

**Związek Polskie Mięso rozpoczyna II edycję ogólnopolskiej kampanii informacyjnej „Marka Polskie Mięso. Polska Smakuje.”**

**Kolejny raz pod hasłem „*Białe czy czerwone? Pewne jest jedno. Polskie mięso.*” Związek Polskie Mięso rozpoczął ogólnopolską kampanię informacyjną „*Marka Polskie Mięso. Polska Smakuje.*” dotyczącą drobiu i wieprzowiny. Projekt ma za zadanie popularyzację najnowszej wiedzy o walorach mięsa drobiowego i wieprzowego oraz prezentację faktów i mitów dotyczących spożywania mięsa. Ekspertem kampanii została prof. dr hab. Agnieszka Wierzbicka (SGGW), a rolę ambasadorów akcji powierzono dietetyczce Agacie Dąbrowskiej oraz kucharzowi i dziennikarzowi kulinarnemu, Tomaszowi Jakubiakowi.**

Statystyczny Polak w 2018 roku zjadł około 27 kg drobiu i 40 kg wieprzowiny. Polski drób jest hitem eksportowym, a Polacy należą do największych smakoszy drobiu w całej Unii Europejskiej. W polskich gospodarstwach domowych wieprzowina niezmiennie stanowi podstawowy gatunek mięsa. Z badań analizujących dietę Polaków na podstawie wydatków wynika, że aż: 18% białka, 9% żelaza, 16% witaminy B1 i 13% witaminy B2, jakie spożywamy w codziennej diecie, pochodzi z mięsa wieprzowego (Przybylski, 2016). Z punktu widzenia racjonalnej diety mięso jest bardzo ważnym i wartościowym składnikiem, który stanowi źródło białka o wysokiej wartości biologicznej, zapewniającego prawidłowy rozwój i zdrowie całego organizmu.

*– Po sukcesie I edycji kampanii „Marka Polskie Mięso. Polska Smakuje.” zdecydowaliśmy się na kontynuację projektu, ponieważ mamy świadomość tego, ile jest jeszcze do zrobienia w obszarze popularyzacji rzetelnej wiedzy na temat mięsa. – przekonuje Witold Choiński, Prezes Zarządu Związku Polskie Mięso. – Skala powielanych mitów, danych i badań, które dawno już zdążyły się zdezaktualizować, nadal jest duża. Mamy więc sporo wyzwań w obszarze edukacji konsumentów. Chcemy i możemy chwalić się sukcesami polskich hodowców, polskich firm, które w ostatnich latach wyniosły rynek polskiego mięsa na wyższy poziom. Zależy nam na tym, by Polacy mieli świadomość tego, że polski drób i wieprzowina to doskonała jakość, smak i walory odżywcze niezbędne w każdej zbilansowanej diecie – podkreśla Prezes Choiński.*

Ekspertem do spraw merytorycznych kampanii została prof. dr hab. Agnieszka Wierzbicka z Instytutu Nauk Żywnościowych Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie. Rolę ambasadorów projektu powierzono dietetyczce, Agacie Dąbrowskiej oraz kucharzowi i dziennikarzowi kulinarnemu, Tomaszowi Jakubiakowi.

Podobnie jak podczas poprzedniej odsłony kampanii, celem nadchodzącej edycji będzie dalsza popularyzacja i aktualizacja wiedzy na temat polskiego drobiu i wieprzowiny – mięs wartościowych, bezpiecznych, zdrowych i najwyższej jakości. Działania w ramach projektu obejmą cykl spotkań informacyjno-promocyjnych, aktywności w social mediach oraz na dedykowanej stronie [pewnejestjedno.pl](http://pewnejestjedno.pl), a także lokowania w TV i prasie.

Cała akcja potrwa do 31 marca 2020 r. Kampania została sfinansowana z Funduszu Promocji Mięsa Wieprzowego oraz Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego.

--

#### **O Związku Polskie Mięso**

**Związek Polskie Mięso** to organizacja reprezentująca interesy gospodarcze zrzeszonych w niej podmiotów, działających w obrębie branży mięsnej oraz współpracujących z nią w zakresie ich działalności wytwórczej, handlowej i/lub usługowej, w szczególności wobec organów państwowych. Członek European Livestock and Meat Trades Union.

**Polskie Mięso**

**Pewne jest jedno.  
Polskie mięso.**



## FAKTY I MITY NA TEMAT DROBIU I WIEPRZOWINY<sup>1</sup>

### FAKTY

- Mięso drobiowe jest niskokaloryczne.

Drób charakteryzuje się wysoką zawartością białka i niską zawartością tłuszczów nasyconych, dzięki czemu jest niskokaloryczny. Jest również lekkostrawny i łatwo przyswajalny, co sprawia, że znajduje zastosowanie w diecie nawet bardzo małych dzieci i rekonwalescentów.

- Żelazo z mięsa wieprzowego jest lepiej przyswajalne niż z produktów roślinnych.

Żelazo z mięsa wchłania się lepiej (aż w 50%), ponieważ jest żelazem hemowym. Natomiast żelazo pochodzące z produktów roślinnych jest przyswajane tylko w 1–8%. Oznacza to, że jeden kotlet wieprzowy z karkówki dostarcza organizmowi tyle samo żelaza, co 30 kg szpinaku.

- Drób pomaga w profilaktyce wielu chorób.

W mięsie drobiowym znajdują się witaminy rozpuszczalne w tłuszczach: A, E, D, K oraz rozpuszczalne w wodzie: B1, B2 i B12. Substancje te biorą udział w syntezie białek krwi, które zwiększają dynamikę powrotu do zdrowia osób po przebytych chorobach układu krążenia i chorobach cywilizacyjnych, takich jak: zawał serca, udar mózgu, nadciśnienie tętnicze. Już nasze babcie mawiały, że „rosół jest dobry na wszystko”.

- W mięsie wieprzowym nastąpiła zmiana profilu kwasów tłuszczowych.

Tendencja ta jest bardzo wyraźna w ciągu ostatnich dziesięcioleci i wynika ze zmian w hodowli trzody chlewnej. Jest to związane ze zmianą sposobu żywienia zwierząt, mniejszego ich otłuszczenia, co w efekcie prowadzi do zwiększenia się udziału korzystnych wielonienasyconych kwasów tłuszczowych w wieprzowinie.

### MITY

- Wieprzowina ma więcej kalorii niż inne gatunki mięsa.

Mięso wieprzowe ma podobny poziom kaloryczności jak wołowina, drób czy mięso z królika. Najchudsze części, czyli np. szynka, pod względem kaloryczności mogą konkurować nawet z produktami roślinnymi. Przykładowo 100 g szynki wieprzowej ma jedynie 118 kcal, a 100 g pasztetu z fasoli aż 260 kcal.

- Żółta skóra drobiowej tuszki pochodzi ze starych ptaków.

Żółty kolor tuszki to efekt karmienia zwierząt kukurydzą. Drób karmiony kukurydzą jest tak samo wartościowy i smaczny jak drób karmiony innymi ziarnami zbóż.

- Wieprzowina zawiera dużo cholesterolu.

Poziom cholesterolu jest zbliżony we wszystkich elementach tuszy wieprzowej, ale jego zawartość jest mniejsza niż dotychczas podawano w literaturze. W porównaniu z normami amerykańskimi USDA polski boczek zawiera mniej cholesterolu o 41%, żeberka o 57%, a łopatka, szynka i schab o 31–35%.

- Drób ekologiczny zawiera więcej białka.

Mięso drobiowe pochodzące z hodowli konwencjonalnej zawiera tyle samo białka co to pochodzące z gospodarstwa ekologicznego. Metoda produkcji nie wpływa na jego zawartość w drobiu.

<sup>1</sup> Opracowanie merytoryczne biura kampanii.

## POLSKIE MIĘSO W LICZBACH

- W 2018 roku statystyczny Polak zjadł około 27 kg drobiu i 40 kg wieprzowiny (tzw. spożycie bilansowe).<sup>2</sup>
- Według danych Komisji Europejskiej, w 2018 roku spożycie mięsa drobiowego w całej Unii wyniosło 24,8 kg w przeliczeniu na jednego mieszkańca.<sup>3</sup>
- Polska należy do krajów o największym spożyciu drobiu w Unii Europejskiej. W ubiegłym roku najwięcej drobiu spożywano w Portugalii (36,2 kg), a najmniej w Niemczech (20,9 kg) w przeliczeniu na statystycznego mieszkańca.<sup>4</sup>
- Spośród mięsa drobiowego Polacy najczęściej wybierają mięso z kurczaków. Gęszina, mięso z kaczek i indyków są w naszym kraju spożywane na poziomie 2,64 kg na osobę - dane z 2018 roku. Jest to jednak aż o 37,5% więcej niż w 2014 roku.<sup>5</sup>
- Eksport mięsa i podrobów drobiowych zwiększył się z 638,4 tys. ton w I półroczu 2018 roku do 710,5 tys. ton w I półroczu 2019 roku.<sup>6</sup>
- Głównymi unijnymi nabywcami mięsa i podrobów drobiowych są: Niemcy, Holandia, Wielka Brytania, Francja, Czechy, Słowacja i Bułgaria, mające łączny udział w wywozie ok. 51%.<sup>7</sup>
- Eksport mięsa wieprzowego, dominującego w towarowej strukturze produktów wieprzowych, w 2018 roku wyniósł ok. 460,4 tys. ton w wadze produktu i był o 2,3% (o 10,2 tys. ton) większy niż w roku poprzednim.<sup>8</sup>
- Głównymi rynkami zbytu dla polskiego mięsa wieprzowego w Unii Europejskiej są: Niemcy (68,7 tys. ton), Włochy (58,1 tys. ton), Słowacja (31,9 tys. ton), Czechy (28,6 tys. ton) i Litwa (22,4 tys. ton).<sup>9</sup>
- Polska wieprzowina gości na stołach nie tylko w Europie. Inne rynki eksportowe polskiego mięsa to m.in.: USA 60,7 tys. ton, Hongkong 17,8 tys. ton i Wietnam 10,9 tys. ton – dane za rok 2018.<sup>10</sup>

### Kontakt dla mediów:

Magdalena Krukowska

600 114 100

Anna Tokarek

796 866 646

biuro@prrepublic.pl

<sup>2,3,4,5,6,7</sup> „Rynek drobiu stan i perspektywy”, nr 56, 2019, ISSN 2082 – 467X, wyd. Instytut Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej – Państwowy Instytut Badawczy

<sup>8,9,10</sup> „Rynek mięsa stan i perspektywy”, nr 56, 2019, ISSN 1231 – 2576 wyd. Instytut Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej – Państwowy Instytut Badawczy

*Polskie Mięso*

**Pewne jest jedno.**  
**Polskie mięso.**

