



Wołowina – mięso dla wykształconych?

Choć kulinarne gusta Polaków zmieniają się pod wpływem rozmaitych żywieniowych mód i trendów, radykalnego odwrótu od tradycyjnej sztuki mięsa na drugie danie na razie nie widać. Jak bowiem wynika z badań przeprowadzonych przez Instytut ProPublicum na potrzeby programu informacyjnego „QMP – wołowina zawsze dobra”, na typowym polskim stole obiadowe dania mięsne pojawiają się przynajmniej raz w tygodniu. Przywiązanie do kuchni opartej na mięsie idzie jednak w parze z coraz bardziej świadomym wyborem jej podstawowych składników.

W codziennym jadłospisie polskich konsumentów prym wiedzie drób, który jest wybierany przez 96% badanych. Po wieprzowinę, będącą drugim najchętniej kupowanym gatunkiem mięsa, sięga 82% respondentów. Wołowina plasuje się w środku mięsnego rankingu – stanowi ona element diety 66% gospodarstw domowych, w których spożywa się mięso.

Z przytoczonych badań wynika, że mięso wołowe najczęściej (75%) ląduje w sklepowym koszyku osób z wyższym wykształceniem. Jego konsumentami są w głównej mierze ludzie młodzi oraz w średnim wieku (80%) prowadzący gospodarstwa domowe, w których do stołu, prócz dorosłych, zasiadają także dzieci.

Choć po wołowinę sięga dwóch na trzech Polaków jedzących mięso, tylko 21% z nich przyznaje, że przyrządza dania na jej bazie częściej niż raz w tygodniu. Pozostali entuzjaści steków i rumszyków (41%) pozwalają sobie na nie znacznie rzadziej, zwykle 2-3 razy w miesiącu. Tylko raz w miesiącu, a więc w zasadzie od święta, wołowinę kupuje jedna czwarta ankietowanych.

Zdaniem konsumentów, głównymi barierami w konsumpcji mięsa wołowego są cena oraz brak pewności, czy zakupiona wołowina będzie smaczna i czy przyrządzone z niej danie się uda. Widmo kulinarnej porażki powstrzymuje od zakupu wołowiny 24% ankietowanych – są to przede wszystkim osoby, które doświadczyły trudności z nabyciem mięsa smacznego, miękkiego i nadającego się do szybkiego przygotowania.

Rezultaty przeprowadzonych badań wyraźnie pokazują, że Polacy mają apetyt na wołowinę, lecz są wobec niej wymagający. Długo pamiętają kulinarne rozczarowania, których była



KAMPANIA FINANSOWANA PRZY
WSPARCIU UNII EUROPEJSKIEJ
ORAZ RZECZPOSPOLITEJ POLSKIEJ



Agencja
Rynku
Rolnego



KAMPANIA WSPÓLFINANSOWANA
RÓWNIEŻ Z FUNDUSZU PROMOCJI
MIĘSA WOŁOWEGO



przyczyną, a wyższą cenę wybaczą jej tylko wtedy, gdy idzie w parze wysoką jakością, która zagwarantuje sukces kulinarny. Nie oznacza to jednak, że całkowicie wykreślają wołowinę ze swojej listy zakupowej. W opinii ponad połowy (56%) badanych, mięso wołowe ma większą szansę wzbudzić zaufanie i trafić do koszyków konsumentów, jeśli będzie opatrzone certyfikatem potwierdzającym jego ponadprzeciętne walory smakowe i kulinarne. W przypadku wysokogatunkowej krajowej wołowiny certyfikatem takim jest QMP (Quality Meat Program), uznany decyzją Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi za pierwszy polski system jakości mięsa wołowego. System został także zaakceptowany przez Komisję Europejską.

System QMP, opracowany przez Polskie Zrzeszenie Producentów Bydła Mięsnego, wprowadza ścisłe normy produkcji kulinarnej wołowiny o dobrej i powtarzalnej jakości. Dzięki szczegółowej kontroli każdego z etapów pozyskiwania mięsa – począwszy od hodowli zwierząt, przez transport, ubój, na pakowaniu i przechowywaniu gotowego produktu kończąc – konsumenci wybierający wołowinę QMP mogą mieć pewność, że otrzymają mięso smaczne, kruche i soczyste. Zdecydowana większość osób (ponad 80%) z grupy kupujących certyfikowaną wołowinę zgadza się z taką jej charakterystyką. Podobny odsetek (85%) konsumentów wołowiny ze znakiem QMP dodaje, że jej powtarzalna dobra jakość umożliwia przygotowanie wielu smakowitych dań. Zdaniem trzech czwartych ankietowanych, wysokogatunkowe mięso wołowe jest doskonałym źródłem witamin i składników odżywczych. Ponadto 65% respondentów z grupy konsumentów wołowiny QMP uważa, że smak, wyjątkowa kruchość, soczystość i gwarancja sukcesu w kuchni – czyli wszystkie cechy charakteryzujące certyfikowane mięso wołowe – uzasadniają jego nieco wyższą cenę.



KAMPANIA FINANSOWANA PRZY
WSPARCIU UNII EUROPEJSKIEJ
ORAZ RZECZPOSPOLITEJ POLSKIEJ



Agencja
Rynku
Rolnego



KAMPANIA WSPÓLFINANSOWANA
RÓWNIEŻ Z FUNDUSZU PROMOCJI
MIĘSA WOŁOWEGO