

Promocja mięsa owczego Cz. II. Jak to się robi na nizinach

Bronisław Borys¹, Piotr Lenart²

¹*Instytut Zootechniki Państwowego Instytut Badawczy, Zakład Doświadczalny
Kołuda Wielka, 88-160 Janikowo*

²*Ekspert kulinarny - kuchmistrz; specjalność produkty regionalne Doliny Dolnej Wisły*

Współcześnie coraz bardziej aktualne staje się pytanie/dylemat, czy obecna produkcja zwierzęca to jeszcze hodowla i chów zwierząt czy może jest to już kolejny kierunek produkcji przemysłowej? Odpowiedź na to pytanie nie jest prosta i ma fundamentalne, wręcz globalne znaczenie nie tylko dla wyżywienia ciągle rosnącej populacji mieszkańców naszej planety, ale również ze względów społecznych i środowiskowych. Sytuacja w tym zakresie jest bardzo zróżnicowana w poszczególnych regionach świata, jednak globalna strategia FAO (Organizacji Narodów Zjednoczonych do Spraw Wyżywienia i Rolnictwa) postuluje – jako optymalny dla świata – harmonijny rozwój rodzinnych gospodarstw farmerskich i intensywnych, produkujących żywność na skalę przemysłową (Hodges, 2013).

Obecnie ciągle jeszcze dominują gospodarstwa farmerskie z mniej intensywną produkcją. Jest ich około 2 miliardów, a ich udział w światowej produkcji rolniczej wynosi 75%. FAO szacuje, że przy harmonijnym rozwoju obu ww. systemów produkcyjnych potencjał wzrostowy światowej produkcji żywności wynosi 50%. Taki mieszany system produkcji zwierzęcej będzie funkcjonował jeszcze długo, również w naszym regionie świata, w tym w Polsce.

Hodowla owiec, mająca w naszym kraju charakter typowej produkcji niszowej, jest obecnie i będzie w dającej się przewidzieć przyszłości prowadzona głównie w gospodarstwach rodzinnych, przy zastosowaniu mniej intensywnych systemów produkcyjnych, na terenach nizinnych, głównie jako uzupełniająca gałąź pro-

dukcji rolniczej. Przy rozpatrywaniu strategii produkcyjnej dla krajowych hodowców owiec ważne jest również uwzględnienie faktu, że w naszym kraju od czasu transformacji ustrojowej głównym (a w zasadzie jedynym) produktem rynkowym od tych zwierząt jest mięso. Dotowana wcześniej przez państwo produkcja wełny w warunkach wolnej gospodarki rynkowej straciła w zasadzie całe swoje znaczenie gospodarcze. Mleczne użytkowanie owiec ma natomiast większe znaczenie ekonomiczne tylko w regionach górskich.

Przynależność Polski do Unii Europejskiej nie zmieniła w bardziej istotny sposób sytuacji krajowego owczarstwa. Złudne okazały się nadzieje naszych hodowców na bardziej znaczący wzrost cen żywca owczego na rynku unijnym. We wszystkich analizach, również unijnych podkreśla się, że zasadniczym czynnikiem, sprzyjającym i wręcz warunkującym rozwój krajowej hodowli owiec, jest kreowanie krajowego rynku mięsa owczego. Przesadnie rygorystyczne i w dużej części oderwane od rzeczywistości przepisy weterynaryjne, dotyczące ubojów zwierząt gospodarczych, w tym owiec, blokują w zasadzie rozwój krajowego rynku mięsa owczego. Inne państwa, w takich samych unijnych warunkowaniach prawnych, potrafiły wypracować takie krajowe uregulowania w tym zakresie, które sprzyjają zarówno rozwojowi hodowli owiec, jak i spożyciu mięsa owczego.

Pozytywnym wzorem w tym zakresie mogą być rozwiązania stosowane w Republice Czeskiej, opisane bardziej szczegółowo w pierwszej części tego artykułu (Borys i in., 2013)

i w opracowaniu Milerskiego (2013). Zasady obowiązujące w Czechach zaowocowały nadspodziewanie dobrymi efektami; w latach 2002–2012 pogłowie owiec w tym kraju wzrosło o 163%, a spożycie mięsa owczego na mieszkańca o 180%.

W naszym kraju trwa natomiast całkowita stagnacja w tym zakresie, a jedynym i niechlubnym efektem swoistej „wojny” hodowców owiec i służb weterynaryjnych jest rozkwit tzw. szarej strefy, którą według – być może przesadzonych – ocen dziennikarskich szacuje się nawet na 80% krajowych ubojów owiec (Solska, 2013). Powtarzane od lat starania i wystąpienia różnych organów (w tym Funduszu Promocji Mięsa Owczego) oraz instytucji o racjonalizację przepisów prawnych, regulujących uboje i obrót mięsem owczym w naszym kraju, nie dają jak dotąd praktycznie żadnych efektów. Nie ma również realnych szans na pozyskanie wystarczających (idących w miliony złotych) środków na skuteczną promocję mięsa owczego (jagnięciny) w środkach masowego przekazu czy przez ogólnokrajowe działania promocyjne. Skuteczną promocję prowadzi się w ostatnich latach na przykład w odniesieniu do mięsa gęsiego. Wymagała ona jednak zaangażowania milionowych środków z Funduszu Promocji Mięsa Drobiowego na realizację działań w skali ogólnokrajowej (między innymi przez kosztowne, ale bardzo skuteczne spoty telewizyjne), jak i regionalnej, przy dużym zaangażowaniu finansowym i organizacyjnym Urzędu Marszałkowskiego województwa kujawsko-pomorskiego. Niezwykle istotne jest, że te działania są kontynuowane, ciągle poszerzane o kolejne regiony kraju i wzbogacane o nowe formy promocji (Kłopotek, 2014). Niestety, siła przebiecia Funduszu Promocji Mięsa Owczego jest niewspółmiernie słabsza, gdyż dysponuje on bardzo skromnymi środkami, najmniejszymi ze wszystkich istniejących funduszy promocji produktów rolnych.

Mimo tej jednoznacznie niesprzyjającej rzeczywistości finansowej, w zakresie promocji mięsa owczego dzieje się sporo ciekawego. Bardzo ciekawą, barwną i wielowątkową imprezę kulinarną, organizowaną cyklicznie w rejonie Śląska Cieszyńskiego, przedstawiliśmy w pierwszej części opracowania (Borys i in., 2013). W o wiele większej terytorialnie, nizinnej części naszego kraju dzieje się również sporo ciekawe-

go w zakresie promowania spożywczych produktów owczarskich, w tym również potraw z mięsa owiec. Przy dość ograniczonym wsparciu finansowym Funduszu Promocji Mięsa Owczego i instytucji samorządowych (w tym Urzędów Marszałkowskich), grupy prawdziwych zapaleńców organizują różnorodne imprezy, promujące żywność tradycyjną, przygotowywaną z produktów lokalnych (często ekologicznych), kreujące lokalne marki naturalnej i najwyższej jakości żywności, powiązane z miejscowościami lub regionem ich wytwarzania.

Wbrew pozorom, miejsce baraniny w dziedzictwie kulinarnym nizinnych terenów naszego kraju dorównuje co najmniej pozycji tego gatunku mięsa w tradycyjnej kuchni regionów górskich. Znawczyni i popularyzatorka kuchni polskiego Podhala – Wanda Czubernatowa, w swojej książce „Góralskie jadło na co dzień i od święta” (Czubernatowa, 2008) stwierdza, że „mięso owcze to typowe góralskie jadło”. W innym miejscu pisze jednak, że „owce dla ludzi gór były przede wszystkim dostawcami mleka i wełny, a te pod opieką juhasów były dodatkowo „cudze”. I dlatego, jedyne w zasadzie okazje do uwarzenia i zjedzenia luksusowej jagnięciny zdarzały się na hali tylko wtedy, gdy juhasom udało się odbić wilkom zagryzioną sztukę lub gdy jakieś młode trzeba było dobić, kiedy spadło ze skały”. Potwierdzenie tego znajdujemy w opisie gospodarstwa szałaśniczego z 1830 r. autorstwa Józefa Michałka (2013). Autor ten tak pisze o roli żętycy w diecie pasterzy: „Po odcedzeniu sera gotuje się pozostałe mleko, które stanowi obok chleba jedyne pożywienie pasterzy przez cały czas wypasu”. O bryndzy natomiast pisze: „Dla rodzin sałaszników (gazdów) była podstawowym serem spożywanym przez cały okres zimy. Przechowywana w drewnianych naczyniach (sądkach), ściśle ubita i zalana masłem”. Tak więc, dla mieszkańców bardzo ubogich w przeszłości regionów górskich mięso owcze było pożywieniem luksusowym, a potrawy z baraniny gościły na góralskich stołach generalnie tylko od święta.

Jedną z cech dziedzictwa kulinarnego jest jego regionalizm i klasowość. W obu tych aspektach pozycja mięsa owczego w dziedzictwie kulinarnym naszych terenów nizinnych była zgoła inna niż w rejonach górskich. Aktualnie, potrawy z mięsa owiec dla przeciętnego miesz-



FESTIWAL SMAKÓW
w Grucznie
THE FOOD FESTIVAL
in Gruczno



Młyn wodny w Grucznie (XIX w.)
Water mill in Gruczno (19th c.)



Stoisko w wyrobami z mięsa owczego
Stand with sheep meat products



Chata Mennonitów w Chrystkowie (XVII w.)
Mennonite cottage in Chrystkowo (17th c.)



Owce wrzosówki z jagniętami
Wrzosówka sheep with lambs

kańca tych regionów Polski stanowią pojęcie prawie nieznanne i kojarzą się części lepiej sytuowanych konsumentów raczej z egzotycznymi wyjazdami wakacyjnymi do krajów śródziemnomorskich. Nie zawsze jednak było tak, że w codziennej kuchni polskiej wśród mięs dominowała wieprzowina i drób. Oczywiście trudno mówić o bogactwie kulinarnym w przypadku równie ubogich jak górale polskich chłopów pańszczyźnianych. Na terenach nizinnych istniała jednakże kuchnia dworska, a stosunkowo dobrze zachowana jest dokumentacja odnośnie kuchni niektórych możnowładców i królów polskich. Bardziej zasobna kuchnia dworska to bogactwo surowców roślinnych i zwierzęcych. Kto dziś wie lub pamięta, jak smakują przywoływane przez prof. Dumanowskiego (2013) takie „warzywa”, jak: kucmerka, pasternak, ber czy świerzabek bulwiasty? Kto ze współczesnych kosztował potraw z mięsa głuszca, kosa czy wieiórki, które często gościły na pańskich stołach przez całe minione wieki?

Fakt, że ww. i wiele innych potraw uległo zapomnieniu, naprowadza nas na jeszcze jedną ważną cechę dziedzictwa kulinarnego, tj. jego zmienność w czasie pod wpływem wielu czynników cywilizacyjnych (społecznych, gospodarczych, a nawet religijnych). Można tutaj wspomnieć o przemożnym wpływie kuchni francuskiej na staropolską kuchnię w XVIII w., czy zupełnie współczesny, globalny i bardzo niepożądany wpływ pseudonowoczesnej kuchni amerykańskiej, tzw. „fast food”.

Poza tym, co już wcześniej (również w pierwszej części tego opracowania) napisaliśmy o istotnej pozycji baraniny w staropolskiej kuchni, trzeba za prof. Dumanowskim dodać, że na dawnych stołach pańskich potrawy z mięsa owczego ustępowały jedynie rydom i wołowinie. Prof. J. Dumanowski z Centrum Badań nad Historią i Kulturą Wyżywienia, działającym przy Uniwersytecie im. Mikołaja Kopernika w Toruniu, podaje (2013), że ze skrupulatnie prowadzonej dokumentacji kulinarniej dworu Jana III Sobieskiego (XVII w.) można dowiedzieć się, że często podczas niedzielnych i świątecznych obiadów królewskich w Wilanowie wśród innych dań mięsnych były serwowane jagnięcina i baranina (dosłownie „stary baran”). W Wielkopolsce w XVIII w., w okresie nasilonej hodowli owiec z przeznaczeniem na wełnę, miało miejsce duże

spożycie mięsa owczego, głównie ze skopów, sztuk dorosłych wybrakowanych z hodowli.

Mięso owcze miało zawsze dobrą opinię w oczach naszych przodków. Chronologicznie (za Dumanowskim, 2013), już Stefan Falimirz (1534) podaje, że baraninę w porównaniu z wieprzowiną nieprzypadkowo uznawano za mięso koszerne, bo była „czysta i zdrowa”. Piotr Krescentyn (1549) poleca, jako jedno z najlepszych, przede wszystkim mięso ze skopów. A Krzysztof Kluk (1779) o baraninie i jagnięcinie pisze, że żadne z tych mięs nie jest szkodliwe, jeśli jest dobrze ugotowane lub upieczone i miernie zażyte (umiarkowanie spożywane). I na zakończenie tych historycznych dywagacji na temat mięsa owczego w kuchni polskiej, również za prof. J. Dumanowskim (2013) chcielibyśmy przytoczyć fragment wierszowanego poradnika dietetycznego z 1640 r.:

*„Źle bez wina zażywać mięsa skopowego
Gorzej jeszcze bez tego skusić wieprzowego
A gdy przystąpi kwarta do tych potraw
wina
Ani baran zaszkodzi, ani wieprzowina”*

Co się więc stało z polską baraniną, jednym z najbardziej popularnych rodzajów mięsa w staropolskiej kuchni? Dlaczego została z niej wyparta przez pogardzaną przez wieki, a obecnie najpopularniejszą wieprzowinę? Dlaczego młode pokolenie (nasze dzieci i wnuki) wybiera najchętniej mięso brojlerów, przyrządzane byle jak (byle szybko) i „na jedno kopyto” w kuchenkach mikrofalowych lub barach szybkiej obsługi? Naukowcy, zwłaszcza historycy, mówią bardzo uczenie o zerwaniu ciągłości polskiej tradycji kulinarnej, spowodowanej wieloma zaszłościami. Z punktu widzenia zwykłego konsumenta oraz specjalistów kulinarnych główne przyczyny praktycznego niebytu mięsa owczego we współczesnej kuchni polskiej, zwłaszcza na nizinach, są jednak bardziej prozaiczne. Należy tu wymienić trzy podstawowe, naszym zdaniem, powiązane ze sobą przyczyny:

- wysokie ceny tego mięsa, zwłaszcza w porównaniu z wieprzowiną i mięsem drobiowym,
- niechęć znacznej części konsumentów do mięsa owczego, wynikająca z uprze-

dzeń odnośnie jego zapachu i zbyt dużego otłuszczenia,

- brak umiejętności zagospodarowania i przetworzenia kulinarnego tuszy owczej czy jagnięcej (podrobów również) na różnorodne, a co najważniejsze smaczne wyroby i potrawy.

Niszowe mięso owcze oraz wytwarzane z niego wyroby i potrawy muszą być droższe niż w przypadku mięsa wieprzowego i drobiowego, ponieważ trzoda chlewna i drób to gatunki o większym potencjale rozplodowym niż owce. Ale i w przypadku jagniąt, w zależności od systemu produkcji (głównie kosztów żywienia i robocizny), opłacalna dla hodowcy jednostkowa cena zbytu może wahać się szerokim przedziałem: od 20 do 35 zł za 1 kg tuszy. Jest to poziom cen całych tusz u hodowcy. W sprzedaży detalicznej natomiast oraz w placówkach gastronomicznych ceny te będą odpowiednio powiększone o narzuty handlowe, a w przypadku sprzedaży elementów tuszy czy gotowych wyrobów wędliniarskich – będą dodatkowo zróżnicowane w zależności od wartości kulinarnej poszczególnych produktów. Uważamy jednak, że przy rosnącej obecnie zamożności naszego społeczeństwa dobrej jakości mięso jagnięce i jego przetwory znajdują nabywców nawet przy cenach bazowych 1 kg tuszy na poziomie do 30 zł.

Sposobem na złagodzenie niemiłych dla wielu wrażeń, wynikających z relatywnie wysokich cen jagnięciny, jest pełne zagospodarowanie kulinarne całej tuszki jagnięcej. Niemalę doświadczenie kulinarne jednego z autorów tego opracowania (Lenart, 2013) upoważnia do stwierdzenia, że tym, co uzyskuje się z tuszy jednego jagnięcia (a są przecież jeszcze do wykorzystania podroby), można nakarmić do 30 osób i to w wyszukany sposób. Oczywiście, dla osiągnięcia tak ambitnego celu można stosować różne kombinacje. Tutaj ograniczymy się do zaprezentowania wariantu z czterema potrawami: (1) udziec jagnięcy tradycyjny, (2) rolada z jagnięcego schabu w płacie z żeberek, (3) gulasz z łopatki oraz (4) tak zwany „ajntopf” na kościach i pozostałym mięsie. Wariant ten jest dla kucharzy stosunkowo prosty (i ekonomiczny) w realizacji, a dla konsumentów bardzo atrakcyjny i „bogaty”, bo daje możliwość cieszenia się aż czterema wspaniałymi potrawami o róż-

nicowanych smakach. Taki sposób kulinarnego wykorzystania tuszki jagnięcej w wykonaniu autorskim Piotra Lenarta był z wielkim smakiem weryfikowany przez liczne grono uczestników imprez promocyjnych w rejonie kujawsko-pomorskim, w tym również przez drugiego współautora tego opracowania.

Część konsumentów, w większości kobiety, uważa, że mięso owcze ma nieprzyjemny zapach. Często bywa tak, że to samo danie z jagnięciny dla osób lubiących ten rodzaj mięsa ma niepowtarzalny aromat, a dla kogoś negatywnie kojarzącego baraninę wręcz śmierdzi „capem”. Awersja do baraniny ma nierzadko charakter irracjonalnego uprzedzenia, co dość łatwo zdemaskować czy nawet „wyleczyć”, podając dania z tym mięsem anonimowo lub wręcz jako danie z innego gatunku mięsa.

Skuteczna promocja mięsa owczego wymaga zaangażowania w to specjalistów z dziedziny gastronomii. Poza zadaniami promowania potraw z tym rodzajem mięsa, mają oni do spełnienia szereg funkcji edukacyjnych. Ciągłe jeszcze przeciętny kucharz polski nie bardzo wie, jak się do jagnięciny zabrać, a wybitnych specjalistów w tym zakresie jest jak na lekarstwo. Szkoły gastronomiczne uczą w oparciu o rutynowe programy i najtańsze surowce, dając swoim absolwentom co najwyżej umiejętności przygotowywania typowych potraw stołkowych.

Promocja mięs niszowych to również zwalczanie lub przełamywanie licznych stereotypów, wynikających najczęściej z niewiedzy lub mniej czy bardziej świadomych uprzedzeń konsumentów, a także braku umiejętności przetwarzania mięs niszowych. Bogactwo receptur na potrawy z mięsa owczego (zarówno jagnięciny, jak i baraniny) wynika z wielowiekowej tradycji spożywania tego mięsa praktycznie na wszystkich kontynentach, kształtowanej przez obyczajowość, warunki klimatyczne, dostępność przypraw oraz smakowe przyzwyczajenia.

Podstawową zasadą dobrego kucharza jest takie przyrządzenie jagnięciny czy baraniny (i nie tylko), które pozwala na zachowanie, a często nawet zaakcentowanie naturalnych walorów smakowych tego znakomitego i szlachetnego mięsa. Tak więc uważamy, że najgorszym „komplementem” dla dobrego kucharza, który przyrządził danie z jagnięciny, byłby okrzyk konsumenta: „Co Pan powie, to jagnięcina?”



Stylowa jadalnia dla gości – *Elegant dining room for guests*

AGROTURYSTYKA na Mazurach

Gospodarstwo „Ciche Wody”
Anny i Wojciecha Oczkowskich
*Anna and Wojciech Oczkowskis’
“Silent Water” Farm*



Schładzanie tusz jagnięcych
Chilling of lamb carcasses



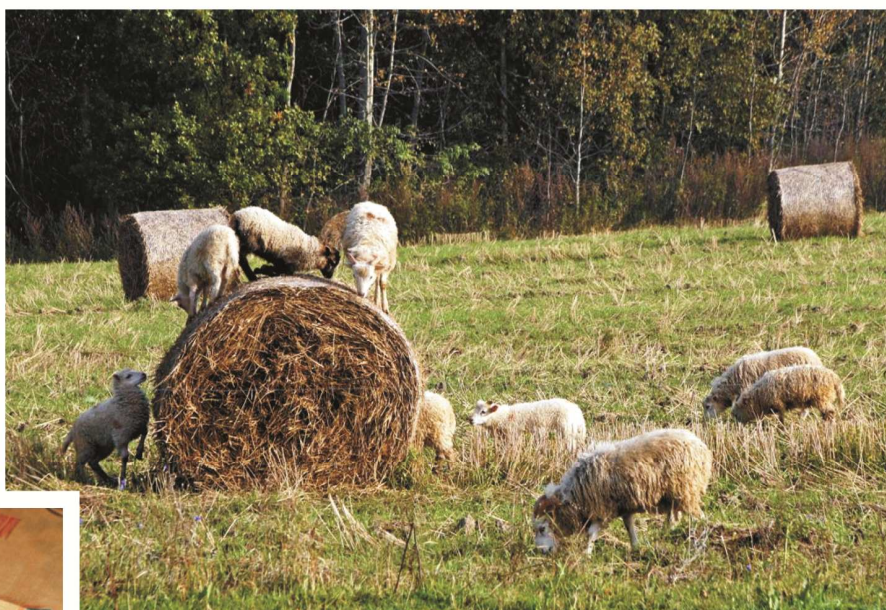
Owce rasy Skudde – *Skudde sheep*



Owce Skudde i popisowe dania
u Państwa Oczkowskich
Skudde sheep and the Oczkowskis' special dishes



Zupa jarzynowa z jagnięciny
Vegetable soup from lamb



Kartacze z jagnięciną
Potato dumplings with lamb filling



A wcale tego nie czuć!”.

Są jednak reguły, które w konkretnym kraju, a nawet regionie powinny być przestrzegane. I tak, dla typowego Polaka dobra pieczeń to taka, która jest krucha i soczysta oraz podłana wyrazistym i aromatycznym sosem. Jesteśmy przekonani, że zdecydowana większość nas, Polaków nie zaakceptowałaby kotletów jagnięcych na krwisto, czy nawet „na różowo”.

Promocja mięs niszowych powinna być powiązana jak najściślej z kuchnią regionalną. Rzecz w tym, aby konkretne potrawy czy wyroby miały tzw. „tożsamość regionalną”. Istotą działań w tym zakresie powinno być kreowanie żywności o najwyższych i powtarzalnych (najlepiej gwarantowanych) walorach jakościowych i smakowych, wytwarzanej z miejscowych surowców, zarówno bazowych, jak i dodatków. Wspomnianą tożsamość regionalną należy kreować również przez stosowanie odpowiedniego nazewnictwa, nawiązującego do tradycyjnego słownictwa i nazw geograficznych kojarzących się z miejscowością lub regionem pochodzenia potraw czy produktów. Przykładem takiej potrawy z regionu kujawsko-pomorskiego jest „Garnek unisławski z jagnięciną”, której przepis załączono do niniejszego opracowania. Wśród składników, z których sporządza się to danie, jest nie tylko łopotka jagnięca z miejscowych jagniąt, ale również kapusta unisławska oraz regionalne białe wino z Doliny Dolnej Wisły.

Sposoby promocji mięsa owczego na nizinach

Zasady skutecznego promowania mięsa owczego w regionach nizinnych są w zasadzie takie same, jak w regionach górskich, jednak naturalne uwarunkowania do tego rodzaju działań są obiektywnie znacznie trudniejsze. Mimo tego, w ostatnich latach obserwuje się duże nasilenie różnorodnych działań w kierunku promowania w tych regionach żywności naturalnej, w tym również jagnięciny.

Jedną z pierwszych imprez, dziś już bardzo rozbudowaną i z dużymi tradycjami, o zasięgu krajowym jest Festiwal Smaków w Grucznie; w 2014 r. będzie już IX jego edycja. Jest to cykliczna impreza, której głównym celem jest promocja żywności naturalnej, w tym produktów z mięsa i mleka owczego. W 2013 r. uczestni-

czyło w niej ponad 100 wystawców, a liczbę odwiedzających w ciągu dwóch dni trwania imprezy oceniono na 20 tysięcy. Festiwal w Grucznie ma charakter plenerowej imprezy handlowej z licznymi konkursami kulinarnymi, pokazami zwierząt hodowlanych i hobbyistycznych, pokazami rzemiosła ludowego oraz występami zespołów ludowych z regionu Kujaw i Pomorza. Główne akcenty owczarskie tego festiwalu to stoiska z wyrobami i potrawami z jagnięciny oraz serami owczymi oraz prezentacja owiec z Doliny Dolnej Wisły, zwłaszcza popularnych w tym regionie owiec rasy wrzosówka. Impreza odbywa się w terminie letnim (sierpień), w atrakcyjnej turystycznie miejscowości, położonej w Parku Krajobrazowym Dolnej Wisły. W samym Grucznie znajduje się zabytkowy młyn wodny z XIX w., użytkowany obecnie jako muzeum oraz skansen uli pszczelich. W niedalekim Chrystkowie można zwiedzić bardzo ciekawą chatę z XVII w., zbudowaną przez osadników holenderskich Mennonitów, sprowadzonych do Polski w dobie reformacji w XVI w. Chata ta, położona na terenie regularnie zalewanym przez Wisłę, jest tak zbudowana, żeby na czas powodzi mieszkańcy wraz z całym inwentarzem mogli przenosić się na piętro.

Inną cykliczną imprezą regionalną jest Piknik Napoleoński, organizowany od 2012 r. w Ostromecku k. Bydgoszczy. W roku 2012 przypadła dwusetna rocznica przeprawy wojsk napoleońskich przez Wisłę, właśnie w okolicach Ostromecka i fakt ten posłużył jako pretekst do zainicjowania tego projektu. Po udanym starcie Pikniku postanowiono, że będzie to przedsięwzięcie cykliczne i w 2014 r. organizowana jest już trzecia jego edycja. Głównym celem Pikników Napoleońskich jest promowanie kuchni regionu kujawsko-pomorskiego na bazie tradycji, wywodzącej się z kuchni staropolskiej i w oparciu o miejscowe naturalne surowce. Podobnie jak w Grucznie, mają one charakter festynu plenerowego, z kiermaszem handlowym, prezentacjami rzemiosła ludowego i występami zespołów ludowych. Jednak tym, co stanowi o charakterze tej imprezy i odróżnia ją od innych, są takie działania jak:

- bogaty i profesjonalnie przygotowany program inscenizacji historycznych; baletystycznych i obyczajowych,
- prezentacje kulinarne tradycyjnych po-

traw regionalnych, ukierunkowane na kreowanie i popularyzację lokalnych produktów i potraw,

- organizowanie tematycznych spotkań kulinarnych w ramach tzw. uczt napoleońskich,
- organizowanie konferencji popularno-naukowych, poświęconych wybranym rodzajom surowców kulinarnych i potrawom z nich uzyskiwanym,
- sięganie do doświadczeń zagranicznych w zakresie promowania kuchni tradycyjnej i regionalnej.

Wymienione powyżej formy działalności nie wyczerpują oczywiście wszystkich inicjatyw realizowanych w ramach Pikników. Jest to wciąż impreza bardzo młoda, ciągle rozwijająca się i wzbogacana programowo. Trzeba jednak zaznaczyć, że we wszystkich kolejnych piknikach silnie zaznaczana jest problematyka promocji mięsa owczego. W 2012 r. tej tematyce poświęcona była konferencja naukowo-techniczna, w ramach której udało się przełamać pewne bariery, jeśli chodzi o tematykę i formę prezentowanych referatów. Tematem konferencji była: „Jagnięcina w naszym dziedzictwie kulinarnym i kuchni współczesnej”, a animatorami i realizatorami byli autorzy tego opracowania. Wspomnianym *novum* w zakresie zrealizowanej tematyki było szerokie spektrum referentów, wśród których byli reprezentanci nauk humanistycznych (historyk i kulturoznawca), medycznych (dietyk) i zootechnicznych; w tym gość z Republiki Czeskiej. Wystąpienie jednego z referentów, eksperta kulinarnego i specjalisty w zakresie produktów regionalnych (współautora tego opracowania), miało miejsce w trakcie uroczystej uczyt napoleońskiej, po to, żeby słuchacze wywoły referenta mogli na bieżąco konfrontować ze smakowitymi potrawami z jagnięciny, przygotowanymi własnoręcznie lub pod osobistym nadzorem przez zespół restauracji „Ostromecka”. Receptury wybranych dań serwowanych podczas tej uczyt (autorskie przepisy Piotra Lenarta) podajemy w załączeniu do tego artykułu.

Ważnym elementem promocji mięsa owczego jest korzystanie z doświadczeń innych regionów i krajów o dużych tradycjach i doświadczeniu w spożywaniu tego mięsa. Bardzo trafnym i owocnym dla promocji baraniny jest

skojarzenie pikniku w Ostromecku z Francją, krajem o wysokiej kulturze jedzenia w ogóle oraz z bardzo ugruntowaną i ciągle wysoką pozycją mięsa owczego w dziedzictwie kulinarnym tego kraju. W ramach konferencji w 2012 r. jeden z referatów dotyczył tradycji i doświadczeń francuskich w zakresie wykorzystania kulinarnego jagnięciny w różnych regionach tego kraju (Kawała, 2013). Podobnie pouczające i do wykorzystania praktycznego mogą być rozwiązania czeskie w promowaniu konsumpcji i spożycia mięsa owczego. Bardziej szczegółowo czeski system zagospodarowania mięsa owczego opisano w pierwszej części opracowania, jednak trzeba z naciskiem powtórzyć, że dla naszego kraju stanowi on doskonały wzór skutecznego rozwiązania zarówno problemu zwiększenia spożycia mięsa owczego, jak i rozwoju krajowej hodowli owiec. W naturalny sposób nasuwa się potrzeba organizowania wyjazdów studyjnych do krajów, mających duże tradycje i osiągnięcia w kulinarnym wykorzystaniu produktów owczarskich. Jesteśmy przekonani, że zapoznanie się na miejscu z rozwiązaniami stosowanymi za granicą będzie dla osób już działających na tym polu, jak i zainteresowanych podjęciem takiej działalności, bardzo pomocne w wyborze najkorzystniejszych i sprawdzonych już przez innych metod działania. Organizowane już wcześniej w regionie kujawsko-pomorskim wyjazdy studyjne do Francji „szlakiem wina” czy „szlakiem kapusty” cieszyły się dużym powodzeniem i były przez uczestników uznane za merytorycznie bardzo pożyteczne.

W promowaniu spożycia mięsa owczego należy uwzględniać i wykorzystywać również możliwości tkwiące w wymianie doświadczeń i współpracy między różnymi regionami naszego kraju. Konkretna współpraca została już nawiązana między organizatorami „Święta Baraniny” w Ustroniu oraz „Pikniku Napoleońskiego” w Ostromecku. W 2013 r. było to uczestnictwo delegacji organizatorów z Ustronia na pikniku w Ostromecku i rewizyta organizatorów z Ostromecka na święcie w Ustroniu, połączona z prezentacją i degustacją pieczonego udźca jagnięcego „po kujawsku”. Nasz udziec z nizin zdobył duże uznanie smakoszy, którzy zjechali z całej Polski do Ustronia. W tym roku współpraca tych imprez ma być wzbogacona:

- w ramach III Pikniku Napoleońskiego

PIKNIK NAPOLEOŃSKI
w Ostromecku
NAPOLEON PICNIC in Ostromecko



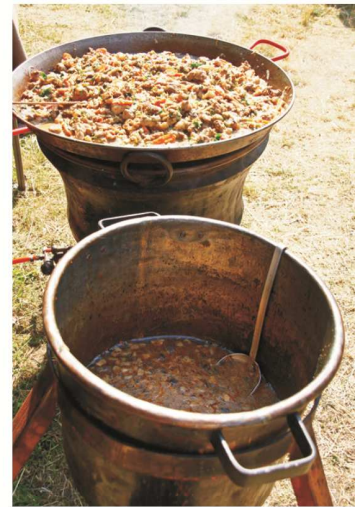
Piknik plenerowy z inscenizacjami historycznymi i degustacją potraw regionalnych z mięsem owczym.

W środku: uroczysta „Uczta Napoleońska” z promocją dań z jagnięciny
Outdoor picnic with historical stagings and tasting of regional dishes from sheep meat.
In the middle: Ceremonial “Napoleon Feast” with promotion of lamb dishes

Potrawy z jagnięciny promowane na Pikniku Napoleońskim w Ostromecku
Lamb dishes promoted at the Napoleon Picnic in Ostromecko



Gołąbki unisławskie
Stuffed cabbage leaves Unislaw style



Kotły z regionalnymi potrawami
Pots with regional dishes



Pieczona rolada łopatkowo-mostkowa – *Rolled roast of shoulder and brisket*



Wędzonka i wędliny z jagnięciny
Smoked lamb and cold cooked lamb meat



Pieczeń z udźca z mięętą – *Leg roast with mint*

w Ostromecku – o konkurs kulinarny, który będzie stanowić eliminacje regionu kujawsko-pomorskiego do „Mistrzostw Polski w podawaniu baraniny”;

- w ramach seminarium popularno-naukowego na IX Święcie Baraniny w Ustroniu – zespół naukowo-kulinarny (SGGW Warszawa, IZ PIB ZD Kołuda Wielka i Restauracja Ostromecka) zaprezentuje referat i prezentację kulinarną nt. „Wartość odżywcza i wykorzystanie kulinarne podrobów owczych”.

Zaproszenie na tegoroczne seminarium naukowe w ramach Święta Baraniny przyjęli również Koledzy z regionu lubelskiego. Zaprezentują Oni referat na temat realizowanego tam programu wykorzystania owiec do ochrony naturalnego środowiska przyrodniczego tego regionu (uznawanego także za nizinny), ukierunkowany również na wypromowanie „Jagnięcia z Lubelszczyzny” jako surowca mięsnego o wysokich walorach dietetycznych i kulinarnych.

Włączenie do współpracy kolejnych regionów naszego kraju (np. Warmii i Mazur) stworzy na przyszłość realną perspektywę realizacji międzyregionalnych programów w zakresie promocji jagnięciny z wykorzystaniem na ten cel nowych, bardziej zasobnych instrumentów wsparcia finansowego.

Nie do przecenienia są osobiste kontakty ludzi, zarażonych pasją i zamiłowaniem do dobrego i zdrowego jedzenia. Z radością i sporą dozą satysfakcji musimy stwierdzić, że ciągle rośnie w liczbę (i siłę działania) grono osób, angażujących się często zupełnie bezinteresownie w działania na rzecz promocji zdrowego odżywiania w ogóle, w tym również konsumpcji jagnięciny. To dzięki osobistym kontaktom (często przyjaźniom) i wzajemnemu inspirowaniu się prawdziwych pasjonatów rodzą się i rozwijają coraz to nowe inicjatywy i pomysły bardzo ciekawych i pożytecznych działań. Trzeba z zadowoleniem stwierdzić, że te – czasem zdawałoby się szalone i mało realne pomysły – znajdują często konkretne (finansowe i organizacyjne) poparcie ludzi i instytucji, dysponującymi środkami i możliwościami organizacyjnymi do ich realizacji. Najistotniejsi są jednak zawsze ludzie z pasją, którzy mają pomysły, a potem energię, żeby te pomysły zrealizować. Obaj tutaj podpi-

sani autorzy różnymi drogami, w różnym charakterze i w różnym zakresie dali się wciągnąć w działania promujące zdrowe odżywianie, czerpiąc z tego przede wszystkim dużą satysfakcję osobistą i ... wielkie przyjemności kulinarne. Docelowo jednak chodzi również o to, żeby taka działalność – realizowana w bardzo różnych formach jako normalna działalność gospodarcza (rzemiosło, gastronomia, agroturystyka) – dawała konkretnym ludziom możliwość uzyskiwania satysfakcjonujących dochodów, pozwalających na godne życie.

Znane są już przykłady dobrze prosperujących gospodarstw agroturystycznych, zakładów rzemieślniczych i placówek gastronomicznych, wykorzystujących jako surowiec mięso i mleko owiec. Jest ich jednak o wiele za mało, żeby można było mówić o istnieniu czy choćby powstawaniu krajowego rynku na produkty spożywcze pochodzenia owczego. Powodzenie opisanych w obu częściach opracowania inicjatyw, zmierzających do promowania spożywczych produktów pochodzenia owczego, wskazuje jednak na potrzebę kontynuowania tych projektów i wzbogacania ich o nowe formy działania.

W regionie kujawsko-pomorskim, przy wsparciu finansowym organów samorządowych (Urząd Marszałkowski) oraz lokalnych stowarzyszeń i grup działania, postawiono w ostatnich latach na tzw. działania od podstaw. Już od 2013 r. zagadnienie wykorzystania kulinarnego mięsa owczego włączono do organizowanych w szkołach gastronomicznych szkoleń-warsztatów dla uczniów tych szkół i osób dorosłych (np. członków kół gospodyń wiejskich). Program tych szkoleń obejmuje część teoretyczną, tj. wykłady na temat produkcji i jakości mięsa jagnięcego oraz praktyczne pokazy i naukę przygotowywania potraw z tego mięsa. Aktualnie uruchamiany jest również program tzw. „Ścieżek edukacyjno-kulinarnych”, obejmujący wybrane produkty pochodzenia zwierzęcego, w tym jagnięcinę i sery z mleka owczego. Program ten adresowany jest do szerokiego kręgu osób potencjalnie zainteresowanych problematyką produkcji zdrowej żywności, głównie niszowej i regionalnej. Panel edukacyjny tego programu obejmuje zapoznanie uczestników z metodami hodowli, żywienia i pozyskiwania surowców spożywczych (mleka, mięsa), a kulinarny – szkolenie w zakresie zagospodarowania tych surowców na regio-

nalne produkty spożywcze i dania kulinarne.

Na zakończenie trzeba odnotować aktywny udział pracowników naukowych Instytutu Zootechniki PIB w działaniach promocyjnych, wspieranych organizacyjnie i materialnie przez centralę Instytutu oraz działające w różnych regionach kraju zakłady doświadczalne. Zakład Doświadczalny Kołuda Wielka bardzo aktywnie kreuje własne i zewnętrzne działania promocyjne swojego sztandarowego produktu, jakim jest Gęś Kołudzka[®], ale włącza się również w wiele działań promujących produkty owcze. Wysoko wykwalifikowana kadra naukowa i zootechniczna Zakładu, posiadane stada zwierząt hodowlanych oraz baza badawcza i zaplecze konferen-

cyjne na wysokim poziomie to atrybuty, które powodują, że ZD w Kołudzie Wielkiej jest uczestnikiem praktycznie wszystkich działań promocyjnych z zakresu gęsi i owiec na terenie regionu kujawsko-pomorskiego oraz wielu działań ogólnokrajowych.

Większość tematów badawczych, realizowanych w Zakładzie, zwłaszcza dotyczących owiec (Borys, 2014), ma na celu rozpoznanie czynników, warunkujących jakość dietetyczną mięsa i przetworów z mleka owiec. Wyniki tych badań mają najczęściej konkretną wartość praktyczną (wdrożeńiową). Są więc bezpośrednio upowszechniane i stosowane w trakcie opisanych tutaj działań promocyjnych.

Literatura

Borys B. (2014). Jagnięcina – dietetyczne mięso niszowe z perspektywy producenta i konsumenta. Mat. semin.: Produkcja żywności w oparciu o wysokiej jakości surowce pochodzenia zwierzęcego. Warmińsko-Mazurski Ośrodek Doradztwa Rolniczego w Olsztynie, ss. 8–18.

Borys B., Milerski M., Niznikowski R. (2013). Promocja mięsa owczego. Cz. I. Jak to się robi w naszych górach... i w Czechach. Wiad. Zoot., 51, 2: 87–96.

Czubernatowa W. (2008). Góralskie jadło na co dzień i od święta. Świat Książki, Bertelsmann Media sp. z o.o., Warszawa.

Dumanowski J. (2013). Baranek po polsku. O zapomnianym bogactwie kuchni polskiej. Mat. konf. nauk.-techn.: Jagnięcina w naszym dziedzictwie kulinarnym i kuchni współczesnej, Ostromecko, 6.07.2013, ss. 7–19.

Hodges J. (2013). Feeding the Word: Harmony between small-scale and intensive livestock production. Proc. 11th World Conference on Animal Production, p. 1.

Kawała R. (2013). Szlakiem jagnięciny po wybranych regionach Francji. Mat. konf. nauk.-techn.: Ja-

gnięcina w naszym dziedzictwie kulinarnym i kuchni współczesnej, Ostromecko, 6.07.2013, ss. 61–68.

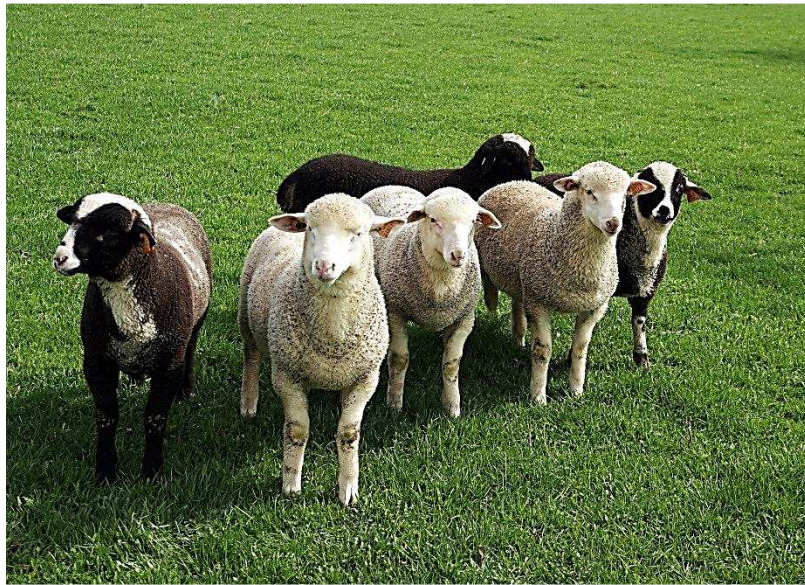
Kłopotek E. (2014). Gęś Biała Kołudzka – polski hit eksportowy i elitarny produkt kulinarny na polskim stole. Mat. semin.: Produkcja żywności w oparciu o wysokiej jakości surowce pochodzenia zwierzęcego. Warmińsko-Mazurski Ośrodek Doradztwa Rolniczego w Olsztynie, ss. 19–26.

Lenart P. (2013). Jagnięcina w dzisiejszej gastronomii i na polskich stołach. Przyczyny braku jagnięciny – subiektywny punkt widzenia gastronom. Mat. konf. nauk.-techn.: Jagnięcina w naszym dziedzictwie kulinarnym i kuchni współczesnej, Ostromecko, 6.07.2013, ss. 69–78.

Michałek J. (2013). Górale polscy dziedzicami pasterskich tradycji Wołochów. Źródło: <http://www.zielonekarpaty.org.pl/GoralePolscyDziedzicamiPasterskich.html>

Milerski M. (2013). Produkcja i spożycie mięsa owczego w Republice Czeskiej. Mat. konf. nauk.-techn.: Jagnięcina w naszym dziedzictwie kulinarnym i kuchni współczesnej, Ostromecko, 6.07.2013, ss. 53-60.

Solska J. (2013). Bój o ubój. Polityka, 17/18 (2905): 50–52.



Główne podroby
jagnięce
Lamb offal



serca – *hearts*

płuca z sercem
i przeponą
*lungs with heart
and diaphragm*



nerki – *kidneys*



tusze jagnięce
lamb carcasses



wątroby – *livers*

Wybrane przepisy Piotra Lenarta na potrawy z jagnięciny

1. Udziec jagnięcy tradycyjny

Składniki na 6 porcji:

*1 udziec jagnięcy ok. 1,5 kg,
4–5 główek czosnku,
sól,
świeżo zmielony pieprz,
gałązka rozmarynu,
3 łyżki oleju rzepakowego,
1 listek laurowy,
4 ziarna jałowca,
¼ litra czerwonego wytrawnego wina,
ziemniaki,
5 łyżek gęstej kwaśnej śmietany,
szczypta cukru.*

Czas przyrządzenia około 2 ½ godz.

Umyty i osuszony udziec dokładnie naszpikować czosnkiem i rozmarynem, obsypać solą i pieprzem. Rozgrzać olej na patelni i silnie zrumienić udziec ze wszystkich stron. Następnie, przełożyć do brytfanki, podlać tłuszczem, dorzucić liść laurowy i rozgniecione ziarna jałowca. Podlać wywarem na jagnięcinie i dusić pod przykryciem do miękkości przez około 2 godz. W razie potrzeby podlewać wywarem. Gotowe mięso wyjąć z garnka, zawinąć w folię aluminiową i pozostawić w wyłączonym piekarniku jeszcze przez 10 minut. Podgrzać półmisek, na którym będzie serwowana potrawa. Sos zlać przez sito do innego naczynia i podgrzać; dodać wino i zredukować sos. Zahartować sosem śmietaną i połączyć z sosem. Doprawić solą, pieprzem i cukrem. Udziec rozwinąć z folii, usunąć kość, mięso pokroić w plastry, ułożyć na podgrzany półmisku i polać sosem.

Podawać z ziemniakami z wody lub dukanymi (purée), posypanymi natką pietruszki lub koperkiem, z warzywami panierowanymi na maśle z tartą bułką.

2. Rolada z jagnięcej polędwicy w płacie z żeberek

Składniki:

*Antrykot i/lub comber jagnięcy z płatem z żeberek,
sól, pieprz,
tymianek, szalwia, imbir,
główka czosnku,
natka pietruszki i kopru,
kwaśna śmietana.*

Oddzielić od kości polędwicę i płat z jagnięcych żeberek. Natrzeć solą i pieprzem oraz usiekany czosnkiem, posypać tymiankiem. Schab zawinąć w płat z żeberek i związać. Pozostawić na noc lub na 3 godz. w chłodzie. Roladę obsmażyć w rondlu, podlać wywarem i dusić do miękkości. Wyjąć z garnka i zachować w ciepłe w folii aluminiowej. Sos zagęścić łyżką mąki, doprawić, dodać gęstej śmietany i listki świeżej szalwii lub mięty dla aromatu oraz szczyptę imbiru. Można dodać kilka kropel cytryny, posypać pietruszką.

Podawać z purée ziemniaczanym i duszoną młodą kapustą posypaną koperkiem.

3. Gulasz (potrawka) z łopatki jagnięcej lub baraniej

Składniki:

*Łopátka (mogą być żeberka) jagnięce lub baranie,
3 marchewki,
1 seler,
2 pietruszki,
3 cebule,
główka czosnku,
liście laurowe,
ziele angielskie,
ziarna jałowca,
pieprz w ziarnkach,
tymianek lub mieszanka ziół (rozmaryn, majeranek, tymianek, szalwia),
sól,
½ litra czerwonego wytrawnego wina,
szklanka oleju rzepakowego.*

Warzywa kroimy w plasterki, czosnek kroimy niezbyt drobno, ziarnka ucieramy w moździerzu lub mielimy na grubo, ziele angielskie kruszymy. Wino wlewamy do naczynia i rozpuszczamy w nim sól, następnie dodajemy zioła i mieszając wlewamy olej. Dodajemy pokrojone warzywa i mieszamy. Taka marynata dobrze sprawdza się przy zaprawianiu mięsa na gulasz zarówno w przypadku baraniny, jak i dziczyzny. Warzywa z marynaty można, a nawet trzeba, wykorzystać pod koniec podczas duszenia mięsa. Mięso kroimy na kawałki i marynujemy przez noc. Na drugi dzień osączamy i obsmażamy na patelni lub obgotowujemy w wywarze, a następnie dusimy przez około ¾ godz. Następnie, dorzucamy warzywa z marynaty i podlewamy sokiem. Dusimy do miękkości, doprawiamy i ewentualnie zagęszczamy sos (można dodać przecieru lub koncentratu pomidorowego).

Podajemy z plackami ziemniaczanymi, kaszą lub szarymi kluskami. Dodatkiem mogą być buraczki tarte zasmażane na maśle.

4. Ajntopf* na baraninie (skopowinie)

Składniki:

*1 kg zasolonej baraniny (skopowiny) z kością,
uwędzona kość od świńskiego schabu,
skórki z wędzonej słoniny i boczku,
skrawki wędzonego boczku,
skrawki wędzonej szynki,
5 l wody,
mąka,
śmietana;
marchewka, pietruszka, seler, por, cebula, czosnek,
kilka garstek kiszonej kapusty,
kilka ziemniaków,
garstka suszonych grzybów;
liść bobkowy (laurowy),
kubaba (ziele angielskie),
pieprz w ziarnkach,
sól, pieprz mielony,
majeranek.*

Zagotować wodę z pieprzem w ziarnkach i kubabą. Do wrzącej wody wrzucić kilka kawałków skopowiny, kość wędzoną i skórki. Gotować na małym ogniu bez przykrycia, aż mięso będzie prawie miękkie. Dorzucić pokrojone w kostkę warzywa, kiszoną kapustę, ziemniaki, grzyby i liście bobkowe. Po ugotowaniu do miękkości, zrobić zasmażkę z boczku pokrojonego w kostkę i przesmażonego oraz zezłoczonej na nim cebulki i mąki. Zahartować zasmażkę (dodać do niej troszkę zupy) i zaciągnąć zupę. Doprawić solą i rozartym pieprzem. Dodać, jeśli trzeba, kwasu z kapusty dla nadania zupie charakteru. Na koniec dodać drobno posiekany czosnek.

**ajntopf (eintopf) – jednogarnkowe, pożywne i zawiesziste danie, popularne na Kujawach i Pomorzu, często z „wkładką” (kawałkiem mięsa lub kiełbasy).*

5. Garnek „unistawski” z jagnięciną

Składniki:

*1,5 kg ziemniaków,
1 główka kapusty „unistawskiej”,
2 łopatki jagnięce bez kości,
2 gicze jagnięce i ewentualnie stópkę wieprzową,
2 cebule,
3 marchewki,
1 por,
100 g mąki,
masło wiejskie,
sól, pieprz.*

Marynata:

*1 butelka białego wina z Doliny Dolnej Wisły,
cebula pokrojona w piórka,
rozgniecione ząbki czosnku z jednej główki,
gałązki tymianku,
liście laurowe,
ziele angielskie,
pieprz w ziarnkach.*

Pokroić w grubą kostkę mięso z jagnięcych łopatek i zamarynować je w winie z wyżej wymienionymi składnikami przez 24 godz. Obrąć ziemniaki i marchew, pokroić je w cienkie plasterki. Skroić kapustę w cienkie wstążki. Pokroić cebulę w krążki. Odsączyć mięso, ale marynatę zachować. W glinianym garnku lub brytfance posmarowanej masłem ułożyć warstwami krążki cebuli, plasterki ziemniaków i marchwi oraz wstążki kapusty. Na takim podkładzie ułożyć kawałki jagnięciny oraz rozplataną wzdłuż gicz jagnięcą oraz stópkę wieprzową. Warstwę mięsa przykryć kolejno warstwą ziemniaków, kapusty, marchwi i pora. Każdą warstwę posolić i poprószyć pieprzem. Podlać marynatą na wysokość warstwy ziemniaków. Garnek przykryć. Dusić w piecu w temperaturze 200°C przez około 2½ godziny.

6. Gołąbki „unistawskie” z jagnięciną

Składniki:

*główka „gołąbkowej kapusty unistawskiej”,
0,5 kg jagnięciny z łopatki,
150 g ryżu,*

2 cebule pokrojone w kostkę,
6 nieobranych ząbków czosnku,
garść suszonych śliwek węgerek,
ocet winny,
gęsi smalec
oraz **przyprawy**: sól, pieprz, gałka muszkatołowa, ziele angielskie, szczypta suszonego tymianku i kilka gałązek świeżego tymianku, 4 listki laurowe.

Z główki kapusty wyciąć głąb, nie uszkodzając liści. Zanurzyć całą główkę we wrzątku i gotować ok. 10 min. Schłodzić w zimnej wodzie z octem winnym. Zdejmować pojedyncze liście i przygotować je do faszerowania. Rozpłaszczyc i ściać zgrubiałą łodygę. Przygotować nadzienie: ugotować ryż, zrumienić cebulę na gęsim tłuszczu i wymieszać z surową mieloną jagnięciną. Doprawić solą, pieprzem, gałką i ziołami. Ciasno zawijać nadzienie w liście, tworząc nieduże gołąbki równej wielkości. Kilka sporych liści ułożyć na dnie garnka z gęsim smalcem, dodać tymianek, czosnek, listki laurowe, ziele angielskie. Ułożyć gołąbki, zalać niedużą ilością wody i gotować pod przykryciem, aż kapusta zmięknie. Pod koniec wrzucić do sosu śliwki. Gołąbki można również zrobić w sosie z pomidorami zamiast śliwek.

PROMOTION OF SHEEP MEAT PART II. HOW IT'S DONE IN THE LOWLANDS

Summary

The hard-to-overcome organizational and legal barriers and lack of funds make it impossible to overcome the stagnation in the national sheep population and increase the consumption of sheep products. Nevertheless, recent years have seen considerable activity in promoting sheep milk cheeses and sheep meat, also in the lowland areas of Poland. One of the important reasons justifying the efforts to promote sheep meat in the diet of modern Poles is the historically strong position of this type of meat in the culinary heritage of the lowland areas, both in lordly (including royal) and peasant cuisine. From the viewpoint of consumers and culinary experts, the main reasons for the absence of sheep meat in modern Polish cuisine are its relatively high price (especially compared to pork and poultry meat), the aversion of some consumers to sheep meat resulting from its aroma and excessive fatness, and not knowing how to use sheep or lamb carcasses and subject them to culinary processing.

Niche sheep meat and the products and dishes made thereof must be more expensive than pork and poultry meat because pigs and poultry have a greater reproductive potential as a species. However, with the growing wealth of our society, good quality lamb and lamb meat products will find buyers even if the price of 1 kg carcass is 30 zloty. The complete culinary use of the whole carcass and offal makes it possible to feed up to 30 people in a sophisticated way. For the promotion of sheep meat to be efficient, culinary experts have to be employed. This should be linked as closely as possible to regional cuisine to endow concrete dishes or products with "regional identity". The efficient promotion of sheep meat in the lowland regions is governed by the same principles as in the mountain regions, but the natural conditions for this type of action are less favourable.

The article discusses some promotional campaigns from the Kujawsko-Pomorskie region, in which mass fairs and festivities are accompanied by culinary presentations of traditional regional dishes, oriented towards creating and popularizing local products and dishes, as well as thematic meetings and culinary shows, also attended by foreign guests from countries with strong traditions of promoting regional cuisine. These events often feature popular science conferences devoted to selected types of culinary raw materials and the dishes made thereof, and are organized or actively attended by employees of the National Research Institute of Animal Production, who popularize the results of their research in this way.

Fot. w art.: B. Borys