

Promocja czarnej porzeczki w Berlinie

Przez **Tomasz Werner** -

2016-02-15

[Podziel się na Facebooku](#)

[Tweet \(Ćwierkaj\) na Twitterze](#)

Firma Bayer promowała projekt Vademecum, którego celem jest pokazanie, że współpracujący z nią producenci oferują owoce czy też warzywa spełniające najwyższe standardy jakościowe

W czasie tegorocznych targów Fruit Logistica, które odbywały się w Berlinie od 3 do 5 lutego, w kilku miejscach można było znaleźć informacje o tym, że czarna porzeczka jest zdrowa, a jej spożywanie przynosi wiele korzyści. Takie działania wydają się niezbędne aby w trwającym impasie porzeczkowym zwrócić uwagę kupców na korzyści z oferowania takich produktów konsumentom.

Z Nowej Zelandii do Japonii

Nowozelandzki instytut promował na targach właściwości zdrowotne soków z czarnej porzeczki

Na uwagę zasługują działania realizowane przez Plant&Food Reserch z Nowej Zelandii, który w ramach jednej z realizowanych akcji wspiera nowozelandzkich producentów czarnej porzeczki, którzy dostarczają produkt do produkcji zdrowych porzeczkowych napoi kierowanych dla japońskich konsumentów. W ramach przygotowane akcji informacyjnej promuje się walory dietetyczne porzeczkowego napoju, który ma być produkowany z odmian charakteryzujących się podwyższoną zawartością składników korzystnie wpływających na zdrowie człowieka.

Partnerstwo w łańcuchu dostaw

Firma Bayer, wspiera producentów czarnej porzeczki poprzez przygotowaną specjalną broszurę informującą o działaniach jakie realizuje we współpracy z KSPCP

Na uwagę zasługują także działania firmy Bayer, realizowane w ramach promocji projektu Food Chain Partnership (Partnerstwo w łańcuchu dostaw), która do tych działań włączyła również owoce czarnej porzeczki. Projekt ten jest realizowany wspólnie z Krajowym Stowarzyszeniem Plantatorów Czarnych Porzeczek. Celem projektu Food Chain Partnership są działania łączące producentów, handlowców i konsumentów oraz pokazywanie rozwiązań pozwalających bezpiecznie produkować wysokiej jakości owoce i warzywa, w poszanowaniu środowiska i bezpieczeństwa konsumentów. Jak informowała Mehdi Mounir, menedżer projektu Food Chain Partnership w firmie Bayer, w sektorze owoców i warzyw realizowany jest on od 11 lat. *Początkowo zależało nam na promowaniu technologii pozwalającej produkować owoce bez przekroczenia dopuszczalnych poziomów substancji aktywnych środków ochrony roślin stosowanych w danej uprawie. Z czasem nasze działania rozszerzyliśmy na całą technologię produkcji. Obecnie duży nacisk kładziemy na wspieranie współpracy plantatorów – uczestników naszego projektu – z dystrybutorami żywności, eksporterami czy też firmami przetwórczymi. Pokazujemy, że plantatorzy ci oferują owoce i warzywa najwyższej jakości, jeśli chodzi o bezpieczeństwo ich produkcji nie tylko dla konsumentów, ale również dla środowiska – mówiła.* Firma stara się poszerzać projekt o nowe uprawy, czego przykładem jest m.in. czarna porzeczka.

Mirosław Korzeniowski i Mehdi Mounir informowali o działaniach realizowanych przez firmę Bayer, która w ramach projektu Partnerstwo w łańcuchu dostaw promujących produkowane w Polsce owoce czarnej porzeczki przy współpracy z KSPCP

Właśnie współpraca z producentami czarnej porzeczki jest pierwszym projektem realizowanym w całości w Polsce w ramach Food Chain Partnership. Jak informował dr Mirosław Korzeniowski z firmy Bayer, decyzja o wyborze czarnej porzeczki była spowodowana tym, że jest to jeden z najważniejszych gatunków dla polskich producentów owoców jagodowych. Ponadto, z uwagi na specyfikę światowej produkcji tych owoców, w której Polska dominuje, projekt powinien być realizowany właśnie w naszym kraju. Dodatkowo, w związku z niskimi cenami, jakie uzyskują plantatorzy za te owoce, pomoc firmy Bayer w pokazywaniu, że są one produkowane zgodnie z poszanowaniem środowiska, bezpieczne dla konsumentów, a także wyjątkowo zdrowe, jest niezwykle cenna. *Liczymy na to, że nasza pomoc pozwoli częściowo rozwiązać problemy z nadprodukcją, poprzez zwiększenie konsumpcji* – powiedział dr M. Korzeniowski.

Stworzenie projektu Food Chain Partnership dla czarnej porzeczki w Polsce było możliwe dzięki trwającej od dwóch lat ścisłej współpracy firmy Bayer i Krajowego Zrzeszenia Plantatorów Czarnych Porzeczki. Jak informował dr M. Korzeniowski, projekt cały czas jest udoskonalany i świetnie pokazuje, że m.in. dzięki precyzyjnemu wykonywaniu zabiegów ochrony roślin w optymalnych terminach, można nie tylko zwiększyć ich efektywność, ale również obniżyć koszty. W ramach projektu przedstawiciele firmy pokazują, że ma ona coraz więcej produktów przeznaczonych do zastosowania na plantacjach czarnej porzeczki. Przedstawiają też inne rozwiązania, zdając sobie sprawę z tego, że na rynku funkcjonuje dużo różnych produktów, których stosowanie jest niezbędne na plantacjach czarnej porzeczki. Jest to też jeden z gatunków, dla którego zaczyna się rozwijać system doradczy w ramach projektu Vademecum. *Vademecum to projekt dostarczający kompleksowych informacji ściśle współpracującym z nami plantatorom, choć pewne jego elementy będą dostępne także dla innych zainteresowanych* – mówił Mirosław Korzeniowski.

W moim przekonaniu, jednym z elementów pozwalających na zwiększenie spożycia przetworów z czarnej porzeczki będzie ich jakość, wynikająca m.in. z wytwarzania ich z owoców produkowanych w określonej technologii. Mamy na świecie wiele dobrych tego przykładów, np. w Nowej Zelandii czy Wielkiej Brytanii producenci są w pełni powiązani z odbiorcami, a oferowane przez nich owoce i później przetwory nie są anonimowe. Uważam, że przez kreowanie wysokiej jakości będziemy mogli wpływać na zwiększenie konsumpcji, co jak wiadomo przekłada się na lepsze ceny uzyskiwane przez plantatorów – mówił M. Korzeniowski.

A może za rok!

Już za rok kolejna edycja targów Fruit Logitica, może warto, aby również i polska branża zainteresowana promowaniem walorów tych owoców spróbowała pokazać na tej najważniejszej imprezie targowej na świecie, że warto sięgać po wysokiej jakości produkty z czarnej porzeczki. Podobnie mogłyby na tych targach zaistnieć produkty z aronii, które w tym roku można było znaleźć na stoiskach serbskich producentów, a to przecież Polska jest największym producentem porzeczki i aronii na świecie i to nasze organizacje branżowe we współpracy z firmami przetwarzającymi te owoce powinny zabiegać o promocję wysokiej jakości produktów powstałych na bazie tych owoców. Pewnie jednorazowe pokazanie się na takich targach sprawy nie załatwi, ale bez świadomych i skutecznych różnych działań promocyjnych trudno liczyć na to, że światowa konsumpcja przetworów z tych owoców będzie rosła.