



Warszawa, wrzesień, 2024 r.

*Informacja prasowa*

## **Polska Federacja Hodowców Bydła i Producentów Mleka podsumowuje kolejną edycję projektu o mleku A2A2**

**PFHBiPM od niemal 30 lat wspiera hodowców w ich codziennej pracy, realizując szereg przedsięwzięć, których celem jest promocja konsumpcji mleka. Z końcem 2021 roku organizacja rozpoczęła nowatorski na skalę krajową projekt, którego głównym tematem jest pierwotny wariant tego surowca – mleko A2A2. W tym roku realizowano już trzecią edycję kampanii, która właśnie dobiega końca.**

Uruchomienie produkcji mleka A2A2 byłoby szansą dla polskich hodowców i przetwórców zarówno na podniesienie opłacalności produkcji mleczarskiej w Polsce, jak i większe możliwości eksportowe. I chociaż nie jest ono powszechnie dostępne w naszym kraju, to dotychczasowe działania PFHBiPM w ramach projektu „A2A2 – nowa droga produktów mlecznych – zastosowanie selekcji genomowej w produkcji żywności” pokazują, że w polskich stadach krów mlecznych drzemie potencjał do produkcji tego surowca. Co więcej, również konsumenci, po wstępnym zapoznaniu się z jego właściwościami, wyrażają zainteresowanie, chęć kupna i spożywania mleka A2A2 oraz produktów z niego wytworzonych.

### **Potencjał, którego nie można zmarnować**

Jak przyznaje Leszek Hądzlik, Prezydent PFHBiPM, szanse na rozwój polskiego rynku mleka są duże – i świadczą o tym m.in. wyniki przeprowadzonych przez Federację na przestrzeni trzech edycji projektu badań pilotażowych w hodowlach, które zgłosiły chęć uczestnictwa w programie.

*Badaniom genomowym, w toku których przeanalizowaliśmy próbki pobrane od poszczególnych sztuk bydła, poddaliśmy łącznie ponad 30 300 jałówek i krów. W 2022 roku było to 14 304 jałówki – w tym przypadku okazało się, że 49 proc. z nich ma genotyp A2A2, a kolejne 42 proc. A1A2 i może stanowić populację zapasową. W drugiej edycji, w 2023 roku, zbadaliśmy 16 001 jałówek i krów: tu 51 proc. zgenotypowanych sztuk ma genotyp A2A2, a kolejne 41 proc. A1A2 i może stanowić populację zapasową. Tak dobre wyniki genotypowania samic pozwalają z nadzieją myśleć o rozwoju rodzimego rynku mleka A2, otwierają nowe perspektywy przed hodowcami bydła mlecznego, a jednocześnie są*



*szansą dla konsumentów, którzy z różnych względów zdrowotnych, m.in. nietolerancji pokarmowej na mleko, ograniczają lub rezygnują z jego spożycia – dodaje Prezydent PFHBiPM.*

### **Konsumenci żywo zainteresowani mlekiem A2A2**

W ramach III edycji projektu „A2A2 – nowa droga produktów mlecznych – zastosowanie selekcji genomowej w produkcji żywności”, na zlecenie PFHBiPM i przy wsparciu niezależnego domu badawczego SW Research, zrealizowano badanie opinii konsumentów na temat mleka A2A2. Na 83,3 proc. ankietowanych, którzy zadeklarowali spożywanie mleka i jego przetworów, blisko połowa uznała, że z chęcią kupiłaby mleko A2A2 (49,9 proc.) lub produkty mleczne (33,3, proc.) z niego wytworzone, gdyby były one dostępne w polskich sklepach. Ankietowani wyrazili duże zainteresowanie również zakupem produktów wytworzonych z mleka A2A2, takich jak jogurty, masło, twaróg czy śmietanę. Wśród ankietowanych znalazły się także osoby, które nie piją mleka. ¼ z nich za powód rezygnacji podaje nietolerancję mleka i to również z myślą o nich – według Agnieszki Nowosielskiej, Dyrektora ds. Hodowli PFHBiPM – prowadzone są intensywne działania zmierzające do uruchomienia produkcji mleka A2A2 w Polsce.

*To dodatkowa, potencjalna grupa konsumentów, do których hodowcy i przetwórcy mogliby dotrzeć z tym surowcem. Dlaczego? Mleko A2A2, czyli tzw. mleko pierwotne, wpisuje się jako nowy element dietyki prewencyjnej. Wyróżnia je lepsza przyswajalność i pozytywny wpływ na mikrobiotę jelitową. Jest to produkt skierowany szczególnie do tych konsumentów, którzy borykają się z problemami trawiennymi po spożyciu mleka, osób z nietolerancją na mleko lub cierpiących na problemy wynikające z nadwrażliwości jelit – dodaje Agnieszka Nowosielska.*

### **III edycja projektu**

Działania tegorocznej odsłony projektu objęły komunikację zarówno online, jak i offline, wykorzystując w ten sposób potencjał koncepcji kampanii realizowanej w modelu cross-mediowym. Oprócz kontynuacji banerowej kampanii reklamowej w internetowym serwisie rolniczym oraz kampanii reklamowej w magazynie branżowym, PFHBiPM prowadzi na fanpage’u *DziękujemyŻePijecieMleko* na FB skierowaną do konsumentów komunikację na temat walorów i właściwości mleka, a z myślą o hodowcach – zamkniętą grupę na FB, będącą przestrzenią do wymiany doświadczeń i wiedzy profesjonalistów z branży. Ponadto na kanale YouTube PFHBiPM regularnie publikowano edukacyjne materiały wideo. W tym roku zrealizowano także trzy nowe filmy z ekspertami, w tym dwa skierowane do konsumentów i jeden do hodowców. Na październik zaplanowano także współpracę z ogólnopolskim portalem, w ramach którego powstaną materiały edukacyjne z myślą o konsumentach.



*Działania od samego początku prowadzimy trzytorowo. Kierujemy je do hodowców, przetwórci mleka i konsumentów. Ten model nam się sprawdza i daje naprawdę dobre efekty. Aby hodowcy decydowali się na genotypowanie i wyodrębnianie stad produkujących wyłącznie mleko A2A2, muszą mieć motywację w postaci przekonanych do skupu takiego mleka mleczarni, a jednocześnie – wyedukowanych i świadomych walorów tego mleka konsumentów, którzy będą sięgać po ten surowiec i wytworzone z niego produkty. Dlatego nie wybrałam sobie, by komunikacja projektu nie była skierowana równocześnie do tych trzech grup – mówi Leszek Hądzlik, Prezydent PFHBiPM.*

*Przed nami jeszcze dużo pracy, ale mając na względzie efekty dotychczasowych działań, jesteśmy spokojni, że podołamy wszystkim wyzwaniom. Wspieramy, partnerujemy i trzymamy rękę na pulsie. Mamy ogromną nadzieję, że już wkrótce Polska będzie mogła stanąć ramię w ramię z pozostałymi krajami produkującymi mleko A2A2 – dodaje.*

**III edycja projektu „A2A2 - nowa droga produktów mlecznych – zastosowanie selekcji genomowej w produkcji żywności – edycja 2024” wystartowała w marcu, a zakończy się w październiku br. Projekt jest współfinansowany z Funduszu Promocji Mleka. Więcej informacji o projekcie na stronie <http://a2a2.pfhb.pl>.**

Kontakt dla mediów:

Monika Gajo

Senior Consultant, M&CC

e-mail: gajo@mcconsultants.pl

mob.: 662 031 031