty pochodzenia roślinnego»). Konsument nie wie, jakie to zboża (różnica między ryżem a pszenicą jest istotna), ani jakie zwierzęta (poza śladową ilością kurczaka i indyka).

- **Sztuczne dodatki:** Obecność ogólnego hasła „barwniki, przeciwutleniacze”. W trendzie Clean Label jest to niedopuszczalne – konsument chce wiedzieć, czy użyto naturalnych tokoferoli, czy syntetycznych przeciwutleniaczy tj. BHA/BHT.

Produktu nr 1 (Wersja Ekonomiczna) - Analiza pod kątem Kitchen Logic:

- **Długa i niejasna lista:** Choć lista nie jest długa fizycznie, jest „zamazana” pojęciowo, szczególnie część o dodatkach dietetycznych (monohydrat, jodan, selenin). W produkcie ekonomicznym przetworzona i uboga w wartości odżywcze baza surowców musiała zostać podkręcona potężnym „premixem” witaminowo-mineralnym, aby karma spełniała minimalne normy żywieniowe (np. FEDIAF).
- **Znikoma ilość „prawdziwego jedzenia”:** Suszona marchew na poziomie 0,08% to ilość służąca jedynie marketingowi, a nie żywieniu. W tym miejscu warto postawić retoryczne pytanie: Czy pokazanie marchewki na przodzie opakowania jest uczciwe?
- **Pierwsze miejsce w składzie:** „Zboża” na pierwszym miejscu sugerują, że jest to pasza węglowodanowa, a nie mięsna, co kłóci się z logicznym postrzeganiem diety psa przez opiekuna.

Analiza Produktu nr 2 (Wersja Premium) - Analiza pod kątem Clean Label:

- **Pełna transparentność:** Podane dokładne procenty głównych składników (45% wieprzowiny, 25% kurczaka itd.). Choć

surowiec jest szlachetny (świeży, nie mączka), podawanie go w procentach przed obróbką termiczną jest technicznie prawdziwe, ale konsumencko mylące. W idealnym schemacie „Clean Label” producent podałby: „X% mięsa po wysuszeniu”.

- **Prosty skład:** Brak ukrytych kategorii. Każdy składnik jest nazwany precyzyjnie (nawet z nazwą łacińską ryb, np. *Sardinella aurita*).
- **Brak sztucznych dodatków:** Na widocznym fragmencie nie ma wzmianki o sztucznych konserwantach czy barwnikach.

Analiza Produktu nr 2 (Wersja Premium) - Analiza pod kątem Kitchen Logic:

- **Składniki „z talerza”:** Świeża wieprzowina, kurczak, całe ryby, wątroba, bataty, banany. To produkty, które klient sam kupuje w sklepie spożywczym. Choć i tutaj zdarzają się pojęcia enigmatyczne dla przeciętnego konsumenta (np. skrobia hydrolizowana, masa celulozowa z buraka) jest to zaledwie ułamek receptury, a nie jej baza.
- **Zioła i przyprawy (fitogeniki):** Obecność szalwii, kurkumy, imbiru, kminku. To jest dokładnie to, co nazywamy „Kitchen Logic” – opiekun kochający te składniki ze zdrowiem i własną kuchnią. Pytania, które możemy postawić w tym miejscu, aby uzyskać jeszcze pełniejszy opis: Czy to ekstrakty, czy suszone zioła? Czy ich ilość jest **terapeutyczna** (funkcjonalna), czy tylko **marketingowa**?

- **Naturalne procesy:** Użycie terminu «świeże» (a nie mączka) oraz „hydrolizowana skrobia” (co sugeruje proces zwiększający strawność, choć brzmi bardziej technicznie, jest akceptowalne).

Nawet w segmencie Premium, trend „Clean Label” napotyka na technologiczne kompromisy. Choć lista składników kusi „świeżym mięsem”, musimy pamiętać o fizyce – woda odparowuje, a realny udział mięsa w suchej masie jest niższy niż deklarowane 80%. Widzimy tu również pęknięcia w narracji „Kitchen Logic” tj.: obecność „hydrolizowanej skrobi” czy przemysłowej „masy celulozowej z buraka” przypomina nam, że nadal mamy do czynienia z produktem wysokoprzetworzonym, a nie domowym obiadem (w którym surowce również wymagałyby pewnego przetworzenia). To lekcja dla konsumenta: transparentność to nie tylko ładne nazwy, to także zrozumienie procesów, które za nimi stoją.

Podsumowanie

Idea „Clean Label” to przede wszystkim odpowiedź na rosnące oczekiwania świadomych opiekunów. Kierując się oni prostą zasadą „Kitchen Logic”, poszukując w karmie składników, które są naturalne, proste i zrozumiałe. To z kolei wymusza na producentach precyzję i uczciwość – jasne nazywanie każdego komponentu i rezygnację z ogólnych, niejasnych kategorii. Nawet najlepsza karma jest produktem przetworzonym, najważniejsza staje się pełna transparentność producenta co do składu i procesów technologicznych.

¹. Przedstawiona analiza ma charakter wyłącznie edukacyjny i poglądowy. Jej celem jest zilustrowanie różnic w podejściu do formulacji produktów (trendy Clean Label i Kitchen Logic) na przykładzie ogólnodostępnych danych rynkowych. Wybrane etykiety służą jako studium przypadku (case study) dla omówienia zjawisk rynkowych, a nie oceny konkretnych marek czy producentów. Analiza opiera się wyłącznie na deklaracjach zawartych na opakowaniu. Artykuł nie jest sponsorowany ani nie ma na celu reklamy lub antyreklamy żadnego z podmiotów.

Dr inż. Martyna Wilk, specjalistka w dziedzinie żywienia zwierząt.

Karierę rozpoczęła w laboratorium analitycznym, oceniając skład i jakość pasz oraz biodostępność składników pokarmowych w modelach *in vitro*. Jako pracownik dydaktyczny i naukowy Uniwersytetu Przyrodniczego we Wrocławiu prowadziła badania nad alternatywnymi roślinami paszowymi, produktami ubocznymi przemysłu rolnospożywczego oraz innowacyjnymi źródłami białka, w tym owadami paszowymi.

Obecnie koncentruje się na ocenie funkcjonalności innowacyjnych dodatków paszowych oraz ich wpływu na zdrowie zwierząt hodowlanych i towarzyszących. Doświadczenie zdobywała w Polsce i za granicą, prowadząc badania *in vitro* i *in vivo* w ramach współpracy międzynarodowej z ośrodkami naukowymi oraz przemysłem paszowym i biotechnologicznym. Promuje żywienie jako narzędzie profilaktyki chorób, wspierając hodowlę bezantybiotykową i naturalne wsparcie zdrowia przewodu pokarmowego zwierząt. Stypendystka Nuffield International 2026.



W skrócie, „Clean Label” to filozofia produkcji, w której prosta i zrozumiała etykieta jest wynikiem zaawansowanego, ale przede wszystkim uczciwego podejścia do żywienia zwierząt. ■

dr inż. Martyna Wilk

Bibliografia dostępna w redakcji

REKLAMA



NOWOŚĆ!
VITACEL PF 850 – błonnik grochowy

- wyjątkowe wiązanie wody
- poprawa stabilności termicznej wyrobu
- atrakcyjny wygląd w czasie przechowywania
- poprawa właściwości organoleptycznych wyrobu na zimno i ciepło
- obniżenie kosztów przez redukcję ubytków

JRS **Fibers for Life.**

Rettenmaier Polska
Sp. z o.o.
Bitwy Warszawskiej 1920 r. 7B
02-366 Warszawa
mobile +48 600 422 222
Tel + 48 22 608 51 00
e-mail: jrs@jrs.pl



Błonniki VITACEL
– ubytki pod kontrolą

- obniżenie kosztów przez ograniczenie ubytków cieplnych
- zdecydowanie mniejsze straty podczas przechowywania
- eliminacja wycieków fazy wodno-tłuszczowej w produktach pakowanych próżniowo

JRS **Fibers for Life.**

Rettenmaier Polska
Sp. z o.o.
Bitwy Warszawskiej 1920 r. 7B
02-366 Warszawa
mobile +48 600 422 222
Tel + 48 22 608 51 00
e-mail: jrs@jrs.pl

SKŁAD: zboża, mięso i produkty pochodzenia zwierzęcego (16%, w tym kurczak 3% i indyk 1%), produkty pochodzenia roślinnego, oleje i tłuszcze, roślinne ekstrakty białkowe, minerały, warzywa (suszona marchew 0.08%, odpowiada 0.5% uwodnionej marchwi). **DODATKI DIETETYCZNE:** IU/kg: witamina A: 16700 ; witamina D₃: 970,mg/kg: siarczan żelaza (II), monohydrat: (Fe:69) ; bezwodny jodan wapnia: (I:1.7) ; pentahydrat siarczanu miedzi: (Cu: 7.7) ; siarczan manganawy, monohydrat: (Mn: 5.2) ; jednowodny siarczan cynku: (Zn: 100) ; selenin sodu: (Se: 0.16). **DODATKI:** barwniki, przeciwutleniacze. **SKŁADNIKI ANALITYCZNE:** białko: 17 %, tłuszcz surowy: 8 %, popiół surowy: 8%, włókno surowe: 3%. Podane ilości karmy odnoszą się do psów umiarkowanie aktywnych w normalnej temperaturze otoczenia. Indywidualne potrzeby różnią się, a ilość podawanej karmy powinna zostać dostosowana tak, aby utrzymać prawidłową, szczupłą sylwetkę Twojego psa. Zwierzę powinno mieć stały dostęp do czystej, świeżej wody do

Przykład 1. Skład karmy dla psów (wersja ekonomiczna)

Skład
45% świeżej wieprzowiny, 25% świeżego kurczaka, 10% całych, świeżych ryb (sardynela (<i>Sardinella aurita</i>), makrela (<i>Scomber scombrus</i>), ostrobok pospolity (<i>Trachurus spp.</i>), sardyna (<i>Sardina pilchardus</i>)), 5% świeżej wątroby wieprzowej, hydrolizowana skrobia, jaja, masa celulozowa z buraka, drożdże piwne (<i>Saccharomyces cerevisiae</i>), bataty, banany, kminek zwyczajny (<i>Carum carvi</i>), kminek zwyczajny (<i>Cuminum cyminum</i>), szalwia (<i>Salvia officinalis</i>), kurkuma (<i>Curcuma longa</i>), imbir (<i>Zingiber officinale</i>).

Przykład 2. Skład karmy dla psów (wersja premium)