



Europejskie pieczarki

ukryty skarb

Rusza kampania „Europejskie pieczarki, ukryty skarb”

Europejskie pieczarki to żywieniowa skarbnica smaków i tekstur, możliwa dzięki odpowiedzialnej, lokalnej uprawie. Aby promować te korzyści w całej Europie, zwłaszcza wśród mileniśców, GEPC Promo (European Mushroom Growers Promo Group) rozpoczyna współfinansowaną przez UE kampanię promocyjną „Europejskie pieczarki, ukryty skarb”.

GEPC Promo - reprezentująca dziesięć organizacji krajowych - rozpoczyna kampanię promocyjną skierowaną do młodego pokolenia na 9 rynkach europejskich: Belgii, Francji, Niemczech, Węgrzech, Irlandii, Włoszech, Holandii, Polsce i Hiszpanii. Kampania, warta 5 milionów euro ma na celu wygenerowanie wzrostu sprzedaży grzybów o 28 milionów euro, w ciągu trzech lat. Kluczem do sukcesu kampanii jest zwiększenie świadomości konsumentów na temat wielu zalet europejskich pieczarek dla zdrowej i zbilansowanej diety. Niedrogie, dostępne, zróżnicowane, bogate, łatwe w przygotowaniu, wysoce zrównoważone: grzyby są naszym codziennym sprzymierzeńcem. Pieczarki, europejski skarb!

Treść niniejszej kampanii promocyjnej wyraża poglądy wyłącznie jej autora, za którą ponosi on bezwzględną odpowiedzialność. Komisja Europejska ani Europejska Agencja Wykonawcza ds. Badań Naukowych (REA) nie ponoszą żadnej odpowiedzialności za potencjalne wykorzystanie zawartych w niej informacji.



KAMPANIA FINANSOWANA
PRZY WSPARCIU UNII
EUROPEJSKIEJ



Europejski sektor pieczarek, dynamiczny rynek

W Europie sektor pieczarek reprezentuje ponad 1,5 miliarda euro sprzedaży rocznie. Charakteryzujący się wysokim poziomem samowystarczalności rynek szczególnie dobrze reaguje na nowe trendy odpowiedzialnej konsumpcji, sprzyjając lokalnemu zatrudnieniu, unikając niedoborów i oferując dobre i niedrogie produkty.



European mushrooms
the hidden gem

There are so many reasons **to love them**

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Research Executive Agency (REA). Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.

ENJOY IT'S FROM EUROPE

Co-funded by the European Union

Polska i Holandia (50% całkowitej europejskiej produkcji) są największymi europejskimi producentami pieczarek, a tuż za nimi znajduje się Hiszpania. Pieczarka jest najczęściej uprawiana, z łączną produkcją 1,063,700 ton w 2020 r., z czego 64% na rynek świeży i 36% do przetwórstwa. Uprawa pieczarek wymaga znacznych inwestycji, ale liczby te pozostają stosunkowo stabilne na przestrzeni lat. Sektor obejmuje około 2 900 europejskich producentów, którzy zapewniają ponad 40 000 bezpośrednich miejsc pracy, głównie na obszarach wiejskich. Na koniec należy zauważyć, że 70% sprzedaży świeżych grzybów odbywa się za pośrednictwem punktów sprzedaży detalicznej, głównie hipermarketów i supermarketów. Pozostałe 30% trafia do branży gastronomicznej. W ostatnich latach cena zakupu płacona zarówno przez detalistów, jak i restauracje utrzymywała się na bardzo stabilnym poziomie około 3 euro za kg. Warto zaznaczyć, że pieczarki uprawne wykazują wzorcowy zrównoważony rozwój, odzwierciedlony w ich metodach produkcji.

Europejskie pieczarki. Tak wiele powodów, by je pokochać.

Młode pokolenie, bardziej niż kiedykolwiek, jest zainteresowane jakością i pochodzeniem swojej żywności, której produkcja powinna być oparta na zrównoważonym rozwoju. Jedna trzecia milenialsów deklaruje stosowanie diety bezmięsnej, a 70% chce ograniczyć spożycie mięsa. Pieczarki stanowią idealne rozwiązanie dietetyczne- są produktem odpowiadającym na zmieniające się potrzeby konsumentów. Z jednej strony należą do świeżych owoców i warzyw zalecanych przez pracowni-

ków służby zdrowia. Z drugiej strony, europejskie grzyby są dostępne przez cały rok i mogą być dostosowane do wszystkich diet. Wreszcie, są produkowane lokalnie i w sposób zrównoważony przy minimalizacji zużycia wody. Przede wszystkim jednak – pieczarki to przyjemność: są to produkty dla smakoszy, charakteryzujące się mięsistym, ziemistym smakiem (warto w tym miejscu zaznaczyć, że kwalifikują się do kategorii smaku umami). Od białych pieczarek przez pieczarki portobello po shiitake, grzyby są fantastycznymi składnikami wzbogacającymi każde danie.

Treść niniejszej kampanii promocyjnej wyraża poglądy wyłącznie jej autora, za którą ponosi on bezwzględną odpowiedzialność. Komisja Europejska ani Europejska Agencja Wykonawcza ds. Badań Naukowych (REA) nie ponoszą żadnej odpowiedzialności za potencjalne wykorzystanie zawartych w niej informacji.



KAMPANIA FINANSOWANA
PRZY WSPARCIU UNII
EUROPEJSKIEJ



Kampania „Europejskie pieczarki, ukryty skarb” chce zakomunikować milenialsom, że pieczarki są idealną odpowiedzią na wiele współczesnych, wysokich wymagań nowego pokolenia konsumentów.

PIECZARKI A RYNEK POLSKI

Produkcja

Polska jest największym producentem pieczarek (*Agaricus bisporus*) w Europie. W 2022 r. w kraju wyprodukowano ponad 300 000 ton grzybów, głównie w dużych, nowoczesnych firmach rodzinnych stanowiących trzon całego łańcucha produkcyjnego. Jest to efekt wieloletniej tradycji i ponad 15 lat nieprzerwanego wzrostu napędzanego chęcią podnoszenia jakości oferowanych produktów, w atrakcyjnych dla konsumenta cenach. Prawie 70% produkcji przeznaczone jest na rynek świeży. Co trzecia pieczarka na europejskim stole wyrosła i została ręcznie zebrana w Polsce. 70% pieczarek wyprodukowanych w Polsce jest eksportowanych głównie do Wielkiej Brytanii, Niemiec i Francji.

Dystrybucja

Pieczarki są uprawiane w zamkniętych halach, w ściśle kontrolowanych warunkach. Dzięki temu są dostępne przez cały rok w niezmiennie wysokiej jakości. Nie są produktem sezonowym. Większość grzybów sprzedawana jest przez duże sieci detaliczne, które kształtują ich ceny. Natomiast rynki lokalne w tym sektorze cechuje coraz mniejsza dynamika.

Spożycie

Spożycie szacuje się na około 2 kg/rok/mieszkańca. Tę stosunkowo niską wartość można wyjaśnić silnie zakorzenioną tradycją zbierania grzybów leśnych oraz niską świadomością możliwych zastosowań i walorów

odżywczych pieczarek. Jednak biorąc pod uwagę średnie spożycie w Europie i dążenie młodych mieszkańców miast w Polsce do spożywania większej ilości zdrowych, nieprzetworzonych produktów od lokalnych dostawców, świeże pieczarki niewątpliwie mogą w przyszłości odgrywać w Polsce większą rolę. Tym bardziej że w 2023 r. ponad 89% milenialsów uznało je za smaczne, 85% za zrównoważone, a 84% za uniwersalne¹.

Program w Polsce

W Polsce kampania będzie reprezentowana przez ambasadorkę Monikę Mrozowską i eksperta Grzegorza Łapanowskiego oraz będzie rozpowszechniana w sieciach społecznościowych poprzez współpracę z kilkoma influencerami. Ich cel? Sprawić, by adresaci kampanii odkryli pieczarki w nowej odsłonie i zaproponować im nowe przepisy.

A to nie wszystko! W nadchodzących miesiącach na followersów kampanii czekają również filmy na kanałach. Zapraszamy! Bądźcie na bieżąco z fascynującymi treściami o pieczarkach:

www.europeanmushrooms.eu,
IG [europeanmushrooms](https://www.instagram.com/europeanmushrooms),
FB [europeanmushrooms](https://www.facebook.com/europeanmushrooms)

Krajowe zalecenia dotyczące zbilansowanej diety – Narodowy Instytut Zdrowia Publicznego, zgodnie z wytycznymi Światowej Organizacji Zdrowia, wskazuje, że owoce i warzywa powinny stanowić co najmniej połowę talerza. Pieczarki są bogate w białka, witaminy z grupy D i B, błonnik, szereg makro i mikroelementów, a także przeciwutleniacze, dlatego stanowią idealny składnik owocowo-warzywnej połowy zdrowego jadłospisu.

¹ Badanie Ipsos / GEPC, maj 2023

Treść niniejszej kampanii promocyjnej wyraża poglądy wyłącznie jej autora, za którą ponosi on bezwzględną odpowiedzialność. Komisja Europejska ani Europejska Agencja Wykonawcza ds. Badań Naukowych (REA) nie ponoszą żadnej odpowiedzialności za potencjalne wykorzystanie zawartych w niej informacji.



KAMPANIA FINANSOWANA
PRZY WSPARCIU UNII
EUROPEJSKIEJ

