

Czy pieczarki i bocznik są produktami wegańskimi i wegetariańskimi oraz inne uwagi o promocji spożycia grzybów.

Informacja o międzynarodowym pieczarkarskim forum internetowym z dnia 09.04.2021 r.

Promocja to ciągle ważna działalność w obszarze produkcji grzybów. Informacje o podejmowanych działaniach w Polsce można przeczytać w ostatnim numerze Biuletynu (1/2021). Celem tych działań jest wzrost spożycia grzybów, głównie pieczarki. Wzrost spożycia jest szczególnym wyzwaniem w Rosji, w sytuacji nadprodukcji pieczarek i spadku ich cen. Ważnym celem może być także przeciwdziałanie spadkowi ich konsumpcji. Przykładem takich działań jest kwestionowanie, że niektóre grzyby nie są wegańskie. Jakie produkty są wegańskie podaje za V-Label Polska:

"Wegańskie są te artykuły spożywcze i produkty, które nie są wytwarzane ze zwierząt czy też z części zwierząt na żadnym etapie produkcji i przetwarzania. By zostały one uznane za wegańskie, nie mogą też powstawać przy pomocy żywych zwierząt i produktów pochodzenia zwierzęcego. Zostają przy tym uwzględnione wszystkie etapy produkcji i przetwarzania. W procesie licencjonowania znakiem V-Label uwzględnia się produkty i składniki od momentu zbioru. Nawożenie gruntu, na którym uprawiane są surowce używane do produkcji, nie stanowi obszaru poddawanego analizie dla uzyskania V-Label. Zaleca się jednak by preferować składniki pochodzące z wegańskich upraw oraz dobrowolną rezygnację z odzwierzęcych składników nawozów."

Spotkałem się z kwestionowaniem faktu, że pieczarka nie jest produktem wegańskim w przeciwieństwie do drugiego pod względem spożycia w Polsce – bocznika. Przyczyną wątpliwości jest fakt, że do produkcji podłoża wykorzystywany jest pomiot kurzy. Pokrywać się ma to z postulatem rezygnacji z odzwierzęcych składników nawozów. Moim zdaniem nie mamy do czynienia z tą samą sytuacją co z stosowaniem nawozów organicznych pochodzących z odchodów zwierząt wprowadzanych do gleby. Produkcja podłoża to proces kompostowania zakończony pasteryzacją i dojrzwaniem, co całkowicie eliminuje odzwierzęce elementy pomiotu kurzego. Poza tym produkcja podłoża odbywa się poza pieczarkarnią. Tym samym pieczarka nie ma kontaktu z odzwierzęcymi składnikami nawozów jak to opisano w pierwszym akapicie cytowanego tekstu. Moim zdaniem pieczarka to ważny element diety bezmięsnej nie tylko ze względu na swoje walory dietetyczne, smakowe, jak i lecznicze. Szczególnie zalecane są pieczarki brązowe spożywane na świeżo.

W Rosji zgłasza się postulat kierowania działań promocyjnych do pokolenia Z. To ludzie urodzeni od drugiej połowy lat 90 dla których świat Internetu, mediów społecznościowych i nowoczesne technologie to podstawowe środowiska egzystencji. Czerpią swoją wiedzę z Internetu, a opinie z mediów socjalnych. Pokolenie to jest szczególnie podatne na reklamę, markę produktu, ale także oczekuje rozsądnej ceny.

Problemem z tym pokoleniem jest fakt, że ciągle żyje ono w kontakcie lub bezpośrednio z rodzicami i rzadko dokonuje samo zakupów. Oznacza to, że celem promocji jest tworzenie mody w młodym pokoleniu na samo ich spożywanie. Działania w internecie prowadzone przez branżę raczej

odnoszą się do sposobów przygotowania potraw z pieczarek, są raczej adresowane są do pokolenia Y, czyli rodziców.

To pokolenie Y żyje w dużej części w świecie mediów analogowych i do nich ma trafiać szeroko rozumiana promocja połączona z miejscem, warunkami i ceną zakupu pieczarek oraz sposobem spożycia. To raczej problem zorganizowania i prowadzenia kampanii promocyjnych, gdzie wszystko sprowadza się do zgromadzenia odpowiednich funduszy i umiejętności profesjonalnego zorganizowania i przeprowadzenia kampanii promocyjnych. Branża właśnie taką prowadzi.

O ile w przypadku Rosji promocja kierowana jest na rynek wewnętrzny, tak w przypadku Polski gro produkcji trafia do sprzedaży na teren Unii. Cieszy mnie fakt, że dostrzeżono potrzebę promowania piezarki w krajach, gdzie się ją spożywa, a trafia do nich piezarka z Polski. Taki postulat zgłaszałem od lat. Tu celem jest produkcja marki "*piezarka świetna, bo z Polski*". Czy branża będzie miała pomysł, siły i będzie w stanie skorzystać z funduszy państwowych przeznaczonych na promocje polskiej żywności zagranicą to inna kwestia. Czy sprawdzi się obecna formuła działania tylko w kręgu Stowarzyszenia to inna kwestia. Sądzę, że wysiłek na rzecz promowania polski jako producenta piezarek podjęty na ostatnich dniach Holenderskiej Piezarki nie był kontynuowany. Czy Kolejne "Dni" w 2022 roku powinny to zagadnienie podejmować na targach i wystawach żywności?

W dniu 09.04.2021 r. od godziny 10.00 do 13.00 odbyło się międzynarodowe Ukraińsko-Polsko-Rosyjskie forum internetowe "CHOROBY W PIEZARKARSTWIE: DLACZEGO SIĘ POJAWIAJĄ I JAK SOBIE Z NIMI RADZIĆ".

W wydarzeniu uczestniczyło 183 osoby. Według statystyk było to blisko 50% z Ukrainy, 20% z Rosji, 19% z Polski i około 11% z innych krajów.

Zostały wysłuchane prezentacje badaczy, naukowców, konsultantów oraz ekspertów branży piezarkarskiej na temat zapobiegania i walki z chorobami. Zaprezentowano również wiele nowych produktów chemicznych i innowacyjnych technologii higieny dla naszej branży, w tym technologie dezynfekcji gazowym ClO₂, dezynfekcję pianową okrywy przed likwidacją, uzdatnianie wody technologicznej i kilka innych

Organizatorem wydarzenia była UMDIS – Agencja Informacyjna Branży Grzybów Uprawnych, zaś współorganizatorem nasza firma - MEXEO, Kędzierzyn-Koźle.

Jeżeli Państwo nie mieli możliwości uczestniczyć - mogą Państwo do nas się odezwać, żeby otrzymać link do nagrania. Wydarzeniu towarzyszyło opracowanie e-booka pt. "ROZMOWA O ISTOTNYCH ASPEKTACH I POSTĘPIE W TECHNOLOGII MYKOSELEKTYWNEJ DEZYNFEKCJI DITLENKIEM CHLORU W PIEZARKARSTWIE JAKO ELEMENT SYSTEMU INTEGROWANEJ OCHRONY PIEZARKI". Książka ta zawiera wyniki badań i odpowiedzi na pytania dotyczące skuteczności dezynfekcji, korozyjności, kontroli zabiegów higienicznych, rozwiązań technicznych i wiele innych istotnych w pracy piezarkarni, wytwórni podłoża i okrywy torfowej. Omawiane opracowanie wysłane zostanie do wszystkich uczestników forum oraz innych zainteresowanych partnerów MEXEO. Edycja kolportowana będzie w języku polskim i rosyjskim.

Przypominamy: UMDIS – Agencja Informacyjna Branży Grzybów Uprawnych - internetowe medium branżowe, pracuje dla biznesu producentów piezarek i innych grzybów uprawnych, łącząc rosyjskojęzycznych i innych producentów piezarek i dostawców branży.

UMDIS publikuje wiadomości, artykuły i wywiady, zajmuje się analityką rynku grzybów uprawnych w krajach Europy Wschodniej, organizuje szkolenia, udziela konsultacji w produkcji piezarek i marketingu w branży. Strona internetowa <https://www.umdiss.org/> ma 1200-1500 odwiedzin dziennie

przez pieczarkarzy, głównie z Ukrainy, Rosji, Białorusi, Mołdawii, Kazachstanu, Uzbekistanu, Polski. Agencja UMDIS organizuje również Ukraińskie Targi Branży Grzybów Uprawnych, które w 2021 roku planowane są na 6-8 października.

Prezentacje Forum obejmowały w dużym stopniu prezentację wyników projektu badawczego realizowanego przez MEXEO i partnerów pt.: *Innowacyjna, mykoselektywna okrywa oraz podłoże do uprawy pieczarek*" współfinansowanego w ramach Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój 2014-2020 i środków EFRR.

Dr Nikodem Sakson