

## *To nie jest stek ! Zejdźmy na ziemię i nazywajmy rzeczy po imieniu*

Produkty pochodzenia roślinnego wykorzystujące nazwy mięsa rodzą fundamentalne pytania dotyczące informacji dla konsumentów, naszego dziedzictwa kulturowego oraz siły nowoczesnego marketingu, który beztrudno miesza interesy wielkich firm i wartości. Jako europejscy rolnicy zajmujemy się zarówno produkcją białek roślinnych jak i zwierzęcych. Zdajemy sobie również sprawę z tego, że pewien segment europejskich konsumentów życzy sobie zwiększenia udziału produktów roślinnych w rynku. Jesteśmy otwarci na produkty pochodzenia roślinnego o własnych nazwach i cechach. Inaczej podchodzimy jednak do imitacji wykorzystujących nazwy mięsa. Liczymy na uczciwy i spójny marketing, szanujący zarówno konsumentów jak i pracę wielu pokoleń rolników i rzeźników w całej Europie.

Korporacje międzynarodowe, które w ostatnich latach coraz częściej wchodzi na rynek wegański, zabiegają o stosowanie nazw takich jak „stek”, „burger”, „kiełbasa” itp. do określania roślinnych imitacji produktów mleczarskich i mięsnych. Tego typu marketing produktów niemlecznych i niemięsnych może łatwo wprowadzić europejskich konsumentów w błąd, gdyż mogą oni uznać, że imitacje są „równoważnymi” substytutami produktów oryginalnych. **Nie chodzi tu bynajmniej o to, czy należy jeść mięso czy nie. Jest to kwestia poprawnego nazewnictwa.** Logicznie, całkowicie odmienne produkty powinny nosić różne nazwy. Mimo że „wegańskie kiełbaski” czy „wegańskie burgery” mogą potencjalnie być ważnym źródłem białek, nie mają nawet zbliżonej wartości odżywczej do ich mięsnych odpowiedników, bo po prostu nie zawierają mięsa. **Nawet jeśli konsumenci zdają sobie sprawę z tego, że w „wegańskim burgerze” nie ma mięsa, mogą błędnie stwierdzić, że ich wartości odżywcze są jednakowe.** Nikt przecież nie wpadłby na to, żeby nazwać klopsa „mięsnym falafelem”. Jeśli pozwolimy na tego typu wprowadzające w błąd opisy żywności narazimy się na dużo poważniejsze trudności w przyszłości, gdyż co powstrzyma nas przed używaniem nazw owoców do określenia produktów, które nawet koło owoców nie leżały?

Nazwy mięsa są głęboko zakorzenione w naszym dziedzictwie kulturowym. Boczek, szynka, carpaccio, stek, filet, kotlet i salami są nazwami tradycyjnymi, które kształtowały się przez wieki ciężkiej pracy rolników i rzeźników i które ponadto bardzo się różnią w zależności od regionu, z którego pochodzą - co sprawia, że są tak wyjątkowe. Nikomu nie trzeba dzisiaj tłumaczyć, czym są te produkty lub czego można się spodziewać, gdy uda się po nie do sklepu. Dlatego też nazwy te do tej pory nie potrzebowały żadnej ochrony. Jeśli objęliśmy ochroną naszą lokalną i regionalną spuściznę wprowadzając chronione oznaczenia geograficzne i chronione nazwy pochodzenia, powinniśmy zachować spójność i w równym stopniu chronić nazwy „powszechnych” towarów, które przecież też są częścią naszego dziedzictwa. Ze względu na rozkwit rynku podobnych produktów, los naszego wspólnego dziedzictwa waży się na szali. Przemysł imitacji wykorzystał lukę prawną w europejskim prawodawstwie, by zawładnąć tymi wspólnymi określeniami dla własnej korzyści.

Sektor produktów roślinnych szczeni się swoją kreatywnością i innowacyjnością - powinien jednak przede wszystkim grać uczciwie. Ma możliwość - zwłaszcza w aktualnych okolicznościach - stworzyć nowe produkty o nowych nazwach, by w ten sposób zdobyć uznanie konsumentów i osiągnąć sukces finansowy. Jak lobby produktów na bazie roślin śmie twierdzić, że nie wprowadza konsumentów w błąd, oświadczając, że potrzebuje nazw mięsa, by opisać teksturę i smak własnych wyrobów. Jeśli deklaruje się, że dwa produkty są różne, to każdy z nich powinien posługiwać się własnym nazewnictwem. **Przemysł, który chce wejść do mainstreamu nie musi kreować własnej wielkości opierając swój marketing na produktach, które zwalczą!**

**Europejski sektor hodowli z nikim nie walczy, lecz wzywa do należytego uznania i szacunku dla pracy milionów europejskich rolników i pracowników branży hodowlanej.** To oni utrzymują żywotność obszarów wiejskich, równocześnie dostarczając naszym obywatelom wysokiej jakości produkty mleczarskie i mięsne - ze smakiem spożywane od pokoleń i będące częścią europejskiej spuścizny kulinarnej i zbilansowanej diety. Ramy prawne chroniące nazwy stosowane w branży mleczarskiej stworzyły dynamiczne środowisko i pozwoliły oprzeć relacje z konsumentami na pewności. Dlatego nie tylko chcemy ich zachowania, lecz żądamy, by inne produkty pochodzenia zwierzęcego były chronione w takim samym stopniu.

Z powyższych powodów, **europejski łańcuch hodowli wzywa postów do PE do zagłosowania za poprawką 165 w jej oryginalnym brzmieniu przyjętym w sprawozdaniu Komisji AGRI w sprawie rozporządzenia WOR w kwietniu 2019 r.** i do odrzucenia wszelkich kompromisów. Nie możemy pójść na ustępstwa w zakresie prawa konsumentów do wiarygodnych informacji o cechach i właściwościach odżywczych produktów, które kupują.

**Ingredients:** rehydrated **Soya** and **Wheat** Protein (81%), coconut oil, sunflower oil, thickener (methyl cellulose), natural flavourings, colours (beetroot red, safflower), vegetable fibers, **wheat** starch, maltodextrine, sea salt, potato protein, herbs and spices, **barley** malt extract, acidity regulator (citric acid), vitamins and minerals (iron, vitamin b12)



*Ceci n'est pas un steak.*