**Droga Bielucha do Unii Europejskiej**

**Trasa tegorocznego Media Touru dla dziennikarzy ogólnopolskich mediów drukowanych i internetowych wiodła sprzed Pałacu Kultury i Nauki w Warszawie do pałacu Zamoyskich w Kozłówce, a dalej do karczmy „Siwy Dym” w Celejowie.**

Myślą przewodnią wyprawy było pokazanie, jak gospodarka rynkowa oraz dziesięciolecie Polski w Unii Europejskiej wpłynęło na rozwój i kondycję Spółdzielni Mleczarskiej Bieluch w Chełmie.

Jednak nie samym chlebem człowiek żyje, więc IMR advertising by PR postanowiła zapewnić uczestnikom także strawę dla ducha, stąd zwiedzanie pałacu-muzeum rodu Zamoyskich oraz Galerii Sztuki Socrealizmu, poprzedzone śniadaniem w parkowej restauracji Pavilion.

Merytoryczna część wyjazdu miała miejsce w karczmie „Siwy Dym”. Podczas konferencji prasowej prezes SM Bieluch Waldemar Skibiński przedstawił osiągnięcia spółdzielni w minionych 20 latach i jej rozwój dzięki członkostwu Polski w Unii Europejskiej. **Agnieszka Lenart** pokazał nowe produkty, a wśród nich mleko w foliowym dzbanku, który został wykonany w 60 procentach z kredy, której pokłady znajdują się pod Starówką w Chełmie.

Produkty marki Bieluch powstają z mleka pochodzącego z najczystszego regionu Polski - województwa lubelskiego - co przekłada się na doskonałą jakość i walory smakowe. Serek naturalny Bieluch od lat posiada odnawialny znak Poznaj Dobrą Żywność, a serek Bieluch lekki jest rekomendowany przez Centrum Leczenia Otyłości. Dosłownie kilka dni temu Masło Extra Bieluch 200 g o zawartości tłuszczu 82 proc. zajęło pierwsze miejsce w XVI Krajowej Ocenie Masła i Mlecznych Produktów Wysokotłuszczowych podczas VII Euroforum Polskiego Mleczarstwa we Wrocławiu, gdzie spółdzielnię reprezentował wiceprezes **Janusz Mojak.**

Produkty mleczarskie Bieluch można jeść bezpośrednio, tak, jak zostały wyprodukowane. Można też wykorzystać je kulinarnie na nieograniczoną liczbę pomysłów. Temu służyły warsztaty kulinarne pod kierownictwem **Agnieszki Filiks**, „Kulinarnego Ambasadora Bielucha na rok 2014”.

Dziennikarze przygotowali kilka potraw wykorzystując masła, śmietany, jogurty i sery z logiem Ducha Bielucha na opakowaniach. To były dopiero przystawki. **Agnieszka Filiks** przygotowała kilkadziesiąt potraw i deserów, wśród których absolutnym hitem okazała się zupa z młodych pokrzyw przykarczmianego ogródka warzywnego, z dodatkiem wołowiny.

Przepisy zostały opracowane przy udziale **Moniki Iskandar**, dyrektor zarządzającej IMR advertising by PR.

Pokrzepionym intelektualnie i smakowo dziennikarzom przez prawie godzinę przygrywała góralska kapela, w której pierwsze skrzypce (i na gitarze) grali właściciele „Siwego Dymu” – **Piotr Majerczyk** i **Grzegorz Pintscher.**

Autokar rozbawionych dziennikarzy dotarł do Warszawy o godzinie 23.