



PRZEDRUK MATRIAŁU

- WEZWANIE DLA UCZESTNIKÓW ŁAŃCUCHA DOSTAW W BRANŻY GRZYBÓW JADALNYCH

Komentarz 1.

Szanowni czytelnicy strony dezynfekcja-pieczarka.pl.

Przedstawiamy poniżej przedruk tekstu autorstwa Árpáda Mutsy, reprezentującego korporację BIOFUNGI z Węgier. Materiał zawiera przesłanie ogólne oraz konkretne propozycje organizacyjne dla promocji konsumpcji grzybów jako uniwersalnego narzędzia poprawy sytuacji w całej branży poprzez wykreowanie zwiększonego popytu.

Zachęcamy do zapoznania się z treścią i włączenia w organizowane przedsięwzięcie.

MEXEO.

Komentarz 2.

Kryzys cywilizacyjny jaki wywołał pandemię Covid-19 będzie skutkował poszukiwaniem nowych rozwiązań także w branży grzybów uprawnych. Jedno ze stanowisk zamieszczone jest poniżej w prezentowanym artykule.

Podstawowym jego mankamentem jest brak oceny funkcjonowania Europejskiego Stowarzyszenia Producentów Grzybów GEPC. Moim zdaniem to pierwszy krok w rozważaniach co dalej z branżą.

Nikodem Sakson

Árpáda Mutsy, BIOFUNGI, Węgry, <https://www.biofungi.hu/pl/>

**Szanowni Koledzy, Europejscy Producenci Grzybów,
Moi drodzy Przyjaciele z branży grzybów uprawnych.**

W tak trudnych czasach musimy trzymać się razem i właśnie teraz zdaliśmy sobie sprawę, jak mali i bezbronni jesteśmy sami w obliczu niewidzialnej „nicości”.

Wy, podobnie jak i ja, odgrywacie aktywną rolę pracując w odnoszącym sukcesy sektorze, pełnym wielkich możliwości: przemysłowej uprawie grzybów jadalnych.

Grzyby są niezbędne i nadal jest na nie zapotrzebowanie (prawie wszędzie, ponieważ, niestety, sektor HORECA, załamał się), nawet w tak szybko rozprzestrzeniającym się i trudnym okresie pandemii Covid-19, który wpłynął na relacje międzyludzkie, gdy bezpośrednie kontakty zostały ograniczone.

Nie boję się tego wirusa, bez względu na to, czy go złapię czy nie. Uważam jednak, że gdy wirus zniknie konsekwencje ekonomiczne pandemii będą dla nas niebezpieczne. Jednocześnie jestem pełen nadziei i optymizmu, ponieważ wraz z Wami działam w sektorze biznesu, który ma przed sobą świetlaną przyszłość.

Wielu z nas, dzięki indywidualnej pracy, osiągnęło już wiele, ale razem moglibyśmy zrobić i uzyskać znacznie więcej!

Każdy z nas, kto, na swój własny sposób, osiągnął sukces, starał się inwestować jak najwięcej w nasz sektor biznesu, aby dalej go rozwijać. Każdy z nas, który wciąż jest w tej branży, musiał kiedyś poradzić sobie np. z zieloną pleśnią, a ostatnio z brakiem pracowników, problemami miażdżącymi nasze dotychczasowe wysiłki w rozwój firm. Dotyczy to wszystkich kolegów walczących z trudnościami, od Irlandii do Włoch, od Hiszpanii do Niemiec. Nasza branża zmusza nas wszystkich do zakasania rękawów i inwestowania, aby móc dalej rozwijać naszą działalność.

Niestety, zamiast zwiększania skupienia na poszukiwaniu nowych rozwiązań, koncentrujemy się przede wszystkim na naszej „walce indywidualnej” i postrzegamy siebie jako wyizolowaną wyspę, a przez to zapominamy o jednej, ważnej sprawie: **zapominamy, że mamy doskonały produkt – grzyby, nad sprzedaż których musimy w końcu przejąć kontrolę.**

Grzyby mogą być podstawowym pożywieniem, są zdrowe i niezbędne ludziom, także podczas pandemii Covid-19! Obecny atak wirusa musi nauczyć nas, jak się bronić nie tylko przed samym wirusem, ale także jak być „odpornym na wszystkie wcześniejsze choroby”, które utrudniały odnoszenie sukcesów i dalszy rozwój naszej branży. Sprzedaż grzybów jest tak długo, a zarazem tylko, obiecującą dla nas szansą, dopóki nie nauczymy się z niej wyciągać jak najwięcej dla siebie.

Często nie zwracamy uwagi na grzyby jako produkt, ponieważ radząc sobie każdego dnia z wyzwaniem, jakie przed nami stawia ich uprawa, stają się dla nas codziennością. W rzeczywistości jednak powinniśmy na nie patrzeć oczami konsumentów. Muszą oni poznać wszechstronność zastosowania grzybów i sposoby przygotowywania z nich aromatycznych potraw.

Produkty i usługi ciągle konkurują ze sobą, ale obecnie możemy zaobserwować, że popyt na wiele z nich, takich jak: podróże, najnowszy typ iPhone'a, nowe buty i wiele innych artykułów konsumpcyjnych bardzo spadł. Natomiast popyt na artykuły spożywcze utrzymuje się na podobnym jak wcześniej poziomie.

Tak więc grzyby są nadal niezbędne i zapewniają nieskończone możliwości!

Sprzedaż grzybów i zaangażowanie w ich produkcję nie powinny być jedynie sprawą wewnętrzną naszej branży, ale raczej powinny zostać ukierunkowane na ponad 700 milionów mieszkańców Europy. Moim zdaniem, nie powinniśmy starać się nawzajem wypierać się z rynku grzybów przy pomocy wojny cenowej, ale raczej wspólnie promować konsumpcję grzybów i budować rzesze oddanych klientów! Musimy pokazać im korzyści płynące z przygotowywania i spożywania większej ilości grzybów - nie moich lub twoich - ale ogólnie grzybów. Promowanie spożycia grzybów będzie korzystne dla nas wszystkich. Będzie to również lepiej służyć konsumentom, ponieważ będą mieli dostęp do tego wspaniałego produktu, w który osobiście wierzę.

Dlatego właśnie uprawiam grzyby i je spożywam!

Oprócz tego układ odpornościowy konsumentów grzybów zostanie wzmocniony i staną się zdrowsi (oczywiście nie tylko dlatego, że będą spożywać grzyby, ale także inne, prozdrowotne produkty spożywcze). My wszyscy, uprawiający grzyby, musimy poświęcić się naszemu produktowi i naszej branży. Podobnie jak wzmocnienie układu odpornościowego populacji, nasze zwiększone zaangażowanie pozwoli nam dostrzec nowe horyzonty.

Jedno jest pewne, wszystko zmieni się po kryzysie z Covid-19. Pozostają otwarte pytania o przyszłość: kto i co będzie nam dyktować (i) i akceptować (i), jak i co się zmieni, na ile nasz świat będzie inny niż był wcześniej? Jest również pewne, że pojawią się zupełnie nowe problemy, a wiele wcześniejszych powróci do nas, wcześniej czy później. Nim do tego dojdzie, nauczmy się jak współpracować ze sobą.

Możemy stworzyć silne i „zdrowe” Europejskie Stowarzyszenie Grzybów oraz Fundację Promocji Grzybów. Organizacje, które będzie łączył tylko jeden wspólny cel, w którym ważne są wyłącznie grzyby, a nie indywidualne interesy. Jeśli tak by się stało i gdyby to zadziałało, wszyscy na tym skorzystają.

Nasza branża stanie się silniejsza i bardziej odporna na zewnętrzne czynniki na nią wpływające - zbyt wiele zainwestowaliśmy, aby ryzykować utratę tego wszystkiego, co osiągnęliśmy.

Naszym głównym celem powinno być to, aby zawsze mieć lojalnych klientów, którzy szukają pieczarek czy boczników wysokiej jakości. Konsumentów wiedzących, jak je przygotować i celowo zamierzających kupować grzyby, a nie tylko wtedy, gdy na rynku pojawi się nowa „cotygodniowa oferta specjalna”!

Mam wiele pomysłów i wiem, że masz je również Ty i każdy z nas! Zacznijmy więc działać razem, bo przyszłość już się rozpoczęła!

Oto moje pierwsze propozycje i kroki, które powinny być podjęte:

- Na swój własny sposób, od ponad 10 lat, świadomie pracujemy nad budowaniem kultury konsumpcji grzybów, pokazując ich prawdziwy wizerunek i kulinarną wartość. Zaczęliśmy dzielić się

podjętymi działaniami na naszych kontach na portalach społecznościowych (patrz załączniki).
Powinienes również do nas dołączyć, przygotowując np. nowe posty promocyjne.

- Oto od czego zacząłem i wy powinniście zacząć - Napisałem do wszystkich moich współpracowników i do wszystkich naszych klientów, aby zmotywować ich do spożywania grzybów.
- Wielu z nas, z powodu ograniczeń, przebywa teraz w zamknięciu w domu (niektóre rodziny często też w „spokojnych” czasach, w wolnych chwilach głównie przebywały w domu), wiele osób codziennie nadal kupuje wyłącznie produkty podstawowe, wielu nie ma nawyku przygotowywania sobie i rodzinie głównych posiłków w domu. Jednak nawyki żywieniowe zmieniły się, ponieważ restauracje są zamknięte, turystyka ustała. Spowodowało to negatywne konsekwencje dla wszystkich, ale szczególnie dla hodowców i dostawców, którzy dostarczali zamówione towary do restauracji.
- Ważne jest, aby udało nam się wykreować coraz większy popyt na grzyby, a konsumenci zaczęli uznawać je za produkt pierwszego wyboru. Ci, którzy gotują lub zaczęli gotować w domu, powinni wiedzieć, jak codziennie lub co najmniej kilka razy w tygodniu, przygotowywać różnorodne i aromatyczne potrawy z grzybów.
- Musimy być odpowiedzialni za wspólne motywowanie się do tego, uświadomić sobie, co jest pierwszym i najważniejszym ogniwem w łańcuchu.
- Tak więc, musimy zdać sobie sprawę z tego, że, jeśli sobie sami nie pomożemy podejmując wspólne działania, nie możemy oczekiwać, że ktoś nam pomoże - to my / ja musimy sobie pomóc nawzajem.
- Naszym wspólnym zadaniem jest uświadomienie naszym współpracownikom, będącym przecież w pełni zaangażowanymi w branżę grzybową, że musimy podjąć kroki, wymagające wykorzystania narzędzi komunikacji, nie tylko promujące większe spożycie grzybów, ale pokazujące... JAK TO ZROBIĆ
- Powinniśmy przygotować komunikat: jedz więcej grzybów i udostępniaj dalej nowe przepisy na dania z grzybów !!!, a następnie tę wiadomość przesłać do wszystkich swoich klientów oraz rozpowszechniać wśród swoich współpracowników, a oni z kolei wśród wszystkich swoich przyjaciół i krewnych.
- Powinniśmy doprowadzić do tego, aby przekaz o pozytywach wynikających z jedzenia grzybów rozprzestrzeniał się szybciej niż sam wirus. Jeżeli spojrzymy, ile osób zostało zainfekowanych wirusem poprzez kontakty między sobą, to zobaczymy, że taką samą drogą, można jeszcze bardziej zwiększyć, świadome zaangażowanie konsumenta w kupowanie grzybów, ale wymagałoby to podjęcia zdecydowanych działań z naszej strony.
- Ja i moi koledzy przygotowujemy i proponujemy ujednoliconą informację, aby przyciągnąć uwagę konsumentów, wskazując im wszystkie zalety spożywania grzybów, będących zdrową żywnością, wzmacniającą układ odpornościowy, które mają wspaniałe właściwości kulinarne; Do jej treści każdy może wnieść swój wkład, może ją skomentować i swobodnie z niej korzystać. Naszym celem będzie przekonanie konsumentów, aby wybierali ten produkt w supermarketach, a potem, po zakończeniu kryzysu z Covid, aby wybierali w menu restauracji dania z grzybów!!!
- Proponuję utworzenie jednolitego Europejskiego Stowarzyszenia Producentów Grzybów, obejmującego wszystkich zaangażowanych w europejski przemysł grzybowy; organizacji z własnym budżetem i z opłatami członkowskimi, obliczanymi na podstawie rocznej lub wieloletniej produkcji grzybów uprawnych przez dany podmiot.
- Stowarzyszenie z wyrazistym i zdecydowanym w działaniach działem marketingu, który będzie promował konsumpcję grzybów uprawnych. Które stworzy znormalizowane logo i wizerunek reklamowy produktu oraz przygotowuje inne instrumenty promocyjne, udostępniane w języku ojczystym każdego kraju europejskiego. Celem tego będzie przekazanie takiego samego komunikatu przez tych, którzy utrzymują niezależny kontakt z konsumentami, sieciami supermarketów, krajowymi izbami handlowymi i stowarzyszeniami.
- Proponuję powołanie 3-5 członków kierownictwa nowego Stowarzyszenia, którzy koordynowaliby działalność wszystkich sektorów europejskich, kampanie reklamowe, wydarzenia, publikacje oraz

własną stronę internetową. Strona internetowa byłaby udostępniana wszystkim członkom organizacji, którzy płacą składki (patrz amerykańskie, kanadyjskie lub australijskie stowarzyszenia producentów grzybów jadalnych).

- Tym samym proponuję stworzenie wspólnego i jednolitego systemu reprezentacji, uznawanego przez Unię Europejską i inne organy, niezależnie od tego, czy dany kraj jest członkiem Unii Europejskiej czy też nie. Oznacza to, że, według mnie, nie ważne byłoby, czy ktoś jest producentem angielskim, hiszpańskim, niemieckim, francuskim, serbskim, tureckim, itp., ale że istnieje tylko jedno, wspólne dla nas wyzwanie, a mianowicie: grzyby, a grzyby nie znają granic (jak wirus!).
- Proponuję, aby nowe Europejskie Stowarzyszenie Producentów Grzybów organizowało co dwa lata konferencje, które odbywałyby się za każdym razem w innym kraju.
- Jeśli na przykład niektórzy dostawcy lub różne grupy interesu w naszej branży tacy jak: producenci maszyn, producenci grzybów egzotycznych, producenci grzybni itp., chcieliby, w ramach Stowarzyszenia, utworzyć oddzielne zespoły tematyczne, byłoby mile widziane.

Moim zamiarem było wysłanie tego listu do jak największej liczby osób bezpośrednio lub pośrednio zaangażowanych w produkcję grzybów jadalnych, ale możliwym jest, że nie udało mi się dotrzeć do wszystkich zainteresowanych. Znam większość z was osobiście, spotkałem się z wami a także odwiedziłem wasze firmy i vice versa.

Przepraszam każdego, do kogo nie wysłałem tego listu, ale proszę was wszystkich: jeśli zgadzacie się z moimi propozycjami i możecie je poprzeć lub jeżeli chcielibyście wziąć pod uwagę dowolny element mojej propozycji, proszę o przesłanie mojego listu do wszystkich tych, którzy również aktywnie uczestniczą w produkcji grzybów uprawnych.

Wkrótce stworzymy stronę w mediach społecznościowych, gdzie każdy zainteresowany mógłby się zarejestrować i dołączyć do pomysłodawców i gdzie może rozpocząć się wymiana poglądów i pomysłów. Mam nadzieję, że uda się wdrożyć w życie przynajmniej kilka z nich.

Opracujmy wspólny sposób myślenia o naszej branży tak, aby wiedza, którą wszyscy przez lata zdobyliśmy, mogła być wykorzystywana efektywniej niż w przeszłości – stańmy się silniejsi!

Na razie proponuję sięgnąć po proste, dostępne obecnie, technologie pozwoli nam zrealizować, a po zakończeniu kryzysu związanego z wirusem Covid-19 spotkamy się osobiście i z pewnością, przyniesie to nowe rozwiązania i działania.

Wszystkim wam, waszym rodzinom i firmom oraz wszystkim w branży grzybowej, życzę zdrowia, a chorym szybkiego powrotu do sił. Przede wszystkim zaś życzę dużej ilości energii niezbędnej do ekonomicznej odbudowy waszych firm.

Z podziękowaniami i ciepłymi pozdrowieniami.

Árpád Mutsy

Bio-Fungi Facebook - www.facebook.com/biofungi

Bio-Fungi LinkedIn - <https://www.linkedin.com/company/bio-fungi/>

Bio-Fungi webpage - www.biofungi.hu

ChefGomba Facebook - www.facebook.com/chefgomba

ChefGomba Instagram - www.instagram.com/chefgomba

ChefGomba Twitter - www.twitter.com/ChefGomba

ChefGomba webpage - www.chefgomba.hu

Tłumaczenie: Sławomir Judkiewicz