

Ogólnopolski Program Promocyjny „Doceń polskie”

**W ramach Ogólnopolskiego Programu Promocyjnego „Doceń polskie” odbyło się już 25 audytów żywności. Wydarzenia organizowane są od 2011 roku, odbywają się co kwartał, a honorowy patronat nad certyfikacjami sprawuje Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi. Ostatnia z dotychczasowych atestacji miała miejsce 26 lipca br. w Sosnowcu. Członkowie Loży Ekspertów, komisji decydującej o przyznaniu znaków jakości, ocenili tego dnia ponad 150 artykułów żywnościowych. Produkty zgłoszone do oceny świadczą o kondycji branży spożywczej, dlatego też certyfikacja sprzyja rozmowom o zmianach w tym sektorze i postawie producentów wobec nowych oczekiwań konsumentów.**

**Branża spożywcza w ocenie ekspertów programu „Doceń polskie”**

***-*** *Dzisiaj w kuchni główną rolę odgrywa… czas. Jedzenie ma być nie tylko smaczne i pełnowartościowe, ale także ciekawie podane, a jego przygotowanie nie powinno trwać długo. Konsumenci szukają gotowych dań oraz półproduktów, z których szybko i łatwo przyrządzą zdrowe posiłki dla całej rodziny. W odpowiedzi na te potrzeby piekarnie oferują gotowe kanapki, firmy wprowadzają do asortymentu coraz więcej gotowych do spożycia dań, zmieniają się technologie produkcji i systemy dystrybucji. Zmiany dzieją się na naszych oczach i jeszcze będą się pogłębiać* - zaznacza **Celina Nierodkiewicz**, członkini Loży Ekspertów Ogólnopolskiego Programu Promocyjnego „Doceń polskie”. Gremium specjalistów z branży spożywczej obradowało już 25 raz. Celem certyfikacji organizowanych w ramach programu promocyjnego jest wyłonienie rodzimych wyrobów najwyższej jakości. Żywność, która otrzyma wysokie noty (minimum 7,5 pkt.) za smak, wygląd i stosunek jakości do ceny otrzymuje certyfikat jakości „Doceń polskie”. Artykuły z maksymalną liczbą punktów (samymi „10”) zdobywają także tytuł TOP PRODUKT. W atestacji mogą brać udział wyroby z tzw. polski akcentem, który wyraża związek żywności z naszym krajem.

Opinię tę podziela **Mirek Drewniak**, współzałożyciel Klubu Szefów Kuchni, który jest przewodniczącym Loży Ekspertów programu „Doceń polskie”. - *Można powiedzieć, że gotowanie w domu - przygotowanie posiłków od podstaw - staje się luksusem. Celebrujemy tę czynność, nierzadko w gronie rodziny i znajomych. Polacy są już świadomymi konsumentami: robią zakupy rozważniej i wiedzą, że wysoka jakość jest warta swojej ceny. Oczekiwania kupujących rosną, toteż producenci zabiegają o posiadanie znaków i certyfikatów podkreślających jakość oraz pochodzenie żywności -* uważa gastronom.  
  
Zasiadający w Loży Ekspertów **Wiesław Bober** zwraca uwagę na fakt, że Polacy częściej odwiedzają restauracje. - *Chodzi nie tylko o rodzinne spotkania i uroczystości, które są obecnie tak chętnie organizowane poza domem. Oferta restauracji jest ciekawa, a ceny są przystępne, zwłaszcza jeśli porównując je z domowymi posiłkami uwzględnimy wszystkie koszty związane z ich przygotowaniem. Obiady czy kolacje „na mieście”, także w dni powszednie, stają się częścią naszej codzienności* – mówi współzałożyciel Klubu Szefów Kuchni, który w hotelu Fabryka Wełny Hotel & SPA w Pabianicach, prowadzi autorską restaurację Wzorcownia by W. Bober.

W trakcie niedawnej atestacji żywności komisja programu „Doceń polskie” oceniła ponad 150 artykułów spożywczych. Wiele z nich to przykład odpowiedzi producentów na nowe trendy i potrzeby kupujących. Chodzi o dania gotowe i półprodukty, ale także wyroby tradycyjne, które mają uniwersalne zastosowanie w kuchni. Konsumenci coraz chętniej sięgają także po różnorodne oleje tłoczone z nasion roślin uprawianych w Polsce, stąd obecność na audycie także tej grupy produktów. Do atestacji przystąpili także wytwórcy oferujący żywność adresowaną do konkretnych grup odbiorców, m.in. osób poszukujących wyrobów bez glutenu, czy pozbawionych laktozy.

- *Tym razem swoje produkty do oceny zgłosiło ponad 60 firm. Tak jak podczas dotychczasowych certyfikacji, reprezentowali całą Polskę, stąd nie brakowało także wyrobów regionalnych i specjałów firm o zasięgu lokalnym -* komentuje **Karolina Szlapańska**, organizatorka programu „Doceń polskie”.

K. Szlapańska zaznacza jednak, że inicjatywa propagująca wytwórców rodzimej żywności nie ogranicza się tylko do przeprowadzanych 4 razy w roku audytów. - *Certyfikacja to właściwie tylko początek. Każdy laureat audytu otrzymuje zestaw narzędzi wspomagających jego działalność. Producenci nagrodzonych wyrobów przez 2 lata mogą korzystać z godła „Doceń polskie” na wszystkich polach eksploatacji. Z radością obserwujemy rozwój firm posiadających znaki programu. Cieszymy się, że czerpią korzyści z posiadania certyfikatów jakości i również dzięki nim umacniają swoją pozycję -* dodaje organizatorka programu.   
  
Przedstawiciele programu nie spoczywają na laurach i już przygotowują się do kolejnych przedsięwzięć związanych z propagowaniem rodzimych artykułów spożywczych. Jednym z nich jest Dzień polskiej żywności: nietypowe „święto” przypadające 25 sierpnia br., które zainicjowali twórcy programu.   
Szczegółowe informacje na temat inicjatyw, w które są zaangażowani prezentuje strona internetowa programu ([www.DocenPolskie.pl](http://www.DocenPolskie.pl/)) oraz blog, dostępny pod adresem [www.blog.docenpolskie.pl](http://www.blog.docenpolskie.pl/). Tam zamieszczane będą także informacje na temat produktów wyróżnionych podczas lipcowej certyfikacji.   
  
\* \* \*

Ogólnopolski Program Promocyjny „Doceń polskie”  
www.docenpolskie.pl  
www.blog.docenpolskie.pl   
Celem programu „Doceń polskie” jest promocja wysokiej jakości produktów spożywczych dostępnych na polskim rynku. Ich selekcją, oceną i przyznaniem certyfikatu „Doceń polskie” zajmują się specjaliści zawodowo związani z żywnością i technologią żywienia, którzy tworzą Lożę Ekspertów. Zasiadają w niej m.in. członkowie Klubu Szefów Kuchni.   
Twórca programu „Doceń polskie” jest także organizatorem projektu BlogerChef (blogerchef.pl) – innowacyjnego przedsięwzięcia skierowanego do blogerów kulinarnych.

\* \* \*

KONTAKT:  
Ogólnopolski Program Promocyjny „Doceń polskie”  
[www.docenpolskie.pl](http://www.docenpolskie.pl/)  
  
Kontakt dla mediów:  
Anna Koza  
[anna.koza@adventure.media.pl](mailto:anna.koza@adventure.media.pl)  
Adventure Media s. c. Agencja Public Relations  
[www.adventure.media.pl](http://www.adventure.media.pl/)  
tel. 780 115 953  
tel. 32 724 28 84  
fax 32 417 01 70