Sprzedaż bezpośrednia dziczyzny – instrukcja

1. Asortyment oraz zasięg sprzedaży

Koła łowieckie i ośrodki hodowli zwierzyny mogą prowadzić bezpośrednią sprzedaż dziczyzny pozyskanej w dzierżawionych lub zarządzanych przez nie obwodach łowieckich. Sprzedaż taka obejmuje :

a. tusze zwierzyny grubej - wypatroszone, w skórze lub oskórowane, oraz jej podroby;

b. tusze zwierzyny drobnej – wypatroszone lub nie, w skórze lub oskórowane, w piórach lub oskubane, oraz jej podroby.

W praktyce sprzedajemy głównie tusze zwierzyny grubej. Natomiast zwierzyna drobna, ze względu na ogólnie niewielkie pozyskanie, może być ofertą raczej tylko niektórych kół łowieckich lub OHZ-ów. Należy zaznaczyć, iż nie możemy dzielić lub rozbierać tusz, gdyż to podlega innej kategorii przepisów i nie jest dopuszczalne w sprzedaży bezpośredniej. Sprzedaży nie podlegają również tusze dzików pozyskanych na podstawie odstrzału sanitarnego. Zwierzyna oferowana w sprzedaży bezpośredniej powinna być pozyskana zgodnie z przepisami prawa łowieckiego, a w przypadku zwierzyny grubej wypatroszona zgodnie z obowiązującymi zasadami. Nadają się do niej jedynie osobniki, które przed odstrzałem nie wykazywały nietypowego zachowania, a przy tym pochodzą z miejsc, co do których nie ma podejrzeń o skażenie środowiska. Ponadto tusze muszą być poddane oględzinom potwierdzonym oświadczeniem, mającym na celu wykluczenie osobników o nietypowych cechach. W przypadku tusz dzików, muszą one mieć odpowiednie badanie weterynaryjne, eliminujące zagrożenie włośniami. W ciągu roku możemy sprzedać do 10 000 kg tusz i podrobów zwierzyny grubej oraz taką samą ilość tusz i podrobów zwierzyny drobnej. Zgodnie z przepisami, wyroby możemy sprzedawać odbiorcy końcowemu, czyli klientom indywidualnym, lub też zakładom zaopatrującym bezpośrednio odbiorcę końcowego. Mogą to być np. restauracje, punkty gastronomiczne lub masarnie. Jeśli chodzi o zasięg sprzedaży, to zasadniczo możemy ją prowadzić na terenie województwa, w którym znajduje się obwód łowiecki, oraz w województwach sąsiednich. W celach promocyjnych, sprzedaż możemy prowadzić również na pozostałym terenie kraju – jednak wtedy należy poinformować pisemnie Powiatowego Lekarza Weterynarii właściwego dla miejsca, w którym taką sprzedaż zamierzamy prowadzić. Informację w tej sprawie należy złożyć co najmniej 7 dni przed rozpoczęciem sprzedaży.

2. Przygotowanie zaplecza technicznego

Podstawą rozpoczęcia sprzedaży bezpośredniej jest uzyskanie zezwolenia, jednak jego wydanie jest uwarunkowane posiadaniem odpowiednich warunków do prowadzenia takiej działalności. Podstawowym elementem i zwykle największą inwestycją jest chłodnia wraz z zapleczem sanitarnym, która może mieć formę kontenerową lub odpowiednio przygotowanego pomieszczenia. Co prawda, w związku z panującym wirusem ASF chłodnie kontenerowe są już dostępne w sprzedaży, jednak ich zakup stanowi znaczący wydatek. Część kół łowieckich posiada już chłodnie zakupione ze środków własnych lub dofinansowanych pod kątem odstrzału sanitarnego, jednak nie wolno umieszczać w nich tusz przeznaczonych do sprzedaży. Do tego celu muszą być przygotowane odrębne chłodnie lub pomieszczenia, które muszą spełniać poniższe warunki:

- zapewniać temperaturę nie wyższą niż 7˚C w przypadku przechowywania tusz zwierzyny grubej oraz 3˚C w przypadku jej podrobów, oraz 4˚C w przypadku tusz zwierzyny drobnej i jej podrobów;

- posiadać odpowiednią konstrukcję i być wykonane z materiałów zabezpieczających przed zanieczyszczeniem znajdujących się w nich produktów (w tym chronić przed dostępem zwierząt) oraz utrzymywane w dobrym stanie technicznym sprzyjającym utrzymaniu czystości i skutecznej dezynfekcji;

- być wyposażone w wentylację wykluczającą powstawianie skroplin;

- mieć naturalne lub sztuczne oświetlenie, które jednak nie może powodować zmiany barwy produktów zwierzęcych;
- posiadać urządzenie dostarczające bieżącą ciepłą i zimną wodę przeznaczoną do spożycia przez ludzi (jeśli woda pochodzi z własnego ujęcia musi być ona co najmniej raz w roku badana pod kątem wymagań określonych dla wody przeznaczonej dla ludzi).

Ponadto w miejscach przechowania tusz i podrobów zwierzyny oraz prowadzenia sprzedaży bezpośredniej takich produktów należy zapewnić:
- wyodrębnione miejsce na sprzęt i środki do czyszczenia i dezynfekcji oraz odpowiednią ilość takiego sprzętu i środków służących zachowaniu porządku i higieny (przy tym czyszczenie urządzeń mających kontakt z produktami zwierzęcymi należy przeprowadzać z użyciem środków, które nie wpływają negatywnie na te produkty);

- wydzielone, zamykane miejsce lub pojemnik na opakowania, jeśli są używane;
- co najmniej jedną umywalkę do mycia rąk, z zimną i ciepłą wodą, oddaloną od stanowisk z tuszami i podrobami zwierzyny, wyposażoną w środki do mycia i higienicznego suszenia rąk;
- dostęp do toalety spłukiwanej wodą i posiadającej naturalną lub mechaniczną wentylację, zlokalizowanej w pobliżu miejsca przechowywania tusz lub podrobów zwierzyny (lecz jej drzwi nie mogą otwierać się do pomieszczenia z dziczyzną).

Sprzedaż promocyjną (np. na targowiskach czy festynach) można prowadzić również ze specjalistycznych środków transportu. Powinny one być skonstruowane w sposób zapobiegający zanieczyszczeniu tusz, utrzymywane w dobrym stanie technicznym oraz mieć wyodrębnione miejsce lub pojemnik na opakowania, jeśli są one używane przy sprzedaży. Temperatura podczas transportu może być wyższa o 2°C w stosunku do temperatur przechowywania określonych powyżej, o ile transport nie trwa dłużej niż 2 godziny. Po tym czasie tusze i podroby powinny być schłodzone do temperatury wyjściowej.

3. Przygotowanie do sprzedaży – ludzie

Do prowadzenia sprzedaży należy wybrać 1-2 osoby, które będą wykonywały wszystkie niezbędne czynności – przyjmowanie i znakowanie tusz, sprzedaż oraz dokumentację z tym związaną. W przypadku tusz dzików, muszą one pobierać próby i dostarczać do badania na obecność włośni. Osoby te powinny także odbyć przeszkolenie weterynaryjne w zakresie oceny zdrowotności tuszy oraz narządów wewnętrznych. Oczywiście, osoby zajmujące się sprzedażą bezpośrednią w razie potrzeby powinny mieć zapewnioną pomoc Zarządu czy innych członków koła. Natomiast pod względem formalnym:

- muszą one posiadać orzeczenie lekarskie o zdolności do wykonywania prac, przy których istnieje ryzyko zarażania innych osób;
- powinny mieć możliwość zmiany odzieży na roboczą, przy tym powinien to być czysty ubiór w jasnym kolorze, w tym nakrycie głowy zasłaniające włosy;
- przestrzegają one zasad higieny, na przykład myją ręce przed każdym kontaktem z dziczyzną lub po każdym zabrudzeniu;
- utrzymują urządzenia i sprzęt w dobrym stanie technicznym i w czystości, na przykład myją i dezynfekują go w odpowiedni sposób po każdym zakończeniu pracy;
- zgodnie z zasadami higieny oraz przepisami przechowują i usuwają odpady, jeśli takie powstają podczas prowadzenia działalności.

4. Uzyskanie zezwolenia

Wszystkie formalności w tym zakresie załatwia się w Powiatowym Inspektoracie Weterynarii właściwym dla miejsca prowadzenia sprzedaży. Pisemny wniosek w tej sprawie składa się co najmniej 30 dni przed planowanym rozpoczęciem działalności. Powinien on zawierać:

- nazwę, siedzibę i adres wnioskodawcy;

- numer NIP;

- wskazanie rodzaju i zakresu działalności, czyli listę produktów, które będą sprzedawane;

- określenie lokalizacji, w której będzie prowadzona działalność.

Do wniosku dołącza się zaświadczenie albo oświadczenie, iż koło łowieckie należy do Polskiego Związku Łowieckiego oraz posiada osobowość prawną, zgodnie z przepisami Prawa Łowieckiego. W przypadku OHZ - zaświadczenie albo oświadczenie o prowadzeniu ośrodka hodowli zwierzyny przez zarządcę obwodu łowieckiego na podstawie decyzji ministra właściwego do spraw środowiska, wydanej na podstawie przepisów Prawa Łowieckiego. Ponadto wniosek powinien zawierać klauzulę o świadomości odpowiedzialności karnej za złożenie fałszywego oświadczenia. Wymagania te opisane są szczegółowo w ustawie o produktach pochodzenia zwierzęcego (Dz. U. 2019, poz. 824, art. 21). Jeśli warunki prowadzenia takiej działalności zostaną spełnione, Powiatowy Lekarz Weterynarii wpisuje wnioskodawcę do rejestru i nadaje weterynaryjny numer identyfikacji.

5. Prowadzenie sprzedaży – dokumenty i znaczniki

Przepisy określają, iż wykonując sprzedaż bezpośrednią tusz i podrobów zwierzyny należy prowadzić i przechowywać co najmniej przez rok dokumentację, która powinna zawierać:

- informację o ilości produktów sprzedanych w danym miesiącu;
- pozwolenia i wyniki niezbędnych badań;
- orzeczenia lekarskie obsługi;
- ewentualne wyniki badania wody;
- wyniki badania tusz dzików pod kątem występowania włośni.

Dokumentację tę udostępnia się na żądanie właściwego powiatowego lekarza weterynarii. Choć prowadzenie bardziej szczegółowych rejestrów nie jest wymagane przez odnośne

rozporządzenie, to dla przejrzystości oraz identyfikacji wyrobów i odbiorców, dokumentacja powinna zawierać również:

- dane myśliwego, który pozyskał zwierzynę;
- opis pozyskanej tuszy, w tym wagę oraz miejsce i datę pozyskania;
- nr znacznika tuszy;
- protokół z oględzin tuszy przez myśliwego;
- dane osoby lub podmiotu, któremu sprzedawana jest tusza.

Ważnym i niezbędnym elementem sprzedaży są znaczniki, którymi oznaczamy każdą tuszę lub partię podrobów. Zasadą wynikającą z przepisów bezpieczeństwa żywności jest bowiem to, iż każdy produkt powinien być identyfikowalny zarówno w czasie przechowywania, sprzedaży, jak i przewozu. Znaczniki takie, podobne jak w punktach skupu, najlepiej zamówić u producenta i to w większej partii, co obniży koszty. Na znaczniku, oprócz kolejności numeracji, dobrze nadrukować również nazwę koła. Ponieważ w większości będziemy sprzedawać tusze dzików, dobrze zamówić znaczniki w formie podwójnej – wtedy dłuższy zakładamy na tuszę, a krótszy wkładamy do próbki mięsa przekazywanego do badania.

6. Prowadzenie sprzedaży – higiena przechowywania tusz oraz obsługi klienta

Kolejnym ważnym elementem w sprzedaży jest czystość i estetyka zarówno obiektu, jak i oferowanego towaru czy obsługi klienta. Dlatego w chłodni nie powinno być śladów krwi czy brudu, a tusze oczyszczone i dobrej jakości. Do sprzedaży należy wybierać tylko dobrze strzelone sztuki, które mają nienaruszone najcenniejsze części jak szynki i combry. W innym przypadku należy uprzedzić o tym klienta - a jeśli się zdecyduje na zakup, to odpowiednio obniżyć cenę. Dokładna ocena i kwalifikacja dotyczy zwłaszcza tusz pochodzących z polowań zbiorowych, mających czasem kilka postrzałów, które nie zawsze są dobrze widoczne. Lepiej to ocenić po oskórowaniu, które powinniśmy robić na życzenie klienta. Pomijając bowiem umiejętności, poza rolnikami wiele osób nie ma warunków do takich czynności. Oprócz tego będą miały kłopot z pozbyciem się odpadów - skóry, łba czy kości, które nam łatwiej zutylizować. Zwłaszcza w obecnej sytuacji epidemicznej, powinniśmy mieć również zapas rękawiczek jednorazowych oraz folii do zabezpieczania tusz oskórowanych. Środki te powinny się znajdować w miejscu sprzedaży, a nie być przynoszone doraźnie z innych miejsc.

7. Marketing i reklama sprzedaży

Z promocją sprzedaży i marketingiem nie powinno być problemu. Obecnie możliwości przekazu informacji są bardzo szerokie – od portali społecznościowych, lokalnej prasy czy mediów, po ogłoszenia czy ulotki. Przynajmniej na początek, nasza oferta powinna być skierowana przede wszystkim do społeczności lokalnych, w których działamy. W pierwszej kolejności należy tu wziąć pod uwagę rolników, wszak to na ich polach zwierzyna się żywi i wyrządza szkody. Tusze możemy też oferować sklepom i zakładom gastronomicznym. Należy podać ofertę, ceny, chociaż przybliżone terminy odbioru oraz telefony kontaktowe do osób, które będą przyjmowały zamówienia oraz udzielały szczegółowych informacji. Zapisujemy terminy zgłoszeń, rodzaj czy orientacyjną wagę zamawianej tuszy oraz telefon kontaktowy do klienta, a następnie realizujemy zamówienia według kolejności. Jeśli chodzi o wysokość cen, to trudno byłoby podawać jakieś uniwersalne stawki, wszak mogą one być różne w zależności od warunków lokalnych. Można się posłużyć średnimi cenami kół łowieckich czy nadleśnictw, które prowadzą już sprzedaż i zamieszczają swoją ofertę w Internecie. Na pewno tusze oskórowane muszą być droższe, aby pokryć koszt robocizny oraz utylizacji odpadów. Należy brać pod uwagę ilość tusz jaką możemy zaoferować do sprzedaży i ponoszone koszty, ale także możliwości zdobycia klientów. Ceny powinny być zatem przystępne dla statystycznego obywatela.

Rozporządzenie Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi określające zasady prowadzenie bezpośredniej sprzedaży dziczyzny można znaleźć pod adresem:
http://prawo.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU20150001703/O/D20151703.pdf