

TRENDY NA POLSKIM RYNKU SADOWNICZYM

RAPORT 2019



UNIA OWOCOWA
Stowarzyszenie
Polskich Dystrybutorów
Owoców i Warzyw

Wszelkie prawa zastrzeżone – cytowanie fragmentów dozwolone ze wskazaniem:

źródła: Trendy na Polskim Rynku Sadowniczym, 2019”,

autora: Stowarzyszenie Polskich Dystrybutorów Owoców i Warzyw „Unia Owocowa”.



Raport został objęty honorowym patronatem Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi

Spis treści

1. Przedmowa Stowarzyszenie Polskich Dystrybutorów Owoców i Warzyw „Unia Owocowa”	3
2. Komentarz Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi	4
3. Komentarz Krajowego Związku Grup Producentów Owoców i Warzyw	5
4. Komentarz Związku Sadowników Rzeczypospolitej Polskiej	6
5. Komentarz Głównego Inspektora Ochrony Roślin i Nasiennictwa	7
6. Komentarz Macieja Maciejewskiego	8
7. Sytuacja rynkowa – jabłka i gruszki 2019	10
Sezon 2019/2020 – produkcja jabłek i gruszek	10
Produkcja jabłek	10
Najbardziej popularne odmiany	12
Produkcja gruszek	13
Sprzedaż owoców	14
Dane dotyczące eksportu dla całej UE	15
Dane dotyczące eksportu dla Polski	16
Konkurencja w eksporcie	18
Konsumpcja owoców	18
Czas na polskie superowoce!	20
Promocja polskich owoców za granicą	20
8. Prognozy rozwoju rynku – 2019	23
Dynamiczny rozwój sadów w Serbii, Rumunii i na Ukrainie	23
Potrzeby sektora	23
Wzrost wymagań dotyczących wytwórców	23
O grupach producenckich	23
Konieczność koncentracji rynku	24
Problemy sektora	24
Branża sadownicza i problemy rynku pracy	26
Branża sadownicza i wdrożenie e-commerce	26

Według Janusza Wojciechowskiego	28
Wyzwania ekologiczne	29
Dostosowanie do wymagań merchandisingu	30
Transparentność i dobra komunikacja	30
Biologiczna ochrona	30
Potrzeby sektora	31
Trendy konsumenckie	31
Szanse dla sektora	31

9. Organizacje i stowarzyszenia producentów wsparciem dla rolników	33
---	-----------

10. Wyniki badania na sadownikach i grupach producenckich	35
--	-----------

Pesymistyczne nastroje branży sadowniczej	35
Największe problemy branży sadowniczej	35
Czynniki sukcesu	37
Kierunki eksportu	37
Konieczność łączenia się w grupy	38
Nie tylko jabłka	39
Dane dotyczące badanych	39

11. Innowacje technologiczne – wykorzystanie dronów etc.	40
---	-----------

Drony, rolnictwo 5.0. I cyfrowe uprawy – innowacje przyszłością rolnictwa	40
---	----

12. Komentarze sadowników nt. grup producenckich i samych przedstawicieli grup.	42
--	-----------

1 Przedmowa Stowarzyszenie Polskich Dystrybutorów Owoców i Warzyw „Unia Owocowa”



Wokół polskiej branży sadowniczej w ostatnich latach narosło wiele kontrowersji. Mówi się o przegapieniu „polskiej szansy” na długotrwałe przewodnictwo w Europie w kwestii eksportu jabłek, jak również o zagrożeniach, jakie niesie rozwój produkcji jabłek na Ukrainie.

Wyzwaniem staje się poszukiwanie nowych rynków zbytu oraz technologiczne przygotowanie do coraz wyższych wymagań odbiorców hurtowych i detalicznych. Rosną zarówno wymogi jakościowe, jak również zwiększa się liczba wymaganych certyfikatów oraz procesów, które mogą np. zagwarantować bezpieczny eksport jabłek do odległych lokalizacji, np. Indii, Singapuru, Chin i Egiptu etc.

Faktem jest, że silna branża sadownicza wymaga zjednoczenia rynku. Grupy producenckie, które mogą negocjować lepsze warunki zarówno z sieciami handlowymi, jak również z kontrahentami zagranicznymi, powinny dysponować jasną wizją i strategią rozwoju. Ich celem powinno być zapewnienie sadownikom lepszych warunków rynkowych, badań i technologii oraz zabezpieczenie przechowania zbiorów.

Dziś, kiedy rynek wschodni nie jest już głównym odbiorcą polskich produktów sadowniczych, a są nim często lokalni odbiorcy i sieci handlowe, silna grupa producencka pozwala producentom jabłek na negocjację lepszych warunków zbytu. Przynosi to firmom możliwość prowadzenia jednolitej produkcji, wprowadzania systemów jakości i wspólnych działań marketingowo-sprzedażowych do największych klientów. Według szacunków Stowarzyszenie Polskich Dystrybutorów Owoców i Warzyw „Unia Owocowa” w 2018 roku pomogło zrzeszonym w niej sadownikom sprzedać całość produkcji pomimo ogromnej podaży jabłek na rynku.

W niniejszym raporcie chcemy pokazać jakie są główne europejskie trendy dotyczące produkcji jabłek oraz ich sprzedaży, jak również zaprezentować najnowsze prognozy.

W ramach przygotowania niniejszego raportu zebraliśmy dane rynkowe, jak również dane od sadowników i grup producenckich, które pokazują wysiłek branży włożony w produkcję owoców, szkolenia personelu, rozwój technologiczny oraz inwestycje w sektorze sadowniczym. Dane te przedstawiają naszym zdaniem obraz polskiego rynku jabłek oraz definiują trendy mu towarzyszące.

Należy podkreślić, że polskie owoce i warzywa wyróżniają się pod względem jakości i niepowtarzalnego smaku. Produkcja owoców i warzyw w Polsce spełnia najbardziej rygorystyczne standardy europejskie i światowe, a unikatowe warunki klimatyczne i glebowe wpływają na wyjątkowy aromat, smak owoców oraz warzyw. Polscy producenci przykładają ogromną wagę do podtrzymywania tradycji produkcji przekazanej przez starsze pokolenia i umiejętnie łączą ją z najnowocześniejszymi rozwiązaniami technicznymi. Jeśli się skonsolidujemy i skupimy na dołączaniu do grup i zrzeszaniu grup producenckich, zyskamy lepszą pozycję do negocjacji, będziemy mogli sprzedać więcej i na lepszych warunkach, zdobędziemy nowe rynki.

życzę Państwu miłej lektury,

Arkadiusz Gaik
Prezes Stowarzyszenia Polskich Dystrybutorów Owoców i Warzyw „Unia Owocowa”



Doceniam trud włożony przez Unię Owocową w opracowanie raportu dotyczącego trendów na polskim rynku sadowniczym. To pierwszy krok na drodze do poprawy konkurencyjności branży. Krok służący wypracowaniu planów operacyjnych. Dziś nie jest sztuką wyprodukowanie, lecz sprzedaż. Rynek światowy cechuje niebywala konkurencja. W obecnych czasach nie ma problemu z przemieszczaniem świeżych owoców i warzyw. Przewagą rolników z Niemiec, czy Francji nie jest już lepsza technika, czy większe wsparcie finansowe. Ich siłą jest stopień zorganizowania. W przeciwieństwie do polskich rolników, razem wykorzystują maszyny i wspólnie zaopatrują się w środki do produkcji. Potrafią wspólnie przygotować ofertę rynkową i razem negocjują ceny. Niejednokrotnie wspólnie działają w zakresie przetwórstwa.

Nam tego brakuje. Im wcześniej przełamiemy niezrozumiałe dla mnie bariery i uprzedzenia, im szybciej zaczniemy wspólnie pracować, tym szybciej poprawimy własną sytuację na globalnym rynku. Produkcja żywności świeżej, nieprzetworzonej, owoców i warzyw powinna opierać się na zorganizowanych rolnikach i na zorganizowanych sadownikach.

Raport to dobry początek. Teraz czas przejść do planów, ich wdrażania i rzetelnej, wspólnej pracy. W przeciwnym przypadku szybko stracimy rynki, bo przestaniemy być konkurencyjni.

*Jan Krzysztof Ardanowski
Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi*



„Najpierw sprzedaj, a potem posadź” – radził producentom śp. prof. Eberhard Makosz, tak też powie każdy specjalista od marketingu. Nawet najwyższej jakości produkt, trzeba jeszcze korzystnie sprzedać i cały czas liczyć koszty i przychody, patrząc, czy to się opłaca.

Często słyszymy, że Polska jest europejskim, czy nawet światowym liderem w produkcji jabłek, wiśni, owoców jagodowych. Lider nakreśla kierunki, trendy, za nim podążają inni. Polska niestety nie pełni takiej roli w produkcji sadowniczej. Próbuje natomiast gonić, naśladować inne państwa i w tej pogoni tak się zagalopowaliśmy, że staliśmy się największym w Europie producentem w wymiarze powierzchni i ilości ton produkowanych niektórych owoców, nie powielamy niestety ich struktur rynkowych, zorganizowania.

Ile jabłek potrzeba? Tyle ile można sprzedać. Zapotrzebowanie na jabłka deserowe zapewne nie przekracza 1,5 mln ton (1 mln na eksport i 0,5 mln ton na rynek wewnętrzny), reszta to owoce, które zagospodarowuje przemysł przetwórczy. Jabłko deserowe i do przetworzenia, to dwa różne produkty wymagające innych odmian, innych technologii produkcji. Trzeba tę produkcję rozdzielić.

Organizacje, zrzeszenia i firmy handlowe uczestniczące w targach Fruit Attraction w Madrycie, odpowiadając na pytanie o dostosowanie polskiej oferty do potrzeb rynku, stwierdzają, że naszym największym problemem jest brak możliwości zapewnienia jednolitych partii towaru przez długi czas. Klienci są zainteresowani głównie jabłkami określonych odmian. Posiadamy takie odmiany w ofercie, jednak nie w takiej ilości, aby móc oferować stałe, regularne dostawy, co w potencjalnej, długofalowej współpracy jest znacznym problemem, gdyż kupcy szukają stałych dostawców.

Reasumując, nasze problemy na rynku deserowym to: brak jednolitych, dużych partii towaru pozwalających zachować ciągłość dostaw, brak wystarczającej ilości owoców oczekiwanych przez rynek odmian. Co może przyczynić się do likwidowania tych problemów? – otóż nie da ukryć, że realizujące swoje cele organizacje producentów i ich zrzeszenia mogą niwelować te problemy.

W Europie Zachodniej, USA producenci są zorganizowani, w Ameryce Południowej, Nowej Zelandii, czy państwach na wschód od Polski, nawet niewielkie gospodarstwa sadownicze mają często większy potencjał handlowy od polskich organizacji, a przecież ok. 90% polskich sadowników gospodarując na niewielkich powierzchniach, nie jest zorganizowana. Jak w tej sytuacji sprostać konkurencji?

Sadownictwo boryka się z szeregiem problemów i ograniczeń zewnętrznych a niektóre z nich będą narastać w kolejnych latach. Niemniej jednak zagrażające przyszłości są problemy wewnętrzne, strukturalne. Chcąc się bronić, sadownicy muszą mieć własną, wspólną strategię dla polskiego jabłka (ale też innych owoców), muszą być zorganizowani i zjednoczeni. Trzeba doskonalić produkcję jabłek deserowych w kierunku najwyższej jakości, zmieniać strukturę odmianową, pokusić się o wprowadzenie odmian klubowych, prowadzić działania marketingowe na najwyższym poziomie, dbać o pozycję na obecnych rynkach i pozyskiwać nowe. To jeszcze da się osiągnąć.

Witold Boguta

Prezes Zarządu Krajowego Związku Grup Producentów Owoców i Warzyw



Sadownictwo w Polsce znalazło się obecnie w kryzysie i prawdę mówiąc nie ma zbyt wielu podstaw do optymizmu. Eksport do Rosji, który był podstawowym sposobem zagospodarowania stale rosnącej produkcji jabłek i innych owoców deserowych praktycznie nie istnieje, a przemysł przetwórczy nie ma zamiaru współpracować z nami na cywilizowanych warunkach. Wiele osób wciąż nie zdaje sobie sprawy z tego, że nie ma na świecie drugiego tak dużego importera owoców jakim jest Rosja, z którą już nie podejmiemy takich relacji handlowych jak dotychczas. Biorąc jeszcze pod uwagę stale rosnące koszty produkcji, które powodują, że staje się ona po prostu nieopłacalna.

Musimy mieć świadomość tego, że czasy sadownictwa, w których dominowała produkcja „na ilość” bezpowrotnie mijają. Na owocach do przerobu w sezonie bez zdarzeń losowych też raczej nie zarobimy.

Siermiężne sadownictwo mija i kto tego szybko nie zrozumie, ten odpadnie.

Pod względem technicznym jesteśmy obecnie świetnie przygotowani, programy pomocowe spowodowały niesamowity postęp i teraz trzeba to umiejętnie wykorzystać. Rynek jest bezwzględny i tak, jak kiedyś my wykończyliśmy konkurencję na rynku rosyjskim, tak jutro musimy to zrobić w wielu innych miejscach. Nie zrobimy już tego ceną, bo one sięgnęły dna, więc musimy to osiągnąć bardziej inteligentnymi metodami.

Trzeba więc maksymalnie spowolnić wzrost kosztów, szczególnie siły roboczej i energii oraz zacząć uzyskiwać w handlu lepsze ceny, przestać śmiertelnie wzajemnie ze sobą konkurować. Potrzebne jest do tego ściśle współdziałanie wielu ośrodków i instytucji, zarówno prywatnych, jak też państwowych. Trzeba też bezwzględnie skoordynować dziś rozproszone i przez to nieskuteczne działania.

Wymieńmy więc raz jeszcze najważniejsze zadania dla branży na kilka najbliższych lat: próba powrotu na rynek Wschodni, urzędowe otwarcie nowych krajów dla naszych owoców, ochrona własnego rynku przed tanim importem spoza UE, promocja i wsparcie eksportu, uregulowanie rynku owoców do przetwórstwa poprzez umowy kontraktacyjne, zapewnienie dostępności taniej siły roboczej i uproszczenie procedur jej zatrudniania, otwarcie rynku dla pracowników z nowych krajów, sprawny system ubezpieczenia od klęsk pogodowych, wsparcie zewnętrzne na zakładanie plantacji w najnowszych technologiach, poprawa jakości produkcji, wzrost udziału w produkcji atrakcyjnych w handlu międzynarodowym odmian, wprowadzenie polskich odmian klubowych, rozwój produkcji bez pozostałości i bio, zmniejszenie kosztów energii, ograniczenie polsko – polskiej konkurencji w handlu.

To najważniejsze zagadnienia! Jest jednak wiele innych koniecznych do realizacji w najbliższych latach, które mają na celu utrzymanie pozycji Polski jako największego producenta i eksportera jabłek w Europie i na świecie.

Mirosław Maliszewski
Prezes Związku Sadowników Rzeczypospolitej Polskiej



Polska jest głównym producentem jabłek w Europie i jednym z ważniejszych producentów na świecie. Owoce produkowane są w oparciu o integrowane metody, zapewniające uzyskanie produktu wysokiej jakości. Jednak, biorąc pod uwagę skalę produkcji w Polsce, tylko 1/3 owoców jest przeznaczona na eksport.

Państwowa Inspekcja Ochrony Roślin i Nasiennictwa kontynuuje działania w zakresie otwierania nowych rynków dla towarów pochodzenia roślinnego.

W perspektywie ostatnich 5 lat zostało otwartych 9 nowych kierunków, do których mogą być eksportowane polskie jabłka (Kanada, Chiny, Wietnam, Tajlandia, Kolumbia, Kostaryka, Indie, Izrael). Niemniej jednak, pomimo możliwości eksportu do nowych odbiorców, skala eksportu utrzymuje się na przestrzeni lat na podobnym poziomie.

Polskie jabłka w przeważającej mierze są sprzedawane na rynki innych krajów Unii Europejskiej, Białorusi oraz krajów Afryki.

Mała skala eksportu na dalekie rynki jest spowodowana przede wszystkim odległym transportem, który jest bardziej wymagający i kosztowny pod kątem przygotowania owoców i doboru odmian. Z drugiej strony samo uzgodnienie wymagań fitosanitarnych, w oparciu o które owoce mogą być eksportowane, nie jest wystarczającym mechanizmem do uruchomienia eksportu. Jednym z istotnych działań podejmowanych przez podmioty powinien być aktywny udział w targach oraz akcjach promocyjnych, organizowanych przez Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa, co umożliwi nawiązywanie kontaktów z partnerami handlowymi z różnych krajów świata. Ma to istotne znaczenie, biorąc pod uwagę skalę produkcji owoców w Polsce oraz koszty, jakie poniosła branża sadownicza, inwestując w nowoczesną infrastrukturę.

Mam nadzieję, że działania podejmowane przez Inspekcję zostaną w pełni wykorzystane przez sektor ogrodniczy i przyczynią się do rozwoju eksportu w kolejnych latach. Zdobywanie nowych rynków staje się coraz trudniejszym wyzwaniem z uwagi na rosnącą konkurencję na świecie, a branża powinna w pełni już teraz wykorzystać możliwości, jakie zostały udostępnione polskim producentom i handlowcom.

Andrzej Chodkowski
Główny Inspektor Ochrony Roślin i Nasiennictwa

**Komentarz do sytuacji w sadownictwie**

Obecnie sytuacja w sadownictwie należy do jednej z najtrudniejszych w ostatnich latach. Z pewnością nie jest to pierwszy raz i na pewno nie ostatni. Do analizy tej należy podejść wielowątkowo, według mnie najważniejsze elementy które należy brać pod uwagę to: nadprodukcja, niski procent zorganizowania branży, brak długoterminowej strategii oraz podwójne embargo nałożone przez Federację Rosyjską na producentów jabłek.

Wszystkie te czynniki łącznie spowodowały, że nasza branża znalazła się w bardzo trudnej sytuacji. Jak do tego doszło, embargo federacji rosyjskiej odstąpiło największą słabość – brak strategii, brak skoordynowanych działań.

Od czasu wejścia do UE w sposób niekontrolowany rośnie produkcja jabłek w naszym kraju, większość producentów upatrywała dobrego interesu w wysokowydajnej średnio jakościowej produkcji jabłek na rynek rosyjski. W nowo zakładanych sadach zbyt mały był udział odmian poszukiwanych na światowych rynkach (jędrnych, jednokolorowych, słodkich). Po drugie przez kilka lat w sadownikach była podtrzymywana nadzieja że wrócimy na rynek Rosyjski. Z drugiej strony w roku 2014 byliśmy dopiero po 10 latach procesu intensywnej organizacji runku. Nasze organizacje były w tym czasie jeszcze młode, nie wszystkim udało się zbudować relację między grupami a sadownikami nie mówiąc o długotrwałej strategii.

W nowych nasadzeniach był zbyt mały udział odmian światowych (jędrnych, jednokolorowych, słodkich). Po drugie przez kilka lat w sadownikach była podtrzymywana nadzieja, że wrócimy na rynek Rosyjski. Z drugiej strony w roku 2014 byliśmy dopiero po 10 latach procesu intensywnej organizacji rynku. Nasze organizacje były w tym czasie jeszcze młode, nie wszystkim udało się zbudować relację między grupami a sadownikami nie mówiąc o długotrwałej strategii.

Na szczęście część organizacji zauważyła potrzebę szukania nowych rynków zbytu i wysyła tam swoje produkty. Eksport owoców na nowe rynki to proces długotrwały, czasochłonny i kosztowny, dlatego zawsze musimy pamiętać, że owoce muszą być dopasowane do wymagań danego rynku i do czasu transportu.

Nie można przejść obojętnie obok tematu jabłka przemysłowego, rozwijający się rynek soków NFC dał szansę na zmiany na tym rynku. W 2017 roku zostały podpisane pierwsze umowy kontraktacyjne 3 letnie na średnią cenę z 10 lat (0,46 zł/kg) niestety jak cena rynkowa przekroczyła 0,48 zł/kg umowy zostały wypowiedziane przez dostawców. Jak wszyscy pamiętają w roku 2018 cena przemysłu oscylowała około 0,1 zł/ kg.

Co dalej. Dróg jest kilka – ja chcę przedstawić jedną z nich.

Ewolucja jest lepsza niż rewolucja, a po czasie wzrostu przychodzi czas na rozwój. W przypadku naszej branży chodzi o to żeby w jak najlepszy sposób wykorzystać wszelkie zasoby które posiadamy. Jeżeli gospodarstwa są w kiepskiej sytuacji finansowej, a dodatkowo nie posiadają nasadzeń spełniających wymagania rynku świeżego, trudno od nich wymagać dalszego zadłużania i czekania kilka lat na plony. W takiej sytuacji warto przemyśleć jest prowadzenie produkcji jabłek przemysłowych pod kontrakt np. bez pozostałości pestycydów. Jeżeli sad ma powyżej 10-12 lat powinien on być już zamortyzowany, a więc do kosztów produkcji wlicza się tylko koszty bieżące, a te w przypadku jabłek przemysłowych są niższe. Ale te kwatery które są w dobrej kondycji, z pożądanymi odmianami i dają szansę na owoc najwyższej jakości, powinny być szczególnie doinwestowane, żeby wyprodukować owoce, które nie tylko dołyną w najdalsze zakątki, ale również wytrzymają dystrybucję.



W związku z tym konieczna jest kampania informacyjna mówiąca o: światowej produkcji jabłek, wymaganiach rynku dotyczących jakości zewnętrznej (odmiany, wielkość, wybarwienie, sposób przygotowania) oraz wewnętrznej (jędrność, zawartość cukru, poziom pozostałości) oraz warunkami dostępu do runku (rejestracja, środki ochrony, certyfikaty).

Tam gdzie nie ma zaufania, tam nie ma biznesu. Nie wszystkie grupy zostały założone w sposób optymalny, ale to nie znaczy, że trzeba je przekreślać. Jeżeli mówimy o przyszłości tak ogromnej branży to jedno jest pewne – tu nie ma miejsca na obrażanie się, tu trzeba rozmawiać. Według mnie nie ma lepszej formy organizacji runku owoców i warzyw niż grupy i uznane organizacje, a więc obowiązkiem jest ratowanie tego co jest. Podstawą powinien być dialog dla oczyszczenia atmosfery. Po oczyszczeniu atmosfery można planować dalsze działania, ale zawsze na twardych danych (pełna wielkość i jakość produkcji oraz koszty przygotowania do sprzedaży i perspektywy zbytu).

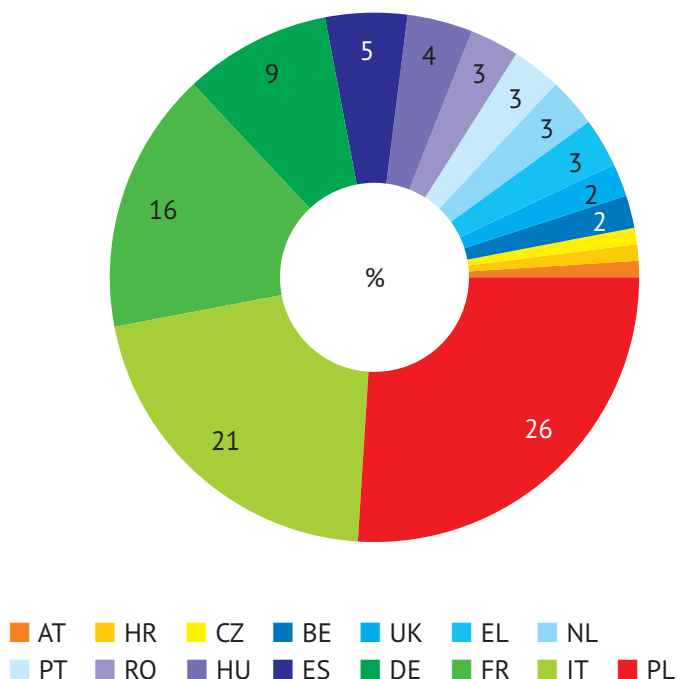
Jednocześnie należy pamiętać, że nasz kraj nie jest samotną wyspą, produkcja jest i będzie się rozwijać u dalszym i bliższym sąsiedztwie. Trzeba się liczyć z tym, że będziemy mieli konkurentów nie tylko na rynkach eksportowych, ale całkiem możliwe że na rynku krajowym. Jeżeli cały czas będziemy sprzedawać owoce jako markę własną supermarketów i nie przywiążemy konsumentów do markowych owoców, to detaliści bez problemu będą mogli zmienić dostawcę. Ale marka owoców nie może być tylko znaczkiem, za tymi owocami musi iść wartość dodana smak, jakość i dbałość o środowisko. Czy tego chcemy czy nie, konsument będzie coraz bardziej świadomy i będzie chciał coraz więcej wiedzieć o produkcie, niewykluczone, że będzie chciał znać nawet rejestr zabiegów ochrony.

Naszą branżę czekają duże zmiany. Mam nadzieję, że będzie to ewolucja dzięki której wykorzystamy te zasoby które mamy, a nie rewolucja, gdzie będzie musiało być wyrwanych 60-70% sadów.

Maciej Maciejewski
prezes Stowarzyszenia Sady Grójeckie

7 Sytuacja rynkowa – jabłka i gruszki 2019

Drzewa owocowe zajmują prawie 1,3 miliona hektarów (ha) gruntów w Unii Europejskiej. Ponad 1/3 tej liczby przypada na sady jabłoniowe (473 500 ha, 37%, wg. danych Eurostat z 2017 r.). Polska odgrywa ważną rolę w sektorze sadowniczym w Europie i łącznie z Hiszpanią oraz Włochami, należy do trzech krajów, w których skoncentrowane jest 2/3 całkowitej powierzchni plantacji owoców w UE, jak również jest jednym z czterech największych producentów jabłek w Europie. Należą do nich poza Polską: Włochy, Francja i Niemcy¹. W tym sezonie te cztery kraje uzyskają ponad 70% udziału w rynku.



MS	2018 (w %)	2019 (w %)
AT	1	1
BE	2	2
HR	1	1
CZ	1	1
DK	0	0
FR	11	16
DE	8	9
EL	2	3
HU	6	4
IT	17	21
LV	0	0
LT	0	0
NL	2	3
PL	36	26
PT	2	3
RO	3	3
SK	0	0
SLO	1	0
ES	4	5
SV	0	0
UK	2	2

Rys. 1. Udział krajów w produkcji jabłek w Unii Europejskiej, raport WAPA, 2019 r.

Polsce przypada 11% udziału w całym rynku produkcji owocowej w UE oraz 26% udziału w produkcji jabłek. Polskie sadownictwo bardzo intensywnie się rozwija. W porównaniu ze stanem z 2012 r. powierzchnia pod drzewami owocowymi w Unii Europejskiej wzrosła jedynie nieznacznie (+0,4%), podczas gdy w tym samym czasie polskie plantacje powiększyły się o 16 300 ha czyli o 11%².

Sezon 2019/2020 – produkcja jabłek i gruszek

Produkcja jabłek

Sezon 2019/2020 nie wróżył jednak rekordowych zbiorów. Według danych z konferencji Prognosfruit 2019, w tym roku europejska produkcja jabłek miała wynieść 10 566 000 ton. To o 20% mniej niż przed rokiem. Jest to również o 8% mniej niż średnia z ostatnich trzech lat. Europejski zbiór gruszek miał wynieść 2 047 000 ton. To o 14% mniej niż w ubiegłym roku i 9% mniej niż w poprzednich trzech sezonach. Dane te pochodzą z raportu Światowego Stowarzyszenia Jabłek i Gruszek (WAPA).

¹ http://usapple.org/wp-content/uploads/2018/08/PhilippeBinard_2018EuropeCrop.pdf

² <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/9603938/5-21022019-AP-EN/826b6eac-e1ce-43d2-816e-062b0be9859f>



Późne przymrozki dotknęły wiele krajów łącznie z Polską. W sezonie 2019/2020 nasz kraj wyprodukował znacznie mniej jabłek niż w zeszłym roku (2.710 mln ton w 2019 r. versus 4.810 mln ton w 2018 r. - 44%).

Prognozy zbiorów były mniejsze o blisko połowę. Oznacza to, że w tym roku było znacznie mniej jabłek dostępnych do eksportu i lepsze warunki cenowe dla producentów³.

Znacznie mniej wyprodukowały także inne kraje bałtyckie i nordyckie oraz kraje takie jak: Węgry (452.000 ton w 2019 r. vs. 782.000 ton w 2018 r. - 42%), Rumunia (319.000 ton w 2019 r. vs. 425.000 ton w 2018 r. - 25%), Czechy (113.000 ton w 2019 r. vs. 145.000 ton w 2018 r. - 22%), Słowenia (47.000 ton w 2019 r. vs. 72.000 ton w 2018 r. - 35%). Białoruś i Rosja wyprodukowały łącznie o 330 tys. ton mniej, Ukraina natomiast o 294 tys. ton. W Serbii produkcja jabłek również była niższa w najbliższym sezonie o 30 tys. ton. Mniejszą produkcję zaobserwowali także Niemcy (912.000 ton w 2019 r. vs 1.093.000 ton w 2018 r. - 17%). Bardzo dynamiczny rozwój sadów następuje jednak na Ukrainie, która notuje wzrost produkcji.

Według ekspertów, po rekordowym zeszłym sezonie zauważono duży spadek produkcji w obecnym sezonie. W tym roku dodatkowo na naturalne cykle nałożyły się jeszcze problemy klimatyczne – takie jak stosunkowo łagodna zima, która w wielu miejscach przyniosła postęp wegetacji, a następnie fale zimna na przełomie kwietnia i maja przy zielonych pączkach i kwitnieniu – niosące negatywne skutki dla sadowników szczególnie w Polsce, Czechach, Danii i na Łotwie. Na produkcję jabłek w Europie niekorzystny wpływ mają również długie okresy wilgotności prowadzące do parcha, które objęły głównie: Chorwację, północne Niemcy, Grecję, Węgry i Rumunię.

Duża wilgotność w niektórych regionach Europy, kontrastowała z suszami i niskimi rezerwami wody, m.in. we Francji, Włoszech i pozostałych częściach Niemiec. Może mieć to wpływ na rozmiar jabłek, które będą mniejsze nawet o 2-4 mm w niektórych regionach.

Obecny rok niesie również dla sadowników większą presję szkodników, takich jak: mszyce i robaki azjatyckie. Długotrwałe fale upałów w lipcu i czerwcu związane są natomiast z oparzeniami słonecznymi na owocach. Przyczyną zniszczeń na owocach mogą też być silne czerwcowe burze we Francji, Grecji, na Łotwie i na Węgrzech oraz grad w północnych Niemczech. Podsumowując, zdaniem światowych ekspertów produkcja jabłek nie tylko jest mniejsza w tym sezonie, ale wiele owoców może być niskiej jakości.

Według danych Eurostatu, w 2019 roku w UE drastycznie zmalała powierzchnia sadów, osiągając najniższy wynik od ponad dekady – 510 tys. hektarów. Wśród krajów z pierwszej dziesiątki, pod względem powierzchni sadów, tylko Włochy, Niemcy i Portugalia zwiększyły powierzchnię upraw sadowniczych w porównaniu ze stanem z 2010 roku. W pozostałych krajach powierzchnia sadów uległa zmniejszeniu – najbardziej na Węgrzech – o 9,5 tys. ha i w Polsce o 5 tys. ha. Uprawa jabłek w 2019 roku zmniejszyła się o 20% w stosunku do roku ubiegłego, o 8% w stosunku do średniej z trzech ostatnich lat i o 5% w stosunku do średniej z ostatniej dekady.

Wzrosty w produkcji w tym roku zanotowała Francja (1.652.000 ton w 2019 r. vs. 1.477.000 ton w 2018 r. +12%) i Półwysep Iberyjski (Hiszpania 542.000 ton w 2019 r. vs. 476.000 ton w 2018 r. +14% oraz Portugalia 307.000 ton w 2019 r. vs. 267.000 ton w 2018 r. – +15%). Rynek włoski notuje 5% spadek. – 2.150.000 ton w 2019 r. vs. 2.264.000 ton w 2018 r.

³ <https://www.freshplaza.com/article/9112140/overview-global-apple-market/>



Produkcja jabłek wg poszczególnych państw:											x 1000 t	
KRAJ	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	F2019	[1]	[2]
Austria	169	199	157	155	188	177	40	67	184	144	-22	48
Belgia	288	305	220	220	318	285	234	88	231	229	-1	24
Chorwacja	89	83	59	96	62	101	35	66	86	60	-30	-4
Czechy	103	79	118	121	131	156	139	102	145	113	-22	-12
Dania	21	20	18	23	26	24	24	19	24	15	-38	-33
Francja	1,579	1,701	1,169	1,576	1,444	1,674	1,515	1,424	1,477	1,652	12	12
Niemcy	835	953	972	804	1 116	973	1 033	597	1 093	912	-17	0
Grecja	254	305	242	236	245	242	259	231	301	275	-9	4
Węgry	488	301	750	585	920	522	498	530	782	452	-42	-25
Włochy	2,179	2,293	1,939	2,122	2,456	2,28	2,272	1,704	2,264	2,195	-3	6
Łotwa	12	8	9	15	10	8	10	8	14	11	-21	3
Litwa	46	49	39	40	27	46	50	48	62	22	-65	-59
Holandia	334	418	281	314	353	336	317	228	267	285	7	5
Polska	1,85	2,5	2,9	3,17	3,75	3,979	4,035	2,87	4,81	2,71	-44	-31
Portugalia	251	265	221	284	272	329	263	314	267	307	15	9
Rumunia	423	412	351	387	382	336	327	230	425	319	-25	-3
Słowacja	32	33	36	42	46	40	17	15	44	36	-18	42
Słowenia	66	73	45	56	68	71	12	6	72	47	-35	57
Hiszpania	486	507	391	464	505	482	495	480	476	542	14	12
Szwecja	20	17	14	17	16	21	20	18	32	20	-38	-14
WB	214	226	162	204	206	243	239	207	219	210	-4	-5
SUMA	9,74	10,75	10 292	10,93	12,54	12,33	11,83	9 251	13,28	10,56	-20	-8
[1] Procentowa różnica między F2019 i 2018												
[2] Procentowa różnica między F2019 i średnią z 2016, 2017 i 2018												

Tab. 1. Produkcja jabłek wg poszczególnych państw.

Najbardziej popularne odmiany

Najbardziej popularne odmiany jabłek w zeszłym roku to: Golden, Gala i Red Delicious oraz Idared. W porównaniu z rokiem ubiegłym produkcja Gali pozostaje na tym samym poziomie, natomiast największy spadek odnotował Idared z 1 177 tys. ton w 2018 roku do 552 tys. w 2019. W przypadku Gali mieliśmy do czynienia z rosnącym wolumenem w całej Europie Zachodniej oraz spadkiem w Polsce o blisko 60 tys. ton. Popularność tej odmiany może być związana z mniejszym rozmiarem i lepszą ceną za jabłko o wielkości 75 mm. Jabłka te mają dłuższy okres przydatności do spożycia i nie ma przy nich problemu z wydłużeniem sezonu. Produkcja najpopularniejszej w Europie odmiany – Golden zmalała o 76 tys. ton. O 81 tys. ton mniej sadownicy zbiorą odmiany Red Delicious. Więcej niż w roku ubiegłym wyprodukowane zostaną odmiany Cripps Pink o 24 tys. ton i nieznacznie więcej o 7 tys. ton odmiany Fujii. W całej Europie spada produkcja odmiany Jonagold o blisko 650 tys. ton.

W odmianach klubowych dobrze sobie radzą: Pink Lady, Kanzi, Jazz i Ambrosia. Z 354 tys. ton w 2016 roku, rynek ten ma sięgnąć 499 tys. ton w 2024 roku. Rosnąca popularność odmian klubowych – na rynku niemieckim zdobyły one blisko 20% udział w rynku – spowodowana jest głównie: usuwaniem starych odmian z rynku, lepszą odpornością na szkodniki i choroby oraz smakiem i brandingiem trafiającymi w gusta nowoczesnych konsumentów. W tej kategorii bardzo silna jest jednak presja cenowa.

Według danych maleje natomiast produkcja jabłek organicznych z 661.000 ton w 2018 do 479.500 ton w 2019 r.



Na najbliższy sezon duży wpływ miały następujące czynniki: mniejsza podaż jabłek z Niemiec, mniejsza presja cenowa z Polski, większe wolumeny zakupów oraz umiarkowane ceny detaliczne. Na rynku ścierają się, z jednej strony niższe zbiory wpływające na wzrost ceny producenta, z drugiej strony oczekiwania przemysłu, który będzie próbował wystudzić ceny większym importem z Chin oraz prognozami związanymi ze spadkiem eksportu do USA, jak również wciąż malejącą konsumpcją świeżych jabłek.

Kraje Europy Zachodniej (UE-15) dostarczyły w przypadku świeżych jabłek podobne ilości jak w latach ubiegłych. Europa Wschodnia przekaże jednak o połowę mniej owoców niż rok wcześniej i mniej niż w latach ubiegłych.

Produkcja gruszek

Zbiory gruszek były mniejsze praktycznie w całej Europie. Włoskie planowane 511,000 ton – to zbiory gruszek na znacznie niższym poziomie niż w ubiegłym roku. Kraj ten zanotował spadek produkcji gruszek o niemal - 30%. W Holandii zbiory gruszek mają być o sześć procent niższe i wyniosą 379 000 ton. W Belgii zebranych zostanie o 10% mniej gruszek (331 000 ton) niż w ubiegłym roku. Niewielki wzrost zanotuje jedynie Hiszpania, która zbierze o 4% więcej gruszek niż w roku poprzedzającym.

Produkcja gruszek wg poszczególnych państw:											x 1000 t	
KRAJ	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	F2019	[1]	[2]
Belgia	285	295	236	315	374	369	322	310	369	331	-10	-1
Chorwacja	6	6	2	3	2	2	1	6	4	3	-38	-29
Czechy	3	3	6	7	4	10	7	4	7	7	-4	15
Dania	6	5	5	6	6	6	6	5	6	4	-33	-29
Francja	164	176	124	154	131	155	138	133	134	115	-14	-15
Niemcy	39	47	34	34	45	43	35	23	45	37	-18	8
Grecja	54	36	42	32	37	60	47	59	60	55	-8	-1
Węgry	36	21	25	36	40	33	38	35	38	32	-17	-14
Włochy	680	934	650	726	736	764	681	738	730	511	-30	-29
Łotwa	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	-17	-14
Holandia	274	336	199	327	349	349	374	330	402	379	-6	3
Polska	40	55	45	65	50	80	56	40	70	70	0	27
Portugalia	172	210	115	162	203	134	113	186	162	152	-6	-1
Rumunia	20	28	19	24	17	13	16	12	21	17	-20	1
Słowacja	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	-19	26
Słowenia	6	4	3	3	4	4	1	0	5	1	-72	-35
Hiszpania	456	461	355	403	400	344	311	331	298	311	4	-1
Szwecja	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	-50	-17
WB	33	32	28	26	25	25	24	23	23	20	-13	-14
SUMA	2,276	2,652	1,888	2,327	2,425	2,394	2,171	2,237	2,378	2,047	-14	-9
[1] Procentowa różnica między F2019 i 2018												
[2] Procentowa różnica między F2019 i średnią z 2016, 2017 i 2018												

Tab. 2. Produkcja gruszek wg poszczególnych państw.

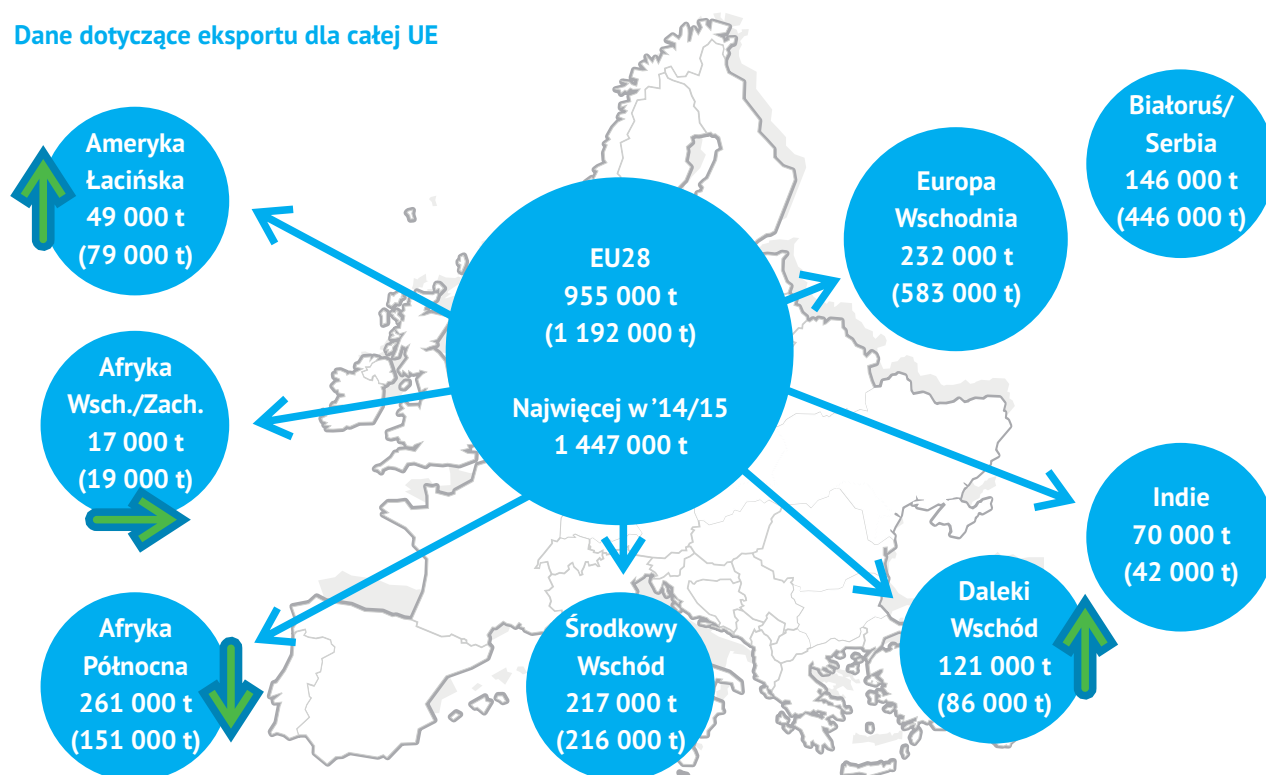
Sprzedaż owoców

Z danych Polskiego Monitora Opinii opracowanego przez: PKO Banku Polskiego, Fundacji Instytutu Badań Rynkowych i Społecznych (IBRiS) oraz Forum Zrównoważonej Technologii wynika, że ponad 2/3 Polaków deklaruje, iż jest gotowych zapłacić więcej za rodzimą żywność wytworzoną w sposób ekologiczny. Blisko 1/3 respondentów zwraca uwagę na polskie pochodzenie produktu.

Jak wynika z tego samego badania, większość Polaków utożsamia rodzime towary z dobrym smakiem (94%), bezpieczeństwem dla konsumenta (84%) oraz posiadaniem odpowiednich wartości odżywczych (81%). Zakończone badania określają również preferencje Polaków odnośnie miejsc dokonywania zakupów. Coraz częściej robimy zakupy w lokalnych sklepach osiedlowych (51,8% badanych). Podobny odsetek (51,3%) deklaruje zaopatrywanie się w towary w dyskontach spożywczych. Dopiero na czwartym miejscu pojawiają się supermarkety i hipermarkety (40,5%)⁴.

Według Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa, coraz częściej polskie towary stają się również naszym znakiem rozpoznawczym w innych krajach. Od początku 2019 r. notowany jest wzrost w eksporcie towarów rolno-spożywczych z Polski. Wartość eksportu towarów rolno-spożywczych w okresie styczeń - czerwiec 2019 r. wyniosła 15,4 mld euro i była o ponad 8% większa niż rok wcześniej. Jednocześnie import ukształtował się na poziomie 10,4 mld euro, czyli o około 5% wyższym. W rezultacie dodatnie saldo wymiany zwiększyło się o około 17%, do 5 mld euro. Według Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi „Polska jest liderem w Unii Europejskiej w produkcji owoców”.

Dane dotyczące eksportu dla całej UE



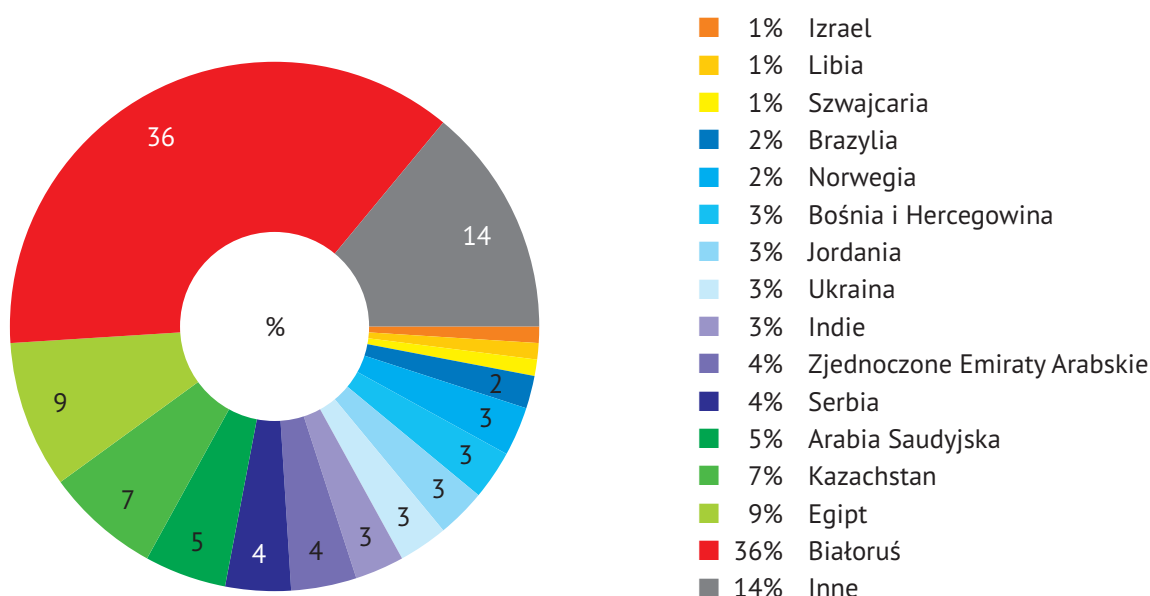
Rys. 2. EU28 – eksport jabłek w 2018/2019 (sierpień-kwiecień), porównanie do danych z 2016/2017.

⁴ Badanie zostało zrealizowane w dniach 2-6 października 2019 r. przez Fundację IBRiS metodą telefonicznych, standaryzowanych wywiadów kwestionariuszowych wspomaganych komputerowo (CATI), na próbie reprezentatywnej 1100 pełnoletnich mieszkańców Polski



Eksport jabłek z UE w sezonie 2018/2019 wyniósł 955 000 ton. To o blisko 500 tys. ton mniej niż w rekordowym sezonie 2014/2015. Głównymi kierunkami eksportu z UE są Afryka Północna – 291 tys. ton i Bliski Wschód – 217 tys. ton, jak również Europa Wschodnia 232 tys. ton. Według danych WAPA dla UE, w 2018 głównymi kierunkami eksportu jabłek dla Unii Europejskiej, według danych Eurostatu były: Białoruś, Egipt, Kazachstan i Arabia Saudyjska oraz Zjednoczone Emiraty Arabskie i Indie.

Eksport do Europy Wschodniej notuje jednak duże spadki, podobnie jak na Białoruś i do Serbii. Wzrostowe rynki eksportowe dla UE to Bliski i Daleki Wschód, kraje Azji oraz kraje Afryki. Wkrótce do Indii eksportować będą również Niemcy, którzy kończą właśnie negocjacje związane z otwarciem tego rynku zbytu. Obecnie poza USA na rynku tym liczą się głównie Włochy – 29% udziału w imporcie jabłek i Polska 11%. Atrakcyjne rynki eksportowe, nad którymi warto pracować to kraje Azji (m. in. Wietnam, Tajlandia, kraje Afryki Północnej i Środkowej. Na tych rynkach rośnie konkurencja ze strony Francji, Włoch czy Belgii i Holandii.



Rys. 3. Rynki eksportowe dla UE, Europejski Urząd Statystyczny, 2018 r.

Dane dotyczące eksportu dla Polski

Eksport owoców i warzyw z naszego kraju od 2004 roku wzrósł o ponad 60% i od ponad 12 lat bilans w handlu owocami i warzywami z krajami UE jest dla Polski dodatni.

W sezonie 2018 roku bardzo dynamicznie wzrósł polski eksport owoców na nowe rynki. Związany on był głównie z profesjonalną dystrybucją i jednolitym eksportem towaru poprzez grupy producenckie oraz intensywną promocją polskich produktów za granicą. Polskie produkty były intensywnie promowane poprzez: misje gospodarcze, wizyty studyjne, spotkania B2B i działania podczas międzynarodowych imprez targowych organizowane przez Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa, Polską Agencję Inwestycji i Handlu oraz organizacje branżowe.



Jabłka z Polski podbiły Egipt (65.000 ton – eksport w 2018 r.). Znacznie większe dostawy zostały wykonane również do: Indii, Jordanii, Arabii Saudyjskiej czy też Zjednoczonych Emiratów Arabskich. Blisko połowa polskiego eksportu – 428,4 tys. ton – trafiło do odbiorców z UE. Polskie jabłka znalazły też swoich odbiorców na rynku białoruskim – 168,8 tys. ton oraz czeskim – 26,2 tys. Znacznie więcej polskich jabłek kupili również Szwedzi, Belgowie i Francuzi.

W sezonie 2018/2019 Polska była liderem eksportu jabłek z UE. Nasz kraj wyeksportował 650 ton jabłek, podczas gdy Włochy wyeksportowały 380.000 ton, Francja 100.000, Grecja 70 tys., a Hiszpania 45 tys. Łączna szacowana wielkość eksportu jabłek z UE to blisko 1340 tys. ton. Oznacza to, że eksport poza UE odbił się po spadku z sezonu 2017/2018 (niecałe 800 ton) do poziomu porównywalnego do stanu sprzed dwóch lat (sezon 2016/2017 – trochę ponad 1400 tys. ton).

Poniżej pełne dane dotyczące eksportu jabłek z Polski:

	tys. ton			mln zł		
	2016	2017	2018	2016	2017	2018
Łącznie	1092.1	1037.5	794.3	1377.7	1506.3	1386.3
UE-28	370.6	380.4	428.4	532.9	645.0	823.9
UE-13	231.1	185.6	173.0	336.6	329.3	363.0
UE-15	139.5	194.8	255.3	196.3	315.7	460.9
WNP	607.2	551.6	224.6	679.3	694.8	327.5
Białoruś	513.8	435.8	168.8	565.4	545.3	250.9
Niemcy	54.5	100.2	100.5	60.4	129.6	144.4
Kazachstan	59.1	72.5	53.2	69.5	95.0	72.0
Rumunia	70.9	54.9	55.9	95.3	94.9	115.1
Egipt	28.2	19.0	65.3	41.1	28.4	88.9
Serbia	46.3	39.3	18.6	47.2	42.4	26.8
Republika Czeska	40.1	31.6	26.2	61.0	62.5	63.3
Litwa	30.8	30.2	22.9	47.7	52.5	36.5
Niderlandy	15.7	23.0	38.4	15.1	32.2	57.3
Ukraina	26.8	40.1	1.8	34.7	49.6	3.1
Łotwa	29.4	12.5	14.3	45.8	20.3	28.2
Szwecja	11.4	14.0	17.0	19.6	30.3	41.8
Słowacja	15.0	12.5	11.8	21.7	23.2	28.4
Hiszpania	7.5	8.6	21.1	13.2	19.6	50.0
Bułgaria	19.2	8.4	6.8	27.8	12.2	11.5
Węgry	5.8	15.8	12.4	7.8	28.1	26.0
Finlandia	10.7	10.3	12.4	16.7	20.7	24.8
Wielka Brytania	8.8	11.2	11.6	19.4	25.5	30.7
Jordania	3.9	8.1	19.3	6.4	16.7	34.5
Bośnia i Hercegowina	10.3	13.6	6.5	9.3	14.3	8.4
Estonia	10.4	10.0	6.2	15.6	16.7	11.3
Francja	7.8	2.2	14.6	10.4	4.5	23.0
Włochy	6.2	5.9	8.7	9.8	12.8	22.5
Norwegia	7.1	6.2	7.1	18.8	16.6	18.0
Belgia	0.8	4.5	13.9	1.3	8.1	27.3
Grecja	5.3	7.3	5.0	9.9	14.8	12.7
Słowenia	2.3	5.4	7.3	3.0	11.0	19.4



	tys. ton			mln zł		
	2016	2017	2018	2016	2017	2018
Chorwacja	3.4	4.2	5.7	4.5	7.6	14.7
Dania	3.6	3.7	5.8	7.8	9.7	15.9
Mongolia	3.2	4.2	5.3	4.9	7.8	9.2
India	2.2	4.7	5.5	5.7	12.9	15.3
Zjednoczone Emiraty Arabskie	2.1	2.7	3.4	6.2	8.6	9.3
Cypr	3.8	0.1	3.4	6.5	0.3	8.1
Austria	1.4	1.0	4.3	1.1	2.1	5.8
Gruzja	3.7	2.2	0.1	5.1	3.3	0.2
Arabia Saudyjska	2.1	1.4	2.2	5.9	4.0	6.4
Portugalia	3.0	1.8	0.7	5.6	3.9	1.2
Irlandia	2.9	1.1	1.3	5.8	2.1	3.3
Wietnam	1.5	1.1	0.7	3.8	3.3	1.9
Czarnogóra	0.7	0.9	1.5	1.0	1.6	3.2
Algieria	2.7	0.0	0.1	5.7	0.0	0.2
Mołdawia	1.6	0.7	0.4	1.7	1.1	0.9
Kosowo	0.5	1.0	1.1	0.7	2.0	2.2
Chiny	0.3	0.8	0.6	0.9	2.6	1.3
Bangladesz	0.0	0.5	1.0	0.0	0.6	1.0
Oman	0.2	0.1	0.8	0.4	0.4	1.9
Azerbejdżan	1.0	0.0	0.0	1.6	0.0	0.0
Armenia	0.7	0.1	0.2	0.9	0.2	0.4
Libia	0.4	0.1	0.4	0.7	0.2	1.0
Katar	0.6	0.1	0.2	1.8	0.5	0.7
Kanada	0.7	0.2	0.0	1.8	0.7	0.0
Kuwejt	0.4	0.3	0.1	1.2	0.8	0.3
Szwajcaria	0.0	0.0	0.8	0.0	0.1	2.1
Irak	0.1	0.1	0.5	0.1	0.2	0.8
Hongkong	0.2	0.3	0.1	0.6	0.9	0.1
Gambia	0.1	0.1	0.0	0.3	0.3	0.1
Singapur	0.1	0.1	0.1	0.3	0.2	0.2
Rosja	0.2	0.0	0.0	0.2	0.1	0.0

Źródło: Stowarzyszenie Polskich Dystrybutorów Owoców i Warzyw „Unia Owocowa”

W sezonie 2018/2019 w UE wyprodukowano łącznie 13 275 tys. ton jabłek, czyli o 4 mln ton więcej niż w poprzednim sezonie 2017/2018. Na wewnętrzny rynek UE trafiło 2 154 tys. ton, a na eksport poza UE 1340 tys. ton. Ponad 4725 tys. jabłek zakupił przemysł przetwórczy, a na rynek świeżych owoców trafiło trochę więcej niż 5 mln ton. Pomimo, iż w sezonie 2018/2019 produkcja jabłek była rekordowa od pięciu lat, to w porównaniu do sezonu 2014/2015, kiedy produkcja osiągnęła wartość nieznacznie ponad 12,5 mln ton, konsumpcja świeżych jabłek w kg na mieszkańca UE i tak nieznacznie spadła z 15,43 kg do 14,89 kg. Od kilku lat zmienia się również proporcja jabłek świeżych i sprzedawanych do przetwórstwa. Widać to wyraźnie w porównaniu ostatniego sezonu do lat 2014/2015, kiedy to odsetek jabłek przetwarzanych wynosił 27%, a w zeszłym sezonie sięgnął 36%. W sezonie 2019/2020 proporcja jabłek trafiających do przetwórstwa oraz świeżych powróciła do swoich pierwotnych ram. W nadchodzącym sezonie 71% jabłek trafiło na rynek jako jabłka świeże, a 29% zostało przetworzone. Szacunki dotyczące eksportu wskazują na około 1300 tys. ton przy jednoczesnym imporcie szacowanym na 450 tys. ton, co oznacza podaż na poziomie niecałych 13 kg jabłek na mieszkańca UE.



Bardzo istotny jest jednak podział kanałów sprzedaży i eksportu polskich jabłek. Około połowa polskiej produkcji trafia do przetwórstwa, a druga połowa jest sprzedawana jako owoce świeże na rynku polskim (34%) i na rynki eksportowe (ok. 14%). Na lokalnym rynku według danych za 2015 rok 1/3 odbiorców stanowiły dyskonty, ponad 16% supermarkety i 13% sieci hipermarketów⁵.

Konkurencja w eksporcie

Obecnie Polska musi pracować nad zwiększaniem wielkości eksportu do tych krajów, jak i otwieraniem nowych rynków: Indonezji, Tajwanu oraz innych krajów azjatyckich, jak również zupełnie nowych perspektywicznych kierunków. Nasz kraj w sezonie 2019/2020 miał ogromną konkurencję na dalekich rynkach ze strony: Francji, Włoch, Serbii i Ukrainy, które bardzo intensywnie pracują nad rozwojem sadownictwa.

Problemy polskich sadowników stanowią również szansę dla Turcji. Pomimo, iż Turcy zbiorą mniej jabłek, ich udział w rynku może znacznie wzrosnąć. Będą też dużym konkurentem Polski na rynku indyjskim, wietnamskim oraz na Tajwanie. Producenci z tego regionu myślą również o rynku chińskim i innych rynkach azjatyckich. Chcą w tym celu wykorzystać swoją przewagę geograficzną i szybsze dostawy do Azji.

Na drugiej półkuli mamy natomiast sytuację odwrotną niż w Europie, gdzie producenci spodziewają się wyższych cen ze względu na mniejszą podaż jabłek i gruszek. Stany Zjednoczone odnotowały natomiast rekordową wielkość zbiorów według szacunków wynoszącą 5.389.000 ton. Będzie to najwyższa produkcja jabłek w USA w tej dekadzie. Oznacza ona jednak zmniejszony eksport do USA z UE w sezonie 2019/2020..

Konsumpcja owoców

Według sondażu Eurostatu⁶ przeprowadzonego wśród populacji Unii Europejskiej w 2017 r. około 1 na 4 osoby (27%) spożywało owoce co najmniej dwa razy dziennie. Kolejne 37% populacji UE spożywało owoce raz dziennie, a pozostałe 36% jadło owoce rzadziej lub wcale w ciągu typowego tygodnia. To nadal mniej niż przewidują rekomendacje żywieniowe dot. spożycia owoców i warzyw, dlatego też Unia Europejska cały czas kontynuuje program edukacji „*Owoce i warzywa w szkole*”. Około 150 mln euro pomocy UE jest przewidzianych w każdym roku szkolnym na dystrybucję owoców i warzyw do szkół. Wszystkie państwa członkowskie z wyjątkiem Szwecji i Wielkiej Brytanii otrzymały fundusze na program owoców i warzyw w latach 2017/2018 i 2018/2019. Do około 12 milionów dzieci z 24 krajów trafiło ponad 74 000 ton świeżych owoców i warzyw⁷.

Obecnie Unia Europejska prowadzi również program *#400gchallenge* promujący konsumpcję owoców i warzyw wśród mileniśców w Europie.

Kampania pod hasłem „*Follow me to be Healthy with Europe*” dociera do ponad 1000 obserwujących na Twitterze, którzy dołączają do kampanii *#400gchallenge*. Młodzi Europejczycy w mediach społecznościowych śledzą pierwszą cyfrową kampanię, która ustanawia wyzwanie dla pokolenia milenijskiego do spożywania co najmniej 400 g owoców i warzyw dziennie. W Europie tylko 14% populacji osiąga zalecenie Światowej Organizacji Zdrowia dotyczące spożywania co najmniej 400 g owoców i warzyw dziennie, pomimo szerokiego konsensusu wśród społeczności naukowej co do zdrowotnych efektów regularnego spożywania owoców i warzyw.

⁵ JRC Science and policy reports „Fruit and vegetables producer organisations” – some insights on their functioning based on data from Poland

⁶ <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/DDN-20190401-1?inheritRedirect=true>

⁷ [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2019/635563/EPRS_BRI\(2019\)635563_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2019/635563/EPRS_BRI(2019)635563_EN.pdf)



Ten niski poziom konsumpcji jest szczególnie zauważalny wśród osób w wieku 18-30 lat, które są celem kampanii w mediach społecznościowych. W ciągu trzech lat kampania ma za zadanie zwiększenie świadomości milenialsów na temat znaczenia spożywania owoców i warzyw w ramach zdrowej diety. Cyfrowy zasięg kampanii obejmuje miesięczne filmy na YouTube i codzienne posty na Twitterze, Instagramie i Facebooku – #400gChallenge. Główne języki kampanii to angielski i francuski, ale treści są również tłumaczone na język: niemiecki, hiszpański, włoski i polski.

W konsumpcji świeżych jabłek przodują natomiast Azja i Pacyfik z udziałem 62% w światowym rynku. Chiny są też największym producentem i eksporterem jabłek na świecie. Jednak długie okresy upałów i susz, które miały miejsce wiosną i latem na północnych obszarach tego regionu spowodowały w tym roku spadek produkcji jabłek o ok. 5–10%.

W Polsce również prowadzone są kampanie wspierające konsumpcję jabłek i innych owoców m.in.: *Apetyt na polskie* – nowa odsłona programu 5 porcji warzyw, owoców lub soku.

IX już edycja kampanii edukacyjno-informacyjnej „5 porcji warzyw, owoców lub soku” ma na celu pokazanie bliskości i dostępności polskich warzyw, owoców i przetworów oraz ziemniaków i grzybów, a także rozbudzenie apetytu na polskie produkty rolne. W ramach działań realizowana będzie szeroka kampania PR oraz influencer marketingu, jak również powstanie serwis internetowy poświęcony krajowym owocom, warzywom oraz ziemniakom i grzybom, a także towarzyszący mu profil na portalu Facebook. Organizatorem programu jest Stowarzyszenie Krajowa Unia Producentów Soków (KUPS).

Warzywa i owoce stanowią podstawę zbilansowanej diety, są źródłem witamin i składników mineralnych, niezbędnych do prawidłowego funkcjonowania naszego organizmu. Zgodnie z zaleceniami Instytutu Żywności i Żywienia, dziennie należy spożywać minimum 400 gramów warzyw i owoców, najlepiej w podziale na 5 porcji, z czego 3 to warzywa, a 2 – owoce. Im więcej warzyw i owoców trafi na nasz talerz, tym zdrowsi będziemy jako społeczeństwo. Tymczasem ich średnie spożycie w Polsce jest wciąż niższe od zalecanego: wynosi zaledwie około 280 gramów na osobę dziennie⁸.

Kampania potrwa do końca lutego 2020 roku. Finansowana jest ze środków Funduszu Promocji Owoców i Warzyw⁹, którego celem jest wzrost spożycia oraz promocji produktów rolno-spożywczych (warzyw, owoców, grzybów, ziemniaków i ich przetworów).¹⁰

Projekty realizowane ze środków Funduszu przyczyniły się do zmiany niewłaściwych przyzwyczajeń żywieniowych wielu Polaków. Już dzisiaj Fundusz Promocji Owoców i Warzyw może się pochwalić kilkoma osiągnięciami. Są wśród nich między innymi kompleksowe, ogólnopolskie programy edukacyjne, popularyzujące spożycie owoców i warzyw w różnych grupach odbiorców, np. wśród dzieci oraz ich rodziców. Nie bez przecenienia jest również popularyzacja idei 5 porcji warzyw, owoców lub soku spożywanych codziennie w celu zapewnienia niezbędnych wartościowych składników dla organizmu człowieka. Wszystkie dotychczas przeprowadzone inicjatywy tego typu cieszyły się dużą popularnością, a także przyniosły mierzalne rezultaty. Wsparcie FPOiW pomogło także zaistnieć polskim producentom i przetwórcom na forum europejskim: dzięki uczestnictwu w prestiżowych targach czy pracach międzynarodowych instytucji branżowych, głos naszych specjalistów stał się bardziej słyszalny i znaczący.

⁸ Dane IERiGŻ oraz GUS za 2017 rok łącznie z wybranymi przetworami bez soków.

⁹ Powołany został na mocy ustawy w 2009 r (Ustawa z dnia 22 maja 2009 r. o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych, tekst jednolity, Dz. U. 2015, poz. 2122.).

¹⁰ Więcej informacji można znaleźć na stronie www.apetytnapolskie.com



Czas na polskie superowoce!

To kampania promująca polskie owoce jagodowe. Celem rozpoczynającej się kampanii jest wzrost świadomości konsumentów o wyjątkowych walorach polskich owoców jagodowych – truskawek, borówek, czarnej porzeczki, minikiwi, jagody kamczackiej i aronii. Podejmowane działania mają budować nawyk codziennego spożywania tych owoców.

To bezprecedensowa współpraca. Grupy producentów i organizacje branżowe łączą siły, by skuteczniej budować nawyk codziennego spożywania owoców jagodowych – podkreślił minister Jan Krzysztof Ardanowski z okazji inauguracji kampanii i zapewnił, że – *nie będzie żadnych cięć w wydatkach na promocję*. Projekt uzyskał dofinansowanie z Funduszu Promocji Owoców i Warzyw. Kampanię realizuje Krajowy Związek Grup Producentów Owoców i Warzyw.

To oczywiście tylko niektóre inicjatywy, ale takich przykładów możemy znaleźć o wiele więcej na krajowym rynku. Nasze owoce promowane są również za granicą.

Promocja polskich owoców za granicą

Cały czas realizowane są również programy obejmujące promocje polskich owoców w krajach trzecich. Do tego rodzaju inicjatyw można zaliczyć, m.in. program „*Siła, smaku witamin i kolorów – poznaj jakość jabłek z Europy*”. Kampanię realizuje Stowarzyszenie Polskich Dystrybutorów Owoców i Warzyw „Unia Owocowa” w konsorcjum ze Związkiem Sadowników Rzeczypospolitej Polskiej.

Kampania „*Siła smaku, witamin i kolorów – poznaj jakość jabłek z Europy*” ma na celu ukazanie różnorodności europejskich jabłek, podkreślenie ich wysokiej jakości, w szczególności w odniesieniu do bezpieczeństwa spożycia (kontrola zawartości pestycydów, spełnienie norm fitosanitarnych), jak również wystandaryzowanych opartych na wieloletniej tradycji metod uprawy, stosowaniu nowoczesnych technologii nie tylko uprawy, ale również przechowywania jabłek zapewniając ich świeżość i walory smakowe oraz odżywcze. Odpowiadając na aktualne trendy, działania promocyjne podkreślają walory zdrowotne jabłek, zdrowy, nowoczesny styl życia.

Strategia promująca europejskie jabłka skierowana jest na rynek Zjednoczonych Emiratów Arabskich i opiera się na 3 kierunkach działania:

- A. Informowanie o różnorodności odmian europejskich jabłek, ich jakości, wartości i produkcji
- B. Angażowanie i oddziaływanie na środowisko branżowe i konsumenckie
- C. Utrwalenie przekazu w świadomości poprzez działania PR oraz reklamę outdoor, jak również interesujące akcje promocyjne.

Inne programy to „*Europa pełna smaków – tradycja i jakość*”

Kampania pt. „*Europa pełna smaków – tradycja i jakość*” jest realizowana na rynkach Chin, Hongkongu, Japonii, Korei Płd. i Wietnamu. Kampania dotyczy promocji: mięsa wołowego, wieprzowego, drobiowego (świeżego, schłodzonego i mrożonego), owoców, warzyw z wyłączeniem kukurydzy oraz przetworów z tych produktów. Celem kampanii jest wzrost świadomości na temat wysokiej jakości tych produktów, a co za tym idzie wzrost popytu oraz wzrost konkurencyjności. Działania te mają zwiększyć świadomość na temat bezpieczeństwa, wysokiej jakości i innych unikatowych walorów każdego z promowanych produktów oraz wysokich standardów produkcyjnych w Unii Europejskiej. Kampania obejmuje, m.in. reklamy w prasie, Internecie, na outdoorze, działania PR i udział w targach.¹¹

¹¹ Więcej na <http://appleseurope.eu/>



Inne przykłady kampanii promocyjnych to, m.in. „**Produkt Polski**” i „**Polska Smakuje**”.

„**Produkt polski**”

Określenie wzoru znaku „**Produkt polski**” umożliwia konsumentom łatwiejsze wyszukiwanie produktów spełniających kryteria określone w ustawie o jakości handlowej z użyciem polskich surowców.

Z dniem 1 stycznia 2017 roku weszło w życie rozporządzenie o zmianie ustawy o jakości handlowej artykułów rolno-spożywczych, które wprowadza możliwość stosowania oznakowania. Powyższe przepisy określają jednolite kryteria dotyczące dobrowolnego umieszczania informacji „**Produkt polski**”. Stanowią one, że produkty muszą być wyprodukowane z surowców wytworzonych na terenie Polski z tym, że w produktach przetworzonych dopuszcza się użycie importowanych składników (np. przypraw, bakalii) w ilości do 25% masy tych produktów, pod warunkiem, że składniki takie nie są wytwarzane w kraju. Produkty nieprzetworzone mogą zostać oznakowane informacją „**Produkt polski**” jeżeli produkcja, uprawa lub hodowla, w tym zbiory, dojenie w przypadku krów, owiec i kóz odbyła się na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej.

Wzór znaku graficznego zawierającego informację „**Produkt polski**” określili przepisy rozporządzenia Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 16 grudnia 2016 r.

Ze względu na coraz większe zainteresowanie konsumentów polskimi produktami rolno-spożywczymi oraz konieczność zwiększenia rozpoznawalności i budowania silnej marki polskich produktów żywnościowych, wszystkie działania promocyjne prowadzone zarówno przez Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa, jak i inne instytucje i organizacje odpowiedzialne za promocję polskiej żywności, realizowane są w ramach spójnej i jednolitej strategii komunikacji.

Opracowana przez MRiRW „Strategia Promocji Żywności” określa jako główną ideę promowanie polskiej żywności pod wspólną marką „**Polska smakuje**”. Marka ta w świadomości konsumentów utrwalana poprzez znak graficzny i hasło słowne „**Polska smakuje**” będzie gwarantem najwyższej jakości produktów spożywczych. Głównym komunikatem „**Polska smakuje**” jest jasny i czytelny przekaz, że żywność wytwarzana w ramach systemów jakości żywności i posiadająca stosowne, uznawane przez MRiRW certyfikaty, spełnia najwyższe parametry jakościowe, sanitarne, a także smakowe.¹²

Działania promocyjne dla polskiej żywności są co roku prowadzone według z góry zaplanowanego kalendarza misji gospodarczych i imprez targowych. W 2019 roku polskie produkty obecne były podczas następujących wydarzeń:

Plan zagranicznych działań promocyjnych KOWR na 2019 r.				
Lp.	Termin	Kraj	Miasto	Targi
	18-27.01.2019	Niemcy	Berlin	International Green Week Berlin "Grüne Woche"
2	13-16.02.2019	Niemcy	Norymberga	Biofach
3	17-21.02.2019	ZEA	Dubaj	Gulfood
4	05-08.03.2019	Japonia	Tokio	Foodex Japan
5	05-07.03.2019	Meksyk	Guadalajara	Alimentaria Mexico
6	24-26.04.2019	Wietnam	Ho Chi Minh City	Food & Hotel Vietnam
7	14-16.05.2019	Chiny	Szanghaj	SIAL China

¹² Więcej informacji na stronie: www.polskasmakuje.pl



Plan zagranicznych działań promocyjnych KOWR na 2019 r.				
Lp.	Termin	Kraj	Miasto	Targi
8	21-24.05.2019	Korea Płd.	Seul	Seul Food & Hotel
9	22-24.05.2019	Holandia	s-Hertogenbosch	Mushroom Days
10	28.05.-01.06.2019	Tajlandia	Bangkok	Thaifex
11	19-22.06.2019	Tajwan	Taipei	Food Taipei
12	17-19.07.2019	Singapur	Singapur	Speciality&Fine Food Asia
13	07-10.08.2019	Wietnam	Ho Chi Minh City	Vietfood & Beverage Propack 2019
14	15-17.08.2019	Hongkong	Hongkong	HKTDC Food Expo
15	22-25.08.2019	Słowacja	Nitra	Agrokomplex
16	29-31.08.2019	Indie	Mumbaj	Annapoorna Anufood India
17	19-21.09.2019	Chiny	Guangzhou	Food2China EXPO (FWH 2019)
18	05-09.10.2019	Niemcy	Kolonia	Anuga
19	12-15.11.2019	Białoruś	Mińsk	Prodexpo
20	13-16.11.2019	Indonezja	Jakarta	SIAL Interfood
21	26-28.11.2019	Izrael	Tel Awiw	Israfood

Plan zagranicznych działań promocyjnych MRiRW na 2019 r.				
Lp.	Termin	Kraj	Miasto	Targi
1	17-20.03.2019	Wielka Brytania	Londyn	IFE London
2	14-16.05.2019	Chiny	Szanghaj	SIAL China
3	30.06-2.07.2019	USA	Nowy Jork	Summer Fancy Food Show
4	Grudzień 2019	ZEA	Abu Dhabi	SIAL Middle East

W mijającym roku Polska wzięła udział w praktycznie wszystkich liczących się imprezach związanych z promocją żywności na rynkach atrakcyjnych dla Polski po kątem promocji owoców i warzyw.

8 Prognozy rozwoju rynku – 2019

Dynamiczny rozwój sadów w Serbii, Rumunii i na Ukrainie

Tegoroczny spadek wywołany przymrozkami nie oznacza stałej tendencji na rynku owoców. Według prognoz ekspertów, produkcja jabłek na świecie w najbliższych 5 latach będzie rosła. W 2018 roku światowa produkcja wyniosła 77,6 mln ton. Swoje arealy powiększyli natomiast producenci owoców ze Stanów Zjednoczonych, Serbii, Mołdawii i Ukrainy. Jednocześnie produkcja jabłek rośnie dzięki współczesnym praktykom sadowniczym, takim jak: systemy kratowe, sadzenie nowych odmian oraz lepsza bio-kontrola szkodników i chorób.

Potrzeby sektora

Polska jest czołowym producentem porzeczek, jabłek, wiśni, malin, marchwi, cebuli, kapusty i pieczarek. W wyniku wzrostu obszaru upraw i wydajności z ha produkcja większości gatunków owoców w Polsce wykazuje tendencję wzrostową. W 2018 r. produkcja owoców w Polsce osiągnęła rekordowy poziom ok. 5,1 mln ton.

W rozdysponowaniu krajowej podaży owoców dominują dostawy do przetwórstwa – 48-56%. Niestety nadal obserwowany jest niski stopień zorganizowania producentów owoców i warzyw w organizacjach producentów – obecnie ok. 20% produkcji wprowadzane za pośrednictwem organizacji¹³.

Wzrost wymagań dotyczących wytwórców

Gospodarstwa rolne w UE są zwykle stosunkowo małe (65,6% ma mniej niż 5 ha). Gospodarstwa o powierzchni równej lub większej niż 50 ha i 100 ha stanowią odpowiednio tylko 3,6% i 3,3% łącznej powierzchni UE. Pod względem wielkości ekonomicznej 10,5 mln gospodarstw rolnych w UE 4,0 mln ma standardową wydajność niższą niż 2000 EUR; dla mniej niż 3% z nich standardowa produkcja jest równa lub wyższa niż 250 000 EUR. Pod względem wieku największy odsetek (32%) rolników w UE ma więcej niż 65 lat, a tylko 11% ma mniej niż 40 lat. Pod względem płci ponad jedna trzecia z 10,3 miliona rolników i kierowników gospodarstw rolnych obecnych w UE to kobiety. Siła robocza w rolnictwie składa się głównie z rolników i członków ich rodzin, przy czym 96% wszystkich gospodarstw w UE opiera się wyłącznie na pracy rodzinnej.

W tym roku, zdaniem ekspertów, jabłka są droższe, ale też rosną wymagania odbiorców hurtowych i konsumentów. Producenci owoców coraz częściej korzystają z pomocy stowarzyszeń i grup producenckich, takich jak „Unia Owocowa”, które udzielają wsparcia, m.in. w badaniach rynku, pozyskaniu środków na inwestycje oraz wykonaniu badań i zdobyciu certyfikatów wymaganych w eksporcie.

O grupach producenckich

Według danych ARMiR w 2019 roku zarejestrowanych było 263 uznane organizacje producentów, zrzeszające 6 098 członków – producentów owoców i warzyw oraz 1 zrzeszenie organizacji producentów, w skład którego wchodzi 4 organizacje producentów. Jest to znaczny wzrost w porównaniu z rokiem 2008 r. kiedy to w Polsce działało łącznie 57 grup i organizacji producentów.

W innych krajach w UE obserwowane jest łączenie się organizacji producentów w zrzeszenia organizacji producentów, co w efekcie prowadzi do spadku ich liczby, ale jednocześnie ich znacznego wzmocnienia finansowego. W Polsce nie obserwujemy jeszcze takiego trendu.

¹³ Interwencje sektorowe dla rynku owoców i warzyw, I spotkanie Grupy Roboczej wspierającej wypracowanie rozwiązań z zakresu działania Zespołu ds. opracowania Planu Strategicznego WPR na lata 2021-2027, Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Warszawa, 28.10.2019 r.



W 2019 r. 26 organizacji producentów realizowało programy operacyjne. Jednocześnie w latach 2005-2019 (do dnia sporządzenia niniejszej informacji) uznane organizacje producentów realizujące programy operacyjne otrzymały pomoc w wysokości 36 184 661,68 PLN. Od początku realizacji mechanizmu *Pomoc finansowa na dofinansowanie funduszu operacyjnego uznanych organizacji producentów owoców i warzyw* ARiMR oraz ARR wypłaciły łącznie pomoc w wysokości ok 53,9 mln zł (w tym ARiMR ok. 36,2 mln zł, natomiast ARR w wysokości ok. 17,7 mln).

Konieczność koncentracji rynku

Jabłka są jednymi z głównych owoców UE. Ze względu na niewielkie rozmiary gospodarstw sadowniczych Unia Europejska wspiera mechanizmy związane ze zrzeszaniem się producentów z sektora owocowo warzywnego w grupy producenckie w celu wzmocnienia pozycji producentów na rynku. Raport Komisji z 2018 r. zawierał odniesienia do ponad 1700 uznanych producentów, 10 organizacji i blisko 60 stowarzyszeń producentów z sektora owoców i warzyw pokrywających ok. 50% produkcji rynkowej. W Polsce w rejestrze wstępnie uznanych grup producentów, uznanych organizacji producentów i ich zrzeszeń oraz ponadnarodowych organizacji producentów i ich zrzeszeń na rynku owoców i warzyw prowadzonym przez Agencję Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa znajduje się blisko 340 podmiotów.

Wielkość gospodarstw sadowniczych w UE waha się od 2h w Bułgarii i Rumunii do ok. 20 ha w Danii, Irlandii, Słowacji, Szwecji i Wielkiej Brytanii. Unijna średnia wynosi jednak ok. 6 ha upraw na gospodarstwo. Jednak koncentracja w łańcuchu żywnościowym jest nadal wyższa w przemyśle przetwórczym i sektorze handlu detalicznego niż w sektorze rolnym, dlatego też tak bardzo ważna jest współpraca pomiędzy organizacjami działającymi już na tym rynku.

Organizacje producentów i ich stowarzyszenia mogą tworzyć fundusze operacyjne finansujące ich programy operacyjne zatwierdzone przez państwa członkowskie i mogą otrzymać pomoc finansową z UE. Standardowo do 50% wydatków programu operacyjnego i do 60% w przypadkach programów międzybranżowych lub międzynarodowych oraz produkcji ekologicznej. 100% w przypadku programów dotyczących coachingu innych organizacji oraz bezpłatnej dystrybucji wycofań z rynku do instytucji charytatywnych, szkół i zakładów karnych. Unia Europejska przykłada również szczególną uwagę w sprawie włączenia działań na rzecz środowiska do programów operacyjnych. Wprowadziła również kompleksowy system wsparcia poprzez ramy regulacyjne dotyczące wspólnej organizacji rynku produktów rolnych, zasady zarządzania kryzysowego oraz normy handlowe jak również programy edukacyjne. Takie działania realizowane są przez silne grupy producenckie obecne również na polskim rynku.

W kontekście wyżej wymienionych programów operacyjnych producenci owoców i warzyw otrzymują fundusze unijne na szeroki zakres działań polegających, m.in. na inwestowaniu w wydajniejsze zarządzanie wolumenami wprowadzanymi na rynek, szkolenie i wymianę najlepszych praktyk, promocję i komunikację oraz przesadzanie sadów po przymusowym wykarczowaniu z powodów fitosanitarnych.

Problemy sektora

Brak kosztów amortyzacji w cenach sprzedaży

Największy błąd w kalkulowaniu cen sprzedaży to brak kosztów. Amortyzacja jest kosztem niepieniężnym, lecz bardzo ważnym. Duża część producentów oraz firm otrzymała wsparcie przy budowie obiektów czy przy zakupie maszyn oraz środków transportu. Niestety maszyny się zużywają i wymagają serwisów, a budynki remontów. Nie uwzględniając w cenach sprzedaży kosztu amortyzacji, nie będziemy w stanie odtworzyć danego środka trwałego, co zagrazi dalszemu funkcjonowaniu gospodarstwa czy firmy.



Brak kalkulowania tzw. „rozważek”

Struktura sprzedaży w ostatnich latach zmienia się w stronę mniejszych opakowań. Głównymi klientami stają się sieci handlowe z dużą ilością indeksów. Jabłko jest konfekcjonowane i sprzedawane w opakowaniach od 1 kg do 6-7 kg. Zarówno przepisy, jak i klienci wymagają, aby w opakowaniach była minimum wymagana waga netto, więc podczas produkcji w każdym opakowaniu znajduje się więcej towaru, który jest oddawany bezpłatnie. Oczywiście im mniejsze opakowanie, tym większa strata. I tak dla przykładu pakując torbę 1 kg na każdym opakowaniu mamy średnią stratę około 10 dekagramów, co daje 10% wartości sprzedaży.

Brak kalkulowania tzw. „wysuszek”

Średni czas rotacji jabłka w magazynie to około 30 dni. W tym okresie około 1% masy jabłek wyparowuje, co przy średniej firmie daje ubytek w postaci 200 000 kg rocznie.

Brak kalkulowania zwiększonej ceny zakupu przy sprzedaży jabłek o wyższych parametrach

W związku z ciągłym podnoszeniem poprzeczek jakościowych przez odbiorców, owoce jakie są sprzedawane to tzw. „szyneczka” (owoce klasy premium). Aby je pozyskać, należy przesortować dwa razy więcej towaru. Otrzymany odpad jest praktycznie niesprzedawalny albo sprzedawalny w cenie drugiej klasy lub do przemysłu.

Aby sprzedać 100 kg Ligola o wybarwieniu minimum 40% i kalibrze 75/85, musimy przesortować przynajmniej 250 kg surowca, z którego większość później trafi do przemysłu lub zostanie sprzedana w cenach zakupu.

Brak kalkulowania faktycznych kosztów pracy

Koszty liczone są często na podstawie krótkiego wycinka pracy, kiedy to wydajności są „sztuczne”. W całorocznym procesie sortowania i pakowania jest wiele przestojów, awarii, jak również występuje bardzo duża rotacja pracowników, którzy w konsekwencji często nie są odpowiednio wydajni.

Brak kalkulowania kosztów dostaw owoców do stacji pakujących oraz zwrotu skrzyń

Czasy, kiedy to producent przywoził towar „na gotowo” się kończą. Każdego dnia musimy wywieźć skrzynie, a następnie zwieźć do stacji pakujących owoce. Samochody są nieefektywne przy takich kursach. W efekcie transport jest dużym składnikiem kosztów końcowych.

Średni koszt transportu to około 3-6 groszy do kg (w zależności od odległości).

Brak kalkulowania zwrotów, reklamacji

Ze względu na obrót świeżymi owocami, reklamacje i zwroty nie są rzadkością i stanowią codzienność działań operacyjnych. Aby normalnie funkcjonować, musimy je brać pod uwagę. W szczególności w stosunku do wielu firm handlowych, które tylko pełnią rolę pośrednika i mają za zadanie zamknąć transakcję zawsze na plusie, przerzucając ryzyko na dostawcę. Nie możemy zapominać, że sprzedajemy naturalny produkt, który różnie potrafi się zachować.

Przy marżach wynoszących czasami 1% może się okazać, że wartość reklamacji decyduje o dalszym losie producenta/grupy producenckiej/firmy handlowej.

Brak kalkulowania kosztów chłodnictwa i przechowywania

Aby zachować jakość sprzedawanego jabłka, powinniśmy bardzo wcześnie oferować towar z kontrolowanej atmosfery. Przechowywanie bardzo zwiększa cenę surowca.

Brak kalkulowania w cenach sprzedaży kosztów certyfikacji

Większe wymagania w stosunku do bezpieczeństwa naszych jabłek powodują, że w strukturze kosztów firmy certyfikacje i badania stanowią coraz większą pozycję. Integrowana Produkcja, Global Gap, HACCAP, BRC, badania laboratoryjne, firmy doradcze.

W tabeli na następnej stronie przedstawiono kalkulację wyprodukowania jednego kilograma jabłka o wysokich wymaganiach jakościowych i wąskiej specyfikacji (jabłko klasy premium w kartonie 7 kg).



Koszt kg jabłka dla wymagającego klienta – jabłko premium		
	Koszt na kg	Komentarz
Jabłko do sortowania	1,00 zł	koszt zakupu u producenta
Koszty transportu do stacji pakującej	0,06 zł	w zależności gdzie jest zlokalizowany dostawca od 0,03 zł do nawet 0,1 zł. Koszt ten również dotyczy odwiezienia opakowań.
Jabłko gotowe do sortowania w stacji pakującej	1,06 zł	koszt jabłka powiększony o koszty transportu
Koszt uzyskania jabłka klasy premium	0,53 zł	około 50 procent jabłek przy sortowaniu należy odrzucić za brak wystarczających parametrów (wybarwienia, wielkości, jędrności). Te owoce są niesprzedawalne lub sprzedawalne poniżej ceny ich zakupu.
Jabłko po przesortowaniu (jabłko klasy premium)	1, 59 zł	
Pozostałe koszty ukryte		
a) amortyzacja	0,10 zł	koszty amortyzacji budynków i maszyn
b) rozważka	0,03 zł	3 proc. od średniej wartości surowca
c) wysuszka	0,01 zł	1 proc. miesięcznej rotacji
d) reklamacje	0,01 zł	
e) certyfikacje, badania	0,02 zł	
Jabłko do produkcji	1,76 zł	
a) koszty magazynowe, sortowania, pakowania	0,14 zł	średni koszt za stacji pakujących
Jabłko z kosztami pracy magazynu	1,90 zł	
Koszty opakowania dla jabłka „wyłoczka 7 kg”		
a) karton	0,26 zł	średni koszt kartonu na 7 kg owoców
b) wyłoczka	0,04 zł	koszt wyłoczki plastikowej. Do papierowej wyłoczki trzeba dodać 0,01 zł/kg.
c) stiker	0,02 zł	koszt stikera z jego naklejeniem
d) paleta, kątownik, taśma, etykiety	0,03 zł	średnie koszty paletyzacji
Jabłko, EXW magazyn sprzedającego	2,25 zł	
koszty administracji, sprzedaży, zakupu, księgowości, logistyki, działu utrzymania ruchu, finansowe, energii, ubezpieczeń, podatków od nieruchomości	0,18 zł	
Jabłko, EXW magazyn sprzedającego z uwzględnieniem kosztów działalności operacyjnej	2, 43 zł	Cena, za jaką powinno się oferować towar dobrej jakości na tzw. rampie

Do problemów sektora należy zaliczyć, m.in.: mimo procesów koncentracji wciąż silne rozdrobnienie produkcji owoców i warzyw, słaby system powiązań producentów z bezpośrednimi odbiorcami owoców i warzyw, niski stopień zorganizowania producentów w organizacje producentów i małą skalę wspólnych działań oraz małe dostosowanie struktury odmianowej (głównie jabłek) do wymogów rynków zbytu i systemów jakości i wymogów sieci handlowych.¹⁴

¹⁴ Interwencje sektorowe dla rynku owoców i warzyw, I spotkanie Grupy Roboczej wspierającej wypracowanie rozwiązań z zakresu działania Zespołu ds. opracowania Planu Strategicznego WPR na lata 2021-2027, Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Warszawa, 28.10.2019 r.



Instytucje rynku rolniczego wskazują na zbyt małą wiedzę producentów dotyczącą realiów rynkowych (popyt, podaż w Polsce i innych krajach) i wynikające stąd niedostosowanie wielkości i jakości produkcji do możliwości zbytu. Bardzo istotne jest również zwrócenie uwagi na odpowiednie stosowanie środków ochrony roślin.

Branża sadownicza i problemy rynku pracy

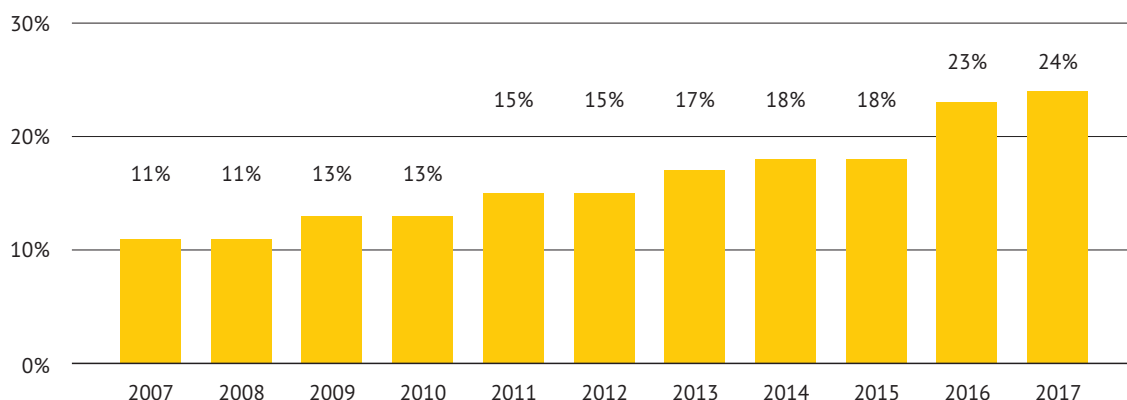
Branża sadownicza to również ogromny rynek pracy. Ogrodnictwo i produkcja owoców stanowiły łącznie ok. 9% czasu pracy w rolnictwie. Pracowników, którzy nie byli członkami rodzin i pracowników sezonowych zatrudnionych było więcej w gospodarstwach specjalizujących się w sadownictwie i w ogrodnictwie niż w innych gałęziach rolniczych. Najwięcej ludzi do prac przy zbiorze owoców i warzyw zatrudniały: Holandia, Hiszpania i właśnie Polska¹⁵. Rosnące koszty pracy na polskim rynku stanowią obecnie ogromne wyzwanie dla branży sadowniczej w kwestii kształtowania cen umożliwiających konkurencję z producentami z innych krajów.

Branża sadownicza i wdrożenie e-commerce

W UE możemy zaobserwować duży wzrost zakupów spożywczych dokonywanych on-line. Odsetek takich zakupów wzrósł z 11% do 24% pomiędzy 2007 i 2017 rokiem i jest to stale utrzymujący się trend. Polska należy do pierwszej dziesiątki krajów UE pod względem odsetka transakcji dokonywanych on-line.

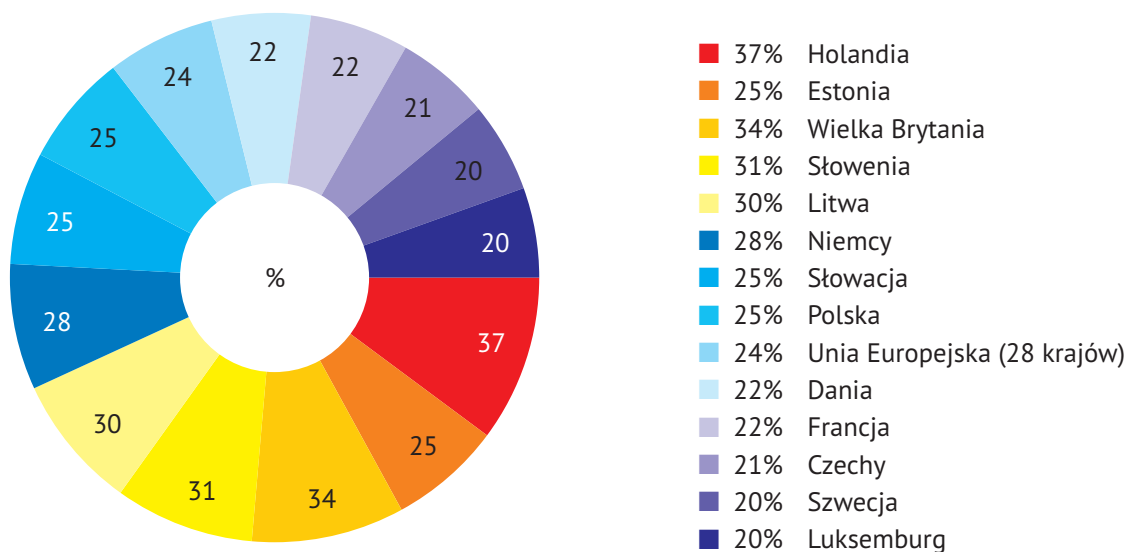
Dla producentów owoców i warzyw jest on jednak związany z wieloma wyzwaniami. Sprzedaż on-line wymaga, m.in.: wdrożenia nowego sposobu dostaw – przesyłki kurierskie lub dowóz własny, określenia minimalnych poziomów zakupów by utrzymać rentowność, zapewnienia dystrybucji dla produktów szybko psujących się, opakowanie produktów do działań e-commerce na rynku rezygnującym z opakowań plastikowych.

Dla producentów owoców wejście w nowy system oznacza również konieczność doboru najlepszego modelu inwestycji, ponieważ na rynku pojawia się coraz więcej rozwiązań typu fruit apps (owocowych aplikacji) – pozwalają one na zakupy do biura, do domu, ale także często funkcjonują w modelu *click and collect*, czyli zamawiania on-line i odbioru po drodze do domu ze sklepu lub punktu odbioru.



Rys. 4. Procentowy wykaz internetowych zakupów żywnościowych/warzyw w UE (28 krajów) w ciągu ostatniej dekady przez osoby fizyczne na podstawie danych Europejskiego Urzędu Statystycznego z 2017 r., 24% zakupów żywnościowych osób fizycznych w UE porównane do 11% w 2007 r.

¹⁵ [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2019/635563/EPRS_BRI\(2019\)635563_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2019/635563/EPRS_BRI(2019)635563_EN.pdf)



Rys. 5. Wykaz procentowy osób fizycznych, które zamówiły żywność/warzywa przez Internet dla użytku prywatnego w 2017 roku.

Według Janusza Wojciechowskiego – unijnego komisarza ds. rolnictwa na podstawie danych Europejskiego Urzędu Statystycznego z 2017 r.

Rolnictwo ekologiczne może odegrać istotną rolę w kontekście European Green Deal, czyli porozumienia w celu przeciwdziałania skutkom klimatu. Może ono zarówno przyczynić się do poprawy różnorodności biologicznej, jak również ochrony gleb dzięki ograniczeniu stosowania nawozów i pestycydów. Państwa członkowskie powinny wykorzystać okazję do zwiększania wsparcia dla rolników ekologicznych w swoich krajowych planach strategicznych.

Obecnie 72% całkowitych płatności bezpośrednich trafia do średnich profesjonalnych rodzinnych gospodarstw rolnych o powierzchni od 5 do 250 ha, które uprawiają 2/3 powierzchni użytków rolnych w UE. Jednak znaczną i rosnącą część wsparcia dochodu przejmują bardzo duże gospodarstwa rolne (powyżej 250 ha), które uprawiają około 30% gruntów rolnych w UE, stanowiąc jedynie nieco ponad 1% ogólnej liczby gospodarstw. Komisja zaproponowała wprowadzenie szeregu ważnych narzędzi i mechanizmów, które mają na celu poprawę dystrybucji

i lepsze docieranie z pomocą do gospodarstw rodzinnych. Istotna jest uzupełniająca płatność redystrybucyjna na rzecz zrównoważonego rozwoju małych i średnich gospodarstw, gdyż pierwsze doświadczenia w 10 krajach członkowskich pokazują, że jest ona skuteczna oraz wprowadzenie mechanizmu redukcji płatności z progresywną redukcją płatności bezpośrednich od 100 tys. Euro.

Kolejnym ważnym wyzwaniem dla dobrze funkcjonującego rynku rolniczego i sadowniczego w UE są regulacje dotyczące gruntów. Prawie wszystkie państwa członkowskie mają regulacje związane z prawidłowym zarządzaniem gruntami rolnymi i zapobieganiem koncentracji ich własności oraz transakcjom o charakterze spekulacyjnym. Nadal jednak Komisja Europejska powinna monitorować ich funkcjonowanie.

Ważną kwestią staje się implementacja nowych technologii. Jednym skutecznym instrumentem jest europejskie partnerstwo innowacyjne na rzecz wydajności i zrównoważonego rozwoju rolnictwa (EIP-AGRI). W ramach



EIP-AGRI sfinansowano już ponad 1 200 grup operacyjnych w całej UE. W ponad 90% tych grup rolnicy są obecni i odgrywają kluczową rolę w opracowywaniu innowacji, które mogą być natychmiast działające na polach od gospodarki wodnej i glebowej, kontroli szkodników i chorób, jakości żywności, konkurencyjności łańcuchów wartości, efektywności energetycznej i wiele innych.

Kolejnym ważnym obszarem, który będzie miał ogromny potencjał innowacyjny, jest obszar digitalizacji rolnictwa (internet przedmiotów, rolnictwo precyzyjne). Może potencjalnie wspierać zrównoważony rozwój sektora i całego łańcucha wartości, od produkcji po konsumpcję. Innowacje w gospodarce o obiegu zamkniętym przyczynią się do poprawy wykorzystania zasobów naturalnych (ponownego wykorzystania odpadów, itp.) oraz do wspierania wzrostu obszarów wiejskich dzięki nowym działaniom i przedsiębiorstwom.

Ważny jest rozwój nowych zastosowań biomasy poprzez biogospodarkę, który stwarza rolnikom możliwości integracji nowych łańcuchów wartości (takich jak energia odnawialna, nowe materiały ze źródeł biologicznych) i zwiększenia ich dochodów.

Innowacje w biokontroli szkodników i chorób wspomagane digitalizacją powinny również pozwolić na ograniczenie stosowania chemicznych pestycydów w sektorze rolnym.

Istotnym celem dla całej UE jest również wdrożenie ograniczenia stosowania pestycydów o blisko 50% do 2025 roku. W tym kontekście istotne jest jednak wzmocnienie doradztwa rolniczego¹⁶.

Wyzwania ekologiczne

Wyzwania klimatyczne jak również rosnąca świadomość mieszkańców UE oraz regulacje wprowadzane przez państwa członkowskie wpływają na coraz szersze zastosowania ekologicznych rozwiązań w uprawach warzyw i owoców.

Jednym z zauważalnych trendów jest redukcja plastikowych opakowań i folii na owocach i warzywach. Producenci coraz częściej wybierają opakowania z surowców nadających się do recyklingu, takich jak papier lub stosują tzw. *natural branding*, czyli oznakowanie producenta bezpośrednio na owocach i warzywach.

Dostosowanie do wymagań merchandisingu

Zmniejszająca się powierzchnia sklepów i prymat dyskontów sprawiają, że kurczy się miejsce na półkach przewidzianych na warzywa i owoce. W Niemczech stawia się obecnie na powiększanie największych kategorii zakupów półkowych, do których należą jabłka, ale z jednoczesnym ograniczaniem liczby proponowanych odmian, które mogłyby się wzajemnie kanibalizować. Mniej odmian jabłek proponowanych do sprzedaży, ale lepiej dopasowanych do gustów konsumentów z danego rynku, paradoksalnie może więc w przyszłości oznaczać większą sprzedaż.

Transparentność i dobra komunikacja

Ze względu na rosnące problemy klimatyczne – upały i związane z nimi poparzenia słoneczne owoców w wybranych regionach Europy, jak również silne późne przymrozki w innych regionach, konieczna będzie lepsza komunikacja w ramach całej Unii Europejskiej pozwalająca na lepszą współpracę. Konieczna jest otwartość i wymiana wiedzy pomiędzy producentami z krajów UE, by coraz lepiej dostosowywać uprawy i ich ochronę do zmieniających się warunków pogodowych oraz do zmieniającego się otoczenia: ekonomicznego, politycznego i środowiskowego.

¹⁶ Answers to the European Parliament, further written questions to the commissioner- designate for agriculture, Janusz Wojciechowski



Biologiczna ochrona

Konsumenci często spotykają się z informacjami o używaniu do produkcji owocowej czy warzywniczej nadmiernej ilości środków ochrony roślin oraz o wykrywaniu przekroczonych poziomów ich pozostałości. Wybierając owoce i warzywa, klienci zwracają uwagę na jakość – czyli m.in. świeżość (badanie GfK dla BGŻ BNP Paribas), atrakcyjny wygląd, zapach i kolor.

Wśród sadowników również wzrasta świadomość, że dla odbiorcy końcowego liczy się jakość produktu stąd zainteresowanie nowymi technologiami uprawy.

Kwestia poziomu pozostałości, np. pestycydów zależy od rzetelności sadowników i przestrzegania przepisów prawa oraz zaleceń producentów środków ochrony roślin. Istotne są również doniesienia branżowe, np. o planach wycofywania z rynku substancji aktywnych, o nowych technologiach badań, a także o alternatywach dla ochrony chemicznej. Substancje, które trzy lata temu były niewykrywalne, dzisiaj są oznaczane. Sadownicy natomiast poszukują takich rozwiązań, aby środki ochrony roślin nie pozostawiały po sobie śladu.

Jednym z przykładów dbania o jakość może być stosowanie chemicznych środków ochrony roślin wyłącznie do okresu kwitnienia, gdy sadom zagrażają najcięższe infekcje, a następnie zastosowanie ochrony biologicznej. Innym przykładem jest stosowanie wyłącznie ochrony biologicznej.

Branża agrochemiczna oferuje rozwiązania, które uzupełniają, a czasem zastępują dotychczas stosowane środki chemiczne. Jedną z takich inicjatyw jest technologia ProNutiva z powodzeniem wdrażana w wielu krajach na świecie. W Polsce doświadczenia z tą technologią są prowadzone już trzeci rok. Taka strategia polega na łączeniu ochrony konwencjonalnej z biologiczną oraz biostymulacją. Technologia ProNutiva obejmuje dwa programy, z których mogą już korzystać polscy sadownicy: „Poprawa jakości plonu” – stanowi połączenie konwencjonalnej ochrony ze środkami biologicznymi w celu zwiększenia wydajności produkcji i osiągnięcia lepszych parametrów jakościowych owoców oraz „Mniej pozostałości” – łącząca wysoką skuteczność ochrony przeciwko chorobom i szkodnikom ze zmniejszeniem poziomu wykrywanych substancji aktywnych, co pozwala na spełnianie norm jakościowych nawet najbardziej wymagających rynków.

Potrzeby sektora

Polska jest czołowym producentem porzeczek, jabłek, wiśni, malin, marchwi, cebuli, kapusty i pieczarek. W wyniku wzrostu obszaru upraw i wydajności z ha produkcja większości gatunków owoców w Polsce wykazuje tendencję wzrostową. W 2018 r. produkcja owoców w Polsce osiągnęła rekordowy poziom ok. 5,1 mln t.

W rozdysponowaniu krajowej podaży owoców dominują dostawy do przetwórstwa – 48-56%. Niestety nadal obserwowany jest niski stopień zorganizowania producentów owoców i warzyw w organizacjach producentów – obecnie ok. 20% produkcji wprowadzane za pośrednictwem organizacji¹⁷.

Trendy konsumenckie

Do 2050 roku sektor produkcji żywności będzie musiał produkować o 50% więcej żywności by sprostać wymaganiom zwiększającego się popytu w związku ze zwiększającą się populacją mieszkańców ziemi do 10 miliardów ludzi w 2050 roku oraz zmianą struktury zaludnienia, która przewiduje, że 70% populacji będzie

¹⁷ Interwencje sektorowe dla rynku owoców i warzyw, I spotkanie Grupy Roboczej wspierającej wypracowanie rozwiązań z zakresu działania Zespołu ds. opracowania Planu Strategicznego WPR na lata 2021-2027, Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Warszawa, 28.10.2019 r.



zamieszkiwała wówczas miasta. Sektor produkcji żywności będzie wówczas jednym z największych źródeł emisji gazów cieplarnianych (21% całkowitej emisji tzw. greenhouse gasses.). Intensyfikacja produkcji i nowe technologie mogą pomóc ograniczyć rozszerzanie arealów upraw, ale nadal sektor produkcji żywności będzie się najprawdopodobniej zmagał z niedostatkiem ziemi uprawnej i malejącymi zasobami wody. Z drugiej strony zmiana nawyków żywieniowych będzie konieczna ze względu na rosnące zagrożenie – epidemię otyłości we wszystkich regionach świata. Istotnego znaczenia nabiorą kwestie bezpieczeństwa żywnościowego poszczególnych krajów, czyli zapewnienia odpowiednich dostaw żywności z lokalnego rynku lub pochodzących spoza niego¹⁸.

Będzie rósł apetyt konsumentów na żywność zdrowszą, bardziej przyjazną środowisku oraz model diety bardziej pasujący do etycznego stylu życia.

Szanse dla sektora

Nasze sadownictwo ma wiele atutów m.in.: silne tradycje uprawy owoców, wysoki poziom nauk ogrodniczych w instytutach branżowych i wydziałach wyższych uczelni rolniczych oraz duży udział gospodarstw nieodbiegających poziomem technologii i wydajności od przodujących gospodarstw w świecie. Atutem jest również położenie geograficzne Polski wobec największych rynków zbytu.

Polska wciąż dysponuje większymi niż dostępne w krajach Europy Zachodniej zasobami relatywnie taniej siły roboczej oraz długoletnimi powiązaniem z rynkiem europejskim wskazujące na możliwość wzrostu eksportu do tych krajów w sytuacji poprawy jakości produkcji i wzrostu koncentracji dostaw. Wzrasta również wydajność pozwalająca na obniżenie jednostkowych kosztów produkcji w Polsce. Polscy producenci owoców starają się również o dywersyfikację i otwarcie nowych rynków zbytu do krajów Azji i Afryki.

Cały czas sektor sadowniczy otrzymuje wsparcie ze środków unijnych na akcje promujące wzrost spożycia produktów ogrodniczych w krajach UE i wzrost eksportu na rynki krajów trzecich.

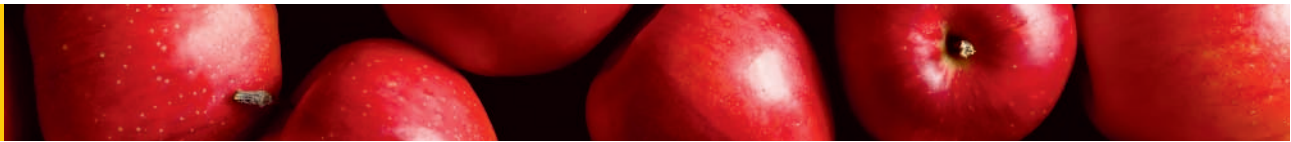
Patrząc na zagrożenia, następuje wzrost produkcji w niektórych krajach Europy Wschodniej (głównie na Ukrainie i Mołdawii) oraz ciągły wzrost cen środków produkcji i kosztów pracy. Wymaga to zwiększania dochodów producentów na rozwój gospodarstw i finansowanie niezbędnych inwestycji.

Cały czas utrzymywane jest również rosyjskie embargo dla świeżych owoców i warzyw z Polski. Zagrożenie stanowią również anomalie pogodowe i zmiany klimatu jak również rosnące niedobory wody, które już dotyczą rośliny o płytkim systemie korzeniowym takie jak np. truskawki.

Konieczne mogą być inwestycje w maszyny i urządzenia umożliwiające efektywną, oszczędną i przyjazną dla środowiska naturalnego gospodarkę wodą (np. obiegi zamknięte), czy zmniejszenie zużycia wody w procesie przygotowania owoców i warzyw do sprzedaży oraz w maszyny i urządzenia do wytwarzania energii elektrycznej i ciepłej: elektrownie wiatrowe, panele słoneczne, fotowoltaika i nowe technologie zapewniające lepsze wykorzystanie energii, jak również budowa stanowisk do bioremediacji pozostałości po chemicznych środkach plonotwórczych oraz środki zapobiegające erozji gleby.

O czym warto pomyśleć to poprawa wartości handlowej i jakości produktów, poprzez wprowadzanie na rynek produktów z chronioną nazwą pochodzenia, oznaczeniem geograficznym, objętych krajowymi systemami jakości

¹⁸ „Megatrends in the agri-food sector: global overview and possible policy response from EU perspective”, study requested by the AGRIF committee, European Parliament, September 2019 r.



oraz promocja i bezpośredni marketing produktów w tym: uczestnictwo w pokazach, wystawach i targach, zakup i montaż urządzeń niezbędnych do spełniania wymagań wynikających z wdrażania certyfikowanych systemów zapewnienia jakości owoców i warzyw.

Na przyszłość sadownictwa istotny wpływ mogą również mieć: wsparcie i szkolenia dotyczące innowacyjnych i precyzyjnych metod uprawy, zbioru, przechowywania i sprzedaży owoców i warzyw oraz badania dotyczące stosowania wysokoplonujących odmian.

Istotne dla rozwoju sektora mogą również być działania na rzecz zarządzania ryzykiem kryzysowym wraz z opracowaniem mechanizmów wycofywania owoców i warzyw z rynku poprzez organizacje producentów¹⁹.

¹⁹ Interwencje sektorowe dla rynku owoców i warzyw, I spotkanie Grupy Roboczej wspierającej wypracowanie rozwiązań z zakresu działania Zespołu ds. opracowania Planu Strategicznego WPR na lata 2021-2027, Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Warszawa, 28.10.2019 r.

9 Organizacje i stowarzyszenia producentów wsparciem dla rolników

Według raportu opublikowanego pod koniec października przez Arcadia International E.E.I.G., Ernst & Young (EY) i niezależnych ekspertów²⁰ organizacje skupiające producentów działają korzystnie na funkcjonowanie sektora rolnego. Poprzez strategiczne wzmacnianie pozycji rolników w przemyśle żywnościowym, zapewniają im jednocześnie wsparcie technologiczne.

Gospodarstwa rolne w Unii Europejskiej są stosunkowo małe – 65,6% gospodarstw ma powierzchnię poniżej 5 hektarów. Gospodarstwa o powierzchni równej lub większej niż 50 ha i 100 ha stanowią odpowiednio tylko 3,6% i 3,3%. Biorąc pod uwagę kwestie ekonomiczne, z 10,5 mln gospodarstw rolnych w UE, 4,0 mln ma standardową wydajność niższą niż 2000 euro. Dla mniej niż 3% gospodarstw, produkcja jest równa lub wyższa niż 250 000 euro. Ponad połowę produkcji rolniczej wytwarzanej w UE stanowią gospodarstwa francuskie, niemieckie, włoskie i hiszpańskie. 32% rolników ma więcej niż 65 lat, a tylko 11% mniej niż 40. Ponad 1/3 z 10,3 miliona rolników i zarządzających gospodarstwami to kobiety. Siłę roboczą w rolnictwie Unii Europejskiej stanowią rolnicy i członkowie ich rodzin – 96% wszystkich gospodarstw opiera się wyłącznie na pracy rodzinnej.

W samej Unii Europejskiej istnieje ponad 42 tys. organizacji. Około 3505 z nich są uznawane przez rządy państw członkowskich. Blisko 60% wszystkich uznawanych przez rządy organizacji i stowarzyszeń znajduje się w trzech państwach UE – Francji, w której działa 759 organizacji, Niemczech (658) i w Hiszpanii, w której istnieje 588 uznawanych grup producenckich.

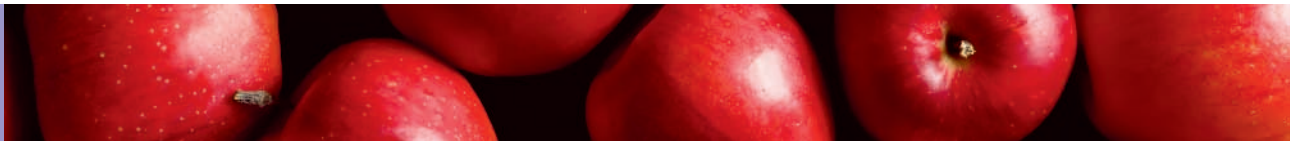
Około 1850 organizacji producentów znajduje się w sektorze owoców i warzyw, 334 – mleka i przetworów, 254 dotyczy oliwy z oliwek i oliwek, 222 – wina, 210 – wołowiny i cielęciny, 177 – zbóż, a 101 – wieprzowiny. Główne cele tych stowarzyszeń są wspólne dla wszystkich sektorów – obejmują planowanie produkcji, dostosowywanie się do popytu, koncentrację działalności i wprowadzanie produktów na rynek. Prowadzone działania polegają na tworzeniu między sektorami wspólnych strategii, planów i celów, które staną się perspektywiczne dla ich rozwoju.

Najczęstszą formą organizacji producenckich jest spółdzielnia rolnicza. W Polsce spółdzielnie rolnicze zaczęły powstawać w XIX wieku, a przed II wojną światową zrzeszały około miliona członków. W wyniku zmian w 1989 r. proces tworzenia formalnych struktur rolniczych musiał ulec totalnym transformacjom. W 2000 r. opracowano pierwsze kompleksowe rozwiązania prawne dotyczące formalnej współpracy między rolnikami. Do końca 2017 r. w Polsce zarejestrowano około 250 organizacji producenckich, które uznanie przez rząd uzyskały w latach 2009-2012. Według danych z tego okresu, organizacje zrzeszały około 7000 członków.

Rejony: grójecko - warecki i sandomierski plasują się na 1. miejscu w zestawieniu obszarów produkujących najwięcej jabłek w Unii Europejskiej. Tuż za nimi jest południowo – zachodnia Francja, Trydent – Główna Adyga we Włoszech i okolice Jeziora Bodeńskiego w Niemczech. Jeśli chodzi o odsetek sadowników, którzy są członkami uznawanych przez rząd grup producenckich, Polska w rejonie grójecko-wareckim uzyskuje najniższy wynik – 40% (rejon Jeziora Bodeńskiego w Niemczech uzyskuje wynik – 85%, a Trydent – Główna Adyga – 90%). Porównując go do ogólnej średniej krajowej, którą szacuje się na około 20%.

Z analizy eksperckiej wynika, że organizacje producenckie promują „odnawialne praktyki rolnicze”. Tworzą miejsca pracy i promują jakość rolnictwa regionalnego oraz lokalnego. To, co skłania rolników do zakładania lub dołączania do organizacji i stowarzyszeń producenckich, to głównie korzyści ekonomiczne, techniczne, ale też społeczne. Organizacje są w stanie pomóc rolnikom w komunikacji z wyższymi instytucjami – kierowaniu profesjonalnych wniosków, itp. Udoskonalają też zaplecze techniczne, dzięki którym rolnicy mogą poprawić

²⁰ https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/food-farming-fisheries/key_policies/documents/report-producer-organisations-study_en.pdf



wydajność swoich gospodarstw. Z kolei, korzyści społeczne to głównie demokratyczne funkcjonowanie organizacji, które prowadzi do poczucia wspólnoty i zwiększa zaufanie.

Organizacje są postrzegane jako siła przetargowa rolników podczas negocjacji z innymi podmiotami w sektorze żywnościowym. Pojawiają się jednak opinie niektórych rolników o traconej przez to autonomii. Są też tacy, którzy twierdzą, że współpraca z organizacjami producenckimi to zbyt duże obciążenie administracyjne wiążące się z dodatkowymi kosztami. Choć organizacje i stowarzyszenia producenckie mają bezpośredni wpływ na rolników i ich pracę, przyczyniają się również do działań lokalnego społeczeństwa, w którym się znajdują. Dają możliwości do promowania wizerunku i praktyk oraz jakości lokalnego rolnictwa.

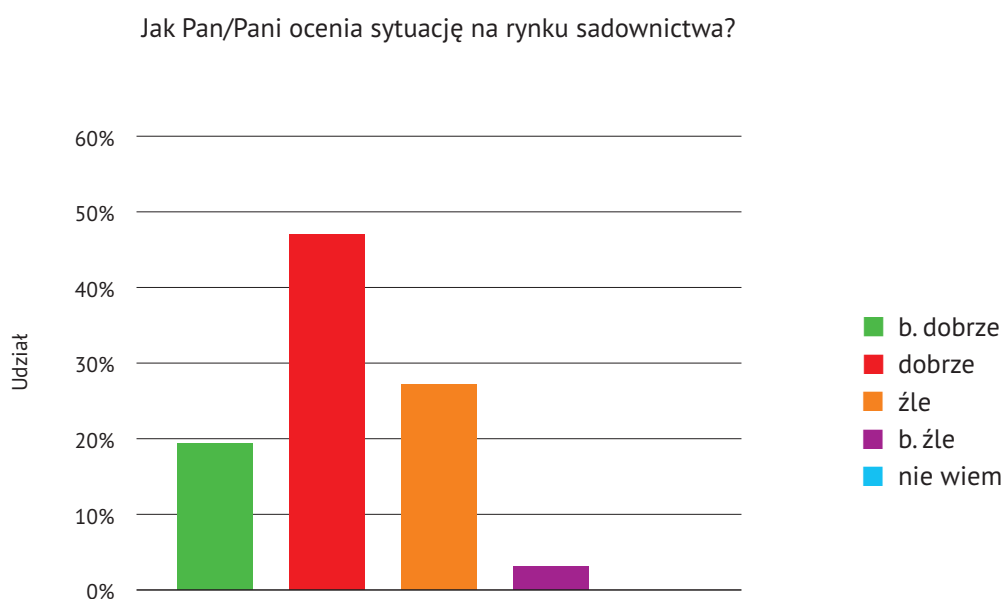
10 Wyniki badania na sadownikach i grupach producenckich

Badanie zostało przeprowadzone przez Stowarzyszenie Polskich Dystrybutorów Owoców i Warzyw „Unia Owocowa” w formie wywiadów pogłębionych z przedstawicielami grup producenckich oraz w formie ankiet na grupie ponad 30 sadowników w okresie od lutego do września 2019 roku.

Pesymistyczne nastroje branży sadowniczej

Według badań przeprowadzonych wśród firm zrzeszonych w „Unii Owocowej” większość badanych ocenia sytuację na rynku sadowniczym jako „złą” lub „bardzo złą” (na skali oceniano sytuację sadowników od 1 bardzo źle do 5 bardzo dobrze). Przyczyn tego stanu można upatrywać w barierach rynkowych na jakie wskazują badani.

„Zeszły rok był bardzo trudny dla polskiej branży sadowniczej. Konieczność walki o nowe rynki zbytu, nadpodaż produkcji, rosnące koszty pracy i zmniejszające się bezrobocie mocno wpłynęło na opłacalność produkcji sadowniczej i tym samym wywołało pesymizm badanych. Jednak zeszły rok pokazał również, że silne organizacje dysponujące nowoczesną technologią produkcji, jak również zapleczem przechowalniczym mogą pomóc przekuć pracę sadowników w sukces rynkowy oraz uchronić przed stratami” – podkreśla Arkadiusz Gaik, prezes Stowarzyszenie Polskich Dystrybutorów Owoców i Warzyw „Unia Owocowa”.



Rys. 6. Ocena sytuacji na rynku sadowniczym.

Największe problemy branży sadowniczej

Za największe problemy sadownicy uznali: niskie ceny skupu owoców i rosnące koszty pracy oraz zagraniczne embarga. Według ekspertów z branży obecnie brakuje pracowników do prac sezonowych. W ocenie producentów owoców mniejszym kłopotem od wysokich kosztów pracy są rosnąca konkurencja i wysokie podatki.

Najmniej członkowie grup producenckich obawiają się natomiast zmian klimatycznych, chorób roślin i suszy.

W kwestii postulatów zgłaszanych do grupy badani wskazywali głównie na konieczność sprzedaży towarów w cenie przewyższającej nakłady. Dla wielu badanych wskazało, że bardzo ważne jest kształtowanie odpowiednich cen oraz wskazywanie kierunków rozwoju dla branży.



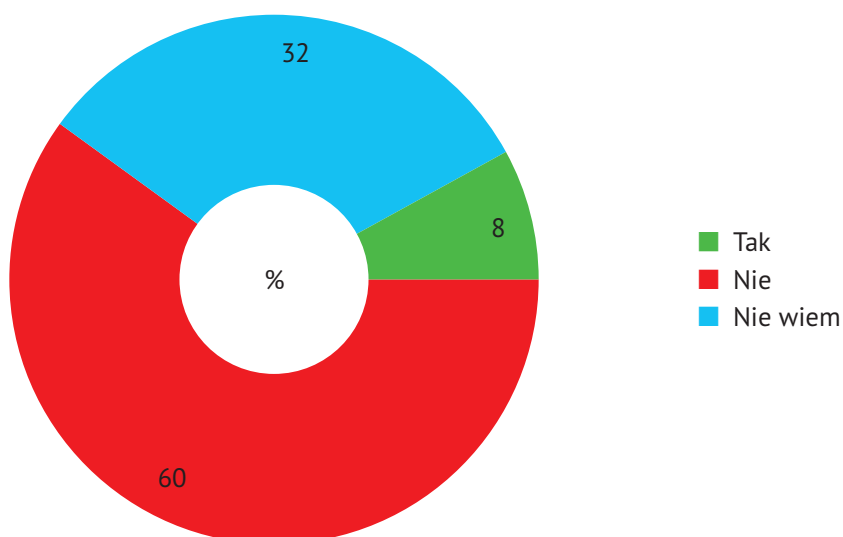
„Nowoczesne technologie upraw, środki ochrony roślin oraz rosnąca wiedza i doświadczenie sadowników coraz lepiej chronią nas przed skutkami kryzysów pogodowych. To co jest znacznie większym problemem przy tak długofalowym cyklu wytwórczym jak nasz to nagłe zmiany legislacyjne, konflikty polityczne przekładające się na działania eksportowe oraz zmiany na rynku pracy. W ostatnich kilku sezonach zmiany te są jednak coraz bardziej gwałtowne i trudne do przewidzenia, dlatego tak bardzo ważne jest zjednoczenie branży i wspólna walka o interesy branży” – **podkreśla Arkadiusz Gaik, prezes Stowarzyszenia Polskich Dystrybutorów Owoców i Warzyw „Unia Owocowa”.**



Rys. 7. Czynniki wpływające na opłacalność produkcji sadowniczej.

Jedną z najpoważniejszych przeszkód stanowią również ceny. W opinii badanych, dla blisko 60% badanych sadowników, ich działalność jest nieopłacalna. Tylko 8% badanych wskazuje, że warto pozostawać sadownikiem, a 32% badanych nie wie jaką decyzję należy podjąć.

Czy bycie sadownikiem się opłaca?



Rys. 8. Ocena opłacalności bycia sadownikiem.



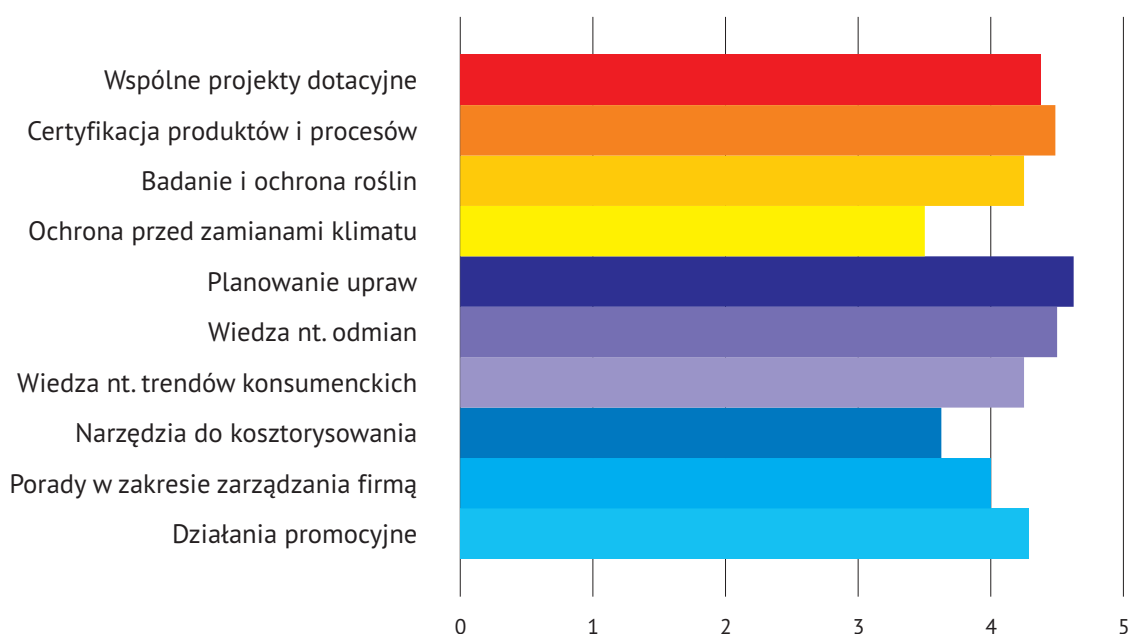
Czynniki sukcesu

Największego wsparcia od grupy producenckiej sadownicy upatrują w planowaniu upraw i wiedzy nt. odmian, certyfikacji produktów i procesów. Ważna jest również wiedza nt. trendów konsumenckich i wsparcie w promocji produktów. Ważne dla sadowników jest negocjowanie wyższych cen zbytu produktów.

Sadownicy wskazali również, że organizacje takie jak „Unia Owocowa” przesyłają im najświeższe informacje branżowe i stanowią pomoc przy konsultacji ustaw i zmian legislacyjnych dotyczących branży.

„Coraz większe znaczenie zyskuje wiedza o trendach rynkowych i nowoczesnych technologiach. W rolnictwie precyzyjnym sadownikom pomagają drony i robotyzacja oraz automatyzacja zbiorów i procesów przechowywania. Istotną rolę odgrywa również nowoczesna ochrona roślin oraz coraz bardziej dokładne systemy wczesnego ostrzegania nt. zmian pogody. Nasi eksperci uczestniczący w największych imprezach branżowych są w stanie zapewnić lokalnym producentom dostęp do prognoz rynkowych na długo przed zbiorem owoców” – komentuje Arkadiusz Gaik, prezes Stowarzyszenia Polskich Dystrybutorów Owoców i Warzyw „Unia Owocowa”.

Grupy producenckie zdaniem sadowników najbardziej wspierają w realizacji następujących działań:



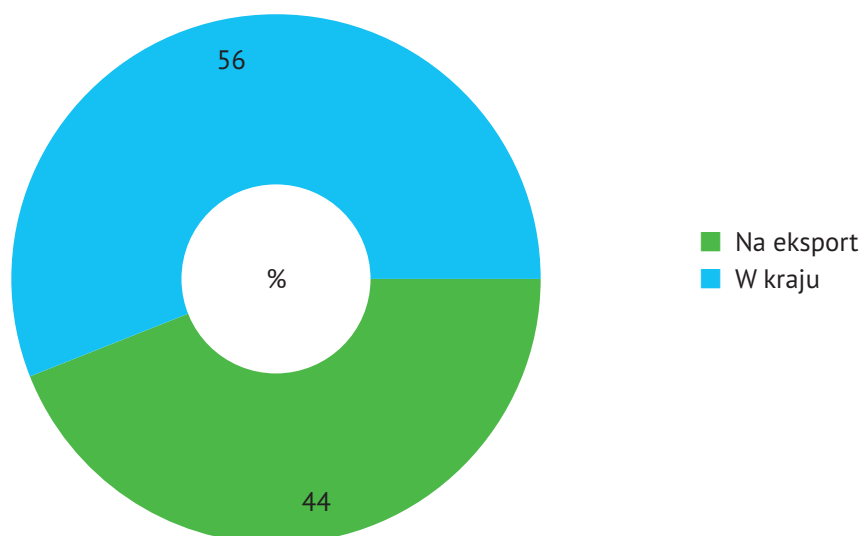
Rys. 9. Obszary wsparcia produkcji owoców przez grupy producenckie w ocenie sadowników.

Kierunki eksportu

Większość własnej produkcji badani przez „Unię Owocową” producenci sprzedają na eksport. Wymieniane obecnie przez nich kierunki to: Egipt, Mongolia, Węgry, Francja, Białoruś, Niemcy, Litwa, Łotwa, Estonia, Hiszpania, Bangladesz i Rosja oraz Kazachstan.



Większość mojej produkcji sprzedaję



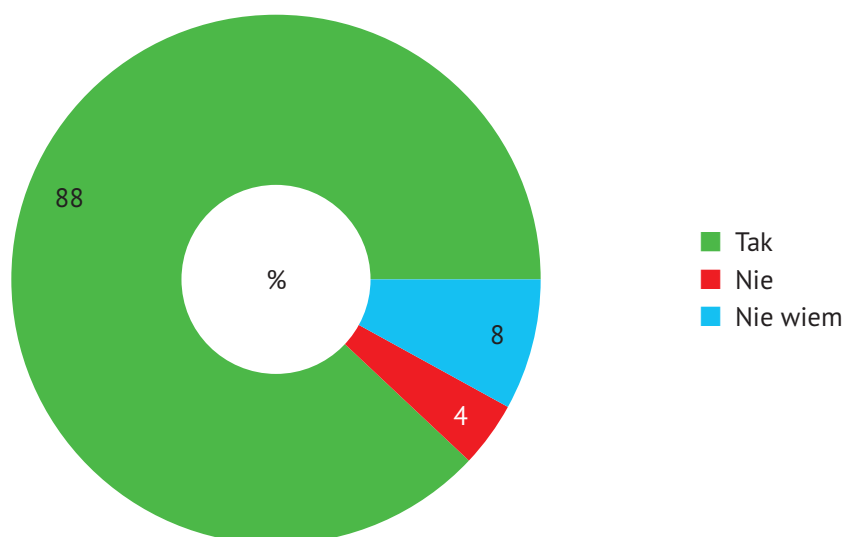
Rys. 10. Kierunki sprzedaży produkcji sadowniczej.

Konieczność łączenia się w grupy

88% badanych potwierdziło, że sadownicy powinni łączyć się w grupy, aby mieć lepszą pozycję negocjacyjną w stosunku do odbiorców z hipermarketów i zakładów przetwórczych. Tylko 4% badanych było przeciwnych dołączeniu do grupy.

„Obecnie istotne jest, aby wspierać koncentrację na rynku sadowniczym i wybierać silne grupy producenckie o jasnej wizji strategicznej i nowoczesnym zapleczu technologicznym” – komentuje Arkadiusz Gaik, prezes Stowarzyszenia Polskich Dystrybutorów Owoców i Warzyw „Unia Owocowa”.

Czy Polscy sadownicy i rolnicy powinni się łączyć w grupy, aby mieć lepszą pozycję negocjacyjną w stosunku do odbiorców z hipermarketów i zakładów przetwórczych?



Rys. 10. Łączenie w grupy polskich producentów owoców a pozycja negocjacyjna wobec dużych odbiorców.



Nie tylko jabłka

Choć dane dotyczące eksportu wskazują, że Polska jest europejskim liderem pod kątem produkcji jabłek, badani producenci często wskazują, że nasz kraj kojarzony jest również ze śliwkami, gruszkami, czereśniami, wiśniami, truskawkami, malinami oraz borówkami.

Dane dotyczące badanych

W badaniu udział wzięło 34 respondentów – sadowników indywidualnych i członków grup producenckich w rejonie grójecko-wareckim.

11 Innowacje technologiczne – wykorzystanie dronów etc.

Drony, rolnictwo 5.0. I cyfrowe uprawy – innowacje przyszłością rolnictwa

Coraz większe wyzwania związane z rosnącymi kosztami zatrudnienia pracowników sezonowych jak i z kontrolą produkcji sprawiają, że sadownicy do pomocy coraz częściej wykorzystują nowoczesne technologie. Drony, robotyzacja rolnictwa oraz cyfrowe uprawy (digital farming) wkraczają również do Polski.

Polskie grupy producenckie jak i inne podmioty zaangażowane w rozwój rolnictwa planują wspieranie polskich sadowników we wdrażaniu nowoczesnych technologii do krajowych upraw. Inspiracją stają się technologie wykorzystywane w krajach zachodnioeuropejskich. W Belgii, Holandii i Francji sadownicy już korzystają z zarządzanych smartfonami systemów ostrzegania przed gradem, czujników deszczu, aplikacji oceniających potrzebę wykorzystania środków ochrony roślin i nawozów, które spięte w jeden system dostarczają producentom kompleksowych danych nt. stanu upraw. Co więcej, w swoich uprawach wykorzystują drony, teledetekcję oraz skomplikowane i zintegrowane systemy zarządzania danymi.

„Konferencja Prognosfruit 2019 odbywająca się w sierpniu w Belgii, pokazała nam jak ważne jest wykorzystanie technologii w codziennej pracy sadownika. Poznaliśmy technologie, dzięki którym możemy precyzyjnie ocenić skutki zarazy na roślinach i z dużą dokładnością stwierdzić jaka część sadów została zainfekowana. Pomagają w tym zarówno systemy monitoringu z powietrza, jak i specjalne aplikacje oceniające stan liści. Innym przykładem są drony współpracujące z systemem nawadniania pól uprawnych. Dają one dziś lepsze efekty, niż prezentowane z opóźnieniem dane, systemy satelitarne. Jeszcze innym ważnym przykładem technologii wspierającej sadowników jest digital farming, czyli: nasadzenia dzięki systemowi nawigacji satelitarnej GPS, teledetekcja i aplikacje wspierające zarządzanie uprawami. Zastosowanie nowych technologii w rolnictwie wpływa na rozwój atrakcyjności polskiego sektora rolniczego” – podkreśla prezes Stowarzyszenia Polskich Dystrybutorów Owoców i Warzyw „Unia Owocowa”, Arkadiusz Gaik.

Innym ważnym zagadnieniem staje się zarządzanie danymi w sadownictwie. W pracy pomagają dziś sadownikom aplikacje umożliwiające zarządzanie zapasami na podstawie danych wprowadzanych i śledzonych w czasie rzeczywistym. *„Jeden system pozwala dziś integrować takie dane jak: zatrudnienie, nawożenie, zadania do wykonania przy uprawach, monitoring upraw i zbiory. Następnie pomaga tworzyć raporty dotyczące zarządzania magazynem i zapasami oraz sprzedaż. Dziś w Polsce z takich systemów cyfrowego zarządzania produkcją jabłek korzystają głównie najwięksi. W Unii Owocowej zależy nam jednakże by tę wiedzę i narzędzia upowszechnić wśród sadowników” – komentuje Sławomir Kędzierski, wiceprezes Stowarzyszenia Polskich Dystrybutorów Owoców i Warzyw „Unia Owocowa”.*

Jednocześnie należy podkreślić, że polscy sadownicy nie tylko od wielu lat korzystają z najnowszych technologii, np. systemu monitoringu chorób i szkodników opartego na modelach matematycznych oraz automatycznych pułapkach feromonowych, ale także sami wprowadzają nowości. Doskonałym przykładem jest samojezdny ciągnik sadowniczy wraz z systemem sterowania opryskiwaczem stworzony przez sadowników braci Marcina i Michała Janusów oraz Marcina Lisa. Inny przykład to prace rozwojowe nad wykorzystaniem sztucznej inteligencji do rozpoznawania szkodników na pułapkach feromonowych oraz lepowych.

Eksperti ze stacji badawczej dla owoców z Uniwersytetu Leuven specjalizujący się w technologiach rolniczych prognozują, że wdrożenie sztucznej inteligencji w najbliższych latach nie zastąpi pracy ludzkiej. *„Aktualnie technologia ma za zadanie jedynie ułatwić naszą codzienną pracę i sprawić by była bardziej efektywna. Sadownicy nie powinni w niej upatrywać konkurencji, gdyż nadal przy bardzo trudnej i złożonej produkcji, jaką jest uprawa sadownicza, innowacje nie mogą zastąpić doświadczenia rolników” – dodaje Paulina Kopeć, sekretarz generalny „Unii Owocowej”.*



Ważnym wydarzeniem w procesie technologizacji sadownictwa było spotkanie 7 października Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi Jana Krzysztofa Ardanowskiego, Ministra Wyżywienia i Rolnictwa Republiki Federalnej Niemiec Julii Klöckner oraz Ministra Rolnictwa i Żywności Republiki Francuskiej Didiera Guillaume'a, którzy omówili i uzgodnili wspólne stanowisko w czterech kwestiach dotyczących: reformy Wspólnej Polityki Rolnej, współpracy naukowo-badawczej na rzecz wdrażania nowych technologii w rolnictwie, brexitu (bezumownego) oraz małych i rodzinnych gospodarstw rolnych jako kluczowego elementu europejskiego rolnictwa.

Według raportu opracowanego dla AGRIL Committee przy Parlamencie Europejskim, technologie które będą miały wpływ na sektor rolno-spożywczy to między innymi biotechnologia związana z modelowaniem genetycznym stosowanym dla zmniejszenia podatności na oddziaływania klimatyczne oraz ograniczające wykorzystanie pestycydów. Biologia syntetyczna produkująca nasiona zapewniające plony bogatsze w składniki odżywcze i bardziej odporne na zmiany pogodowe, Internet rzeczy pozwalający na zbieranie i analizę danych dotyczących wszystkich procesów produkcyjnych w gospodarstwie rolnym lub sadowniczym. Automatyzacja i robotyzacja umożliwiająca redukcję zatrudnienia w produkcji żywności, sztuczna inteligencja, która dzięki monitoringowi gleby, warunków pogodowych, upraw etc. będzie umożliwiała lepsze przewidywanie i stosowanie oddziaływań w celu zapobieżenia niskiej jakości zbiorów. Istotną technologią dla sektora produkcji żywności może być również analiza tzw. Big Data, która usprawni procesy podejmowania decyzji w rolnictwie i sadownictwie oraz podniesie efektywność upraw. Globalny monitoring upraw będzie natomiast możliwy dzięki rozwojowi systemów satelitarnych takich jak: Global Navigation Satellite System (GNSS). Według raportu, w przyszłości większe znaczenia w produkcji żywności ma również odegrać technologia blockchain zapewniająca większą transparentność w łańcuchu dystrybucji, dokładne sprawdzenie miejsca pochodzenia produktu oraz poprawę efektywności systemu ubezpieczeń i rejestracji upraw. W optymalizacji procesu upraw ma pomóc również technologia Augmented Reality²¹.

²¹ „Megatrends in the agri-food sector: global overview and possible policy response from EU perspective”, study requested by the AGRIL committee, European Parliament, September 2019r.

12

Komentarze sadowników nt. grup producenckich i samych przedstawicieli grup

Jacka Skonieczny – Prezes Europejskiego Centrum Owocowego Sp. z o.o., Wiceprezes Stowarzyszenia „Unia Owocowa”

” W 2019 roku nadal nasza produkcja jabłek osiągnie ok. 3 mln ton, gdzie około połowa trafi do przetwórstwa, a reszta pozostanie do zagospodarowania. Kraj konsumuje około 800 tys. ton rocznie, a więc nadal będziemy musieli zagospodarować nadwyżkę około 700 tys. ton. Trzeba będzie intensywnie promować nasze produkty i zadbać by trafiły one na eksport.

W zbycie naszych produktów, jedna z najistotniejszych rzeczy stają się obecnie szerokie kontakty zagraniczne. Nasza grupa producencka na przykład realizuje wspólny projekt eksportowy do Zjednoczonych Emiratów Arabskich.

”

Arkadiusz Gaik – Prezes Stowarzyszenia Polskich Dystrybutorów Owoców i Warzyw „Unia Owocowa”

” Obecnie istotne jest, aby wspierać koncentrację na rynku sadowniczym i wspierać grupy producenckie o jasnej wizji strategicznej i nowoczesnym zapleczu technologicznym.

Stały kontakt z grupami producenckimi na świecie to również najświeższa wiedza na temat rynkowych trendów. Dzięki tej wymianie sadownicy w Polsce są w stanie lepiej prognozować trendy rynkowe i dostosowywać nasadzenia do oczekiwań rynków zbytu. Zachęcamy też do przyłączania się do grup producenckich, a grupy do łączenia się w większe struktury.

Nasze Stowarzyszenie ma również przekazywać również najświeższe informacje z kraju i ze świata odnośnie rynków zbytu, ilości eksportowanych owoców, a także ceny.

”

Waldemar Żółcik – Członek Rady Nadzorczej Fruit Family Sp. z o.o.

” Przynależność do grupy producenckiej takiej jak Unia Owocowa to dla nas baza wiedzy o nowych przepisach zarówno polskich jak i unijnych. Stowarzyszenie dostarcza nam również kompleksowych analiz rynkowych. Poza prognozowaniem zbytu i cen sprzedaży jak również poza wspólną promocją, zrzeszanie się niesie wiele innych dodatkowych korzyści. Jeśli chodzi o grupy producenckie to wspólnie planujemy nasadzenia oraz wspólnie realizujemy też program operacyjny, który wspiera inwestycje w sadownictwie.

”



Janusz Kawęczyński – Prezes Fruit-Group Sp. z o.o.

” Dzięki przynależności do Grupy z jednej strony sadownik ma pewność zbytu i wsparcie w zbiorze, w sortowaniu i w przechowywaniu, a z drugiej strony jest to zobowiązanie do tego, żeby swoje produkty sprzedawał poprzez grupę. Wspólna strategia, czy to krótko, czy długofalowa, zawsze niesie ze sobą wartość dodaną.

W dzisiejszych czasach jabłka muszą być coraz lepiej przebadane. Wymaganych jest coraz więcej certyfikatów i testów laboratoryjnych. Jeśli chcemy być poważnie traktowani na świecie i w sieciach supermarketów, które mają coraz wyższe wymagania, nie tylko w Polsce, ale i zagranicą, to musimy za tym po prostu nadążyć. Dziś każdy chce być zabezpieczony, że jabłko które oferuje do sprzedaży pochodzi od sprawdzonego i wiarygodnego wytwórcy.

”



Nasze Stowarzyszenie powstało w 2010 roku i od tego czasu nieprzerwanie dba o interesy swoich członków. UNIA OWOCOWA ma niezwykle szeroki zakres działania. Od wspierania przejrzystych zasad eksportu, poprzez doradztwo prawno-ekonomiczne, aż po promocję polskiej żywności i upowszechnienie nowoczesnych standardów jakościowych.

Zdając sobie sprawę z pozycji i znaczenia sadownictwa, a także eksportu plonów, pozyskanych z tego sektora, nasze stowarzyszenie skutecznie walczy o wypracowanie jednolitych zasad w tej branży. W celu uzyskania wewnętrznej spójności w eksporcie, podejmujemy liczne działania informacyjne i konsultacyjne. Prowadzimy liczne rozmowy z przedstawicielami polskiej i zagranicznej administracji oraz instytucjami gospodarczymi. Dążąc do przewyższenia problemów w eksporcie, promujemy nowoczesne standardy jakościowe i techniczne w sferze produkcji oraz dystrybucji produktów roślinnych. Pierwsze podjęte przez nas działania dotyczyły zniesienia wprowadzonych na rynku rosyjskim czasowych obostrzeń dla eksportu polskich owoców i warzyw.

Poza działaniem na rzecz eksportu, celem naszej organizacji jest wspieranie polskich producentów i dystrybutorów owoców i warzyw oraz reprezentowanie ich interesów zarówno kraju jak i za granicą. Członkom naszego Stowarzyszenia umożliwiamy wymianę wiedzy i doświadczeń zdobytych dzięki długoletniej działalności w tej branży.

W ostatnim czasie prowadzimy również działania na rzecz Grup Producentów. Zdając sobie sprawę z faktu, iż powstawanie tych organizacji, gwarantuje zrównoważony rozwój rynku owoców i warzyw, zabiegamy o wypracowanie korzystnych norm, warunkujących sprawne funkcjonowanie Grup Producentów.

UNIA OWOCOWA nieustannie promuje jakość i niepowtarzalny smak polskich owoców i warzyw. Podkreślając rolę zdrowych i naturalnych produktów, zaangażowaliśmy się w wypracowanie korzystnych regulacji związanych z wprowadzeniem w Polsce systemu Integrowanej Produkcji Owoców w taki sposób, aby była ona powszechnie stosowana w produkcji ogrodnictwa.

Istotnym elementem funkcjonowania naszego Stowarzyszenia jest prowadzenie działalności informacyjnej, konsultacyjnej i wydawniczej. Dzięki stałej współpracy z mediami nagłaśniamy sukcesy i problemy branży. Dostarczamy również aktualne dane dotyczące tendencji panujących w branży, cen produktów i sytuacji na rynkach. Współpracujemy także z licznymi organizacjami, takimi jak: Związek Sadowników RP, Towarzystwo Rozwoju Sądów Karłowych, Krajowy Związek Grup Producentów Owoców i Warzyw.

Szybki rozwój naszego stowarzyszenia, świadczy o zainteresowaniu naszą działalnością i słuszności podejmowanych przez nas działań. Jesteśmy otwarci na współpracę z osobami oraz organizacjami, którym zależy na wspieraniu przejrzystych, korzystnych dla polskiej gospodarki zasad produkcji oraz sprzedaży owoców i warzyw. Wierzymy, że wspólnie możemy działać skuteczniej dla polskiego rolnictwa i pozycji rodzimego eksportu.



UNIA OWOCOWA
Stowarzyszenie Polskich Dystrybutorów Owoców i Warzyw
Słomczyn 80
05-600 Grójec
T. +48 22 295 01 61
E. biuro@uniaowocowa.pl
uniaowocowa.pl