

Sterowanie jakością produktów pochodzenia zwierzęcego*

Władysław Migdał

Uniwersytet Rolniczy w Krakowie

W rozwiniętych społeczeństwach konsumpcyjnych, w których najważniejszym celem człowieka jest zarabianie i wydawanie pieniędzy, mamy do czynienia z nadkonsumpcją, zmianą stylu życia, zmianą postaw i zachowań. Współczesny konsument jest coraz bardziej wielokulturowy, kosmopolityczny, zafascynowany nowymi dietami, egzotycznymi produktami żywnościowymi. Według Stefańskiej [31] około 68% respondentów pozytywnie odnosi się do zjawiska globalizacji na rynku żywności, wskazując na szereg pozytywnych cech tego zjawiska. Dostępność zagranicznych produktów żywnościowych, wzbogacenie oferty produktów i ich standaryzacja, poprawa jakości żywności, wzmocnienie pozycji konsumenta na rynku to najczęściej wskazywane przez konsumentów, pozytywne cechy globalizacji rynku żywnościowego. Pochodzenie produktu najczęściej nie jest brane pod uwagę przez konsumenta, gdyż najważniejsze jest posiadanie produktu. Doprowadziło to społeczeństwo konsumpcyjne do nowej epidemii – afloenzy, czyli grypy konsumpcji, która jest niczym innym jak niezdrowym stosunkiem do dobrobytu [36]. Efektem takiego stylu życia jest pojawienie się grupy innowacyjnych produktów żywnościowych (w tym pochodzenia zwierzęcego), takich jak:

- żywność wygodna;
- żywność ulepsząca;
- żywność dla samopoczucia;
- żywność samochodowa (dla osób spędzających dużo czasu w samochodach);
- do jedzenia w biegu (*on the go*);
- „zdrowy” fast food;
- żywność etniczna;
- żywność HoReCa (dla hoteli, restauracji i firm cateringowych);
- żywność utrwalona w technologii „sous-vide” (produkty pakowane próżniowo i gotowane) i „cook-chill” (produkty gotowane i natychmiast schłodzone);
- żywność między posiłkami (tzw. przekąski – snacks);
- żywność „nowa” (innowacyjne technologie) [9, 20].

W najbliższej przyszłości – kilkunastu lat – decydujący wpływ na decyzje żywieniowe podejmowane przez konsumentów będą miały nutrigenomika oraz nutrigenetyka. Wtedy przestaną być modne katastroficzne tytuły medialne: „mięso zabija”, „mleko jest szkodliwe dla twego dziecka”, „chcesz zostać ojcem nie jedz ryb”. Nutrigenomika zajmuje się wpływem składników diety na genom konsumenta, poznaniem genów odpowiedzialnych za predyspozycje do zachorowania na choroby dietozależne i wyjaśnianiem mechanizmów, według których dochodzi do rozwoju choroby [29]. Nutrigenomika pozwala więc na przygotowanie indywidualnych diet, strategii żywienia zapobiegających chorobom, alergiom, poprawiającym stan zdrowia i samopoczucie konsumenta. Nutrigenetyka natomiast zajmuje się wyjaśnianiem różnic w metabolizmie składników diety pomiędzy osobami, wynikających z polimorfizmu genów skutkującego różnymi odpowiedziami na sygnały pochodzące od składników diety [29]. Nutrigenetyka to żywienie według genomu człowieka, to rozwinięcie i oparcie na bardziej naukowych podstawach teorii dr. Jamesa D’Adamo „Jedz zgodnie ze swoją grupą krwi”.

Żywność nowej generacji (*novel food*) wymaga zastosowania nowych technologii (np. żywność uzyskana z wykorzystaniem organizmów genetycznie modyfikowanych) lub odkrycia na nowo tradycyjnych technologii (żywność tradycyjna/regionalna). W zapracowanym, korporacyjnym, szybko żyjącym społeczeństwie coraz większą popularnością cieszy się żywność wygodna (*con-*

venience food), skoncentrowana, odpowiednio przygotowana do bezpośredniego spożycia lub spożycia po krótkotrwałej obróbce kulinarnej. Ze względu na stan gotowości do spożycia może to być żywność: przygotowana do obróbki (*ready-to-process*), przygotowana do obróbki kulinarnej (*ready-to-kitchenprocessing*), przygotowana do obróbki cieplnej (*ready-to-cook*), przygotowana do podgrzewania (*ready-to-heat*), gotowa do spożycia (*ready-to-eat*), gotowa do podania na stół (*ready-to-serve*) [za 19]. Będzie to również żywność dyspozycyjna, odpowiednio zapakowana i utrwalona, stanowiąca gotowy posiłek lub jeden z jego składników, jak również żywność w postaci przekąski. Na rynku pojawia się coraz więcej takich produktów, reklamowanych jako np. polskie snaki. Nadmierne spożycie żywności nowej generacji (*novel food*) może prowadzić do otyłości, nocnego pojadania lub niedożywienia, bulimii, hiperwitaminozy itp. Należy wspomnieć również o żywności typu „light”, „fitness” oraz odżywkach specjalnego przeznaczenia. Często sięgamy i będziemy sięgać po takie produkty bo działa reklama, moda i popularność. W Polsce już około 65% konsumentów kupuje produkty typu light, podczas gdy w USA 98%, jednak prawo europejskie, w tym polskie, do tychczas nie regulowało spraw nazewnictwa w tej dziedzinie, pozostawiając producentom żywności swobodę, często prowadzącą do nadużyć. Dlatego tak ważne jest, by żywność nowej generacji była zdrowa, smaczna i dostępna dla każdego konsumenta, by nie budziła obaw i kontrowersji [7]. Według badań Krełowskiej-Kułas [19] najczęściej wybieranymi przez konsumentów produktami zaliczonymi do żywności wygodnej były koncentraty zup i sosów, desery i płatki śniadaniowe, natomiast najmniej popularne okazały się mrożone potrawy mięsne i rybne. Najważniejszymi czynnikami wyboru produktów i potraw były: łatwość przygotowania do spożycia, wygoda i oszczędność czasu. Żywność nowej generacji pochodzenia mięsnego to również żywność fermentowana, do produkcji której wykorzystuje się bakterie fermentacji mlekowej, nadając produktom specyficzny smak i aromat. Ponadto bakterie te, dzięki produkcji tzw. substancji antagonistycznych, chronią łatwo psujący się produkt mięsny przed rozwojem mikroorganizmów patogennych [za 22].

Oprócz przedstawionych nowych trendów żywieniowych obserwujemy sprzeciw konsumentów wobec rozwijającej się nadkonsumpcji, objawiający się propagowaniem dekonsumpcji, która oznacza ograniczanie konsumpcji, jej racjonalizację oraz bardziej odpowiedzialne i świadome konsumowanie. Hasło „mniej znaczy więcej” promuje prosty styl życia, bez pośpiechu, bardziej świadomie, etycznie, zaspokajanie potrzeb zamiast pragnień. Jest to spowodowane zmęczeniem nadmierną konsumpcją, trwającym kryzysem finansowym oraz modą na konsumowanie mniej, bardziej naturalnie i odpowiedzialnie [32]. Obserwujemy „odkrywanie na nowo” przez polskiego konsumenta niektórych produktów żywnościowych, jako „żywność lepszą dla ciebie – Better For You (BFY)”. Coraz wyraźniej mamy do czynienia z tzw. etnocentryzmem konsumentem, czyli preferowaniem produktów lub usług pochodzących z Polski, regionów lub lokalnych rynków. Etnocentryzm konsumentem wynika z przekonania, że kupowanie produktów z innych miejsc pochodzenia niż najbliższy mi rynek lokalny jest niemoralne i naganne [31]. Konsument stosujący tę zasadę kupuje produkty pochodzące z własnego kraju lub regionu. Najlepszym przykładem jest konsument niemiecki, dla którego produkt rodzimy jest najlepszy, chociaż często jest droższy. Cieszy fakt, że coraz więcej konsumentów nie poddaje się kosmopolitycznym trendom żywieniowym, tylko dąży do zachowania kulturowej tożsamości, której przejawem jest rosnące zainteresowanie żywnością tradycyjną, regionalną i lokalną. Dla znacznej części polskich konsumentów pochodzenie żywności jest ważnym kryterium podejmowania decyzji o jej zakupie, a to znaczy, że polski konsument jest również konsumentem etnocentrycznym [38]. Dzięki temu rynek żywności tradycyjnej, regionalnej i lokalnej staje się ważnym segmentem rynku żywności, spełniającym oczekiwania coraz bardziej wymagającego konsumenta. Przejawem dekonsumpcji jest również ekokonsumpcja (coraz bardziej popularna żywność ekologiczna), konsumpcja lokalna (zakupy zgodnie z hasłem „swój do swego po swoje”), konsumpcja racjonalna (która przyczynia się do prawidłowego rozwoju biologicznego człowieka, opierając się na pełnej, dostępnej w danych warunkach informacji o żywności), konsumpcja

etyczna (świadoma, odpowiedzialna, zrównoważona konsumpcja bez odpadów, spożywanie produktów etycznych, których wytwarzanie nie wiąże się z krzywdą ludzi, zbytecznym cierpieniem zwierząt czy niszczeniem środowiska naturalnego) oraz rozwijający się ruch *slow food*, który propaguje powolny tryb życia (jego symbolem stał się ślimak) [27]. Ruch ten jest alternatywą dla *fast food* – promującego życie w pośpiechu, w biegu, szybko i wygodnie, ale najczęściej niezdrowo i nieracjonalnie. *Slow food* propaguje prawo do smaku, który zgubiliśmy w cywilizacji konsumpcji i globalizacji produkcji, powodującej, że wszystko smakuje tak samo. *Slow food* to również nasze świadome, przemyślane i racjonalne decyzje podjęte przez nas, a nie za nas, które podnoszą jakość życia, nie szkodząc zarówno nam, jak i środowisku [27]. Dzięki takiemu podejściu do życia i konsumpcji czujemy się naprawdę wolni. Jedynymi barierami rozwoju *slow food* są ceny produktów i wygoda konsumentów [27].

Promowanie konsumpcji lokalnej, regionalnej, to zwracanie uwagi na miejsca zakupu żywności i ich rolę w decyzjach konsumentów. Jeżeli chcemy mieć pewność, że produkt jest świeży i bezpieczny, musimy znać odległość jaką przebył od miejsca wyprodukowania do naszego domu. Modnym określeniem staje się tzw. *foodmiles*, czyli odległości, jakie pokonują produkty zanim trafią na stół konsumenta [32]. Odnosi się to również do odległości, jaką pokonujemy codziennie do miejsca zakupu żywności, dlatego powinniśmy kupować w sklepach położonych najbliżej miejsca zamieszkania. W ramach *foodmiles* powinniśmy zwracać uwagę na kraj pochodzenia produktów, kupować produkty lokalne, w blisko położonych miejscach sprzedaży. Wtedy będziemy mieć gwarancję świeżości i wysokiej jakości produktu [32]. Ponadto przyczynimy się do rozwoju krajowego i lokalnego rynku żywności oraz pośrednio damy pracę polskiemu producentowi, który płacąc podatki przyczyni się do poprawy naszych warunków życia. Trend ten jest jeszcze słabo widoczny w naszych zachowaniach. Jak wynika z badań CBOS, rezygnujemy z zakupów żywności w małych sklepach na rzecz supermarketów i hipermarketów. W 1997 roku w małych sklepach żywność kupowało aż 72% Polaków, natomiast w 2010 roku już tylko 40%. W tym samym czasie obserwuje się wzrost zakupów żywności w super/hipermarketach (z 10% do 54%). Rezygnujemy też z zakupów na targowiskach i bazarach (31% w 1997 r. i 8% w 2010 roku [32]. Targowiska i bazyry postrzegane są negatywnie, jako coś co szpeci przestrzeń, dlatego władze lokalne starają się je likwidować lub modernizować [za 32]. Natomiast na świecie targowiska stają się centrum życia dzielnic, przyciągają klientów, gdyż właśnie tam mogą oni dostać świeże, zdrowe produkty, mogą spędzić miło czas spotykając sąsiadów, mogą porozmawiać ze sprzedawcami [3]. Często rozmowy te dotyczą cech funkcjonalnych kupowanej żywności – żywności funkcjonalnej.

Żywność funkcjonalna to produkty (w tym również mięso i jego przetwory), z których usunięto szkodliwe składniki, obniżono zawartość np. nasyconych kwasów tłuszczowych, cholesterolu bądź wzbogacono je w substancje aktywne fizjologicznie, tak aby otrzymać produkt posiadający odpowiednią wartość odżywczą [24, 33]. To żywność, która poprawia samopoczucie konsumenta, sprawia, że czuje się on bardziej sprawny. To cała grupa innowacyjnych przetworów. Mówiąc o mięsie i produktach mięsnych nowej generacji, nie chcemy produktów z solą wypadową (drogową) lub zamiennikami białka zwierzęcego. Chcemy by było to mięso najwyższej jakości i prawdziwe polskie wędliny, robione z polskiego surowca, bo to leży w interesie polskiej hodowli, przemysłu mięsnego i konsumenta [24]. Takim mięsem, na nowo „odkrytym” przez polskiego konsumenta (żywnością lepszą dla ciebie – Better For You), jest krajowa wołowina i jagnięcina. Wołowina pochodząca z bydła ras mięsnych korzystającego z użytków zielonych i dumnie nazywana wołowiną bieszczadzką, sudecką, nadbużańską, podlaską, warmińsko-mazurską, czy jagnięcina pochodząca z polskich jagniąt, znana już wąskiej grupie konsumentów pod nazwą „jagnięcina beskidzka”, „jagnięcina podhalańska”, „jagnięcina ze świniarki”, „jagnięcina z owcy rasy wielkopolskiej”. Mięsem odkrytym na nowo jest coraz bardziej popularna gęszyna [24]. Wymagać to będzie zmian funkcjonujących jeszcze stereotypów o mięsie tłustym (gęszyna, mięsie z zapachem (baranina), mięsie przechodzone (przechodnim) – wołowina. Wymagać to będzie dobrej promocji opar-

tej na przedstawieniu cech funkcjonalnych mięsa [24]. Produktem żywnościowym, który posiada korzystny stosunek kwasów n3/n6 (najwięcej wielonienasyconych, długołańcuchowych kwasów tłuszczowych), a tym samym ma prozdrowotne działanie, są ryby. Jednak dotyczy to ryb dobrych jakościowo, a nie ryb „śmieciowych”. Takimi dobrymi jakościowo rybami „nowej generacji”, znanymi od wieków, są poczciwy polski karp i pstrąg oraz inne polskie ryby słodkowodne. Dla osób cierpiących na schorzenia sercowo-naczyniowe opracowano specjalną dietę – dietę POLYMEAL, która opiera się na kilku naturalnych produktach żywnościowych przyjaznych sercu (zaleca ona m.in. spożywać ryby 4 razy w tygodniu, w ilości około 100 g). To szansa na rozwój krajowej akwakultury. Produktem przyszłości jest również jajo. Po wielu latach krytyki jaj, m.in. badania naukowców z Uniwersytetu Przyrodniczego we Wrocławiu, Akademii Medycznej im. Piastów Śląskich we Wrocławiu oraz Politechniki Wrocławskiej prowadzone w ramach projektu pt. „Innowacyjne technologie produkcji biopreparatów na bazie nowej generacji jaj (OVOCURA)” wykazały, że nowej generacji jaja – wzbogacone m.in. w witaminy i kwasy tłuszczowe omega 3 – będą źródłem pierwszych na rynku „jajecznych” suplementów diety, pomocnych w zapobieganiu chorobom cywilizacyjnym (chronicznym chorobom środowiskowym). Ponieważ OVOCURA to akronim „ovo” – jajo i „cura” – kuracja, leczenie, przed jajem i drobiarstwem otwiera się nowa przyszłość – „jajolecznictwo”, bo jajo to bogate źródło biosubstancji, m.in. ovo-fosfolipidów (w tym „super lecytyny”), yolkiny, cystatyny, biopeptydów wytworzonych w procesie hydrolizy enzymatycznej z treści jaj [34].

Specyficzne surowce, unikalne technologie, związek z regionem i jego kulturą – to nieodłączne cechy odróżniające produkty lokalne, regionalne i tradycyjne od żywności produkowanej masowo w dużych zakładach przetwórczych. Współczesny konsument jest coraz bardziej wymagający i szuka rarytasów wytwarzanych w sposób naturalny, często z zachowaniem kilkudziesięcio-, a nawet kilkusetletniej tradycji, a wymagania te mogą spełnić produkty lokalne/regionalne i tradycyjne. Ponieważ najczęściej wytwarzane są na niewielką skalę, w sposób rzetelny, bez dodatków chemicznych i najnowocześniejszych technologii, stanowią elitę wśród żywności. Ponadto produkty lokalne/regionalne i tradycyjne to szansa rozwoju regionalnego, a lokalne produkty pochodzenia zwierzęcego to niepowtarzalna szansa rozwoju polskiej hodowli i akwakultury. Produkcja dobrych wyrobów tradycyjnych, lokalnych/regionalnych bazuje na dobrej jakości surowcach naturalnych, rodzimych odmianach roślin i rasach zwierząt. Bardzo dobrą jakość i swoją markę posiadają wędliny tradycyjne wyprodukowane z mięsa rodzimych ras zwierząt – świni złotnickiej i puławskiej, bydła simentalskiego; mleko i przetwory mleczne od krów polskich czerwonych i białogrzbietych, cała gama produktów owczarskich (oscypek, redykołka, bundz, bryndza i żentycza oraz jagnięcina podhalańska) z polskiej owcy górskiej, jaja od kury zielononóżki kuropatwianej, a także karp zatorski, świętokrzyski, milicki lub starzawski. Od wieków wykorzystywano bogactwo roślin i runa leśnego, zwłaszcza przy produkcji wędlin, przetworów mlecznych i nalewek, dlatego wielu producentów wyrobów tradycyjnych również dzisiaj wykorzystuje bogactwo miejscowych roślin, ziół i przypraw (czosnek niedźwiedzi, jałowiec, lebiodka pospolita).

Ważną cechą produktów regionalnych i tradycyjnych jest ścisły związek z regionem – miejscem pochodzenia i wytwarzania. Niepowtarzalna i specyficzna jakość związana jest z warunkami klimatycznymi, tradycją, dziedzictwem kulturowym, umiejętnościami ludzi, tzw. pierwiastkami ziemi – Małej Ojczyzny. Taki związek ma kiełbasa lisiecka z Liskami i Czernichowem, kiełbasa tuchowska z Tuchowem, oscypek z Podhalem, karp zatorski z Doliną Karpia, gzik i ser smażony z Wielkopolską, sery z Wiżajn i z Korycina, miody drahimskie i z Dolnego Śląska itp. Związek produktów z regionem jest obopólny – produkt zyskuje reputację dzięki specyficznemu miejscu pochodzenia, a swoją reputacją produkt korzystnie oddziałuje na region i mieszkańców. Dzięki temu produkt regionalny i tradycyjny jest dodatkowym źródłem dochodu dla rolników i producentów, jest czynnikiem promocji i rozwoju agroturystyki i turystyki regionalnej, wspiera lokalnych przedsiębiorców. Wiele produktów regionalnych/lokalnych i tradycyjnych, zwłaszcza tych najstarszych, zachowało do

dziś swoje historyczne gwarowe, ludowe nazwy, które są ich dodatkowym atutem. Egzotywna, nic nie mówiąca nazwa, niepowtarzalny smak przyciągają turystów, budząc zachwyt i ciekawość. Nie każdy wie, że: dzionie rakowskie to rodzaj kiszki upieczonej w naturalnym jelicie wieprzowym lub wołowym, wyglądem przypominającej kiszkę pasztetową; soldra to szynka z kością; karminadel to kotlet mielony; kastler to wędzony boczek; habas to słonina; kita to wędzona szynka wieprzowa; czernina to zupa z krwi gęsi lub kaczek; obóna i okrasa to surowe, posiekane mięso gęsi przyprawione solą, pieprzem i majerankiem, używane jako smarowidło na chleb; sosyska to cienka parówka; woszt to kielbasa; przyzucha to szynka obsuszana przy kominie; żymlók to bułczanka; kumpia to wędzona w zimnym dymie topatka wieprzowa; cmer to maślanka, kapołka to serwatka; kiszka to zsiadłe mleko; pomaska to masło; gołka, klocek, pucok i kara to krowi ser wędzony; lasfór to pstrąg, maranka to sielawa, a piątniki to karpie na postne dni [23]. Można sobie wyobrazić minę turysty, któremu na Śląsku, szczególnie Śląsku Cieszyńskim, proponują kiszki i zamiast spodziewanej kaszanki otrzyma zsiadłe mleko.

Promując wyrób tradycyjny, regionalny/lokalny warto odtworzyć jego historię (pomoc etnografa może okazać się bezcenna), by zachować nie tylko recepturę, lecz także dawną nazwę. Bo pasztetowych jest wiele, ale leberka jest niepowtarzalna, kaszankę produkują wszędzie, ale prawdziwe śląskie krupnioki tylko na Śląsku, salceson zjesz w całej Polsce, natomiast blutkę tylko na Kociewiu, a preswórszt na Śląsku, karkówkę kupisz w całej Polsce, ale karbónade tylko na Warmii, szynkę produkują wszyscy, natomiast kite tylko Cieszyńscy. W Warszawie kupisz słoninę, w okolicach Bochni spyrkę, na Śląsku szpek, na Podhalu špek. Zsiadłe mleko w gwarze babiogórskiej to uobzygła, w gwarze cieszyńskiej kiszka, w gwarze mazurskiej to krzesiste mleko, w gwarze białostockiej to kisle mleko, a w mojej Łapczyca to po prostu kwaśne mleko [23]. Gwara jest piękna swoim bogactwem, jest wielkim dziedzictwem kulturalnym i podstawowym elementem tożsamości kulturowej regionu.

Dziedzictwem polskiego rolnictwa są stare odmiany roślin, stare odmiany drzew owocowych oraz rodzime rasy zwierząt gospodarskich. Rodzime rasy zwierząt gospodarskich, związane z człowiekiem od chwili udomowienia, stanowią świadectwo tradycji i polskiej kultury hodowlanej. Ochrona tych zasobów zapisana została w Konwencji o Różnorodności Biologicznej z czerwca 1992 roku. Był to polskie czerwone i białogrzebiete; konik polski i koń huculski; owce – barwna odmiana polskiej owcy górskiej i merynosa polskiego, wrzosówka, świniarka, wielkopolska, olkowska, kamieniecka, żelaźnieńska, uhruska, pomorska; kury nieśne – zielononóżka i żółtonóżka kuropatwiana; gęsi – zatorska, kielecka, biłgorajska, lubelska, podkarpacka, kartuska, rypińska, suwalska, pomorska; kaczkę – kaczkę pomniejszona i pekin polski; świnię – złotnicka pstra, złotnicka biała i puławska; pszczoły – linia Kampinowska i linia Augustowska; w sumie 75 (w 2011 roku 87 ras) najcenniejszych ras, odmian i rodów zostało objętych ochroną, gdyż uznaliśmy te zwierzęta za bezcenny bank genów, których nie można zmarnować [18]. Surowce pochodzące od zwierząt tych ras służą do produkcji najlepszych jakościowo produktów tradycyjnych. Z mięsa gęsi pomorskiej wyrabiana jest wyjątkowa kaszubska okrasa i piersniczki oraz kujawskie półgęski. Konsument poszukuje jagnięciny podhalańskiej i beskidzkiej, mięsa z owcy świniarki czy wrzosówki. Dużą popularnością wśród konsumentów cieszą się jaja kur zielononózek i żółtonózek kuropatwianych, coraz chętniej utrzymywanych w małych gospodarstwach, trochę z przyzwyczajeniem oka reklamowane jako „jaja bezcholesterolowe”. Mleko krów rasy polskiej czerwonej, wypasanych na górskich pastwiskach, wykorzystuje m.in. Spółdzielnia Mleczarska w Limanowej, specjalizująca się w produkcji serów dojrzewających typu holenderskiego oraz twarogów. Spółdzielnia ta krowę polską czerwoną, zjeżdżającą na nartach w góralskim kapeluszu, umieściła nawet w swoim logo. Z mięsa świń rasy złotnickiej (pstrej i białej) oraz świń rasy puławskiej wytwarzane są doskonałe wędliny w Wielkopolsce, na Mazowszu, na Lubelszczyźnie, na Podkarpaciu. O wyjątkowych cechach mięsa świń puławskich świadczy fakt, że znalazło ono uznanie także u odbiorców zagranicznych; partie ciężkich tuczników zostały zakupione przez odbiorcę z Hiszpanii do produkcji

szynki długodojrzewających [2]. W czerwcu 2015 roku media doniosły, że w Villaricca pod Neapolem włoska policja zlikwidowała magazyn, w którym polska szynka „stawała się” sławną szynką parmeńską. Obecnie prowadzona jest kampania „Wieprzowina regionalna – docień smak tradycji”, mająca na celu zwiększenie świadomości restauratorów dotyczącej mięsa polskich rodzimych ras świń oraz poszerzenie wiedzy na temat walorów organoleptycznych i możliwości wykorzystania kulinarnego mięsa ze świń rasy puławskiej, złotnickiej białej i złotnickiej pstrej [2]. Docenione też zostały walory polskiej akwakultury – polskich ras i linii karpia (zatorskiego, milickiego, niemodlińskiego, beświńskiego, osieckiego, złotopotockiego, gołyskiego, rytwiańskiego, Małszyńskiego, karpia z Oksy, z Wójczy, z Rudy Maleńckiej, karpia po starzawsku), polskiego pstrąga (kłodzkiego, złotopotockiego, górskiego) oraz innych ryb słodkowodnych (karsie z Polesia, szczupak sejneński i z Jezior Raduńskich, węgorz po kaszubsku, kaszubska sielawa wędzona – morėnka, sielawa z Jeziora Powidzkiego i z Pojezierza Drawskiego, sieja medwieńska). Ryby te zostały wpisane na Listę Produktów Tradycyjnych Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi, a karp zatorski – Rozporządzeniem Wykonawczym Komisji (UE) nr 485/2011 z dnia 18 maja 2011 r., znalazł się w rejestrze chronionych nazw pochodzenia i chronionych oznaczeń geograficznych (ChNP).

Produkty regionalne/lokalne są ważnym elementem aktywizującym i łączącym społeczności lokalne. Tworzą się grupy producenckie danego produktu i stowarzyszenia, organizowane są imprezy promujące produkt tradycyjny i region. Przykładem niech będzie: Święto sera w Korycinie, Święto Kielbasy Lisieckiej w Liszkach i Czernichowie, Święto Golonki Podkarpackiej w Piłźnie, Podkarpacki Dzień Wędliniarza w Radomyślu Wielkim, Święto Krupnioka, Święto Karpia w Zatorze, Święto Karpia Milickiego, Święto Pstrąga w Złotym Potoku, Oscypek Fest w Żywcu, Kurpiowskie miodobranie w Myszyńcu, Dolnośląskie Święto Miodu i Wina w Przemkowie, Czas Dobrego Sera czyli Ogólnopolski Festiwal Nieskończonych Form Mleka w Sandomierzu, Festiwal Serów Farmerskich i Tradycyjnych „Czas na ser” w Lidzbarku Warmińskim, Festiwal Wołowiny Sudeckiej w Marianówce, Szczyrkowskie Święto Jagnięciny i Baraniny, Piotrkowskie Święto Jagnięciny, Święto Ziół i Jagnięciny w Brennej, Festiwal Potraw Regionalnych z Jagnięciny „Czarna Owca”, Małopolski Festiwal Polskiej Zielononóżki Kuropatwianej w Proszowicach, Kujawsko-Pomorski Festiwal Gęsiny w Przysieku. Często imprezy te połączone są z dniami miejscowości, w której się odbywają i uczestniczą w nich tysiące mieszkańców, którzy identyfikują się z danym produktem. Są to wspólne święta producentów i konsumentów, w trakcie których odbywają się konkursy związane z produktem tradycyjnym, np. Otwarte Mistrzostwa Polski w jedzeniu golonki podkarpackiej na czas, pobicie światowego Rekordu Guinnessa w robieniu najdłuższej kaszanki – 226 metrów. Odbywają się regionalne i lokalne konkursy związane z dziedzictwem kulturowym i kulinarnym. Imprezy te są bodźcem do rozwoju turystyki i usług, zwłaszcza na obszarach o niekorzystnych warunkach gospodarowania. Przykładem wspólnego, solidarnego działania na rzecz promowania produktu jest Konsorcjum Producentów Kielbasy Lisieckiej, zajmujące się produkcją, promocją i ochroną tego produktu. Sukcesy mają też pszczelarze, którzy solidarnie działają na rzecz wypromowania wspólnej marki. Dzięki takiemu działaniu powstało już kilka renomowanych marek polskich miodów: „Miody Drahimskie”, „Miód Wrzosowy z Borów Dolnośląskich”, „Miody Kurpiowskie”, „Miody z Sejneńszczyzny i Łoździej”. Budowanie wspólnej marki jest bardzo korzystne dla pojedynczych, małych producentów działających na danym terenie. Marka daje im rekomendację, obniża koszty działania, pozwala się wspólnie promować, jest wiarygodną informacją dla konsumentów i turystów, że produkt jest autentyczny, stanowi gwarancję miejsca pochodzenia, historii, sposobu wytwarzania. Produkt markowy przestaje być anonimowy, gdyż kojarzony jest z konkretnym miejscem i producentem. Dla mieszkańców markowy produkt tradycyjny jest powodem do dumy, przyciąga turystów, przyczyniając się do rozwoju turystyki regionalnej czy agroturystyki. Mieszkańcy bardzo identyfikują się z historią, tradycją i kulturą swojej miejscowości „małej ojczyzny”. Dzięki produktom tradycyjnym i regio-

nalnym/lokalnym dziedzictwo kulturowe i przyrodnicze regionu nie jest traktowane jako balast i hamulec rozwoju, lecz jako potencjał sprzyjający pozytywnym zmianom, mobilizujący do wspólnej aktywności [13].

Produkty tradycyjne i regionalne/lokalne wnoszą do budżetu państwa coraz więcej środków oraz sprzyjają powstawaniu nowych, stabilnych miejsc pracy. Zadowolony i najedzony konsument będzie wracał do produktu tradycyjnego, regionalnego/lokalnego, gdyż kojarzył mu się będzie z dobrym smakiem, autentycznością. Ponadto według badań Żakowskiej-Biemans i Kuc [38], zdecydowana większość konsumentów przypisała żywności tradycyjnej i regionalnej takie atrybuty, jak: „zdrowa” (50%), „smaczna” (35%), „oryginalna” (20%), „wytwarzana według domowej receptury” (14%). Głównym czynnikiem skłaniającym konsumentów do zakupu żywności tradycyjnej było poszukiwanie nowych doznań kulinarnych „lubię próbować charakterystycznych dla danego regionu produktów” (66%), walory sensoryczne „odpowiada mi smak i zapach tych produktów” (56%) oraz opinia, że żywność taka stanowi urozmaicenie jadłospisu (51% ankietowanych). Badani konsumenci przyznali, że dużą rolę przy wyborze tego typu żywności odgrywały: „zawartość naturalnych składników”, „znane pochodzenie tych produktów” oraz „wysoka jakość” [38].

Tutaj należy postawić pytanie: co to jest jakość produktu i jakimi wskaźnikami można określić „wysoką jakość produktu”. Pojęcie „jakość” wywodzi się z greckiego *poioetes* i po raz pierwszy użył je Platon, uznając, że „jakość konkretnych rzeczy to stopień osiągniętych przez nie doskonałości”. Z języka greckiego (*poioetes*) na łaciński (*qualitas*) przetłumaczył Ciceron, określając w ten sposób właściwość przedmiotu [5]. Jakość w aspekcie filozoficznym jest rozumiana jako coś, co jest transcendentne, do czego dążymy intuicyjnie, ale praktycznie bez żadnej możliwości jednoznacznego jej zdefiniowania. Pod względem socjologicznym jakość to ustosunkowanie się konsumentów do określonych cech jakości, w ujęciu technicznym jakość jest określana z pominięciem odbiorcy, gdyż wzorcem jest norma, standard, projekt [5]. Jakość w rozumieniu techniczno-ekonomicznym rozumiemy jako „preferowanie określonych właściwości, które należy nadać produktom, aby spełniały oczekiwania użytkowników”. W ujęciu ekonomicznym jakość „jest to stopień zgodności produktu z wymaganiami odbiorcy, a te z kolei wynikają z jego potrzeb, dochodów i cen”. Jakość rozpatrywana instytucjonalnie w standardach i przepisach prawa, np. według normy ISO 9001, jest to „stopień, w jakim zbiór inherentnych właściwości spełnia wymagania” [5]. Według Webstera [za 16] „jakość to zespół wszystkich istotnych dla danego produktu cech, decydujących o jego wartości użytkowej oraz jednoznacznie precyzujących, czym dany produkt jest i jaki osiągnął stopień doskonałości”. Według Kortza [16], w technologii i towaroznawstwie artykułów spożywczych spotykamy wyraźne rozdzielenie pojęcia „jakość” na dwie składowe – jakość technologiczną oraz jakość konsumpcyjną. Przy ocenie przydatności przetwórczej produktów pochodzenia zwierzęcego zwracamy uwagę na aspekt sensoryczny, mikrobiologiczny, fizyczny, chemiczny, fizykochemiczny, ekonomiczny. Przy ocenie przydatności konsumpcyjnej trzeba zwracać uwagę na aspekt biologiczny, sensoryczny, fizykochemiczny. Korta [16] uważa, że uzupełnieniem obu definicji jest „estetyczny standard produktu określający jego użyteczność dla człowieka”. Należy więc mówić o jakości ogólnej danego produktu, obejmującej wszystkie jego istotne cechy oraz o jakości w ujęciu jednostkowym, cząstkowym, obejmującej jedną lub kilka zbliżonych do siebie najistotniejszych cech produktu [15].

Biorąc pod uwagę złożoność pojęcia „jakość” widzimy, ile błędów popełniamy pisząc w pracach naukowych o „jakości mięsa, mleka, jaj” na podstawie jednej lub kilku cech. Przy ocenie przydatności przetwórczej mięsa, mleka, ryb, jaj – każdego produktu tradycyjnego, regionalnego/lokalnego powinniśmy zwracać uwagę na:

- aspekt sensoryczny – świeżość, wygląd ogólny, barwa;
- aspekt mikrobiologiczny – skażenia surowca mikroflorą;
- aspekt fizyczny – lepkość, twardość, barwa, przezroczystość, wytrzymałość i odporność na rozdrabnianie, sprężystość, czystość;

- aspekt chemiczny – podstawowy skład chemiczny;
- aspekt fizykochemiczny – wiązanie wody przez białka mięśniowe, wodochłonność, wartość punktu izoelektrycznego, kwasowość, wytrzymałość termiczna;
- aspekt ekonomiczny – rozmiary produkcji, wysycenie rynku, dostępność surowca.

Przy ocenie przydatności konsumpcyjnej powinniśmy zwracać uwagę na:

- aspekt biologiczny – bezpieczeństwo spożycia, zdrowotność, wartość kaloryczną, zawartość składników odżywczych, witamin i mikroelementów, wymienialność w diecie, odporność na niepożądane zmiany cech jakościowych;
- aspekt sensoryczny – wyróżniki wizualne, smakowo-zapachowe, dotykowe, czuciowe, psychologiczne;
- aspekty fizykochemiczne – barwę i jej trwałość, lepkość, ciągliwość, kwasowość, zdolność utrzymywania soku, odporność na działanie temperatury, łatwość przygotowania do spożycia, wydajność w przerobie kulinarnym [16].

Uważam, że w ocenie przydatności konsumpcyjnej produktu należy brać pod uwagę zgodność parametrów produktu – w tym jego składu – z recepturą i deklaracją producenta.

O jakości sanitarnej decydują mikroorganizmy, pozostałości substancji szkodliwych, zanieczyszczenia, natomiast o jakości etycznej – hodowla organiczna, aspekty dobrostanu zwierząt oraz stosunek religii do danego produktu (np. koszerność). Biorąc pod uwagę wszystkie parametry można z pełnym przekonaniem mówić o jakości produktu. W naszych badaniach naukowych opieramy się na kilku parametrach, najczęściej świadczących o jakości żywieniowej i technologicznej. Sporadycznie próbujemy wyjaśnić, jak zmiany parametrów świadczących o jakości żywieniowej i technologicznej wpływają na jakość konsumpcyjną lub przydatność przetwórczą. Szeroko pojęta jakość produktu pochodzenia zwierzęcego zależy zarówno od czynników genetycznych (rasa, schemat krzyżowania, płeć), jak i środowiskowych (masa ubojowa, wiek w dniu uboju, warunki utrzymania), a szczególnie żywienia. Chciałbym krótko zwrócić uwagę na wpływ tych wybranych czynników na jakość żywieniową i technologiczną produktów pochodzenia zwierzęcego, stawiając jednocześnie pytania o jakość konsumpcyjną lub przydatność przetwórczą. Jednym słowem, chciałbym przedstawić sterowanie jakością produktów pochodzenia zwierzęcego.

Szczególnie ważny dla bezpieczeństwa konsumenta jest aspekt biologiczny, a szczególnie mikrobiologiczny produktu. Termin „bezpieczeństwo żywnościowe” został wprowadzony przez Konferencję Żywnościową FAO w Rzymie w 1974 roku. W 1996 roku, podczas Szczytu Żywnościowego Świata, uchwalono deklarację w sprawie światowego bezpieczeństwa żywnościowego i sformułowano pojęcie bezpieczeństwa żywnościowego rozumianego jako działania na szczeblu państwowym, mające na celu ciągle zaspokajanie potrzeb żywnościowych ludzi oraz dostęp do żywności niezbędnej do zdrowego życia. Bezpieczeństwo żywności stanowi element jej jakości, dlatego często w literaturze i dokumentach prawnych jest używane określenie „jakość i bezpieczeństwo żywności”. Spośród wszystkich elementów jakości tylko bezpieczeństwo żywności podlega odpowiednim uregulowaniom prawnym i jest przez nie regulowane [30]. Bezpieczeństwo i jakość produktu spożywczego muszą być zapewnione w całym cyklu rolno-spożywczym: od produkcji pierwotnej do momentu spożycia [17]. W przypadku produktów pochodzenia zwierzęcego dotyczy to również pasz, a więc również produkcji roślinnej w myśl zasady „od pola do stołu – *From Farm to Fork*”. Według Kodeksu Żywnościowego (*Codex Alimentarius*) [6], bezpieczeństwo żywności to ogół czynników, które zapewniają bezpieczną dla zdrowia i życia człowieka żywność, pod warunkiem jej prawidłowego przygotowania i/lub spożycia zgodnego z jej przeznaczeniem [10].

Produkty regionalne/lokalne i tradycyjne charakteryzują się zarówno jakością szczególną (niepowtarzalny smak, receptura), jak i zdrowotną. Wyróżnić należy trzy pojęcia odnoszące się do bezpieczeństwa produktów, w tym produktów tradycyjnych:

- *food safety* – bezpieczeństwo produktów żywnościowych,
- *food security* – bezpieczeństwo dostaw produktów rolnych,
- *food quality* – standaryzacja produktu żywnościowego [28].

Kształtowanie jakości i bezpieczeństwa żywności wymaga dokładnej kontroli, która jest możliwa dzięki wprowadzeniu systemów zarządzania jakością i bezpieczeństwem żywności, czyli wprowadzeniu kontroli żywności na wszystkich etapach jej produkcji, tj. od producenta do konsumenta. Dotychczas powstało kilka systemów i postulatów, które stanowią fundamenty normy ISO 22000 – najbardziej zintegrowanego zbioru wymagań dotyczących systemu zarządzania bezpieczeństwem żywności:

- Dobra Praktyka Wytwarzania (GMP),
- Dobra Praktyka Higieniczna (GHP),
- Dobra Praktyka Rolnicza (GAP),
- Dobra Praktyka Weterynaryjna (GWP),
- Dobra Praktyka Hodowlana (GHP),
- system HACCP (*Hazard Analysis and Critical Control Point*),
- norma ISO 9001,
- Zrzeszenie Sprzedawców Brytyjskich (BRC),
- Międzynarodowy Standard Żywności (IFS – *International Food Standard*) [14].

Zagrożenia bezpieczeństwa żywności mogą być spowodowane:

- obecnością w surowcach do produkcji żywności szkodliwych dla zdrowia substancji toksycznych, pozostałości pestycydów, metali ciężkich, antybiotyków czy substancji, które dostały się przez przypadek do produktu spożywczego;
- występowaniem zanieczyszczeń pochodzenia fizycznego, np. piasku, kamieni, kawałków szkła czy metalu;
- obecnością mikroorganizmów chorobotwórczych, bakterii, wirusów czy też niebezpiecznych toksyn [35].

Zatrucia pokarmowe o różnej etiologii stanowią ważny problem zdrowotny w Polsce. Według raportu PZH, każdego roku notuje się około 20 tys. zatruc. Najczęstsze bakteryjne zatrucia pokarmowe wywołane są przez *Salmonella spp.*, następnie w kolejności to zatrucia *Staphylococcus aureus*, *Campylobacter spp.* oraz zatrucia nieokreślone etiologicznie. Do zakażenia dochodzi przez spożycie zanieczyszczonego pokarmu, głównie jaj kurzych. Niepokój budzi około 50 przypadków zatruc jadem kiełbasianym (botulizm), około 200 przypadków zakażeń włośnicą, kilkadziesiąt przypadków błonicy. Pomimo ciągłego monitoringu żywności pochodzenia zwierzęcego dochodzi do zatruc pokarmowych. Od kilku lat w Polsce występują szczególnie groźne zakażenia bakteriami *Yersinia enterocolitica*, tzw. typ serologiczny O:8. Zatrucia pokarmowe mogą wywoływać pozakaźne następstwa, np. reaktywne zapalenie stawów, czasem połączone z innymi objawami w tzw. zespole Reitera [22]. Dlatego też istotną rolę w zapewnieniu bezpieczeństwa żywności odgrywają badania monitoringowe, pozwalające na określenie występowania niektórych drobnoustrojów chorobotwórczych lub potencjalnie chorobotwórczych u zwierząt i w żywności. Szczególną uwagę zwracają prowadzone w PIWet-PIB w Puławach badania w kierunku niezwykle groźnego dla ludzi serotypu O104:H4, należącego do grupy werotoksycznych *E. coli* (VTEC). Badania mają na celu utrzymanie właściwego stanu higienicznego surowców pochodzenia zwierzęcego i żywności, zgodnego z wymaganiami unijnymi zawartymi w Rozporządzeniu Komisji 1441/2007 w sprawie kryteriów mikrobiologicznych dotyczących środków spożywczych [29]. Prowadzone systematycznie badania mikrobiologiczne żywności oraz uzyskiwane wyniki jednoznacznie wskazują, że polska żywność (w tym również produkty tradycyjne, regionalne/lokalne) pod względem zanieczyszczenia mikrobiologicznego jest bezpieczna dla konsumentów.

Wprowadzenie od 1 stycznia 2006 roku zakazu dodawania do pasz antybiotykowych stymulatorów wzrostu ograniczyło występowanie pozostałości antybiotyków w produktach pochodzenia zwierzęcego, szczególnie w mięsie, mleku i jajach. Poważnym problemem jest zwiększający się poziom dioksyn w produktach pochodzenia zwierzęcego. Źródłem dioksyn w mięsie i wędlinach jest nie tylko pasza, woda i powietrze, w jakim żyje zwierzę, ale również obróbka termiczna mięsa i wędlin [12]. Szczególnie w trakcie grillowania mięsa (w czasie mocnego przypiekania) wzrasta w nim ilość dioksyn. O dobrej jakości produktów pochodzenia zwierzęcego decyduje również woda podawana zwierzętom do picia i woda technologiczna używana w rzeźniach, zakładach mięsnych, mleczarniach.

W krajach Unii Europejskiej obowiązują jednolite zasady organizowania i prowadzenia badań kontrolnych pozostałości chemicznych w tkankach zwierząt, żywności pochodzenia zwierzęcego, w wodzie i paszach, które ujęte są w Dyrektywie Rady 96/23/WE z dnia 29 kwietnia 1996 r. W Polsce podstawą prawną do prowadzenia kontroli pozostałości w żywności pochodzenia zwierzęcego, zgodnie z powyższą Dyrektywą, jest Rozporządzenie Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 29 sierpnia 2006 r. W 2004 roku weterynaryjny krajowy program badań kontrolnych pozostałości w tkankach zwierząt i żywności został uznany za zgodny z Dyrektywą Rady 96/23/WE i zatwierdzony przez Unię Europejską [29]. Za realizację programu badań pozostałości odpowiedzialne jest Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi oraz Inspekcja Weterynaryjna. Od początku prowadzenia tych badań w Polsce rolę koordynatora pełni Państwowy Instytut Weterynaryjny – Państwowy Instytut Badawczy w Puławach. W krajowym programie badań kontrolnych pozostałości chemicznych w żywności corocznie wykonuje się około 29 tysięcy analiz, a zakres prowadzonych badań obejmuje ponad 180 związków – od zakażających do stosowania substancji o charakterze anabolicznym z grupy A (hormony, tyreostatyki) do weterynaryjnych produktów leczniczych i zanieczyszczeń środowiskowych (metale, pestycydy) zaliczanych do grupy B. Niewielki odsetek próbek dodatnich (0,3-0,5%) pozwala na bardzo korzystną ocenę żywności pochodzenia zwierzęcego w aspekcie zagrożeń ze strony niebezpiecznych pozostałości chemicznych [29].

Sterowanie jakością produktów pochodzenia zwierzęcego to również kontrola zafałszowań żywności i eliminowanie z rynku żywności zafałszowanej. Żywność zafałszowana to produkty spożywcze, w których zostały wprowadzone zmiany dotyczące rzeczywistego składu (dodano substancje, które wpływają na zmianę składu oraz wartości odżywczej lub zmniejszono zawartość jakiegoś składnika wpływającego na wartość odżywczą) lub innych właściwości (dokonano zabiegów zmieniających wygląd oraz ukrywających rzeczywisty skład), a konsument nie został o tym poinformowany lub na opakowaniu podano fałszywą nazwę, datę lub miejsce produkcji, skład, termin przydatności do spożycia lub datę minimalnej trwałości [1]. Nie może być zgody na fałszowanie produktów tradycyjnych, np. produkcja sera o nazwie „oscypek” tylko z mleka krowiego, sprzedaż karpi nieznanego pochodzenia pod nazwą karpia zatorskiego, produkcja kielbasy o parametrach kielbasy lisieckiej poza terenem gmin Liszki i Czernichów i sprzedawanie jej pod nazwą kielbasa lisicka. W produkcji i obrocie żywnością (w tym również produktami tradycyjnymi) bardzo ważne jest znakowanie gotowych wyrobów, a w szczególności ich etykietowanie, certyfikowanie, reklama oraz prezentacja. Narzędzia te mają zapobiegać wprowadzaniu w błąd konsumentów oraz fałszowaniu żywności [11]. Nie może być również zgody na stosowanie w produkcji produktów tradycyjnych roślin i zwierząt zmodyfikowanych genetycznie. Jakość produktów pochodzenia zwierzęcego w głównej mierze zależy od czynników genetycznych i środowiskowych. Czynniki genetyczne to hodowla odpowiednich ras, linii i rodów, wykorzystanie najnowszych zdobyczy genetyki do doskonalenia materiału hodowlanego oraz diagnozowania jego autentyczności. To również wykorzystanie najnowszych metod diagnostycznych do wykrywania zafałszowań surowca (np. mleka owczego mlekiem krowim, produkcja oscypka z mleka krowiego – poza 40% udziałem mleka krowy polskiej czerwonej, mieszania mięsa końskiego z wołowiną). W produkcji wędlin sterowanie jakością to również przywrócenie norm na sztandarowe polskie produkty wędliniarskie. Bez przywrócenia i egzekwowania norm branżowych na kielbasę krakowską czy śląską, na rynku będziemy dalej spotykać kielbasę krakowską drobiową, krakowską ze strusia, z udziałem MOM. Tradycyjna kielbasa krakowska jest wieprzowo-wołowa, a kielbasa śląska powinna być wyprodukowana z mięsa wieprzowego (25% mięso wieprzowe I klasy, 25% mięso wieprzowe III klasy i 50% mięso wieprzowe II klasy). Na rynku mamy całą gamę kielbas i szynki tradycyjnych, wiejskich i domowych, które nie mają nic wspólnego ze swoją nazwą, a ich jakość pozostawia dużo do życzenia. Ponieważ nie ma określonych definicji produktu wiejskiego, domowego, można użyć takiej nazwy dla produktu wysokowydajnego, wyprodukowanego metodą przemysłową, „bejcowanego” zamiast wędzonego tradycyjnie

i wprowadzać w błąd konsumenta, który myśli, że kiełbasa domowa została wyprodukowana tak jak produkowało się w domu rodzinnym, przy tradycyjnym świnobiciu.

W dniu 12 grudnia 2011 r. weszło w życie (stosowane od 13 grudnia 2014 r.) rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1169/2011 z dnia 25 października 2011 r. w sprawie przekazywania konsumentom informacji na temat żywności, zmiany rozporządzeń Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 1924/2006 i (WE) nr 1925/2006 oraz uchylenia dyrektywy Komisji 87/250/EWG, dyrektywy Rady 90/496/EWG, dyrektywy Komisji 1999/10/WE, dyrektywy 2000/13/WE Parlamentu Europejskiego i Rady, dyrektyw Komisji 2002/67/WE i 2008/5/WE oraz rozporządzenia Komisji (WE) nr 608/2004 (Dz. Urz. UE L 304 z dnia 22.11.2011 r.), które konsoliduje i aktualizuje dwa obszary ustawodawstwa dotyczącego etykietowania żywności – znakowanie ogólne i znakowanie wartością odżywczą, wprowadzając jednolite zasady odnośnie tych kwestii we wszystkich państwach członkowskich. Zgodnie z tym rozporządzeniem produkt „domowy”, „babuni”, „staropolski” nie może zawierać dozwolonych substancji dodatkowych (barwników, wzmacniaczy smaku) i gotowych półproduktów (MOM-u, izolatów białka sojowego) oraz nie może być produkowany w oparciu o nowoczesne metody produkcji. W rozporządzeniu nr 1169/2011 podano, że wskazanie kraju lub miejsca pochodzenia produktu jest obowiązkowe w przypadku, gdy brak takiej informacji mógłby wprowadzić konsumenta w błąd co do rzeczywistego kraju lub miejsca pochodzenia środka spożywczego. Od 1 kwietnia 2015 r. obowiązuje rozporządzenie wykonawcze nr 1337/2013, w którym określono szczegółowe zasady podawania w oznakowaniu kraju lub miejsca pochodzenia dla świeżego, schłodzonego i zamrożonego, oferowanego konsumentowi finalnemu lub zakładom żywienia zbiorowego mięsa wieprzowego, drobiowego oraz uzyskanego z owiec i kóz. Zgodnie z rozporządzeniem nr 1337/2013 etykieta mięsa powinna zawierać nazwę państwa członkowskiego lub kraju trzeciego, w którym odbywał się chów zwierzęcia oraz miał miejsce jego ubój. Dzięki temu rozporządzeniu producent nie będzie mógł oferować konsumentowi „polskiej wieprzowiny”, „polskiej wołowiny” ze zwierząt, które zostały wyhodowane poza Polską i wczoraj przekroczyły granice naszego kraju. Jeżeli będziemy czytać etykiety i bojkotować obcą wieprzowinę, a służby kontrolne uczciwie będą egzekwowały stosowanie zapisów rozporządzenia nr 1337/2013 jest szansa na zatrzymanie spadku pogłowia świń w Polsce. Pomimo protestów niektórych naszych europosłów i producentów, uważam to rozporządzenie za dobre (nie idealne) i potrzebne zarówno dla konsumentów, jak i uczciwych producentów.

Sterowanie jakością produktów tradycyjnych to stosowanie tradycyjnych metod produkcji, np. tradycyjnego wędzenia. Czym jest wędzenie tradycyjne? Wędzenie tradycyjne to proces prowadzony zgodnie z kunsztem i wiedzą lokalnych producentów, na który składa się osuszanie, wędzenie dymem zimnym, ciepłym, gorącym oraz wędzenie z pieczeniem, na bledo lub ciemno, brązowo, wiśniowo itp., w zależności od wielowiekowej, lokalnej tradycji, prowadzony w tradycyjnych wędzarniach komorowych, w których źródłem dymu i ciepła jest spalanie kawałków twardego drewna z drzew liściastych o odpowiedniej wilgotności, w palenisku umieszczonym w obrębie komory, nad którym lub w pewnej odległości od niego znajduje się produkt podany obróbce cieplnej na drążkach lub laskach [25]. Rozporządzenie Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 15 grudnia 2014 r. definiuje wędzenie tradycyjne jako „wędzenie bez udziału środków aromatyzujących dymu wędzarniczego”. Wędzenie przemysłowe w komorach wędzarniczo-parzelniczych, wędzenie elektrostatyczne w polu elektrycznym wysokiego napięcia, podobnie jak stosowanie środków aromatyzujących dymu wędzarniczego nie jest wędzeniem tradycyjnym. Nie można również (jak sugerują niektórzy naukowcy) rozróżniać wędzenia tradycyjnego i wędzarni tradycyjnych starego (dawnego) typu i nowego typu. Tradycja nie może być starsza, nowsza i współczesna.

Sterowanie jakością tradycyjnych produktów pochodzenia zwierzęcego to również tradycyjne żywienie zwierząt, bez stosowania pasz modyfikowanych genetycznie, stosowanie tradycyjnego wypasu owiec i bydła, żywienie ryb wyłącznie paszami zbożowymi czy stosowanie wolnowybiegowego wychowu kur nieśnych. Nadnarwiańskie łąki i podgórskie pastwiska, na któ-

rych pasą się krowy polskie czerwone sprawiają, że mleko tych krow charakteryzuje się specyficznymi właściwościami [4, 8, 21], a rolnicy wyrabiają z tego mleka w przydomowych serowarniach doskonale sery podpuszczkowe. Producenci i konsumenci wędlin tradycyjnych zwracają uwagę na lepszy smak wędlin wyprodukowanych z mięsa tuczników żywionych tradycyjnie. W lipcu 2009 roku grupa hodowców ryb z województwa świętokrzyskiego podjęła inicjatywę powołania stowarzyszenia pod nazwą „Świętokrzyski karp tradycyjny”, które zakłada dążenie do zachowania tradycyjnych metod hodowli karpia – ryba handlowa będzie karmiona wyłącznie paszami zbożowymi. Taki sposób karmienia, zakładający głównie wykorzystanie pokarmu naturalnego uzupełnianego paszami zbożowymi, daje możliwość uzyskania smaku karpia zbliżonego do dawnego, hodowanego przed laty. To przykład sterowania jakością karpia.

Aby sprostać wymaganiom systemów jakości, branża mięsna, mleczna i jajczarska zmuszone zostały do dokonania zmian zarówno co do wymagań odnośnie jakości surowców stosowanych w produkcji, jak i zmian procedur pozyskiwania i odbioru surowców. Tym samym konieczna stała się zmiana zakresu współpracy i integracji z dostawcami zwierząt rzeźnych, mleka i jaj w kierunku jej intensyfikacji. Zdecydowana większość zakładów wróciła do sprawdzonych zasad umów kontraktacyjnych wiążących, w pozytywnym znaczeniu, hodowców zwierząt z zakładem przetwórczym. Uzyskanie najwyższej jakości mięsa i jego przetworów, mleka, jaj i ryb jest możliwe przy pełnym współdziałaniu wszystkich zainteresowanych w procesie kształtowania jakości. Głównym motywem takiego działania producentów powinno być zaspokojenie potrzeb konsumentów oraz skierowanie wszystkich działań na pozyskanie, a następnie utrzymanie konsumentów.

Aby produkt tradycyjny, regionalny/lokalny trafił do konsumenta wymaga odpowiedniej reklamy i dobrej informacji o jego właściwościach. Według badań Żakowskiej-Biemans i Kuc [38], informacje na temat żywności tradycyjnej i regionalnej konsument najczęściej uzyskiwali z programów telewizyjnych (61%), prasy (55%) oraz od rodziny (36%) i znajomych (35%). Ponadto, jako źródło informacji na temat tej żywności podawali również internet i okazjonalne kiermasze (20%) oraz w mniejszym stopniu programy radiowe i targi żywności (13%). Do najbardziej znanych produktów tradycyjnych należały w opinii badanych konsumentów sery (71% wskazań) – najczęściej oscypek, produkty i przetwory mięsne (52% wskazań) – najczęściej kindziuk i kiełbasa lisecka [37]. Dzięki produktom tradycyjnym, regionalnym/lokalnym istnieje w Polsce możliwość rozwoju turystyki kulturowej obszarów wiejskich, a szczególnie turystyki kulinarnej, która stanowi obecnie ponad 15% światowej turystyki. O popularności tego typu podróży może świadczyć m.in. liczba ofert zachodnio-europejskich biur podróży, proponujących zwiedzanie winnic, browarów, fabryk czekolady, pubów i restauracji, a nawet większych targowisk [26]. Ciekawą ofertą turystyczną jest uczestnictwo w festiwalach i festynach związanych z lokalnymi tradycjami kulinarnymi (m.in. „Winobranie” w Zielonej Górze, Świętomięs, Święto Kiełbasy Liseckiej itp.). W zakresie turystyki kulinarnej dużą atrakcją stanowią szlaki kulinarne, zwane szlakami gastronomicznymi (np. Szlak Oscypkowy na Podhalu, Małopolski Szlak Owocowy) [26]. Komercyjnym sposobem prezentacji kuchni regionalnej są coraz bardziej popularne karczmy regionalne, których tradycja w Polsce sięga XI wieku (taberny). Karczmy oraz niektóre restauracje oferują dania kuchni regionalnej, np. podhalańskiej, kaszubskiej, nazywanej często umownie kuchnią „chłopską”, „góralską”, „swojską” lub „staropolską”. Oprócz menu, w którym figurują potrawy regionalne, wystrój wnętrza karczmy i restauracji regionalnych nawiązuje do tradycyjnego lokalnego budownictwa, gra ludowa muzyka regionu, a obsługa ubrana jest w regionalne stroje ludowe. Wszystkie zmysły zostają wtedy pobudzone.

Na koniec należy wspomnieć o systemach jakości, które również sterują jakością produktów. W 1992 roku Unia Europejska przyjęła rozporządzenia premiujące żywność wysokiej jakości związaną ze środowiskiem i tradycją, najczęściej wytwarzaną przez drobnych producentów. Warunki bezpieczeństwa i higieny wytwarzania takich produktów muszą być zagwarantowane, jednak dopuszczone są derogacje od przepisów obowiązujących przy produkcji produktów na skalę masową. W celu wyróżnienia

produktów wysokiej jakości, wprowadzone zostały europejskie systemy certyfikowania i znakowania produktów wysokiej jakości: unijny system certyfikowania produktów rolnictwa ekologicznego oraz prawo unijne zezwalające na tworzenie krajowych systemów jakości, notyfikowanych przez Komisję Europejską. W celu wyróżnienia produktów wysokiej jakości związanych z regionem lub tradycją został stworzony unijny system oznaczeń. Informuje on konsumentów, że mają do czynienia z produktami wysokiej jakości i chroni producentów przed podróbkami ich produktów. W unijnym systemie jakości żywności zostały rozróżnione dwie zasadnicze kategorie produktów: produkty tradycyjne i produkty regionalne znanego pochodzenia.

Produktom tradycyjnym przyznawany jest znak Gwarantowanej Tradycyjnej Specjalności (GTS), natomiast produktom regionalnym, czyli produktom znanego pochodzenia, znak Chronionej Nazwy Pochodzenia (ChNP) lub Chronionego Oznaczenia Geograficznego (ChOG). Produkty polskie zgłaszane są do rejestracji w Komisji Europejskiej na podstawie ustawy z dnia 17 grudnia 2004 r. o rejestracji i ochronie nazw i oznaczeń produktów rolnych i środków spożywczych oraz o produktach tradycyjnych. Problematykę produktów tradycyjnych oraz znanego pochodzenia reguluje na poziomie Unii Europejskiej Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 1151/2012 z dnia 21 listopada 2012 r. w sprawie systemów jakości produktów rolnych i środków spożywczych, które zastąpiło uchylone Rozporządzenie 509/2006 z dnia 20 marca 2006 r. w sprawie produktów rolnych i środków spożywczych będących gwarantowanymi tradycyjnymi specjalnościami oraz Rozporządzenie Rady (WE) 510/2006 z dnia 20 marca 2006 r. w sprawie ochrony oznaczeń geograficznych i nazw pochodzenia produktów rolnych i środków spożywczych. Rozporządzenie 1151/2012 wprowadza również nowe określenie „produkt górski”, aby wspomóc producentów z tych terenów we wprowadzaniu ich produktów na rynek.

System „Jakość Tradycja” to pierwszy polski system zaproponowany przez producentów dla wyróżniania i promocji produktów żywnościowych wysokiej jakości. Decyzją Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 12 czerwca 2007 r. system „Jakość Tradycja”, opracowany przez Polską Izbę Produktu Regionalnego i Lokalnego (PIPRIL) we współpracy ze Związkiem Województw RP, uznany został za krajowy system jakości żywności, a 22 czerwca 2009 r. został notyfikowany przez Komisję Europejską. Produkt ma prawo do certyfikatu „Jakość Tradycja”, a jego producent do uczestniczenia w krajowym systemie jakości o tej nazwie, po przyznaniu znaku przez Kapitułę, zgodnie z Regulaminem przyjętym przez Zarząd Polskiej Izby Produktu Regionalnego i Lokalnego oraz Związek Województw RP. Składając wniosek o przyznanie znaku, należy dołączyć certyfikat zgodności, wystawiony przez uprawnioną jednostkę certyfikującą [www.produktyregionalne.pl]. Znak „Jakość Tradycja” jest znakiem zarejestrowanym w Urzędzie Patentowym pod nr. Z307821 i chroniony zgodnie z prawem własności przemysłowej, jako wspólny znak towarowy gwarancyjny. Producenci zgłaszający swe produkty do znaku „Jakość Tradycja” dokładnie określają skład produktu, sposób wytwarzania, procedury kontroli oraz dokumentują 50-letnią tradycję wytwarzania produktu (dla europejskich systemów wystarczy 30 lat, więc znak „Jakość Tradycja” jest bardziej restrykcyjny). Za tradycyjne rasy i odmiany uważa się te, które użytkowano przed 1956 rokiem. System „Jakość Tradycja” przygotowuje producentów do składania wniosków krajowych, tak by było im łatwiej aplikować do Komisji Europejskiej oraz jest czynnikiem promującym regiony (pod każdym znakiem umieszczana jest nazwa województwa, z którego produkt pochodzi).

Polska Izba Produktu Regionalnego i Lokalnego jest organizacją zrzeszającą producentów. To organizacja, której rolą jest zbudowanie, wspólnie z administracją rządową i samorządową, polskiego systemu dla produktów tradycyjnych, regionalnych i lokalnych na wzór krajów Unii. W państwach europejskich systemy jakości i ochrony produktów tradycyjnych i regionalnych były zawsze tworzone głównie przez producentów i sprzedawców lub organizacje je reprezentujące. Wśród najważniejszych zadań stojących przed tą organizacją należy wymienić konieczność dotarcia do świadomości producentów żywności, przetwórców, instytucji kontrolnych, samorządów, konsumentów, jednym słowem do świadomości społecznej o roli produktów

tradycyjnych i regionalnych, jaką odgrywają one na rynku europejskim i powinny odgrywać w Polsce w eksporcie i na rynku wewnętrznym. Polska Izba Produktu Regionalnego i Lokalnego organizuje w tym roku XV edycję Konkursu „Nasze Kulinarne Dziedzictwo – Smaki Regionów” na najlepszy regionalny i lokalny produkt żywnościowy oraz na najlepsze danie i potrawę regionalną/lokalną. Krajowa Kapituła Konkursu przyznaje najwyższą nagrodę zwycięzcom – statuetkę „Perła”. Celem konkursu jest identyfikacja regionalnych produktów, ich promocja oraz przygotowanie ich producentów do uczestniczenia w systemach jakości żywności, zarówno na szczeblu unijnym, jak i krajowym. Ideą konkursu jest też zachęcanie mieszkańców obszarów wiejskich, zwłaszcza tych o niekorzystnych warunkach gospodarowania, do poszukiwania alternatywnych źródeł dochodu [www.produktyregionalne.pl].

W 2011 roku siedemnastu bacoń, producentów certyfikowanego oscypka, zarejestrowało stowarzyszenie „Szlak oscypkowy”. Celem stowarzyszenia jest rozwój i promocja zarejestrowanych produktów z Podhala, m.in. poprzez stworzenie możliwości zapraszania turystów do certyfikowanych bacońek. Do stowarzyszenia są przyjmowani tylko certyfikowani producenci oscypka.

Bogactwo polskich produktów tradycyjnych pokazuje ciesząca się popularnością krajowa Lista Produktów Tradycyjnych, utworzona na mocy ustawy z dnia 17 grudnia 2004 r. o rejestracji i ochronie nazw i oznaczeń produktów rolnych i środków spożywczych oraz o produktach tradycyjnych. Na Listę wpisywane są produkty, których jakość lub wyjątkowe cechy i właściwości wynikają ze stosowania tradycyjnych metod produkcji. Za tradycyjne uważa się metody wykorzystywane od co najmniej 25 lat. Produkty ubiegające się o taki wpis powinny ponadto stanowić element tożsamości społeczności lokalnej i należeć do dziedzictwa kulturowego regionu, z którego pochodzą (opinia etnografa). Z wnioskiem o wpis na Listę występują osobiście producenci. Za weryfikację wniosków o wpis produktu na Listę Produktów Tradycyjnych odpowiedzialni są marszałkowie województw. Pozytywnie ocenione wnioski przesyłane są do Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi. Minister jest odpowiedzialny za prowadzenie i uaktualnianie Listy Produktów Tradycyjnych, która publikowana jest w Dzienniku Urzędowym Ministra (raz w roku) oraz na stronach internetowych ministerstwa (na bieżąco). Głównym celem powstania tej listy jest promocja i rozpowszechnianie informacji o produktach wytwarzanych tradycyjnymi, historycznie ugruntowanymi metodami na terenie kraju, po to, by móc je skutecznie promować na arenie międzynarodowej. Lista służy również pośrednio przygotowaniu producentów do rejestracji nazw wpisanych na nią produktów na szczeblu unijnym. Obecnie na Listę wpisanych jest już 1459 produktów (stan na 16 sierpnia 2015 r.), a wnioski o wpis kolejnych stale napływają do Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi. Czym wytłumaczyć aktywność producentów z województwa podkarpackiego – 196 produktów, pomorskiego – 170 produktów, lubelskiego – 152 produkty, małopolskiego – 149 produktów, czy śląskiego – 138 produktów? Lista w wersji elektronicznej dostępna jest na stronie www.minrol.gov.pl. Przyznanie produktowi statusu produktu tradycyjnego może okazać się pierwszym etapem pozwalającym na jego identyfikację, komercjalizację, popularyzację na rynku, a tym samym zwiększenie jego sprzedaży. Polscy rolnicy uczestniczący w systemach żywności wysokiej jakości mogą liczyć na wsparcie finansowe państwa, które jest szczególnie ważne, ponieważ rynek produktów tradycyjnych o wysokiej, potwierdzonej jakości dopiero się w Polsce rozwija.

Za produktami tradycyjnymi i regionalnymi/lokalnymi stoją ludzie, którzy je produkują, którzy odkrywają ich historię, którzy uparcie wprowadzają te produkty na stoły i salony Polski, Europy i świata. Czy kiełbasa liseicka byłaby dzisiaj obecna w rejestrze chronionych nazw pochodzenia i chronionych oznaczeń geograficznych, gdyby nie upór Pana Stanisława Mądrego, czy oscypek byłby wizytówką polskiego ovczarstwa, gdyby nie Pan Kazimierz Furczoń z Leśnicy – lider w budowaniu wspólnot pasterskich, pomysłodawca projektu „Małe społeczności pasterskie Karpat”, założyciel i prezes Tatrzańsko-Beskidzkiej Spółdzielni Producentów „Gazdowie”, zrzeszającej ponad 100 rolników. Kazimierz Furczoń z Leśnicy oraz Piotr Kohut z Koniaków są pierwszymi bacońkami, którzy uzyskali certyfikat unijny na sprzedaż swoich pro-

duktów. Dzięki tej certyfikacji oscypek stał się symbolem góralskiego dziedzictwa kulturowego o charakterze narodowym. Produkty tradycyjne i regionalne/lokalne to tysiące pań z Kół Gospodyń Wiejskich, producentów zrzeszonych w Polskiej Izbie Produktu Regionalnego i Lokalnego, ludzi „pozytywnie zakręconych”, którzy o swoich produktach i pasji potrafią mówić godzinami. Aby się o tym przekonać, wystarczy pojąć na Małopolski Festiwal Smaku, Konkurs „Nasze Kulinarne Dziedzictwo – Smaki Regionów”, Święto Karpi, Święto Sera czy Jagnięciny. W trakcie takich imprez można posmakować kuchni regionalnej. Smakowanie Małopolski najlepiej zacząć na organizowanym corocznie Małopolskim Festiwalu Smaku, podczas którego odbywa się plebiscyt i konkurs „Małopolski Smak”, wyłaniający najlepszych producentów i ich produkty. Produkty regionalne zgłaszane do plebiscytu i konkursu podczas Małopolskiego Festiwalu Smaku oceniane są w czterech kategoriach: „Ekologiczne przysmaki” (przetwory i potrawy z produktów wytworzonych w gospodarstwach ekologicznych), „Tradycyjne specjalty” (muszą powstać z produktów z listy produktów tradycyjnych Małopolski), „Smakołyki z legendą” (wymagają przedstawienia ciekawej historii z nimi związanej) oraz „Jak u mamy” (to potrawy i przetwory regionalne przygotowywane przez Koła Gospodyń Wiejskich, stowarzyszenia, gospodarstwa agroturystyczne i inne). Warto zajrzeć również na inne imprezy organizowane w ramach Małopolskiego Festiwalu Smaku: Wielkanocny Małopolski Smak, czyli kiermasz smakołyków wielkanocnych, organizowany wraz z Targami Wielkanocnymi na krakowskim Rynku Głównym oraz w grudniu na Wigilijny Małopolski Smak, podczas którego każdy może skosztować pysznych produktów i potraw bożonarodzeniowych.

*Referat plenarny – LXXX Zjazd Naukowy PTZ w Bydgoszczy

Literatura: 1. Adamczyk W., 2009 – Ekologiczne problemy jakości wyrobów. Wyd. Nauk. PTTŻ AE w Krakowie, Kraków. 2. Babicz M., Bajda Z., Blicharski T., Buczyński J.T., Luciński P., Szyndler-Nęcza M., Różycki M., Skrzypczak E., Szulc K., 2013 – Przegląd Hod. 3, 1-3. 3. Bajorczyk J., 2009 – Buraki w wielkim mieście. „Rzeczpospolita” z 18.07.2009 (www.rp.pl). 4. Barłowska J., Chabuz W., Król J., Szwajkowska M., Litwińczuk Z., 2012 – Żywność. Nauka. Technologia. Jakość 4 (83), 122-135. 5. Bielawa A., 2011 – Studia i Prace WNEiZ 21, 143-152. 6. Codex Alimentarius, 2006 – Codex Alimentarius Commission, FAO/WHO Rome. 7. Dąbrowska A., Babicz-Zielińska E., 2011 – Hygeia Public Health 46 (1), 39-46. 8. Gabryszuk M., Sakowski T., Metera E., Kuczyńska B., Rembiałkowska E., 2013 – Żywność. Nauka. Technologia. Jakość 3 (88), 16-26. 9. Gawęcki J., 2002 – Żywność 4 (33), 6-14. 10. Gawęcki J., 2010 – Żywność człowieka. Podstawy nauki o żywieniu, cz. I. Wyd.

Nauk. PWN, Warszawa. 11. Górka K., Janczar-Smuga M., 2011 – Prace Naukowe UE we Wrocławiu, Nauki Inżynierskie i Technologiczne 3, 47-56. 12. Grochowalski A., 2002 – Normalizacja 4, 3-9. 13. Helpa-Liszkowska K., 2013 – Studia Oeconomica Posnaniensia 1, 6 (255), 5-18. 14. Kijowski J., Sikora T., 2003 – Zarządzanie jakością i bezpieczeństwem żywności. Integracja i informatyzacja systemów. Wyd. Naukowo-Techniczne, Warszawa. 15. Kortz J., 2001 – Ocena surowców rzeźnych. Wyd. AR Szczecin. 16. Kortz J., 2003 – Anim. Sci. Pap. Rep. 21, Suppl. 1, 77-91. 17. Kowalska A., 2010 – Jakość i konkurencyjność w rolnictwie ekologicznym. Wyd. Difin, Warszawa. 18. Krupiński J., Horbańczuk J.O., Kołacz R., Litwińczuk Z., Niemiec J., Zięcik A., 2011 – Polish Journal of Agronomy 7, 59-67. 19. Krelowska-Kulas M., 2005 – Zeszyty Nauk. AE w Krakowie 678, 141-148. 20. Krygier K., 2011 – Przem. Spoż. 65, 14-16. 21. Litwińczuk Z., Barłowska J., Chabuz W., Brodziak A., 2012 – Ann. Anim. Sci. 12, 3, 423-432. 22. Migdał W., 2009 – Przegląd Hod. 4, 27-31. 23. Migdał W., 2010 – Gwara i regionalizmy w rolnictwie i przetwórstwie. PTTŻ Oddział Małopolski, Kraków. 24. Migdał W., 2012 – Mięso – od cech funkcjonalnych do chronicznych chorób środowiskowych. Monografia „Postęp badań w hodowli świń i jego wykorzystanie w praktyce”. Mat. Konf. V Szkoły Zimowej. Wisła, 50-72. 25. Migdał W., Dudek R., Kapinos F., Kluska W., Zając M., Węsierska E., Tkaczewska J., Kulawik P., Migdał Ł., Migdał A., Prudel B., Pieszka M., 2015 – Traditional smoking of meat and meat products – the factors influencing the level of polycyclic aromatic hydrocarbons. In: 4th International Conference on “TRENDS IN MEAT AND MEAT PRODUCTS MANUFACTURING”, Kraków, 97-115. 26. Mokras-Grabowska J., 2009 – Turystyka Kulturowa 1, 14-31 (www.turystykakulturowa.org). 27. Nowak L., 2014 – Marketing i Rynek 6, 543-555. 28. Ozimek I., 2006 – Bezpieczeństwo żywności w aspekcie ochrony konsumenta w Polsce. Wyd. SGGW, Warszawa. 29. Piskuła M.K., Strączkowski M., Żmudzki J., Osek J., Niemczuk K., Horbańczuk J.O., Skomial J., 2011 – Polish Journal of Agronomy 7, 82-91. 30. Sitarz S., Janczar-Smuga M., 2012 – Nauki Inżynierskie i Technologiczne 2 (5), 68-93. 31. Stefańska M., 2012 – Handel Wewnętrzny 5-6, 110-118. 32. Szul E., 2012 – Dekonsumpcja – moda czy sposób na kryzys. W: Nierówności społeczne a wzrost gospodarczy. Modernizacja dla spójności społeczno-ekonomicznej w czasach kryzysu (red. M.G. Woźniak), zeszyt nr 24, UR Rzeszów, 316-328. 33. Świderski F. (red.), 1999 – Żywność wygodna i żywność funkcjonalna. Warszawa. 34. Trziszka T., Polanowski A., Dobrzański Z., Beń H., 2010 – Nowe biopreparaty jako efekt realizacji projektu Ovocura. XXXV Międzynarodowe Seminarium Naukowo-Techniczne „Chemistry For Agriculture”, 28.11-1.12.2010, Karpacz. Materiały seminarium (referat plenarny). 35. Zalewski R.I., 2004 – Zarządzanie jakością w produkcji żywności. Wyd. AE Poznań. 36. Ziemkowski M., 2007 – Grypa prosto z dobrobytu. Charaktery 6. 37. Żakowska-Biemans S., 2012 – Żywność. Nauka. Technologia. Jakość 3 (82), 5-18. 38. Żakowska-Biemans S., Kuc K., 2009 – Żywność. Nauka. Technologia. Jakość 3 (64), 105-114.

Management of the quality of products of animal origin

Summary

The Polish consumer, until recently fascinated by new diets and exotic food products, increasingly chooses Polish products from regional and local markets. This is a manifestation of what is known as ‘consumer ethnocentrism’. Increasing numbers of Polish people are striving to preserve their cultural identity, which in turn increases the demand for traditional, regional and local food products, making these market sectors increasingly important elements of the food industry. Local products of animal origin constitute an opportunity for regional development and for the development of Polish animal farming and aquaculture, especially of native breeds, lines and strains. The quality of products of animal origin depends mainly on genetic and environmental factors. Genetic factors include breeding of appropriate breeds, lines and strains, and exploitation of the latest advancements in genetics to improve breeding material, determine its authenticity and detect food adulteration. Management of the quality of traditional products of animal origin also includes traditional feeding, without genetically modified fodder, traditional pasturage of sheep and cattle, the use of only grain feed for fish, and free range farming of laying hens.

The safety and quality of a food product must be ensured throughout the production cycle, according to the ‘From Farm to Fork’ principle. Managing the quality of food products of animal origin also includes quality control and elimination of adulterated food products from the market. It also includes the use of traditional processing methods, such as traditional smoking. Many local and traditional products, especially the oldest ones, have preserved their historical folk names, adding to their value. Quality management also includes European certification and labelling systems for traditional and regional products, which inform the consumer of the high quality of the product and protect manufacturers against counterfeiting.

KEY WORDS: products of animal origin, local products, quality and safety, management