

MATERIAŁY POKONFERENCYJNE

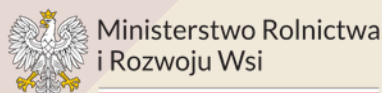
ORGANIZATORZY



PARTNER



PATRONAT HONOROWY



Ministerstwo Rolnictwa
i Rozwoju Wsi

Patronat honorowy Ministra
Rolnictwa i Rozwoju Wsi
Stefan Krajewski

PATRONAT HONOROWY



REKTOR UNIWERSYTETU
WARMIŃSKO-MAZURSKIEGO W OLSZTYNIE
Jerzy A. Przyborowski

PATRONI MEDIALNI



KONFERENCJA

Tradycja, technologia
– współczesna żywność

16 września 2025 r.



SPIS TREŚCI

1. **Konsument jako świadomy uczestnik rynku – jak ważne są działania edukacyjne.** *Prelegent: Ryszard Piórkowski, Warmińsko-Mazurski Wojewódzki Inspektor Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych.*
2. **Fakty i mity o fałszowaniu żywności.** *Prelegent: dr Przemysław Rzodkiewicz, Główny Inspektor Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych.*
3. **Nowa żywność – czy jest się czego bać?** *Prelegent: prof. dr hab. inż. Katarzyna Majewska, Wydział Nauki o Żywności, Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie.*
4. **Alergeny pokarmowe – co konsumenci i producenci wiedzieć powinni?** *Prelegent: dr hab. inż. Anna Sylwia Tarczyńska, prof. UWM, Wydział Nauki o Żywności, Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie.*
5. **Przedstawienie założeń Sieci Dziedzictwo Kulinarne Warmia-Mazury.** *Prelegent: dr Jarosław Sarnowski, Dyrektor Departamentu Rozwoju Obszarów Wiejskich i Rolnictwa, Urząd Marszałkowski Województwa Warmińsko-Mazurskiego.*
6. **Dodatki do żywności – między potrzebą a wątpliwościami.** *Prelegent: dr inż. Justyna Borawska-Dziadkiewicz, Wydział Nauki o Żywności, Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie.*
7. **Sztuka wyboru w świecie żywności – jak być świadomym konsumentem?** *Prelegent: dr Sylwia Ciągło-Androsiuk, Wojewódzki Inspektorat Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych w Olsztynie.*



KONFERENCJA

**Tradycja, technologia
– współczesna żywność**

16 września 2025 r.

Konsument jako świadomy uczestnik rynku- jak ważne są działania edukacyjne

Ryszard Piórkowski, Warmińsko-Mazurski Wojewódzki Inspektor Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych.

„Konsumenci to, z definicji, my wszyscy. Jest to największa grupa ekonomiczna, mająca wpływ i równocześnie poddana wpływom niemal każdej publicznej oraz prywatnej decyzji ekonomicznej. Mimo to, jest to jedyna ważna grupa (...), której opinie są rzadko brane pod uwagę”. Te słowa wypowiedziane przez J.F. Kennedy’ego, 15 marca, 1962 roku dały początek podstawowym prawom konsumenta, tj. prawu do bezpieczeństwa, do rzetelnej informacji, swobody wyboru asortymentów i usług o cenach uzasadnionych ekonomicznie. Od tego czasu na świecie wiele się zmieniło. Przeobrażeniu uległy również potrzeby i postawy konsumentów. Jeszcze kilkadziesiąt lat temu konsument był osobą, która po prostu kupowała to co było dostępne na rynku. Dziś sytuacja wygląda zupełnie inaczej.

Z perspektywy prawnej konsument to osoba fizyczna, która kupuje lub korzysta z produktów lub usług głównie do celów prywatnych. Powszechnie obowiązujący model konsumenta wywodzący się z wyroków Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej wydanych w sprawach C-470/93, C-210/96 czy C-220/98 opiera się na założeniu, że konsument jest aktywnym uczestnikiem rynku, a więc osobą, która przed zakupem posiada odpowiednią wiedzę i umiejętności niezbędne do podejmowania świadomych decyzji zakupowych. Poza tym jest ostrożny, uważny i rozsądny co powoduje, że potrafi krytycznie oceniać otrzymywane przekazy reklamowe i oferty. Od konsumenta nie oczekuje się wiedzy eksperckiej, lecz rozsądku i rozważy podczas zakupów. Zakłada się więc, że konsument dba o swoje interesy przy nabywaniu dóbr konsumpcyjnych.

W polskim systemie prawnym obowiązuje również definicja przeciętnego konsumenta wprowadzona w art. 2 pkt 8 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym w myśl, której przeciętny konsument to osoba, która pozostaje dostatecznie dobrze poinformowana, uważna i ostrożna. Oceny tych cech dokonuje się uwzględniając czynniki społeczne, kulturowe, językowe oraz przynależności do szczególnej grupy, która ze względu na takie cechy, jak wiek czy niepełnosprawność, może być szczególnie wrażliwa na wpływ różnych praktyk rynkowych.

Uwzględniając postrzeganie konsumenta kluczowym aspektem realizacji jego praw jest budowanie świadomości oraz umiejętności krytycznego spojrzenia na otrzymywane oferty. Pojęcie świadomego uczestnika rynku oznacza konsumenta, który rozumie wagę swoich decyzji zakupowych i aktywnie wykorzystuje tę wiedzę.

Świadomy konsument zwraca uwagę na jakość kupowanych produktów, ich pochodzenie, warunki produkcji, a także etykę marek, z którymi się utożsamia. Wie, że dokonując wyboru produktu spożywczego wspiera określony rynek np. lokalną gospodarkę, zrównoważony rozwój czy też masową produkcję. Świadomy konsument oczekuje więcej niż jedynie niska cena. Świadome dokonywanie wyboru produktów spożywczych wymaga od konsumenta czytania informacji znajdujących się w ich oznakowaniu na tzw. etykiecie.

Współczesny konsument coraz uważniej analizuje informacje znajdujące się w oznakowaniu artykułów rolno-spożywczych. Z badań opublikowanych przez Rakuła i Kiciak [1] wynika, że ponad 70% respondentów zapytanych o to, czy czyta etykiet produktów spożywczych przed dokonaniem zakupu odpowiada TAK lub wskazuje, że czyta tylko wybrane informacje, 26,4 % osób robi to sporadycznie. Tylko 2,4% ankietowanych nie czyta ich wcale. Wśród informacji umieszczanych na etykietach produktów żywnościowych, na które konsumenci zwracają uwagę przy dokonywaniu zakupów ankietowani najczęściej wskazywali datę ważności produktu (92% ankietowanych), skład produktu (81,6% ankietowanych) oraz wartość odżywczą (39,6% ankietowanych). Najrzadziej sprawdzano dane producenta (3,3% ankietowanych) oraz znaki jakości (4,7% ankietowanych).

Z kolei Bielaszka i inni [2] w badaniach mających ocenić poziom wiedzy konsumentów na temat informacji umieszczanych w oznakowaniu środków spożywczych ustalili, że wśród ankietowanych największy odsetek stanowiły osoby z wiedzą na temat znakowania żywności na poziomie dostatecznym (65,7% respondentów). 26,8% to osoby z wiedzą na poziomie niedostatecznym, a tylko 7,5% respondentów miało dobrą wiedzę na temat znakowania żywności.

Podobne wyniki otrzymali Silva i inni [3]. Przeprowadzone przez nich badania wykazały, że tylko 20,6% ankietowanych rozumie wszystkie informacje znajdujące się na etykiecie produktów spożywczych, 66,8% rozumie większość informacji, natomiast 12,6% nie rozumie ich wcale. Wśród samodzielnie zgłaszanych przez ankietowanych powodów, które w ich opinii najbardziej wpływają na zrozumienie informacji zawartych na etykiecie, znajduje się wielkość czcionki, nadmiar informacji umieszczonych na etykiecie, brak wiedzy, mylenie terminów oraz trudności w zrozumieniu informacji.

Przytoczone badania pokazują, że obecna wiedza o produktach żywnościowych jest niewystarczająca. W związku z tym powinny być prowadzone kampanie edukacyjne, mające na celu podniesienie stanu wiedzy i świadomości konsumenckiej w tym zakresie.

Konsumenci mają do dyspozycji różne źródła informacji o żywności. Począwszy od opakowań produktów spożywczych po Internet, telewizję, radio, książki, czasopisma, opinie ekspertów czy też instytucji nadzorujących jakość i bezpieczeństwo żywności. Informacji dostarczają również producenci, rolnicy, media społecznościowe, znajomi, rodzina. Badania przeprowadzone przez Niewczas-Dobrowolska [4] pokazały, że sposób pozyskiwania informacji w dużej mierze zależy od płci, wieku, poziomu wykształcenia oraz decyzyjność w gospodarstwie domowym. Kobiety częściej niż mężczyźni preferowały książki i prasę kolorową jako źródło informacji, media społecznościowe wskazywane były częściej przez osoby z młodszych grup wiekowych, natomiast osoby z wykształceniem wyższym częściej od pozostałych uczestników wskazywały książki jako miejsce poszukiwania informacji o żywności.

Oprócz łatwości dostępu do informacji o żywności oraz własnych preferencji w tym zakresie należy zwrócić uwagę na jej wiarygodność. W dobie społeczeństwa informacyjnego współczesny konsument zewsząd bombardowany jest informacjami dotyczącymi jakości produktów spożywczych, które często wzajemnie się wykluczają. Coraz powszechniejsze, szczególnie w mediach społecznościowych, są fake newsy, pseudonaukowe teorie, greenwashing. Aby ułatwić poruszanie się na rynku produktów spożywczych i świadome dokonywanie wyboru zgodnego z preferencjami, konieczne jest systematyczne prowadzenie szeroko pojętych działań edukacyjnych skierowanych do różnych odbiorców przez podmioty neutralne, tj. szkoły, media, organizacje konsumenckie, instytucje nadzorujące jakość i bezpieczeństwo żywności. Zdobyta w ten sposób przez konsumentów wiedza będzie narzędziem do krytycznego myślenia oraz dokonywania świadomych i bezpiecznych wyborów żywności.

Literatura:

1. Michalina Rakuła, Agata Kiciak. Wiedza konsumentów na temat znakowania żywności. *Journal of Education, Health and Sport*. 2022;12(8),270-282.
2. Bielaszka A., Kiciak A., Monika Chrzanowska M., Kuczka N., Staśkiewicz-Bartecka W., Kardas M. Etykiety produktów spożywczych – znajomość zasad znakowania żywności wśród osób dorosłych. *Medycyna Ogólna i Nauki o Zdrowiu* 2025, 32(2), 132–138.
3. Silva, B.; Lima, J.P.M.; Baltazar, A.L.; Pinto, E.; Fialho, S. Perception of Portuguese Consumers Regarding Food Labeling. *Nutrients* 2022, 14, 2944.
4. Magdalena Niewczas-Dobrowolska. Preferowane źródła informacji dotyczącej żywności w opinii konsumentów. *Żywność. Nauka. Technologia. Jakość*, 2021, 28, 2 (127), 132 – 143.



Fakty i mity o fałszowaniu żywności

dr n. med. Przemysław Rzodkiewicz, Główny Inspektor Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych.

Zafałszowanie żywności są powszechnie występującym zjawiskiem, nie tylko w Polsce, ale również w innych Państwach UE oraz krajach trzecich. Wynika to m.in. z celowego działania nieuczciwych przedsiębiorców, umotywowanych chęcią zmaksymalizowania zysków przy jak najmniejszych poniesionych kosztach. Może to być również efekt ludzkiego błędu wynikającego z nieznajomości przepisów prawa.

Definicję artykułu rolno-spożywczego zafałszowanego określono w ustawie o jakości handlowej artykułów rolno-spożywczych: „produkt, którego skład jest niezgodny z przepisami dotyczącymi jakości handlowej poszczególnych artykułów rolno-spożywczych, albo produkt, w którym zostały wprowadzone zmiany, w tym zmiany dotyczące oznakowania, mające na celu ukrycie jego rzeczywistego składu lub innych właściwości, jeżeli niezgodności te lub zmiany w istotny sposób naruszają interesy konsumentów finalnych, w szczególności jeżeli:

a) dokonano zabiegów, które zmieniły lub ukryły jego rzeczywisty skład lub nadały mu wygląd produktu zgodnego z przepisami dotyczącymi jakości handlowej,

b) w oznakowaniu podano nazwę niezgodną z przepisami dotyczącymi jakości handlowej poszczególnych artykułów rolno-spożywczych albo niezgodną z prawdą,

c) w oznakowaniu podano niezgodne z prawdą dane w zakresie składu, pochodzenia, terminu przydatności do spożycia lub daty minimalnej trwałości, zawartości netto lub klasy jakości handlowej” (art. 3 pkt 10 ustawy o JHARS).

W Polsce w urzędową kontrolę żywności zaangażowane są cztery inspekcje: Inspekcja Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych (IJHARS), Państwowa Inspekcja Sanitarna (PIS), Inspekcja Weterynaryjna (IW), Państwowa Inspekcja Ochrony Roślin i Nasiennictwa (PIORiN). Inspekcje te mogą podejmować właściwe działania mające na celu eliminację nieuczciwych praktyk, zgodnie ze swoim zakresem kompetencji ustawowych. Organy te ściśle współpracują ze sobą w zakresie wymiany informacji. W Głównym Inspektoracie IJHARS funkcjonuje punkt kontaktowy ds. oszustw żywnościowych, do którego głównych zadań należy współpraca z Komisją Europejską oraz organami urzędowej kontroli Państw Członkowskich UE w zakresie: wykrywania i zwalczania oszustw żywnościowych o charakterze transgranicznym, wymiana informacji za pomocą systemu iRASFF, współpraca z wojewódzkimi inspektoratami IJHARS, Inspekcją Sanitarną, Inspekcją Weterynaryjną oraz Inspekcją Ochrony Roślin i Nasiennictwa w zakresie wykrywania i zwalczania nielegalnych praktyk na rynku żywności, udział w spotkaniach międzynarodowych (udział w spotkaniach grupy roboczej ds. oszustw żywnościowych UE) oraz realizacja działań koordynowanych przez Komisję Europejską.

W przypadku stwierdzenia jakichkolwiek nieprawidłowości w artykułach rolno-spożywczych, podejmowane są dalsze działania mające na celu skuteczne przeciwdziałanie nielegalnym praktykom rynkowym. Kary za wprowadzenie do obrotu artykułów rolno-spożywczych niespełniających wymagań jakości handlowej, w tym zafałszowanych, nakładane są na podmioty niezależnie od etapu obrotu (produkcja, dystrybucja, detal, import). Informacje o prawomocnych decyzjach o artykułach rolno-spożywczych zafałszowanych są publikowane na stronie IJHARS. Przykładowo w 2024 roku opublikowano 361 decyzji dotyczących zafałszowań art. rolno-spożywczych. Najwięcej dotyczyło: mięsa i przetworów mięsnych, dań gotowych, oliwy z oliwek, miodu oraz ryb i przetworów rybnych.

Dodatkowo, w przypadku stwierdzenia nieprawidłowości, w tym w szczególności zafałszowania, w produktach wyprodukowanych w innych krajach, informacje takie są przekazywane do Komisji Europejskiej oraz organów kontrolnych państw członkowskich. Pozwala to na podjęcie właściwych działań naprawczych oraz do eliminacji nieuczciwych praktyk rynkowych już na etapie produkcji.

Jednakże urzędowa kontrola żywności to nie tylko kontrole i nakładane sankcje. Działania podejmowane przez IJHARS mają nie tylko charakter naprawczy, ale również edukacyjny. Realizowane są kampanie informacyjne w mediach społecznościowych, jak również kształtowane są dobre wzorce od najmłodszych lat, czego przykładem są przeprowadzane lekcje w szkołach.



Nowa żywność – czy jest się czego bać?

prof. dr hab. inż. Katarzyna Małgorzata Majewska,

Wydział Nauki o Żywności, Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

W specjalistycznej literaturze związanej z produkcją żywności i żywieniem człowieka coraz częściej jest zadawane pytanie - co ludzie będą jeść w najbliższych dziesięcioleciach? Czy podobne do dzisiejszych potrawy i produkty spożywcze, czy raczej nastąpią większe lub mniejsze zmiany w naszej diecie, będące rezultatem uwarunkowań demograficznych, ekonomicznych, środowiskowych, ale także - różnego stylu życia, wzrostu świadomości, zróżnicowanych wymagań i potrzeb konsumentów. Konieczne zmiany mogą również być związane z wyczerpywaniem się naturalnych zasobów surowcowych niezbędnych do wytwarzania powszechnie znanej nam żywności. Ponadto, na zmianę sposobu żywienia

obecnie i w przyszłości mogą wpływać nowe założenia dietetyczne oraz innowacyjne technologie produkcji żywności, bazujące na najnowszej wiedzy i postępie naukowym.

Na przestrzeni wieków często włączaliśmy do naszej diety nowe rodzaje żywności pochodzące z różnych zakątków planety. Zawsze też poszukiwaliśmy nowych smaków i źródeł składników odżywczych. Na przykład: banany, ziemniaki, pomidory, ryż, przyprawy i owoce tropikalne dawniej stanowiły nowość dla Europejczyków i przybyły na nasz kontynent jako nowa żywność. Obecnie, przepisy rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady UE, klasyfikują nową żywność (*novel food*) jako specjalną kategorię żywności, która nie była spożywana w znacznym stopniu w państwach Unii Europejskiej przed dniem 15 maja 1997 r., niezależnie od dat przystąpienia państw członkowskich do Unii. Może to być np. żywność nowo opracowana, innowacyjna, wyprodukowana z zastosowaniem nowych składników, technologii i procesów produkcji. Do nowej żywności zalicza się również tradycyjną żywność pochodzącą z państw trzecich, tj. spożywaną poza obszarem Unii Europejskiej, która nie została wprowadzona do obrotu na rynek unijny na masową skalę. Żywność lub składnik żywności, który podlega tej definicji muszą zostać autoryzowane zgodnie z przepisami o nowej żywności.

Zgodnie z rozporządzeniem wykonawczym Komisji Europejskiej, 30 grudnia 2017 r. został opublikowany unijny wykaz nowej żywności, w stosunku do której zostały wydane zezwolenia na wprowadzenie na rynek Unii Europejskiej i jest on regularnie aktualizowany. Narzędziem pomocniczym, mającym na celu ułatwienie dokonania oceny, czy dana kategoria żywności stanowi nową żywność (*novel food*) jest Katalog Nowej Żywności (*Novel Food Catalogue*) zawierający informacje o statusie poszczególnych składników /produktów spożywczych. W wykazie nowej żywności znajduje się kilkaset produktów i zawiera on żywność pozyskiwaną z różnych źródeł, w tym z roślin, zwierząt, mikroorganizmów i minerałów.

W prelekcji syntetycznie omówiono wybrane przykłady nowej żywności i trendy w jej produkcji, tj.: roślinne analogi mięsa i mleka z udziałem niekonwencjonalnych surowców, alternatywne źródła białka w projektowaniu żywności przyszłości (białka organizmów jednokomórkowych, białka organizmów morskich, białko owadów jadalnych), żywność produkowaną z zastosowaniem technologii druku 3D, żywność z recyklingu, nanożywność, żywność barwiącą, żywność GMO nowej generacji, żywność hybrydową, mięso z hodowli komórkowej, a także wykorzystanie sztucznej inteligencji (AI) w projektowaniu i produkcji nowej żywności funkcjonalnej. Ponadto, przedstawiono również perspektywy dalszego rozwoju produkcji nowej żywności oraz jej spożycia, w aspekcie korzyści i przeszkód (w tym obaw i barier) związanych z wprowadzaniem *novel food* do obrotu na rynek unijny.

Aby nowa żywność mogła być dopuszczona do obrotu w Unii Europejskiej musi przejść rygorystyczny proces oceny bezpieczeństwa, przeprowadzany przez Europejski Urząd ds. Bezpieczeństwa i Oceny Żywności (EFSA). Po pozytywnej ocenie EFSA, Komisja Europejska podejmuje decyzję o wpisaniu takiego produktu (z kategorii *novel food*) do unijnego wykazu nowej żywności. Obawy związane z nową żywnością mogą wynikać np. z lęku (neofobii żywieniowej u dorosłych), jak również - z braku wiedzy i zrozumienia procedur dopuszczenia *novel food* do obrotu. Jest ona poddawana szczegółowym badaniom i ocenom bezpieczeństwa zanim trafi na unijny rynek. Nie ma powodu, żeby obawiać się jej samej w sobie, co więcej - może stanowić źródło innowacyjnych i wartościowych składników odżywczych. Ponadto, konsument ma wolny wybór i to on podejmuje ostateczną decyzję co będzie kupował i spożywał. Dobrze jednak, by robił to świadomie i bez nieuzasadnionych obaw.

Literatura u Autorki.



Alergeny pokarmowe – co konsumenci i producenci wiedzieć powinni

dr hab. inż. Anna Sylwia Tarczyńska, prof. UWM,

Wydział Nauki o Żywności, Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

Alergie pokarmowe należą do coraz poważniejszych wyzwań zdrowia publicznego, stanowią istotny problem społeczny i ekonomiczny. Alergia pokarmowa jest nieprawidłową, powtarzalną, niepożądaną reakcją układu immunologicznego na żywność, która powoduje różne objawy kliniczne. Objawy mogą mieć różne nasilenie – od łagodnych dolegliwości

skórnych czy żołądkowych po groźne reakcje ogólnoustrojowe zagrażające życiu. W związku z tym zarówno konsumenci, jak i producenci żywności muszą posiadać odpowiednią wiedzę na temat alergenów, aby minimalizować ryzyko zdrowotne. Zapewnienie bezpieczeństwa żywności dla osób z alergiami to zadanie wymagające współpracy producentów i konsumentów. Producenci muszą przestrzegać obowiązków prawnych dotyczących etykietowania i rzetelnego informowania konsumentów o obecności określonych alergenów, zapobiegać zanieczyszczeniom krzyżowym i szkolić personel w zakresie postępowania z alergenami. Z kolei konsumenci świadomi własnej alergii powinni uważnie czytać etykiety, zwracając uwagę na komunikaty dodatkowe i umiejętnie reagować na pierwsze objawy.

W żywności mogą występować alergeny jawne i ukryte. Alergeny jawne stanowią składnik produktu spożywczego, są łatwe do zidentyfikowania i muszą być wyraźnie wyszczególnione w składzie. Alergeny ukryte to takie, których występowanie w produkcie spożywczym nie jest oczywiste, ponieważ mogą wchodzić w skład dodatku technologicznego lub być wynikiem zanieczyszczenia krzyżowego. System PAL (ang. Precautionary Allergen Labelling) to system ostrzegawczego etykietowania alergenów na produktach spożywczych. W Unii Europejskiej oznaczenia PAL nie są obecnie ujednolicone ani obowiązkowe – producenci stosują je dobrowolnie. Z tego powodu komunikaty bywają niejednoznaczne, a ich nadużywanie ogranicza przydatność informacji dla konsumentów. Umieszczanie na etykiecie produktu ostrzeżenia o możliwości występowania śladowych ilości alergenów, bez przeprowadzenia oceny ryzyka nie może zastępować stosowania zasad GHP. Ocena ryzyka występowania alergenów powinna uwzględniać cztery etapy:

- (i) identyfikację zagrożeń, czyli rozpoznanie potencjalnych źródeł alergenów (surowce, dodatki do żywności),
- (ii) charakterystykę zagrożenia na wszystkich etapach procesu produkcyjnego (przyjęcie surowca, produkcja, pakowanie, magazynowanie, transport i dystrybucja) wraz z podejmowanymi działaniami zapobiegawczymi,
- (iii) oszacowanie narażenia z uwzględnieniem wartości progowych i określonych dawek referencyjnych oraz
- (iv) charakterystyki ryzyka, czyli oszacowania prawdopodobieństwa i powagi niekorzystnych skutków wraz ze wskazaniem do etykietowania PAL.



Sieć „Dziedzictwo Kulinarne Warmia Mazury”

dr Jarosław Sarnowski, Dyrektor Departamentu Rozwoju Obszarów Wiejskich i Rolnictwa,

Urząd Marszałkowski Województwa Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie



Samorząd Województwa Warmińsko-Mazurskiego zgodnie z zapisami strategii rozwoju województwa „Warmińsko-Mazurskie 2030. Strategia Rozwoju Społeczno-Gospodarczego” realizuje działania w zakresie czterech inteligentnych specjalizacji: ekonomia wody, żywność wysokiej jakości, drewno i meblarstwo, zdrowe życie. **W ramach specjalizacji żywność wysokiej jakości**, podejmuje szereg działań, które mają na celu wsparcie rozwoju i promocję żywności regionalnej, tradycyjnej, naturalnej w województwie warmińsko-mazurskim.

W kwietniu 2023 r. Zarząd Województwa Warmińsko-Mazurskiego powołał oraz przyjął regulamin sieci „**Dziedzictwo Kulinarne Warmia Mazury**” - regionalnej marki służącej oznakowaniu produktów i potraw wytwarzanych na terenie województwa warmińsko-mazurskiego, mających charakter żywności regionalnej, lokalnej, tradycyjnej. Głównym celem jej działania jest **rozwój i promocja żywności naturalnej, tradycyjnej, lokalnej, regionalnej, ekologicznej** opartej na zasobach surowców pochodzących z województwa warmińsko-mazurskiego. Sieć zrzesza miłośników, ekspertów oraz praktyków sztuki kulinarnej, którzy z pasją i zaangażowaniem dbają o zachowanie oraz promocję regionalnych tradycji kulinarnych.

Województwo Warmińsko-Mazurskie w 2024 r. uzyskało **prawo ochronne na znak towarowy słowno-graficzny „Dziedzictwo Kulinarne Warmia Mazury”** w Urzędzie Patentowym Rzeczypospolitej Polskiej, stając się właścicielem znaku, posiadającym prawo do egzekwowania ochrony przed nieuprawnionym wykorzystaniem przez inne podmioty.

Działania Sieci koordynuje Departament Rozwoju Obszarów Wiejskich i Rolnictwa Urzędu Marszałkowskiego Województwa Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie.

Uczestnictwo w Sieci jest dobrowolne, bezpłatne i następuje na wniosek podmiotu zainteresowanego według zasad określonych w regulaminie jej funkcjonowania.

O członkostwo w Sieci mogą ubiegać się podmioty w czterech kategoriach:

- producenci i przetwórcy:
- producenci surowców żywnościowych w sektorze rolniczym,
- producenci i przetwórcy artykułów rolno-spożywczych;
- gastronomia:
- lokale gastronomiczne i obiekty noclegowe świadczące usługę gastronomiczną,
- cukiernie;
- sprzedaż:
- sklepy regionalne i sprzedawcy detaliczni;
- edukacja:
- instytucje i organizacje pozarządowe.

Przynależność do sieci „Dziedzictwo Kulinarne Warmia Mazury” wiąże się z szeregiem korzyści, które wspierają promocję lokalnych produktów oraz rozwój prowadzonej działalności, zwiększając konkurencyjność i rozpoznawalność na rynku. W sposób znaczący podnoszą prestiż przedsiębiorstwa, gdyż produkty i potrawy oznaczone logiem Sieci potwierdzają wysoką jakość oraz autentyczność związaną z tradycjami regionu. Wraz z uzyskaniem członkostwa w Sieci podmioty uzyskują prawo do używania logo, oznakowania nim siedziby firmy, zatwierdzonych produktów i potraw bądź oferty edukacyjnej, warsztatowej czy pokazowej. Ponadto Sieć umożliwia korzystanie z działań szkoleniowych i promocyjnych poprzez udział w wydarzeniach, festiwalach, targach, konferencjach czy wyjazdach studyjnych, zarówno na arenie krajowej, jak i zagranicznej. Jest płaszczyzną wymiany wiedzy, doświadczeń i najlepszych praktyk, nawiązywania współpracy z innymi członkami oraz podejmowania wspólnych działań. Prowadzony jest również profil Sieci w mediach społecznościowych oraz strona internetowa, dzięki którym jej członkowie mają możliwość dodatkowej promocji pod marką regionalną „Dziedzictwo Kulinarne Warmia Mazury”.

Regulamin funkcjonowania Sieci i wniosek są do pobrania na www.dziedzictwokulinarne.pl bądź w siedzibie Koordynatora:

Urząd Marszałkowski Województwa Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie

Departament Rozwoju Obszarów Wiejskich i Rolnictwa

ul. Jagiellońska 91A

10-356 Olsztyn

tel. +48 89 52 19 250

e-mail: dow@warmia.mazury.pl

Sieć „Dziedzictwo Kulinarne Warmia Mazury” można również znaleźć w mediach społecznościowych, obserwując profil [@DziedzictwoKulinarneWM](https://www.facebook.com/DziedzictwoKulinarneWM).



Dodatki do żywności – między potrzebą a wątpliwościami

dr inż. Justyna Borawska-Dziadkiewicz,

Wydział Nauki o Żywności, Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

Dodatki do żywności od lat budzą skrajne emocje. Z jednej strony są postrzegane jako niezbędne narzędzie nowoczesnego przetwórstwa, odpowiadające na potrzeby rynku i konsumentów. Z drugiej – jako potencjalne źródło zagrożeń zdrowotnych. W rzeczywistości temat ten jest znacznie bardziej złożony i wymaga wyważonego, opartego na wiedzy podejścia.

Wbrew obiegowym opiniom, nie wszystkie dodatki to substancje syntetyczne. Wiele z nich ma naturalne pochodzenie i od wieków znajduje zastosowanie w kuchni oraz tradycyjnych metodach konserwacji żywności. Przykładem mogą być: kwas askorbinowy (witamina C, E300), ocet (kwas octowy, E260) czy pektyny (E440), wykorzystywane m.in. do przetworów owocowych. Ich podstawową funkcją jest poprawa trwałości, bezpieczeństwa mikrobiologicznego oraz cech sensorycznych produktów spożywczych.

W Unii Europejskiej każdy dodatek musi zostać dokładnie przebadany pod kątem bezpieczeństwa, zanim trafi do żywności. Oceną zajmuje się Europejski Urząd ds. Bezpieczeństwa Żywności (EFSA), a lista dopuszczonych substancji jest stale aktualizowana: niektóre związki są wprowadzane, inne – ograniczane pod względem dopuszczalnych dawek lub całkowicie wycofywane z użycia. Odzwierciedla to zarówno rozwój badań naukowych, jak i troskę o zdrowie konsumentów.

Dlatego też dodatki do żywności nie powinny być oceniane w sposób skrajny – jako jednoznacznie dobre lub złe. Kluczowa jest rzetelna wiedza i zrozumienie ich funkcji. Tylko wówczas konsument może świadomie i odpowiedzialnie podejmować decyzje zakupowe, kierując się nie emocjami, lecz faktami i sprawdzonymi źródłami informacji.



Sztuka wyboru w świecie żywności – jak być świadomym konsumentem?

dr Sylwia Ciągło-Androsiuk,

Wojewódzki Inspektorat Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych w Olsztynie

Przepisy prawa żywnościowego nakładają na producentów obowiązek umieszczania w oznakowaniu produktów spożywczych informacji, które są niezbędne do dokonania przez konsumenta świadomego wyboru. Oznacza to, że etykieta nie może być przypadkowa, musi zawierać konkretne dane dotyczące danego środka spożywczego. Prawo precyzyjnie wskazuje, które informacje są dla konsumenta istotne i powinny znaleźć się w oznakowaniu produktu, podkreślając szczególne znaczenie informacji:

- dotyczących tożsamości i składu, właściwości lub innych cech produktu,
- związanych z ochroną zdrowia konsumentów i bezpiecznym stosowaniem żywności, w tym:
 - składniki, które mogą być szkodliwe dla określonych grup (np. alergenów),
 - termin przydatności do spożycia,
 - warunki przechowywania oraz sposób użycia,
 - możliwe skutki zdrowotne, również te związane z nadmiernym lub niewłaściwym spożyciem,
- dotyczących charakterystyki żywieniowej, pozwalające konsumentom – w tym osobom z określonymi wymaganiami dietetycznymi – podejmować świadome decyzje zakupowe.

Etykieta to jednak nie tylko źródło rzetelnych informacji. Jest ona również ważnym elementem strategii marketingowej. Jej wygląd – kolorystyka, czcionka, logo, grafika ma istotny wpływ na postrzeganie produktu przez konsumenta. Odpowiednio zaprojektowane opakowanie może przyciągnąć uwagę i wyróżnić produkt na tle konkurencji. W dzisiejszym świecie marketing żywności jest wszechobecny i coraz częściej opiera się na stosowaniu chwytliwych haseł, sugestywnej grafiki czy komunikatów, które mogą sugerować wysoką jakość lub wyjątkowe właściwości produktu nawet jeśli nie są one poparte istotnymi faktami. Niekiedy są to informacje o marginalnym znaczeniu, które służą jedynie kreowaniu pozytywnych skojarzeń. Pojawiają się również praktyki mogące wprowadzać konsumenta w błąd, takie jak downsizing,

greenwashing czy sztuczne promocje. Stąd też konsument, chcąc dokonać świadomego wyboru, powinien uważnie analizować informacje zawarte na etykiecie, potrafić odróżnić informacje rzeczywiście charakteryzujące produkt od tych będących wyłącznie elementem zabiegów marketingowych, których celem jest przyciągnięcie uwagi i wpłynięcie na decyzję zakupową.

Zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa w oznakowaniu środków spożywczych wprowadzanych do obrotu w opakowaniu powinny znaleźć się następujące informacje:

- nazwa żywności,
- wykaz składników w tym szczególnie składników powodujących alergie lub reakcje nietolerancji,
- ilości określonych składników istotnych do scharakteryzowania produktu,
- ilość netto żywności i/lub liczba sztuk,
- data minimalnej trwałości lub termin przydatności do spożycia,
- warunki przechowywania,
- instrukcja użycia,
- kraj lub miejsce pochodzenia,
- dane identyfikacyjne producenta lub paczkującego lub wprowadzającego do obrotu
- oznaczenie partii produkcyjnej,
- informacja o wartości odżywczej.

W przypadku produktów oferowanych konsumentom bez opakowania lub pakowanych na życzenie konsumenta w miejscu sprzedaży katalog obowiązkowych informacji został nieco okrojony i obejmuje:

- dane identyfikujące producenta,
- nazwę, pod którą artykuł rolno-spożywczy jest wprowadzany do obrotu,
- wykaz składników, w tym szczególnie składników powodujących alergie lub reakcje nietolerancji,
- klasę jakości handlowej albo inny wyróżnik jakości handlowej, jeżeli zostały one ustalone w przepisach lub jeżeli obowiązek podawania wynika z odrębnych przepisów,
- oznaczenie partii produkcyjnej,
- kraj i miejsce pochodzenia (mięso drobiowe, wieprzowe, wołowe, świeże owoce i warzywa, ziemniaki) wraz z grafiką przedstawiającą flagę państwa pochodzenia,
- w przypadku pieczywa - masę jednostkową.

Oprócz wyżej wymienionych informacji w oznakowaniu środków spożywczych, w stosownych przypadkach, powinny znaleźć się także dane szczegółowe dotyczące szczególnych rodzajów lub kategorii żywności, niezbędne w celu zapewnienia ochrony zdrowia konsumenta, lub bezpiecznego stosowania środka spożywczego np. „wysoka zawartość kofeiny: nie zaleca się stosowania u dzieci, kobiet w ciąży i kobiet karmiących piersią” w odniesieniu do napojów zawierających w swoim składzie kofeinę informacje czy też „zawiera substancje słodzące” w odniesieniu do produktów w których składzie się one znajdują.

Określenie zakresu i sposobu prezentacji określonych danych, które winny znaleźć się w oznakowaniu produktu ma za zadanie ochronę konsumentów oraz zapewnienia im dostępu do rzetelnych, jasnych i zrozumiałych informacji na temat produktów spożywczych. Dzięki spójnym zasadom informacje na etykiecie są czytelne, zrozumiałe i łatwe do porównania, niezależnie od producenta czy kraju pochodzenia.

Pamiętajmy – nie marka, chwytliwe hasło, a realne cechy produktu decydują o jego jakości. Dlatego zamiast ulegać pierwszemu wrażeniu, czytamy etykiety uważnie i wybieramy świadomie.

Literatura:

1. Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1169/2011 z dnia 25 października 2011 roku *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,*
2. Rozporządzenie Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 23 grudnia 2014 r. *w sprawie znakowania poszczególnych rodzajów środków spożywczych.*