

# มอนเด นิสชิน เจาะเทรนด์คนไทย รักสุขภาพเปิดตัว “ควอร์น” โปรตีนทางเลือก ไร้เนื้อสัตว์ จากประเทศ อังกฤษ ครั้งแรกในไทย



มอนเด นิสชิน เจาะเทรนด์คนไทย รักสุขภาพ

เปิดตัว “ควอร์น” โปรตีนทางเลือก ไร้เนื้อสัตว์ จากประเทศอังกฤษ ครั้งแรกในไทย

กรุงเทพฯ: บริษัทมอนเด นิสชิน ผู้ผลิตอาหารรายใหญ่แห่งประเทศฟิลิปปินส์ ทุ่มงบกว่า 550 ล้านดอลลาร์ หรือ ประมาณกว่า 23,000 ล้านบาท ควบรวมกิจการ บริษัท ควอร์น ฟู้ดส์ ประเทศอังกฤษ มุ่งเปิดตลาด โปรตีนทางเลือก ไร้เนื้อสัตว์ ภายใต้แบรนด์ “ควอร์น” (Quorn™) สู่ภูมิภาคเอเชียรวมถึงไทย เชื่อกันเปิดตัว ควอร์น ครั้งแรกใน ไทยจะสามารถเจาะ เทรนด์คนไทยยุคใหม่ที่รักสุขภาพและสิ่งแวดล้อม คาดธุรกิจผลิตภัณฑ์ทดแทนเนื้อสัตว์จะ เติบโตได้มากกว่า 20% ในอีกสองปีข้างหน้า

มร. รูฟิโน เทียมลี ประธานบริหาร บริษัท มอนเด นิสชิน ประเทศสิงคโปร์ ผู้ผลิต และจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหาร ในเครือ บริษัท มอนเด นิสชิน ภูมิภาคเอเชีย กล่าวว่า “จากแนวทางของบริษัทแม่ที่ต้องการขยายธุรกิจทั้งใน ประเทศเดิมที่มีฐานอยู่ ได้แก่ ฟิลิปปินส์ ไทย ออสเตรเลีย อังกฤษ และตลาดใหม่ ๆ ปีนี้จึงได้ขยายธุรกิจ ผลิตภัณฑ์ โปรตีนทางเลือก ภายใต้แบรนด์ “ควอร์น” (Quorn™) ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์อาหารทางเลือกแบรนด์ดัง จากประเทศ อังกฤษ ไปยังประเทศต่าง ๆ มากขึ้น จากเดิมที่มีจำหน่ายในประเทศอังกฤษและหลายประเทศใน สหภาพยุโรป โดยเป็นผู้นำตลาดผลิตภัณฑ์ทดแทนเนื้อสัตว์ด้วยส่วนแบ่งกว่า 55 % และได้ขยายตลาดมายังทวีปเอเชีย โดยเริ่ม จากประเทศฟิลิปปินส์ และประเทศไทย

กระแสนักสุขภาพ ออกกำลังกาย และเลือกอาหารเพื่อสุขภาพในไทยเป็นเทรนด์ที่มีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อยๆ และ มอนเด นิสชิน เป็นรายแรกที่นำเข้าสู่ผลิตภัณฑ์โปรตีนทางเลือก ปราศจากการตัดแต่งพันธุกรรม(GMO) และไม่มี ส่วนประกอบจากถั่วเหลือง เข้ามาในไทย ซึ่งผลิตภัณฑ์ควอร์นเป็นนวัตกรรมด้านอาหารทางวิทยาศาสตร์ที่ทำมาจาก มัยคอโปรตีน มีรูปแบบเสมือนเนื้อสัตว์จริงทั้งรสสัมผัส (Texture) และเส้นใยแบบเนื้อสัตว์ ที่สำคัญไม่มี โคเลสเตอรอล ไขมันอิ่มตัวต่ำ มีคุณค่าทางโภชนาการและไฟเบอร์สูง เช่น ควอร์น 1 แพค (200 กรัม) มีปริมาณ โปรตีนเทียบเท่ากับไข่ไก่ 4 ฟอง หรือ เทียบเท่ากับไฟเบอร์จากบลูคโคลี 5 ถ้วย พร้อมยังมีกรดอะมิโนที่จำเป็นต่อ ร่างกายอย่างครบถ้วน

“เนื่องจากควอร์นเป็นผลิตภัณฑ์อาหารแนวใหม่ บริษัทฯ จึงต้องการสร้างการรับรู้ผ่านช่องทางสื่อต่างๆ โดยเน้นสื่อ ออนไลน์และโซเชียล มีเดีย หวังครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย คือ คนรุ่นใหม่ ที่มีไลฟ์สไตล์รักสุขภาพ ชอบทำอาหาร

ต้องการลดการบริโภคเนื้อสัตว์น้อยลง”

มร. เควิน เบรนนัน ประธานบริหาร บริษัท คอวอร์น ฟู้ดส์ ประเทศอังกฤษ ผู้ผลิต คอวอร์น จากประเทศอังกฤษ กล่าวว่า “ในประเทศอังกฤษ คอวอร์น เป็นผู้นำด้านผลิตภัณฑ์อาหารทางเลือกที่ใหญ่ที่สุดซึ่งได้รับความนิยมมากกว่า 30 ปี ประกอบกับบริษัท เล็งเห็นศักยภาพของตลาดภูมิภาคเอเชียที่มีการเติบโตของธุรกิจเพื่อสุขภาพอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นการขยายธุรกิจมายังภูมิภาคเอเชีย หรือจะเรียกว่าเป็นการส่งต่อการใช้สุขภาพดีแบบชาวอังกฤษสู่เอเชีย ให้ได้สัมผัสกับผลิตภัณฑ์คอวอร์นซึ่งเป็นอาหารทางเลือกที่ไร้เนื้อสัตว์อย่างแท้จริง”

สำหรับช่วงเปิดตัว บริษัทมอนเด นิสชิน ได้นำเข้าผลิตภัณฑ์คอวอร์น 3 รูปแบบ ราคาตั้งแต่ 99 บาท – 119 บาท ในรูปแบบ ชิ้น (Chunks), บด (Grounds) และแบบอาหารสำเร็จรูปพร้อมทานอย่างนักเก็ต (Nuggets) ซึ่งในอนาคตมีแผนเสริมทัพผลิตภัณฑ์คอวอร์นในอีกหลายรูปแบบ เพื่อให้ตอบโจทย์คนไทย มากขึ้น

“คนไทยยุคนี้ชอบความสะดวกสบาย ชอบมีทางเลือกที่หลากหลายให้กับชีวิต เพื่อสุขภาพดี และชีวิตที่ดี ซึ่ง คอวอร์นก็เป็นผลิตภัณฑ์อาหารทางเลือกรูปแบบใหม่ ที่ทั้งอร่อย รักษาสุขภาพ ราคาจับต้องได้ มั่นใจว่าจะโดนใจกลุ่มผู้บริโภค” คอวอร์นมีวางจำหน่ายที่ซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำทั่วไป ตั้งแต่กลางเดือนเมษายนปีนี้