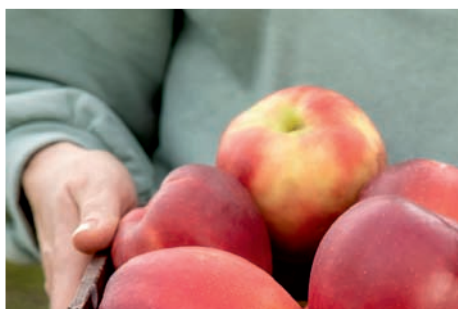


TRENDY NA POLSKIM RYNKU SADOWNICZYM



KRAJOWY ZWIĄZEK GRUP
PRODUCENTÓW OWOCÓW I WARZYW



UNIA
OWOCOWA



2020

Wszelkie prawa zastrzeżone – cytowanie fragmentów dozwolone ze wskazaniem:

źródła:

„Trendy na Polskim Rynku Sadowniczym, 2020”,

autora:

Stowarzyszenie Polskich Dystrybutorów Owoców i Warzyw „Unia Owocowa”

Słomczyn 80

05-600 Grójec

T. +48 22 295 01 61

E. biuro@uniaowocowa.pl

uniaowocowa.pl

na potrzeby projektu #wybieramPOLSKIEjabłka finansowanego z Funduszu Promocji Owoców i Warzyw.

partnerzy:

Stowarzyszenie Sady Grójeckie,

Krajowy Związek Grup Producentów Owoców i Warzyw,

Związek Sadowników Rzeczypospolitej Polskiej,

Towarzystwo Rozwoju Sądów Karłowych,

Stowarzyszenie Sady Sandomierskie.



Raport został objęty honorowym patronatem Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi



Spis treści

1	Przedmowa Stowarzyszenia Sady Grójeckie	3
2	Przedmowa Stowarzyszenia Sady Sandomierskie	4
3	Przedmowa Stowarzyszenia Polskich Dystrybutorów Owoców i Warzyw „Unia Owocowa”	5
4	Przedmowa Krajowego Związku Grup Producentów Owoców i Warzyw	6
5	Przedmowa Związku Sadowników Rzeczypospolitej Polskiej	8
6	Przedmowa Towarzystwa Rozwoju Sadów Karłowych	9
7	Przedmowa Głównego Inspektora Ochrony Roślin i Nasiennictwa	10
8	SYTUACJA NA RYNKU JABŁEK W SEZONIE 2019/20	11
	Eksport. Polskie sadownictwo na tle innych krajów	13
	Polska liderem eksportu	18
	Główne rynki zbytu dla Polski	18
	Nowe rynki zbytu dla Polski	20
	Produkcja jabłek wg odmian w Polsce	20
	Najpopularniejsze odmiany w Europie	21
	Jak prawidłowo liczyć koszty przygotowania jabłka do sprzedaży?	22
9	SYTUACJA RYNKOWA - JABŁKA I GRUSZKI 2020	24
	Główne zagrożenia dla produkcji jabłek i gruszek	24
	Polityka wobec produkcji w krajach sąsiadujących z UE	25
	Badania i innowacje w produkcji owoców i warzyw	25
	Wyzwania dla eksportu z UE	25
10	PROGNOZY ROZWOJU RYNKU - 2020	26
	Strategie „Od pola do stołu” oraz „Zielony Ład”;	26
	Jaka przyszłość czeka polskie rolnictwo?	
	Współpraca podstawą produkcji ekologicznej	27
	Ochrona sadów w dobie Zielonego Ładu (Green Deal)	28
	Dalsze kroki w strategii „Od Pola do Stołu”	29
11	SYTUACJA W SEKTORZE A PANDEMIA COVID-19	30
	Oczekiwana pomoc dla sektora	31
	Jak pandemia Covid-19 zmieniła branżę?	31



Wzrost konsumpcji	31
Dodatkowe koszty	31
Obostrzenia w restauracjach i ich wpływ na sektor	32
Pracownicy sezonowi	32
Ograniczenia w eksporcie	32
Wzrost wymagań rynku i sieci	32
Rynek żywności ekologicznej w UE	32
Jakie możliwości?	33
12 ZRÓWNOWAŻONE ROLNICTWO	37
13 OPAKOWANIA, PLASTIK - trendy i wyzwania na tle Unii Europejskiej	45
Chaos w regulacjach unijnych wyzwaniem dla sektora warzywno-owocowego	45
Koniec z naklejkami na owocach? Nowe przepisy zabraniające umieszczania etykiet samoprzylepnych na owocach w Belgii	47
14 BEZPIECZEŃSTWO PRODUKCJI	48
Kodeks Etyki Żywnościowej	48
15 INNOWACJE TECHNOLOGICZNE	49
16 E-COMMERCE W POLSCE	51
17 WYZWANIA DLA ORGANIZACJI PRODUCENTÓW	52
18 KONSUMPCJA OWOCÓW I WARZYW	54
Promocja owoców i warzyw na szczeblu rządowym	55
Polska smakuje	55
Produkt polski #kupujświadomie	56
Poznaj Dobrą Żywność	57
Promocja owoców i warzyw na szczeblu organizacji	57
#wybieramPOLSKIEjabłka	58
Moc Polskich Warzyw	60
Jedz owocowe i warzywa to w nich największa moc się skrywa!	60
5 porcji warzyw, owoców lub soku	60
Apetyt na Polskie	61
Czas na polskie superowoce!	61
Półowa Sukcesu – promocja spożycia owoców i warzyw oraz ich przetworów	62
Narodowe badania konsumpcji warzyw i owoców	63
„Siła smaku, witamin i kolorów – poznaj jakość jabłek z Europy”	63
Follow me to be Healthy!	64
Rok 2021 to Światowy Rok Owoców i Warzyw	65
Happeningi	65





Rok 2020 zostanie zapamiętany przez branżę sadowniczą jako rok najwyższych cen jabłek. Podsumowanie każdego sezonu powinno przede wszystkim skłaniać do refleksji nad tym, dlaczego stało się tak, a nie inaczej i jakie wnioski na przyszłość powinniśmy wyciągnąć.

Wiosenna hossa na rynku to efekt zwiększonego zainteresowania tematyką zdrowia wśród konsumentów. Pandemia przypomniła nam wszystkim, jak ważną rolę w naszej diecie i budowaniu odporności pełnią owoce i warzywa. Branża sadownicza powinna wyciągnąć z tego wnioski i nie pozwolić na to, aby rządził nią przypadek. Ciągły, spójny i skonsolidowany przekaz całej branży odnośnie walorów zdrowotnych jabłek powinien być kontynuowany i rozszerzany. Pamiętajmy, że to najpopularniejszy owoc w Polsce, który na dodatek dostępny jest cały rok. Jednocześnie należy pamiętać o tym, że konsument powinien otrzymać produkt zgodny z jego oczekiwaniami, a więc najwyższej jakości.

Korzyść z takiego stanu rzeczy w znakomitej większości odczuli ci sadownicy, którzy pomimo przymrozków mieli jabłka, a mieli je ci, którzy mają najlepsze stanowiska i ci, którzy zainwestowali w ochronę między innymi przeciwprzymrozkową.

Przykład ten prowadzi nas do dwóch wniosków. Po pierwsze, sady powinny być zlokalizowane na możliwe najlepszych stanowiskach. Po drugie, inwestycje w zabezpieczenie sadów są opłacalne. W dobie nieprzewidywalnej pogody, zdecydowanie lepiej wykorzystać lepiej zabezpieczony mniejszy areal sadu, niż większy, ale pozbawiony ochrony.

Maciej Majewski
Prezes Stowarzyszenia Sady Grójeckie



Dla Stowarzyszenia Sądów Sandomierskich rok 2020, pomimo skojarzeń z pandemią, pozostanie rokiem wyjątkowym, bo właśnie wtedy, nasze produkty pojawiły się na sklepowych półkach. To ogromny sukces. Ufamy, że także kolejne lata okażą się dla nas przychylne. Wszyscy wiemy, że w 2020 roku branża sadownicza mierzyła się z wieloma wyzwaniami: rynek stał się bardzo nieprzewidywalny, pojawiły się utrudnienia w transporcie, brakowało pracowników sezonowych, zanotowano spadek eksportu. Nawet pogoda nie była przychylna dla sadowników. Słowem, poprzedni rok należał do wyjątkowo trudnych. Dlatego tak ważna wydaje się obecnie konsolidacja sadowników, przyjęcie wspólnych założeń rozwoju branży, rozwój technologii oraz bezpieczeństwo produktów. Staramy się realizować te ideały.

Powstałe w 2019 roku Stowarzyszenie Sady Sandomierskie zrzesza obecnie 138 producentów, a owoce uprawiane są na ponad 1 tys. ha. Nasze zbiory sięgają 20 000 ton jabłek w skali roku, a produkty premium, pod marką Sądów Sandomierskich, można znaleźć w wybranych sklepach sieci Biedronka.

Kluczowa jest dla nas edukacja żywieniowa, dlatego bierzemy czynny udział w kampaniach informacyjnych, służących zwiększeniu świadomości wśród konsumentów. W 2020 roku zaangażowaliśmy się w projekt #wybieramPOLSKIEjabłka, którego celem jest nie tylko edukacja, ale również promocja rodzimych jabłek, oraz zwiększenie ich konsumpcji. Bierzemy również udział w kampanii „Połowa Sukcesu – promocja spożycia owoców i warzyw oraz ich przetworów”, której zadaniem jest informowanie i edukowanie Polaków, jaka jest rola warzyw i owoców w zdrowej diecie. Liczymy, że jabłka staną się nieodłącznym składnikiem diety każdego Polaka, a ich walory smakowe i zdrowotne zostaną zauważone i docenione.

Stowarzyszenie stawia sobie również wyzwania technologiczne. Nasze owoce przechowywane są w 3 magazynach wyposażonych w nowoczesne linie produkcyjne i niskotlenowe komory przechowalnicze. Wykorzystanie technologii nowej generacji umożliwia wydłużenie okresu przechowywania owoców (do początku września) i korzystnie wpływa na ich świeżość oraz trwałość. Uważamy, że inwestycje w technologie są jednym z kierunków, w których powinna podążać branża. Co więcej, pandemia wciąż trwa więc trudno prognozować przyszłość, na pewno sytuacja na rynku sadowniczym będzie się dynamicznie zmieniać. Liczymy jednak, że poprzez wysokiej jakości produkty, edukację konsumentów, podejmowanie wyzwań i wyznaczanie nowych kierunków rozwoju, polska branża sadownicza będzie rosła w siłę.

Dariusz Gołąb

Wiceprezes Zarządu Stowarzyszenia Sady Sandomierskie



Rok 2020 postawił przed branżą sadowniczą wiele wyzwań. Należą do nich m.in. walka z pandemią, brak siły roboczej w czasie zbiorów, nowe ograniczenia w zakresie ochrony roślin, utrudnienia w eksporcie związane zarówno z pandemią, jak i rosnącą konkurencją z innych rynków.

Z drugiej strony, rok 2020 pokazał, jak ważni są krajowi producenci owoców i warzyw, ponieważ to właśnie lokalne owoce były najchętniej wybierane przez polskich i europejskich konsumentów. Dzięki silnym organizacjom zrzeszającym producentów, polscy sadownicy mogli uczestniczyć w najważniejszych, podejmowanych decyzjach dotyczących sektora owoców i warzyw w UE, współpracować z Komisją Europejską nad wypracowaniem sposobów na zapewnienie płynnej wymiany handlowej w sektorze w czasie całkowitych lockdownów oraz promocji rozwiązań, które mają bronić branżę przed skutkami pandemii.

Obecnie pracujemy zarówno nad zwiększaniem wielkości eksportu, jak i otwieraniem nowych rynków azjatyckich, a także zupełnie nowych, perspektywicznych kierunków. Będziemy mieć na to szansę tylko wtedy, jeśli nasza branża będzie mówiła jednym głosem i działała wspólnie realizując strategię. Nasz kraj w sezonie 2019/2020 miał ogromną konkurencję na dalekich rynkach eksportowych ze strony: krajów europejskich (Francji, Włoch, czy Niemiec), ale też Serbii, Mołdawii, czy Ukrainy, które bardzo intensywnie pracują nad rozwojem sadownictwa. Zrzeszanie się i działanie w grupach odgrywało w tym przypadku kluczową rolę, z racji, że w konkurujących z nami krajach europejskich znajduje się blisko 60% wszystkich uznawanych przez rządy organizacji producenckich.

Pozyskiwanie nowych, dalekich rynków eksportowych jest procesem czasochłonnym i trudnym. Dzięki zapleczu, zaangażowaniu i zasobom organizacji producenckich jesteśmy w stanie wysyłać polskie produkty najlepszej jakości ze wszelkimi niezbędnymi certyfikatami i konkurować z zagranicznymi eksporterami. Organizacje producenckie promują zrównoważone praktyki rolnicze, tworzą miejsca pracy i cały czas pracują nad podnoszeniem jakości rolnictwa regionalnego oraz lokalnego. To, co skłania rolników do zakładania lub dołączania do organizacji i stowarzyszeń producenckich, to głównie korzyści ekonomiczne i techniczne, ale też społeczne. W dobie pandemii COVID-19, której skutkiem były (i nadal są oraz będą) niespodziewane, dodatkowe koszty pracy, produkcji i transportu, organizacje są w stanie pomóc rolnikom w komunikacji z instytucjami i agendami rządowymi poprzez reprezentowanie ich interesów, kierowanie odpowiednich wniosków oraz wypracowywanie postulatów na poziomie krajowym i KE. Udoskonalają też zaplecze techniczne, dzięki którym rolnicy mogą poprawić wydajność swoich gospodarstw. Organizacje są postrzegane jako siła przetargowa rolników podczas negocjacji z innymi podmiotami w sektorze żywnościowym – dużymi sieciami handlowymi i odbiorcami hurtowymi.

Przed nami rok 2021. Dla nas, producentów owoców i warzyw, to kolejny rok poświęcony zdobywaniu nowych rynków i prezentowaniu polskich owoców na arenie międzynarodowej. To również ważny rok, który przyniesie nowe relacje handlowe z Wielką Brytanią po Brexicie i kolejne wyzwania związane z rosnącymi kosztami, utrudnieniami w pozyskaniu wykwalifikowanych pracowników sezonowych. Mamy nadzieję, że będzie to również rok odbudowywania pełnych mocy produkcyjnych i wzmożonej wymiany handlowej z krajami UE oraz nowymi dalekimi rynkami zbytu dla polskich owoców. W naszym raporcie przeczytają Państwo o trendach i wyzwaniach związanych z kolejnym sezonem, jak również działaniach, które wspólnie podejmujemy jako branża.

Życzę Państwu miłej lektury,
Arkadiusz Gaik

Prezes Zarządu Stowarzyszenia Polskich Dystrybutorów Owoców i Warzyw „Unia Owocowa”



Pierwsza i chyba najważniejsza sprawa: nasza pozycja lidera w UE, w ilości produkowanych ton jabłek – oczywiście prawie wszystkie z założenia są jabłkami deserowymi. Opatrzność w ostatnich latach dała nam taką oto lekcję: rok 2017, a później 2019 – zbiory niewiele powyżej trzech milionów ton, między nimi rok 2018, jakie zbiory? W sumie do dzisiaj nie wiemy ile naprawdę zebraliśmy, ale dużo. Ceny tak jabłek deserowych, jak i do przetwórstwa, w tych kolejnych latach pamiętamy wszyscy. Żeby jeszcze dobitniej pokazać sytuację w 2020 roku ponownie mieliśmy zbiory na poziomie tych z 2017 i 2019 roku. Co z powyższego wynika? Otóż to, że zbiory w granicach 3-3,5 mln ton pozwalają na sprzedaż zarówno jabłek deserowych, jak i do przetwórstwa po w miarę akceptowalnych cenach, oczywiście w aktualnych polskich realiach. Jakie będą zbiory w roku 2021? Oczywiście nie wiemy, ale jeśli okaże się, że nie będzie litości Niebios to zbierzemy 5-6 mln jabłek deserowych.

W produkcji jabłek mamy problem strukturalny, ale oczywiście przyznanie się do tego jest trudne. Można przyjąć, że na rynek krajowy i eksport potrzebujemy ok. 1,5 mln ton jabłek deserowych. Pozostałe jabłka muszą być, z założenia, przeznaczone do przetworzenia. Może nie warto, więc w odniesieniu do tej produkcji, stosować takiej technologii oraz ponosić tak wysokich kosztów, jak w przypadku produkcji deserowej.

Czy mamy szansę zwiększyć eksport? Od kilku lat posługujemy się takimi słowami kluczami, czy lepiej zakłęciami, jak „nowe rynki”, „otwieranie nowych rynków”. Oczywiście to trzeba robić, ale z założeniem, że każdy wyeksportowany kontener to sukces. Nie ma dzisiaj rynku na świecie, na którym nie ma chętnych do sprzedaży jabłek i tylko czekają na te z Polski. Wszędzie trzeba stoczyć walkę o kawałek miejsca na rynku. Żeby tę walkę wygrać trzeba mieć jakieś konkretne, przekonujące atuty. Jeśli atutem ma być cena, to dlaczego narzekamy, że nasze jabłka są najtańsze w Europie, czy na świecie. Są, bo to nasz atut. Jeśli nie chcemy, aby cena była atutem, to znajdziemy inne. Tę pracę trzeba koniecznie wykonać. Od epatowania się cenami uzyskiwanymi przez sadowników w innych krajach nic na koncie bankowym nam nie przybędzie.

Śp. prof. Eberhard Makosz pokazał sadownikom cały sadowniczy świat – był to, uważam, wielki sukces, możliwość skorzystania z wielu doświadczeń. Profesor jednak na koniec poniósł porażkę w organizowaniu wyjazdów. Otóż jako ostatni wyjazd zaproponował zapoznanie się z doświadczeniami sadowników francuskich, w momencie kiedy zmuszeni zostali oni do ograniczania produkcji, słusznie przewidując, że nas też może to czekać. Wyjazd nie doszedł do skutku, nie było chętnych, może jednak w całej serii udanych wyjazdów zabrakło tego ostatniego. Dzisiaj sadownicy francuscy produkują tyle ile oczekuje rynek tj. ok. 1,5 mln ton (1 mln na rynek wewnętrzny, 0,5 mln na eksport), mają najwyższe ceny w Europie. Są dobrze zorganizowani, wdrażają innowację, pracują nad swoimi przewagami.

Francuzom, Włochom, Belgom, Niemcom organizacje producentów zapewniają doskonalenie produkcji i logistyki oraz pozycję na rynku. W Polsce nie dość, że organizacje mają niewystarczający udział w rynku, to jeszcze ich rola i znaczenie są kontestowane przez wielu sadowników. Jeśli te grupy są złe, to od lat czekam na powstanie grupy utworzonej przez tych, którzy je krytykują, która by, zgodnie z ich wyobrażeniem dobrze działała. Problem zasadniczy polega na tym, że wiele osób nie ma pojęcia jak obecnie funkcjonuje rynek, co dzieje się na dalszych etapach obrotu produktem, jakie są wymagania i realia handlu – znają tylko relację producent – pierwszy odbiorca.



Oczywiście ciągłego doskonalenia wymaga produkcja i każdy etap obrotu, w tym działalność organizacji producentów. Pomóżmy im dobrze działać, budujmy ich pozycję dla własnego dobra, jak robią to w innych państwach. Nie ma na świecie lepszego sposobu funkcjonowania mniejszych producentów na rynku, szczególnie kiedy odbiorcy są dużymi firmami lub są daleko (eksport).

Z treści Raportu jasno wynika, że w wielu krajach, które były importerami jabłek, w tym z Polski, intensywnie rozwija się sadownictwo i już zaczynają je eksportować, również na rynek unijny, lub stanie się to w ciągu najbliższych lat. I co ważne w kontekście potrzeby działania grup, tam często średnie gospodarstwo ma potencjał naszej dużej grupy. Nie możemy też zapominać o rozwoju produkcji w innych częściach świata, a także chociażby w Turcji, czy Iranie, który już dzisiaj jest bodajże większym ich eksporterem niż Polska.

Na pewno dzisiaj na całym świecie nie ma prostej odpowiedzi na pytanie: co dalej z produkcją jabłek? W Europie na to nakłada się jeszcze koncepcja Zielonego Ładu i strategii „od pola do stołu”, jak one wpłyną na sadownictwo, na ile są szansą, a na ile zagrożeniem? Nie ulega jednak wątpliwości, że wpisują się one w światowe megatrendy, z których jeden mówi, że będzie następował przyrost liczby ludności, ale nie w Europie, tu będzie sytuacja odwrotna. Natomiast wzrost produkcji żywności powinien następować tam, gdzie będzie przybywać konsumentów, żeby ograniczyć ślad węglowy, a więc nie w Europie. Jednocześnie analiza megatrendów jasno wskazuje, że przewidywany rozwój cyfryzacji będzie preferował na rynku duże organizmy gospodarcze kosztem mniejszych.

Nie ulega wątpliwości, że polscy producenci jabłek stoją przed wyzwaniem, z jakimi się jeszcze nie mierzyli. Wielu z nich, a także wiele organizacji zrzeszających producentów, od lat doskonale rozumie zachodzące zmiany na światowym rynku jabłek i się do nich dostosowuje. W naszym przypadku istotny jest rynek światowy, będący właściwym punktem odniesienia. Krajowego i europejskiego nie można zaniedbać, trzeba je rozwijać, pielęgnować, ale o realnych możliwościach na przyszłość, zarówno jeśli chodzi o jabłka deserowe, jak i do przetworzenia zadecyduje rynek światowy i umiejętność naszego dostosowania się do zmieniających się wymogów.

Krajowego jak i europejskiego nie możemy zaniedbywać, trzeba go rozwijać i pielęgnować opierając się na naszych możliwościach oraz ich perspektywach. Jednak zarówno w produkcji jabłek deserowych jak i przetwarzania zadecyduje rynek światowy i nasza umiejętność dostosowania się do zmieniających się wymogów.

Witold Boguta
Prezes Krajowego Związku Grup Producentów Owoców i Warzyw





Rok 2020 był dla naszej branży bardzo specyficzny, głównie za sprawą pandemii koronawirusa. Epidemia miała fundamentalne znaczenie dla sprzedaży owoców, których z powodu wiosennych przymrozków było w naszym kraju mniej. Mniejsze zbiory notowały również inne kraje Unii Europejskiej. Powyższe czynniki w połączeniu z paniką przed zakupami owoców z Włoch i Chin spowodowały przewagę popytu nad podażą i dlatego wiosną zabrakło jabłek na rynku. Niecodziennym zjawiskiem był wzrost cen jabłka, który osiągnął poziom niespotykany wcześniej. Przeniosło się to także na wczesne odmiany jabłek ze zbiorów bieżącego roku. Korzystny trend wzrostu spożycia owoców miał miejsce także w innych gatunkach – śliwkach, truskawkach, borówkach. Ich ceny były również dość atrakcyjne.

Wzrostem konsumpcji owoców w czasie pandemii zostali zaskoczeni handlowcy na całym świecie. Zwiększenie spożycia poszczególnych gatunków owoców sięgało od 5% w przypadku niektórych krajów, do nawet 20% w przypadku tych, gdzie mocno zakorzeniona jest kultura zdrowego odżywiania. Warto też odnotować większe niż dotychczas zainteresowanie owocami ekologicznymi i bez pozostałości środków ochrony roślin. Tu wzrosty sięgały nawet 30%.

Niestety nic dwa razy się nie zdarza i prawdopodobieństwo powtórzenia się w tym sezonie sytuacji z wiosny minionego roku jest raczej mało realne. Pierwsze tego symptomy mieliśmy już jesienią, kiedy na rynku obserwowaliśmy stagnację, a momentami nawet dotkliwy spadek popytu na jabłka. Mimo mniejszej produkcji nie ma znaczącego zainteresowania naszą ofertą handlową. Światowy rynek nauczony doświadczeniami z początku pandemii nie reaguje już tak impulsywnie. Przedstawiciele handlowi dokonują dokładnych analiz, na podstawie których realizowane są zamówienia. Ma to również, a może przede wszystkim, przełożenie na poziom cen, które obecnie znacząco odbiegają od tych z wiosny 2020 r. – w moim odczuciu tego poziomu już niestety nie osiągniemy.

*Mirosław Maliszewski
Prezes Związku Sądowników RP*



Polska jest jednym z największych producentów i eksporterów jabłek na świecie, jednak tak duży potencjał produkcyjny nie przekłada się na poprawę dochodowości indywidualnych gospodarstw. Roczna produkcja jabłek na poziomie 100 kg na głowę mieszkańca (najwięcej na świecie), przy niskim spożyciu ok. 12-13 kg (jeden z gorszych wyników w UE) stawia przed nami duże wyzwania. Straty związane z utratą w 2014 roku chłonnego rynku rosyjskiego i rozwijająca się konkurencja na Wschodzie, wymagają intensywnej, a jednocześnie przemysłowej reakcji z naszej strony. Mimo wielu sukcesów w zdobywaniu nowych rynków zbytu, nadal jesteśmy postrzegani jako chimeryczny eksporter i producent. Rozchwiana produkcja (1,9 – 5,0 mil ton) i niekorzystna proporcja jabłek deserowych do przemysłowych, nieco inny dobór odmian, często wywołuje destabilizację rynku.

Wzrastające koszty produkcji nie pozwalają na zdobywanie rynków najniższymi cenami. Zwiększenie spożycia owoców, poprawa ich jakości, dostosowanie do oczekiwań rynków zewnętrznych, wprowadzanie własnych marek oraz większe zintegrowanie ograniczające wewnętrzną konkurencję może ustabilizować sytuację w naszym sadownictwie.

Tomasz Lipa
Przewodniczący Zarządu Towarzystwa Rozwoju Sadów Karłowych



Jabłka od lat są polskim sztandarowym produktem, który jest dobrze znany i szeroko oferowany na rynkach państw członkowskich Unii Europejskiej oraz eksportowany do wielu krajów poza Unię. Zwyczajowo najwięcej świadectw fitosanitarnych dla przesyłek przeznaczonych do krajów nienależących do UE jest wystawianych przez Państwową Inspekcję Ochrony Roślin i Nasiennictwa (PIORiN) dla świeżych jabłek. Odpowiednio, w roku 2020 inspektorzy PIORiN wystawili 16 813 takich dokumentów, co stanowiło ponad 35% wszystkich wydanych świadectw. Przesyłki z Polski były eksportowane do 35 państw świata, jeżeli chodzi o świeże jabłka, a do 44 biorąc także pod uwagę materiał rozmnożeniowy dla jabłoni. Eksport jabłek w 2020 roku wyniósł 316,7 tys. ton i oznacza to spadek o przeszło 44% w porównaniu do 2019 roku, kiedy wyeksportowano 570 tys. ton owoców. Największą ilość owoców w zeszłym roku wyeksportowano do: Białorusi ponad 125 tys. ton, Egiptu ponad 76 tys. ton, Kazachstanu ponad 52 tys. ton.

Odnosząc się do roku 2020, należy zwrócić uwagę, na utrudnienia w eksporcie spowodowane pandemią COVID-19, oraz na nowe rozwiązania systemowe, które były wprowadzone w związku z znaczącymi zmianami w przepisach prawa unijnego i krajowego. Przede wszystkim weszły do stosowania przepisy Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) Nr 2016/2031, które zobligowały wszystkich eksporterów do rejestracji w „urzędowym rejestrze podmiotów profesjonalnych”, prowadzonym przez Inspekcję. W związku z nowym prawem UE zostały wdrożone nowe ustawy krajowe, tj. o ochronie roślin przed agrofagami oraz o Państwowej Inspekcji Ochrony Roślin i Nasiennictwa. W szczególności uszczegółowiono zasady prowadzenia „rejestru eksporterów” na potrzeby produkcji, przechowywania i eksportu do krajów, które określają dla zainteresowanych wymogi rejestracji w PIORiN. W przypadku świeżych jabłek dotyczy to eksportu do Chin, Wietnamu, Tajlandii, Tajwanu, Izraela i Kolumbii. Bardzo istotne w kontekście eksportu, było także nowe rozporządzenie Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi, które zmieniło niektóre zasady naliczania opłat, pobieranych przed Państwową Inspekcją Ochrony Roślin i Nasiennictwa. Podstawowa zmiana polega na uzależnieniu stawek opłat od czasu realizacji danej czynności, z wyłączeniem badań laboratoryjnych, dla których tak jak dotychczas określone są stawki.

Niewątpliwym wyzwaniem roku 2021 będą zmiany zasad eksportu towarów do Wielkiej Brytanii w związku z zakończeniem okresu przejściowego, określonego w Umowie o wystąpieniu Zjednoczonego Królestwa Wielkiej Brytanii i Irlandii Północnej z UE. Zgodnie z brytyjskimi przepisami fitosanitarnymi od 1 kwietnia 2021 r. przesyłki świeżych owoców i warzyw (w tym jabłek), importowane do Wielkiej Brytanii, będą musiały być zaopatrzone w świadectwa fitosanitarne, co będzie miało wpływ na logistykę eksportu. Jednocześnie przewidziane w przepisach odstępstwo, niestety dotyczy owoców i warzyw, które nie są uprawiane w polskich warunkach.

Andrzej Chodkowski
Główny Inspektor Ochrony Roślin i Nasiennictwa

KRAJ/ROK	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Polska	183,50	194,70	162,40	163,10	180,40	164,76	162,53	166,15	166,44	176,00
Włochy	54,07	54,13	53,01	52,00	52,16	56,16	57,26	57,44	57,63	57,80
Rumunia	52,72	55,37	60,28	56,13	55,88	55,53	55,60	53,94	53,43	53,40
Francja	52,80	51,79	50,68	50,17	49,65	49,65	50,31	33,98	50,51	50,60
Niemcy	31,76	31,74	31,74	31,74	31,74	31,74	33,98	33,96	33,98	33,96
Węgry	33,09	32,04	33,36	33,26	32,80	32,49	32,17	31,84	31,80	31,80
Hiszpania	31,51	30,79	30,79	30,73	30,72	30,87	30,55	29,93	29,12	29,12
Wielka Brytania	16,00	16,00	20,00	16,00	16,00	17,00	16,60	16,20	15,90	15,80
Portugalia	12,54	12,90	13,66	13,85	14,01	14,98	14,79	14,58	14,58	10,59
Grecja	13,48	12,47	12,95	12,26	11,85	10,04	9,60	10,35	10,64	10,58
Litwa	10,11	11,83	11,67	11,27	10,68	9,70	9,82	10,13	10,18	9,90
Czechy	9,30	9,37	8,98	8,96	8,31	7,49	7,35	7,25	7,32	7,43
Austria	6,05	6,05	6,97	6,76	6,62	6,67	6,67	6,74	6,59	6,26
Niderlandy	8,27	7,95	7,91	7,85	7,60	7,30	7,00	6,60	6,42	6,22
Belgia	7,75	7,14	7,06	7,07	6,87	6,49	6,16	5,99	5,81	5,47
Chorwacja	6,55	5,98	5,38	5,94	5,76	5,89	4,84	3,98	4,95	4,95
Bułgaria	4,90	4,62	4,81	3,95	4,77	4,11	3,97	3,96	4,14	4,00
Łotwa	2,80	2,50	2,80	2,70	2,40	2,40	3,30	3,20	3,44	3,70
Słowenia	2,73	2,70	2,64	2,55	2,47	2,42	2,36	2,33	2,27	2,16
Słowacja	2,29	2,91	3,65	2,56	2,38	2,31	2,18	2,14	2,06	1,78
Szwecja	1,31	1,41	1,26	1,29	1,33	1,54	1,40	1,41	1,52	1,55
Dania	1,56	1,43	1,38	1,38	1,39	1,35	1,28	1,42	1,39	1,39
Irlandia	0,62	0,62	0,62	0,64	0,64	0,70	0,70	0,71	0,70	0,71
Finlandia	0,67	0,59	0,59	0,60	0,63	0,62	0,63	0,63	0,65	0,69
Estonia	0,90	0,70	0,90	0,90	0,60	0,51	0,48	0,60	0,57	0,57
Cypr	0,84	0,86	0,63	0,61	0,61	0,53	0,37	0,37	0,36	0,35
Luksemburg	0,24	0,24	0,24	0,24	0,26	0,25	0,27	0,27	0,27	0,27
Malta	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Razem	548,36	558,83	536,36	524,51	538,53	523,51	522,17	523,45	522,67	531,05

Tabela 1: Powierzchnie sadów krajów UE, źródło: Eurostat

Według danych Eurostatu, łączna powierzchnia europejskich sadów jabłkowych wynosi aktualnie 530 000 ha. Polska jest krajem o największej powierzchni sadów w Europie i jednocześnie jedynym gdzie w ciągu ostatniego roku zaobserwowano wzrost z 166 000 ha do 176 000 ha w ostatnim roku.

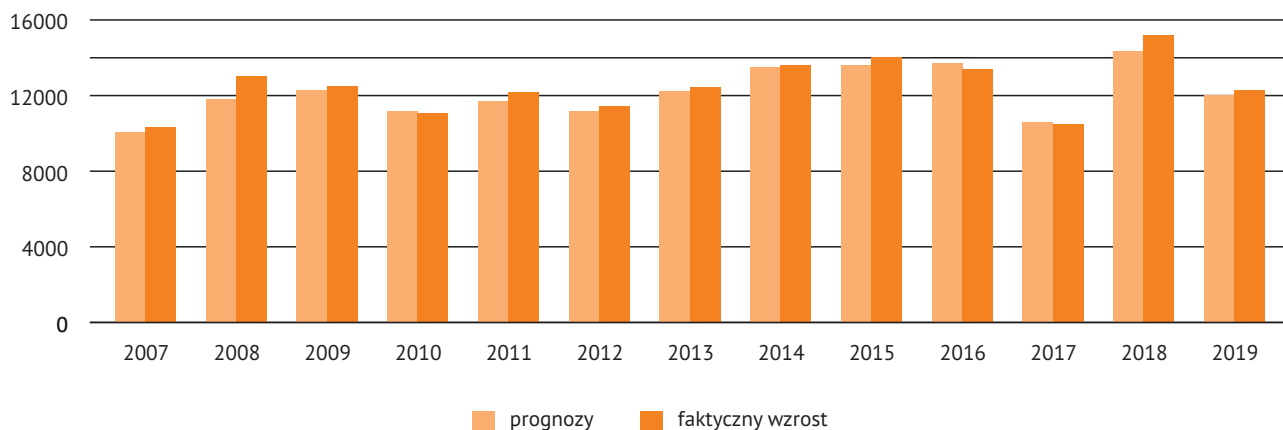


Tabela 2: Prognozy zbiorów i faktyczny wzrost zbiorów

Według prognoz rynkowych, zbiór jabłek w sezonie 2019/20 miał wynosić 10 556 mln ton. Finalnie odnotowano wzrost zbiorów do 10 685 mln ton w całej Europie. W Hiszpanii i Francji zapowiada się dalszy spadek plonów o 60 tys. ton. Nieoczekiwany spadek widoczny jest również w Wielkiej Brytanii. Biorąc pod uwagę liderów rynku jabłek w Unii Europejskiej, we Włoszech wzrost zbiorów wynosi 54 tys. ton, a w Polsce – ok. 10 tys. ton więcej niż prognozowano (łączna wartość zbiorów w PL to niemal 3.5 mln ton). Niewielki wzrost odnotują Holandia, Niemcy, Belgia i Austria.

Export jabłek w UE	Styczeń	Luty	Marzec	Kwiecień
2020	100,749	112,483	97,554	72,576
2019	122,250	150,433	138,668	112,470
Bilans	-21,501	-37,950	-41,114	-39,893

Tabela 3: Eksport UE 2019 vs 2020, źródło: WAPA

Według danych dotyczących eksportu jabłek w Unii Europejskiej, odnotowano spadek. Porównując styczeń, luty, marzec i kwiecień 2019 do 2020 roku, w każdym z miesięcy odnotowano spadek eksportu, największy w marcu – było to ponad 41 tysięcy mniej.

Główni eksporterzy, czyli Polska, Włochy i Francja, w okresie od stycznia do kwietnia 2020 roku, również odnotowali mniejszą wartość eksportu. Największy spadek, porównując do zeszłego roku, był w Polsce, gdzie eksport wyniósł aż o 98 158 tys. mniej. Mimo to, Polska nadal jest wśród liderów eksportu.

Mniejszy eksport związany jest m. in. z mniejszą uprawą i brakiem wolumenu jabłek z zeszłego sezonu. Eksperci określają jednak, jako główną przyczynę zmniejszenia eksportu, pandemię wirusa COVID-19. Ograniczenia logistyczne i niepewność dostępu do rynku, szczególnie podczas pierwszej fali zachorowań, zablokowała dostawców. W branży zauważono jednak preferowanie przez odbiorców owoców z rynków unijnych i z rynków krajowych, na których panował dobry popyt.



	Produkcja w tys. ton. w 2019 r.	Produkcja w tys. ton. w 2020 r.	Procent produkcji ekologicznej vs. cały zbiór w 2019 r.	Procent produkcji ekologicznej vs. cały zbiór w 2020 r.	Produkcja ekologiczna w tys. ton w 2019 r.	Produkcja ekologiczna w tys. ton w 2020 r.
BE	247	167	0,03	0,04	7	7
HR	60	55	0,01	0,01	1	1
CZ	103	111	0,03	0,02	3	2
DE	991	951	0,09	0,10	89	95
EL	276	289	0,02	0,02	6	6
FR	1 651	1 431	0,07	0,07	116	100
HU	452	350	0,02	0,09	9	32
IT	2 096	2 080	0,07	0,09	155	177
LT	26	58	0,02	0,01	1	1
NL	272	234	0,03	0,04	8	9
PL	2 910	3 400	0,01	0,01	29	34
PT	354	301	0,05	0,05	18	15
RO	327	343	0,08	0,07	26	24
SLO	36	46	0,07	0,07	3	3
UK	205	207	0,03	0,03	6	6
Pozostałe	778	688	0,03	0,03	23	21
Razem	10,006	10,023			476	511
Razem UE	10,784	10,711			10,784	10,711
					0,044	0,048

Tabela 4: Produkcja organiczna w krajach UE, *źródło: WAPA*

Choć kraje europejskie starają się działać zgodnie ze strategią Zielonego Ładu i odnotowujemy wzrost produkcji organicznej (511 tys. ton w roku 2020 porównaniu z 476 tys. ton w roku 2019), według ekspertów nadal jest to niski wzrost i jako kraj jesteśmy daleko od celu Unii Europejskiej, tj 25% produkcji ekologicznej.

Eksport. Polskie sadownictwo na tle innych krajów

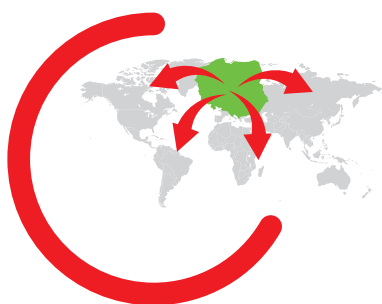
Polska należy do ścisłej czołówki pod względem eksportu jabłek, zarówno świeżych, jak i w formie zagęszczonego soku. Można w tym przypadku powiedzieć, że jabłka są naszym dobrem narodowym. Mimo ogromnej popularności polskich jabłek za granicą, nie są odpowiednio doceniane przez polskich konsumentów, którzy często wybierają produkty importowane, a nie te lokalne i sezonowe. Z badań dot. konsumpcji jabłko było najpopularniejszym owocem w Polsce.



Polskie sadownictwo

Eksport polskich jabłek

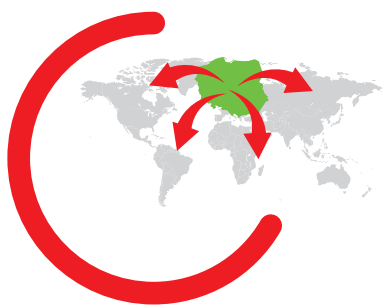
Eksport rolno-spożywczy



Wartość eksportu rolno-spożywczego

28,3 mld €

w okresie styczeń – październik 2020 r.



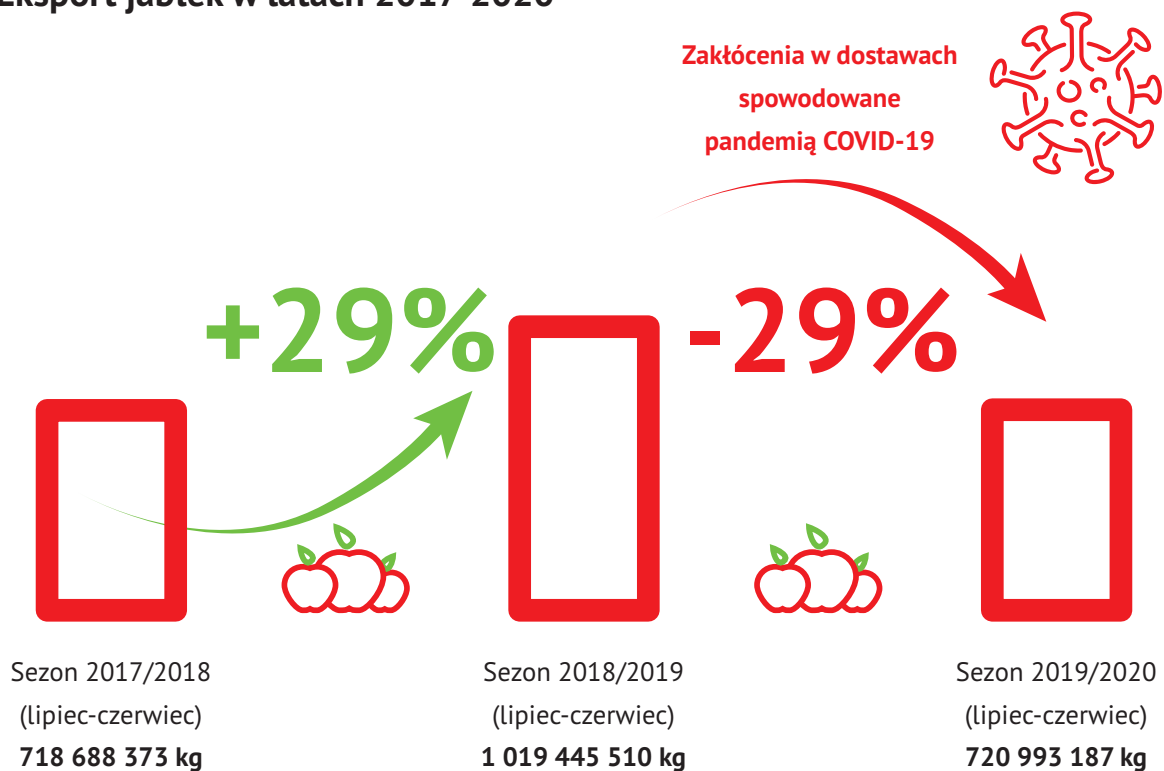
Wartość eksportu rolno-spożywczego

+7%

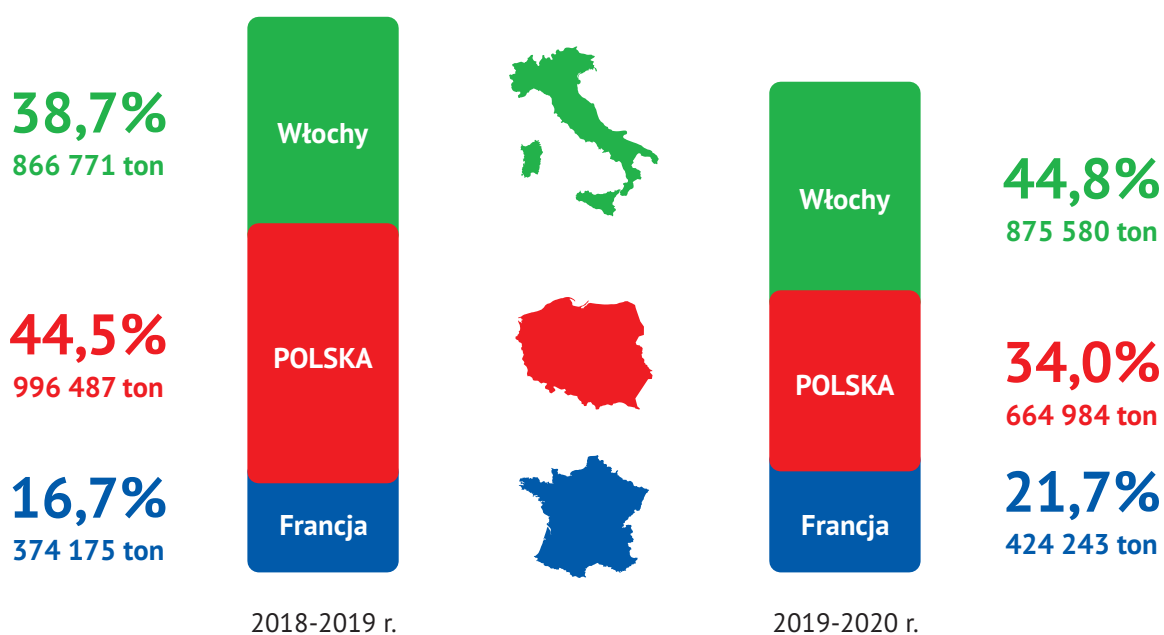
w porównaniu do analogicznego okresu w 2019 r.



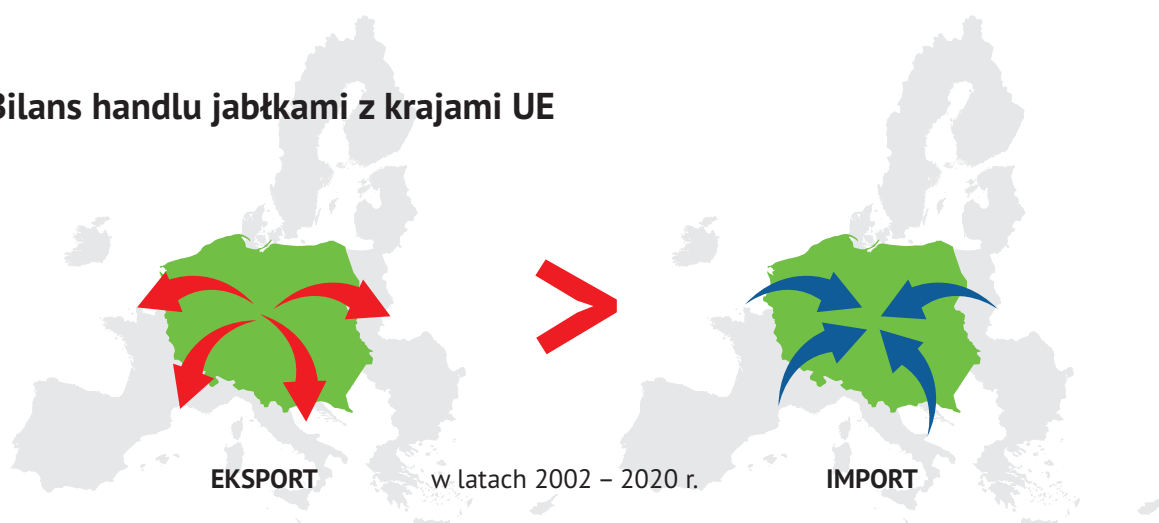
Eksport jabłek w latach 2017-2020



Polska liderem eksportu jabłek



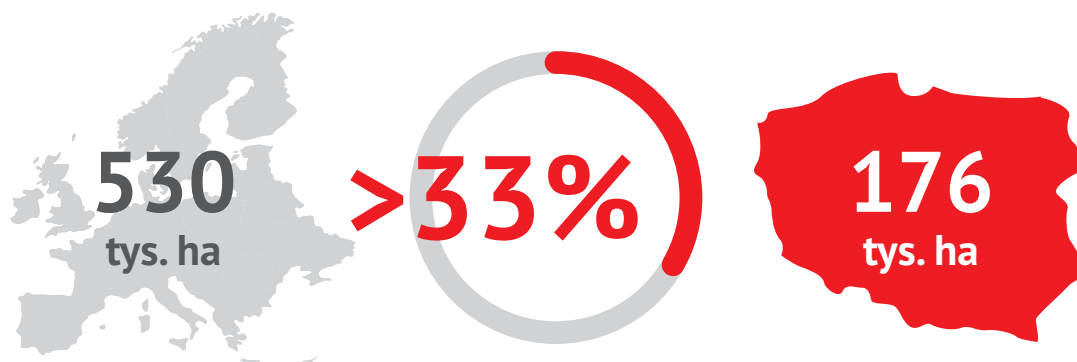
Bilans handlu jabłkami z krajami UE



Powierzchnia sadów jabłkowych – Polska na tle Europy



- Łączna powierzchnia sadów europejskich – 530 000 ha
- Polska jest krajem o największej powierzchni sadów w Europie – 176 000 ha

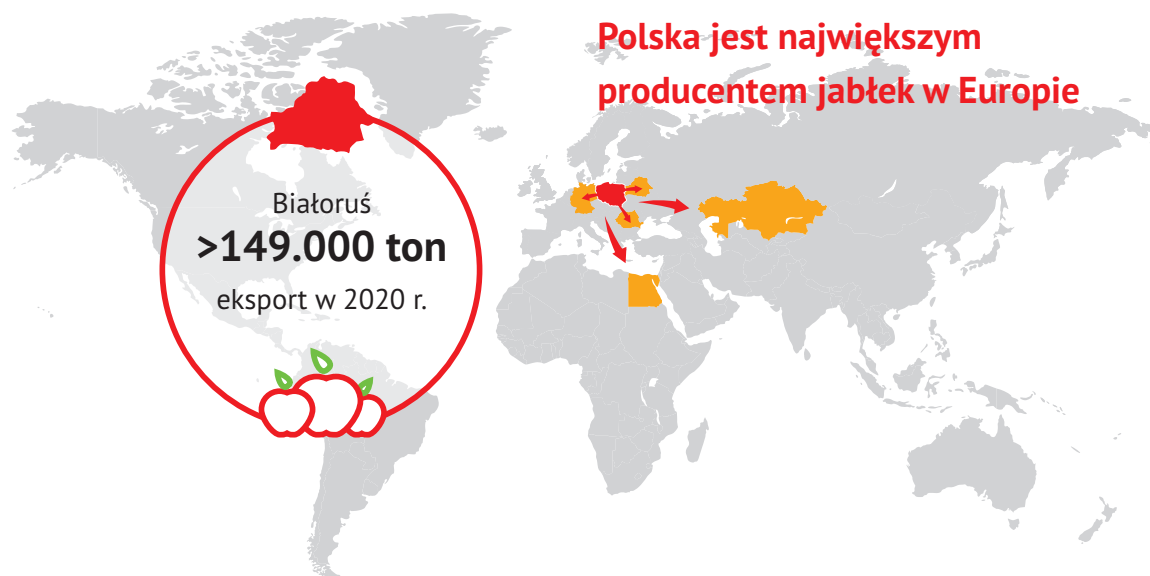


Eksport jabłek



Jabłka z Polski podbiły Egipt

Według danych szacunkowych, w sezonie w 2019/20, głównymi rynkami zbytu dla Polski były: **Białoruś**, gdzie wyeksportowano 149 tys. ton, **Egipt** – 83 tys. ton oraz **Rumunia** z wynikiem 67 tys. ton



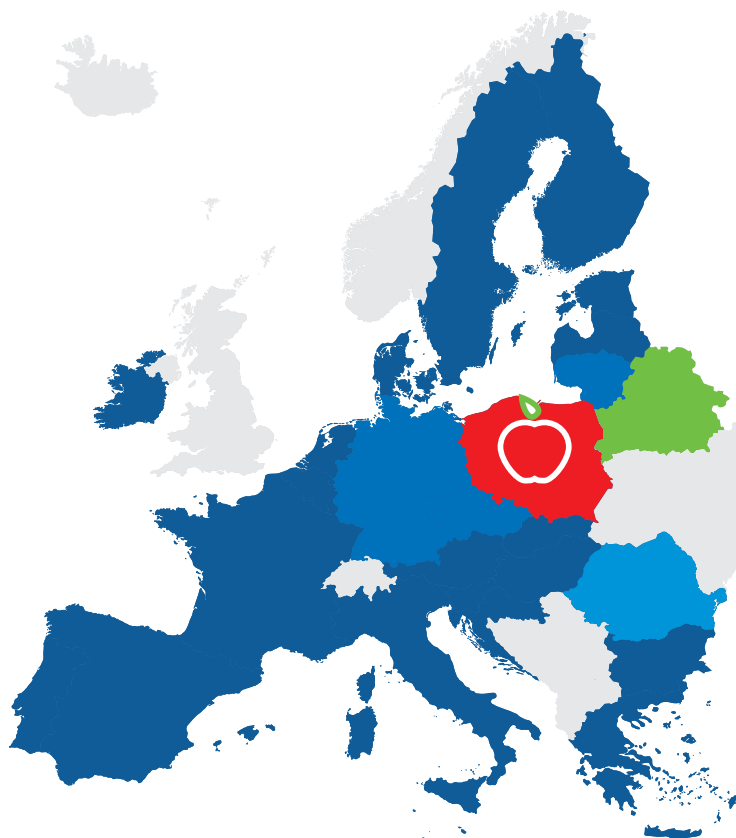
Jabłka z Polski w UE i Europie

665 tys. ton

łączna wartość polskiego eksportu
w sezonie 2019/20

>50%

całkowitego eksportu
trafiło do odbiorców z UE



Białoruś
149,0 tys. ton



Rumunia
67,0 tys. ton



Niemcy



Czechy



Litwa

Polska liderem eksportu

Export w tonach	2019-2020	2018-2019	2017-2018	2016-2017
Razem	1 954 807	2 237 433	1 953 316	2 701 121
Włochy	875 580	866 771	770 544	1 081 606
Polska	664 984	996 487	673 898	1 097 508
Francja	414 243	374 175	508 875	522 007

Tabela 5: Liderzy eksportu, *źródło: WAPA*

Polska wraz z Włochami i Francją, jest liderem w produkcji jabłek. Łączna wartość polskiego eksportu w sezonie 2019/20 wyniosła 665 tys. ton, co w porównaniu z zeszłym sezonem, potwierdza spadek o ponad 300 tys. ton.

Główne rynki zbytu dla Polski

EKSPORT (lipiec - czerwiec)	MASA (kg)
kraj	s 2017/18
Suma końcowa (86 rynków eksportowych)	718 688 373
Białoruś	188 904 165
Niemcy	103 874 717
Rumunia	54 874 829
Kazachstan	46 526 822
Holandia	32 980 176
Republika Czeska	29 452 237
Serbia	21 597 887
Litwa	19 740 559
Szwecja	16 495 731
Egipt	16 167 553

Tabela 6: 10 najważniejszych rynków eksportowych dla Polski, sezon 2017/18, *źródło: IERiGŻ-PIB na podstawie danych Ministerstwa Finansów*

EKSPORT (lipiec - czerwiec)	MASA (kg)
kraj	s 2018/19
Suma końcowa (86 rynków eksportowych)	1 019 445 510
Białoruś	196 612 951
Egipt	125 622 302
Niemcy	100 946 219
Kazachstan	82 358 400
Rumunia	66 324 806
Holandia	44 677 442
Republika Czeska	21 791 229
Litwa	21 592 074
Szwecja	20 678 954
Serbia	19 861 641

Tabela 7: 10 najważniejszych rynków eksportowych dla Polski, sezon 2018/19, *źródło: IERiGŻ-PIB na podstawie danych Ministerstwa Finansów*

EKSPORT (lipiec - czerwiec)	MASA (kg)
kraj	s 2019/20*
Suma końcowa (86 rynków eksportowych)	720 993 187
Białoruś	149 024 512
Egipt	83 381 794
Rumunia	67 753 042
Kazachstan	57 944 067
Niemcy	49 794 071
Republika Czeska	33 119 410
Litwa	28 149 291
Holandia	21 050 635
Szwecja	20 592 732
Serbia	7 760 328

Tabela 8: 10 najważniejszych rynków eksportowych dla Polski, dane szacunkowe w sezonie 2019/20, źródło: IERiGŻ-PIB na podstawie danych Ministerstwa Finansów

W sezonie 2019/20, według danych szacunkowych, głównymi rynkami zbytu dla Polski były: Białoruś, gdzie wyeksportowano 149 tys. ton, Egipt – 83 tys. ton oraz Rumunia z wynikiem 67 tys. ton. W poprzednich latach w czołówce polskich rynków eksportowych były również Niemcy, do których wyeksportowaliśmy ponad 103 tys. kg w sezonie 2017/18.

rok	Wartości	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	Suma
2017	tys. ton	136,9	144,8	147,6	136,6	124,5	91,7	34,5	18,4	20,0	56,1	65,6	60,7	1 037,5
	mln Euro	38,5	41,7	45,4	41,5	44,5	33,9	14,0	7,6	8,7	21,9	27,6	26,3	351,6
	cena €/kg	0,28	0,29	0,31	0,30	0,36	0,37	0,41	0,41	0,43	0,39	0,42	0,43	0,34
2018	tys. ton	73,2	76,2	97,6	72,8	76,3	67,3	31,5	25,6	34,0	75,6	99,6	80,7	810,4
	mln Euro	33,3	36,3	46,0	37,4	39,6	33,2	16,2	9,3	11,2	21,3	25,8	25,2	334,9
	cena €/kg	0,46	0,48	0,47	0,51	0,52	0,49	0,52	0,36	0,33	0,28	0,26	0,31	0,41
2019	tys. ton	102,4	124,2	129,2	110,7	123,9	82,0	51,7	24,8	27,8	61,2	76,7	75,5	990,1
	mln Euro	31,6	38,4	38,6	33,6	35,6	24,0	16,5	10,0	12,8	25,9	32,6	33,3	333,1
	cena €/kg	0,31	0,31	0,30	0,30	0,29	0,29	0,32	0,40	0,46	0,42	0,43	0,44	0,34
2020*	tys. ton	80,1	84,0	87,2	74,7	52,2	25,0	5,5	5,5	26,4	68,2	75,1	x	585,6
	mln Euro	33,8	38,2	43,3	37,7	31,9	14,7	3,5	3,4	11,4	26,6	29,9	x	274,3
	cena €/kg	0,42	0,45	0,49	0,50	0,61	0,59	0,63	0,61	0,43	0,39	0,4	x	0,47

*2020 – dane wstępne

Tabela 9: Polski eksport jabłek w latach 2017-2020, źródło: IERiGŻ-PIB na podstawie danych Ministerstwa Finansów

W porównaniu z poprzednim sezonem, eksport polskich jabłek w każdym z zaobserwowanych miesięcy, małał. Najniższe wartości zauważamy w miesiącach letnich: czerwcu, lipcu i sierpniu. Niemal 52 tysiące ton z lipca zeszłego roku, w porównaniu z 5,4 tonami z lipca tego roku, sugeruje duży spadek dla branży. Choć powyższe dane są wstępne i szacunkowe, już teraz możemy powiedzieć, że spadek polskiego eksportu spowodowany był zakłóceniami i utrudnieniami w dostawach związanymi z pandemią COVID-19.

Aktualnie otwarte rynki dla eksportu to: Kanada, Chiny, Wietnam, Kostaryka, Kolumbia, Indie, Tajlandia, Tajwan i Izrael.

Nowe rynki zbytu dla Polski

W kwestii działań Głównego Inspektoratu Ochrony Roślin i Nasiennictwa w celu uruchamiania kolejnych rynków krajów trzecich dla polskich towarów pochodzenia roślinnego, wymagających przeprowadzenia procedury oceny zagrożenia fitosanitarnego (PRA), zostały zakończone prace nad uzgadnianiem wymagań importowych dla świeżych owoców jabłek i gruszek w eksporcie do USA – oczekiwana jest publikacja przepisów przez stronę amerykańską.

Aktualnie negocjacje trwają również w kontekście poniższych:

- świeże owoce borówki wysokiej: Indie i Wietnam
- świeże owoce – jabłka: Meksyk, Filipiny, Chile (wniosek negocjowany przez Komisję Europejską z udziałem państw członkowskich)
- mrożone owoce: śliwka, malina, agrest, borówka wysoka, aronia, borówka czarna (jagoda), borówka brusznica (czerwona) – Chiny
- sadzonki truskawek: USA

Na wstępnym etapie pozostają wnioski złożone przez Główny Inspektorat Ochrony Roślin i Nasiennictwa w następujących krajach:

- świeże owoce - jabłka: Brazylia i Indonezja
- świeże owoce borówki wysokiej: Chiny, Indonezja, Tajwan

Produkcja jabłek wg odmian w Polsce

Odmiany	2009-2011		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2017-2019	
	średnia	udział %									średnia	udział %
Idared	332	14,2	539	600	594	600	682	461	744	571	592	18,7
Szampion	271	11,6	338	365	360	353	393	269	503	395	389	12,3
Jonagold	268	11,5	284	304	315	311	345	220	352	269	280	8,8
Ligol	120	5,1	224	244	271	274	311	213	309	238	253	8,0
Gloster	191	8,2	166	182	195	198	219	155	289	229	224	7,1
Cortland	189	8,1	132	145	142	145	150	105	172	135	137	4,3
Golden Delicious	117	5,0	133	139	133	137	166	110	224	179	171	5,4
Gala	68	2,9	114	118	127	131	161	114	181	145	147	4,6
Lobo	182	7,8	113	122	120	123	135	93	141	110	115	3,6
Mc Intosh/ Spartan	93	4,0	97	107	106	104	116	81	117	40	79	2,5
Elstar	71	3,0	63	62	114	109	115	78	90	63	77	2,4
Antonówka	37	1,6	60	61	63	61	80	52	88	67	69	2,2
Jonatan	40	1,7	59	61	61	61	68	48	57	42	49	1,5
Red Delicious	58	2,5	41	42	57	57	64	44	83	68	65	2,0
Pozostałe	297	12,7	514	533	537	482	599	398	650	530	527	16,6
Razem	2334	100	2877	3085	3195	3146	3604	2441	4000	3081	3174	100,0

Tabela 10: Produkcja jabłek wg odmian w Polsce (w tys. ton) w latach 2009-2019, źródło: IERiGŻ-PIB na podstawie „Wyniki produkcji roślinnej”, GUS

Według szacunków, największą produkcją cieszy się odmiana Idared z niemal 19% udziałem w zbiorach. Niezmiennie sadownicy decydują się również na odmianę Szampion, która w przeciągu ostatnich 10 lat utrzymuje stabilną wartość produkcji na poziomie 11-12% udziału rynkowego. Znaczna część sadowników stawia na odmiany Jonagold, których udział wynosi 8,8%. W opiniach sadowników atrakcyjna pozostaje również Gala Royal, która jest najbardziej pożądana na dalekich rynkach, lecz również najbardziej wymagająca w uprawie. Nowością w ofercie jest Gala Dark Baron, wyróżniająca się rumieńcem i wcześniejszym wybarwianiem się owoców. Sadownicy zauważają również większy popyt na odmianę Golden w Europie niż na innych rynkach eksportowych, wymagających transportu dalekomorskiego. Dobry popyt wpływa aktualnie na szybką sprzedaż wolumenu jabłek.

Najpopularniejsze odmiany w Europie

Produkcja jabłek wg odmian:											x 1000 t	
Variety	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	F2020	[1]	[2]
Annurca	35	35	35	40	40	35	35	40	45	45	0	13
Boskoop	73	58	58	85	85	71	34	66	55	47	-16	-10
Braeburn	324	264	302	323	323	318	220	312	286	257	-10	-6
Bramley	91	59	70	83	83	85	75	72	54	58	8	-13
Cortland	70	40	25	25	25							
Cox Orange	89	38	42	26	26	29	20	23	17	16	-4	-21
Cripps Pink	184	144	187	249	249	261	260	275	289	277	-4	1
El star	453	353	346	431	431	387	265	357	363	312	-14	-5
Fuji	261	212	311	321	321	288	290	332	316	294	-7	-6
Gala	1 137	1 111	1 204	1 318	1 318	1 312	1 271	1 467	1 439	1 490	4	7
Gloster	148	187	196	201	201	197	166	190	145	154	7	-8
Golden Delicious	2 628	2 286	2 535	2 677	2 677	2 406	1 911	2 403	2 261	1 964	-13	-10
Granny Smith	413	302	361	383	383	384	363	393	372	369	-1	-2
Ida red	692	986	1 069	1 192	1 192	965	629	1 177	592	598	1	-25
Jonagold	652	475	500	644	644	567	298	577	391	310	-21	-27
Jonagored	194	367	341	491	491	538	335	563	246	231	-6	-39
Jonathan	242	201	178	193	193	123	108	164	96	90	-6	-27
Lobo	100	50	30	30	30							
Morgendurf/Impera	61	53	57	74	74	49	54	58	48	52	10	-1
Pinova	37	43	62	79	79	104	85	155	140	154	10	22
Red Delicious	680	541	597	675	675	632	558	737	678	660	-3	0
Red Jonaprince	33	46	53	98	98	156	114	371	407	437	7	47
Reinette Grise du C	108	73	121	126	126	106	83	142	129	129	1	10
Shampion	327	423	457	494	494	522	416	569	413	444	7	-5
Spartan	6	6	6	6	6	4	3	5	3	3	7	-20
Stayman	17	12	18	14	14	14	8	7	2			
Other new varieties	152	100	152	165	165	213	209	344	359	405	13	33
Other	1 541	1 377	1 358	1 808	1 808	1 736	1 192	2 127	1 488	1 705	15	6
Ligol		250	260	290	290	330	250	350	150	210	40	-16
Vanety	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	F2020	[1]	[2]
SUMA	10 746	10 095	10 929	12 541	12 326	11 834	9 251	13 275	10 783	10 711	-1	-4

[1] Procentowa różnica między F2020 i 2019 [2] Procentowa różnica między F2020 i średnią z 2017, 2018 i 2019

Tabela 11: Najpopularniejsze odmiany w Europie



Najczęściej uprawianą pozostaje odmiana Golden, mimo to zbiór wyniósł 300 000 ton mniej w porównaniu z ubiegłym sezonem. Popularność Gali nadal rośnie i osiągnęła rekordową wartość plonów – 1,5 mln ton. Idared, podobnie jak w zeszłym roku, szacowany jest na 600 000 ton. Z kolei grupa Jonagold/Jonagored wynosić będzie 541 000 ton, w porównaniu z wcześniejszymi 637 000 tonami. Obserwuje się przejście niektórych sadowników na odmianę Red Jonaprince, która osiągnęła szczytową wartość na poziomie 437 000 ton i Ligol – 210 000 ton. Crispps Pink, podobnie jak w zeszłym roku, utrzymuje się na poziomie niespełna 280 000 ton.

By rozwijać polski eksport jabłek, konieczna jest znajomość światowej produkcji jabłek, wymagań rynku dotyczących jakości zewnętrznej (odmiany, wielkości, wybarwienia, sposobu przygotowania) oraz wewnętrznej (jędrność, zawartość cukru, poziom pozostałości) oraz warunki dostępu do rynku (rejestracja, środki ochrony, certyfikaty). W ostatnich latach producenci kierują się ku odmianom nowym oraz pożądanym na rynkach eksportowych. W ostatnich latach polskie jabłka podbiły następujące rynki perspektywiczne: Indie i inne kraje Azji, Egipt, kraje Bliskiego Wschodu (Zjednoczone Emiraty Arabskie, Arabia Saudyjska, Jordania).

Jak prawidłowo liczyć koszty przygotowania jabłka do sprzedaży?

Od lat w branży handlu owocami i warzywami można zaobserwować falę bankructw. Ze względu na obecnie panującą pandemię COVID-19 i rosnące wraz z nią koszty produkcji, transportu, czy pracy jest to szczególnie trudny czas dla organizacji producenckich. Dzięki prawidłowemu zliczaniu kosztów, można zabezpieczyć się przed bankructwem. Zastosowanie się do poniższych zasad pozwoli na uzyskanie wyższych cen zarówno dla producentów, jak i grup producenckich, czy firm prywatnych.

1. Do 1 kilograma powinno się doliczać około 10 groszy kosztów amortyzacji

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 zagrozi dalszemu funkcjonowaniu gospodarstwa czy firmy.

2. Do 1 kg powinno się doliczać od 3 do 5 groszy kosztów „rozważki” w zależności od cen surowca.

W firmach „rozważka” to około 3% towaru, co przy średniej wielkości grupie sprzedającej około 20 tys. ton, daje rocznie ponad 600 tys. kg towaru, który został załadowany bez wynagrodzenia.

3. Do 1 kg powinno się doliczać około 1-2 groszy kosztów „wysuszek” w zależności od cen surowca.

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.

4. Wyselekcjonowany towar powinien być wyceniany przynajmniej dwukrotnie drożej.

Aby pozyskać owoce klasy premium 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.

5. Do kilograma powinno się doliczać dodatkowe 1-2 grosze od 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. Szkolenia to w średniej wielkości grupie wydatek na poziomie przynajmniej 300 000 zł rocznie.





Dodatkowo, należy wziąć pod uwagę rosnące koszty pracy oraz transportu, a także reklamacje i zwroty, które ze względu na obrót świeżymi owocami nie są rzadkością i stanowią codzienność działań operacyjnych. Ponadto, przechowywanie bardzo zwiększa cenę surowca, w szczególności po podwyżkach cen energii sięgających 70%. Do ceny jesiennej powinniśmy dołożyć koszty transportu zwozu owoców, skrzyń, logistyki magazynowej, zabezpieczeń przechowalniczych, amortyzacji komór, monitoringu jakości, energii, zaangażowania finansowego do jesiennej zakupu, dużo większego odpadu produkcyjnego liczonego od wszystkich wyżej wymienionych kosztów, kilkuprocentowej wysuszki. Do powyższych kosztów dochodzą stałe koszty związane z: podatkami lokalnymi, administracją, produkcją, magazynowaniem, utrzymaniem ruchu, handlem, ubezpieczeniami itp. Obserwuje się, że w przeciągu ostatnich 5 lat wielu producentów dostrzegło swoje błędy i zaczęło liczyć swoje koszty. Warto przyjrzeć się rosnącym kosztom i zacząć prawidłowo je obliczać.

Główne zagrożenia dla produkcji jabłek i gruszek

Coraz niższa rentowność i spadek konsumpcji znacznie utrudniają zrównoważony rozwój produkcji sadowniczej. Zagrożeniem dla polskich jabłek i gruszek jest rosnąca konkurencja ze strony owoców jagodowych, egzotycznych i nowych gatunków. Z kolei koszty pracy stanowią obecnie około 50% kosztów produkcji owoców i w związku z pandemią cały czas rosną. Jednocześnie średnie ceny w sektorze jabłek i gruszek nie wzrosły od początku 2000 roku.

Produkcja jabłek jest jedną z głównych kategorii sektora owoców i warzyw w Unii Europejskiej. Obecnie zbliża się ona do 13 mln ton jabłek, co stanowi 16% światowej produkcji. Pod tym względem sadownictwo w UE ustępuje jedynie Chinom. Handel wewnętrzny UE wynosi około 2,5 mln ton o wartości 2 mld EUR. Na eksport jabłek z UE poważnie wpłynęło rosyjskie embargo i utrata rynku algierskiego. W ostatnich latach eksport tych owoców spadł z 1,7 do 1 mln ton co oznacza zmniejszenie przychodów ze sprzedaży eksportowej o ponad 300 mln EUR.

Sektor gruszy stanowi 2 mln ton i 10% światowej produkcji. Handel wewnątrzwspólnotowy gruszami w UE to prawie 900 000 ton w obrocie w UE o wartości 800 mln EUR. Eksport gruszek w UE spadł drastycznie po rosyjskim embargu z 475 000 ton do 250 000 ton, tracąc blisko 150 mln euro z rynku przynoszącego łącznie 300 mln euro.

Obecnie sektor jabłek i gruszek stoi w obliczu ogólnej stagnacji i spadku konsumpcji świeżych owoców i warzyw. Branża konkuruje w ramach kategorii z owocami takimi jak: jagody, owoce egzotyczne oraz z nowymi kategoriami, takimi jak np. kiwi i kaki. Mimo że obecnie owoce te cieszą się dużą powierzchnią półek w supermarketach, producenci odczuwają bardzo dużą presję ze strony innych produktów o wyższej wartości. Jednocześnie ceny gruszek podobnie jak i jabłek nie nadążają za wzrostem kosztów pracy.

W raporcie „Perspektywy sektora jabłkowego i gruszowego wyzwania i zagrożenia” przygotowanym przez Freshfel, eksperci z UE zwracają uwagę na to, że produkcja jabłek powyżej 13 mln przekracza najprawdopodobniej łączny popyt rynkowy, ze względu na stagnację konsumpcji i ograniczenia związane z eksportem.

Poza kosztami pracy, rosną również inne koszty, takie jak: ceny opakowań, ochrony roślin i ubezpieczenia produkcji. Niski poziom cen, utrzymujący się od ponad 15 lat na stabilnym poziomie, jest natomiast podobny w całej Europie. Na przykład, średnie ceny na poziomie producentów, w krajach Beneluksu wyniosły 0,309 EUR w 2004 r. i 0,310 EUR w 2019 r. W tym samym okresie wskaźnik kosztów pracy wzrósł z 1 do 1,33. Podobne tendencje odnotowano również w przypadku innych kosztów ponoszonych przez producentów.

Należy pochylić się nad dodatkowymi kosztami związanymi z nowymi wymogami i nowymi wyzwaniami związanymi z dalszą produkcją owoców, przy jednocześnie kurczącym się zestawie środków ochrony roślin i zwiększonym ryzyku zmian klimatycznych. Poza ekonomicznym znaczeniem sektora sadowniczego, jabłka i gruszki mają ogromne znaczenie dla zdrowia i są istotną częścią zdrowej diety o niskim wpływie na środowisko. Aktywa te należy odpowiednio wycenić w nadchodzących inicjatywach regulacyjnych i pozaregulacyjnych w ramach Europejskiego Zielonego Ładu i strategii „Od Pola do Stołu”.

Na poziomie Unii Europejskiej producenci jabłek i gruszek zidentyfikowali następujące wyzwania gospodarcze:

- Repozycjonowanie owoców i warzyw w asortymencie rynkowym poprzez lepszą organizację produkcji jabłek
- Rozwiązanie problemu braku równowagi w handlu owocami i warzywami, wynikającej z zamknięcia rynków eksportowych i malejącej konsumpcji na rynku wewnętrznym oraz ciągłego wzrostu produkcji

- Pomoc plantatorom w ochronie ich sadów i upraw, które są coraz bardziej narażone na spustoszenie klimatyczne
- Towarzyszenie producentom w dążeniu do rozwiązywania nowych wyzwań związanych z „Zielonym Łądem” oraz wspieranie producentów w radzeniu sobie z trudną ścieżką wprowadzenia zrównoważonej praktyki produkcyjnej
- Dalsze wzmocnienie struktury i roli w ramach europejskiej inicjatywy łańcucha dostaw
- Rozwiązanie problemu rosnącej produkcji w krajach sąsiadujących z UE

Eksperti UE wskazują również na to, by krajowe strategie dla programów operacyjnych skupiały się wyłącznie na poprawie jakości, a nie na zwiększaniu ilości produkcji.

Polityka wobec produkcji w krajach sąsiadujących z UE

Szacuje się, że ostatnie nasadzenia jabłoni odnotowano w sąsiedztwie UE, w następujących krajach: Rosja (14 000 ha), Serbia (6 000 ha), Ukraina (3 000 ha), Mołdawia (5 000 ha), Turcja (12 000 ha), Kazachstan (8 000 ha) i Uzbekistan (3 200 ha). Te zmiany, które przyniosą potencjał produkcyjny około 2 500 000 ton, będą miały negatywne skutki dla produkcji jabłek i gruszek w UE.

Rynki te były tradycyjnymi miejscami docelowymi dla eksporterów jabłek i gruszek w UE. Przed rosyjskim embargiem eksportowano do tych krajów ponad 1 mln ton tych owoców. Rosnąca produkcja w tych krajach będzie oznaczać, że kraje te będą nie tylko lokalnie zaopatrywać swoje rynki krajowe, ale także staną się eksporterami netto na strategiczne rynki dla producentów z UE. Dotyczy to m.in. Bliskiego Wschodu, Indii i Rosji.

Badania i innowacje w produkcji owoców i warzyw

Aby zachować konkurencyjność, zarówno na rynku krajowym, jak i międzynarodowym, sektor jabłek i gruszek w UE powinien dysponować odpowiednimi narzędziami oraz dostępem do badań i innowacji. Rozwój badań jest konieczny by sprostać nowym wyzwaniom związanym z mniejszym wykorzystaniem substancji aktywnych i zwiększoną presją na zdrowie roślin. W ciągu ostatnich dwóch dekad w UE liczba substancji czynnych w produkcji zmniejszyła się o 115 dla jabłek i gruszek, przez co są one niezabezpieczone od niektórych szkodników i chorób. Podczas gdy, sektor wzywa do zapewnienia dostępności substancji czynnych w celu sprostania wyzwaniom zdrowotnym roślin, jednocześnie stosuje surowe zasady IPM (zintegrowanego zarządzania szkodnikami) i spełnia rygorystyczne dyrektywy w sprawie zrównoważonego stosowania pestycydów, a także jeszcze surowsze wymagania wynikające z testów i monitoringu narzuconego przez odbiorców. Pojawiają się tu jednak pytania o priorytety, gdyż najskuteczniejsze środki ochronne usuwa się w trakcie największych plag.

Wyzwania dla eksportu z UE

Eksport z UE czekają poważne wyzwania z powodu jednostronnego zamknięcia rynków (Rosja, Algieria), niestabilności politycznej na południowym krańcu Morza Śródziemnego i Bliskiego Wschodu, a także ciągłego protekcjonizmu kilku dużych rynków: USA, Meksyku, Chin, Japonii i Korei Południowej. W ciągu ostatnich 5 lat eksport jabłek z UE spadł o ponad 50%, a w przypadku gruszek o prawie 30%. Otwarcie nowych rynków jest trudne i charakteryzuje się powolnym tempem negocjacji w sprawie poszczególnych produktów.

„OD POLA DO STOŁU” (ang. FARM TO FORK)

I ZIELONY ŁĄD (ang. GREEN DEAL)

Nowe strategie UE

Strategie „Od pola do stołu” oraz „Zielony Łąd”. Jaka przyszłość czeka polskie rolnictwo?

Zdaniem Komisji Europejskiej wdrożenie obu strategii: na rzecz bioróżnorodności i „Od pola do stołu” ma łączyć przyrodę, rolników, firmy i konsumentów we wspólnym wysiłku na rzecz przyszłej zrównoważonej konkurencyjności. Strategie zgodnie z Europejskim Zielonym Łądem wdrażają zobowiązania UE mające na celu powstrzymanie utraty bioróżnorodności w Europie oraz przekształcenie systemów żywnościowych tak, aby stanowiły światowy wzorzec pod względem zrównoważonej konkurencyjności, ochrony zdrowia ludzi i planety oraz zapewnienia źródeł utrzymania wszystkim podmiotom w łańcuchu dostaw.

Nowa strategia na rzecz bioróżnorodności dotyczy głównych przyczyn jej utraty, takich jak ekstensywne użytkowanie gruntów i morza, nadmierna eksploatacja zasobów naturalnych, zanieczyszczenie środowiska i inwazyjne gatunki obce.

W strategii proponuje się m.in. ustanowienie wiążących celów w zakresie odtworzenia zdegradowanych ekosystemów i rzek, poprawy stanu siedlisk i gatunków chronionych w UE, powrotu owadów zapylających na grunty rolne, ograniczenia zanieczyszczeń, ekologiczacji miast, wspierania rolnictwa ekologicznego i innych praktyk rolniczych sprzyjających różnorodności biologicznej, a także poprawy stanu zdrowia lasów europejskich. W ramach strategii przedstawiono konkretne działania do 2030 r., w tym przekształcenie co najmniej 30 proc. europejskich gruntów, obszarów zielonych i mórz w skutecznie zarządzane obszary chronione oraz przywrócenie różnorodnych elementów krajobrazu na przynajmniej 10 proc. powierzchni użytków rolnych. Na rzecz bioróżnorodności uruchomione zostaną środki finansowe w wysokości 20 mld euro rocznie – z różnych źródeł, w tym funduszy unijnych, krajowych i prywatnych. Według Komisji Europejskiej, strategia „Od pola do stołu” umożliwi przejście na zrównoważony system żywnościowy w UE. Dodatkowo określono konkretne cele dotyczące przekształcenia unijnego systemu żywnościowego, w tym zmniejszenie stosowania pestycydów i ryzyka z tym związanego o 50 proc., zmniejszenie stosowania nawozów o co najmniej 20 proc., zmniejszenie o 50 proc. sprzedaży środków przeciwdrobnoustrojowych w zwierzat gospodarskich i w akwakulturze.

STRATEGIE

ZIELONY ŁĄD ORAZ "OD POLA DO STOŁU"

JAKA PRZYSZŁOŚĆ CZEKA POLSKIE ROLNICTWO?

20 MLD EURO ROCZNIE

- przekształcenie co najmniej 30 proc. europejskich obszarów i mórz w skutecznie zarządzane obszary chronione
- przywrócenie różnorodnych elementów krajobrazu na przynajmniej 10 proc. powierzchni użytków rolnych

ŚRODKI OCHRONY ROŚLIN

- zmniejszenie stosowania pestycydów i ryzyka z tym związanego o 50 proc.
- zmniejszenie stosowania nawozów o co najmniej 20 proc.
- zmniejszenie o 50 proc. sprzedaży środków przeciwdrobnoustrojowych stosowanych u zwierząt gospodarskich i w akwakulturze

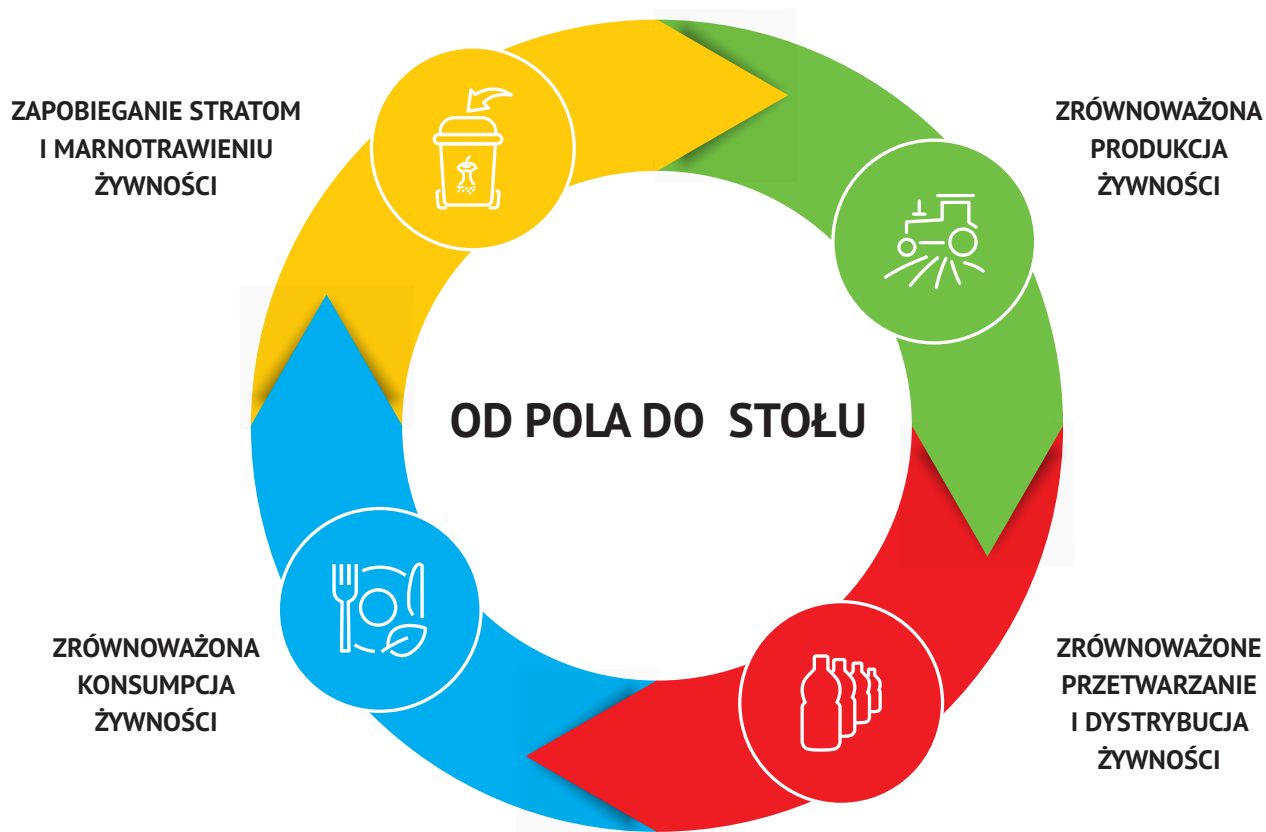
OBSZARY ROLNE

- objęcie 10% gruntów rolnych obszarami nieprzeznaczonymi pod produkcję

PRODUKCJA EKOLOGICZNA

- 25 proc. gruntów rolnych w UE przeznaczonych na produkcję ekologiczną

stosowanych u zwierząt gospodarskich i w akwakulturze oraz zwiększenie udziału upraw ekologicznych w całkowitej powierzchni użytków rolnych do 25 proc. Zaproponowano również ulepszone etykietowanie, zaspokajające lepiej potrzeby konsumentów w zakresie informacji na temat zdrowej i zrównoważonej żywności.



Według KE, europejscy rolnicy, rybacy i producenci otrzymają wsparcie w ramach wspólnej polityki rolnej i wspólnej polityki rybołówstwa za pośrednictwem nowych źródeł finansowania i ekoprogramów w celu stosowania zrównoważonych praktyk. Strategia „Od pola do stołu” ma spowodować widoczną pozytywną różnicę w sposobie produkcji, kupna i konsumpcji żywności, która przyniesie korzyści dla zdrowia obywateli.

Współpraca podstawą produkcji ekologicznej

Produkcja ekologiczna skupia się na m. in. wykorzystaniu odnawialnych źródeł energii oraz ochronie gleby i wody poprzez ograniczenie chemizacji. Ważnym elementem jest optymalizacja obszaru gospodarstwa i agrotechniki w stosunku do środowiska oraz mechanizacja dostosowanej do warunków glebowych, potrzeb roślin i zwierząt.

W Polsce coraz więcej zwolenników zyskuje również produkcja owoców bez pozostałości, w ramach której ochrona drzew i owoców prowadzona jest bez użycia produktów chemicznych. Preparaty wykorzystywane przez sadowników zawierają naturalne substancje i mikroorganizmy. Szerokie możliwości ochrony biologicznej bez użycia pestycydów obejmują m. in. korzystanie z feromonów i wykorzystywanie wrogów naturalnych do walki ze szkodnikami, czy siania roślin bobowatych między rzędami.

Przemysłana strategia przejścia na produkcję ekologiczną wiąże się również z wyborem odpowiednich odmian warzyw i owoców. Odmiany te cechują się większą odpornością lub chociażby tolerancją na najgroźniejsze choroby i szkodniki.

Ochrona sadów w dobie Zielonego Ładu (Green Deal)

Zadaniem ekoschematów, czyli dobrowolnych dla rolników systemów na rzecz środowiska, jest zachęcenie do realizowania korzystnych praktyk dla klimatu, a także możliwość ukierunkowania wsparcia na przejście na bardziej pro-środowiskowe rolnictwo. Na instrument ten, państwa członkowskie będą zobowiązane przeznaczać co najmniej 20% płatności bezpośrednich. Europa ma stać się pierwszym kontynentem neutralnym dla klimatu. Oznacza to również bardziej restrykcyjną politykę UE w kwestii środków ochrony roślin. Ostatnie lata pokazały, że wyzwania klimatyczne oraz kolejne przepisy w UE, sprawiają, że coraz trudniej skutecznie chronić sady. Według nowych założeń Komisji Europejskiej, z wielu dziś powszechnie stosowanych środków ochrony roślin trzeba będzie zrezygnować.

Podstawą działań jest ukierunkowanie na rozwój, zdrowie i innowacyjność, co z kolei doprowadzi do neutralności klimatycznej wszystkich krajów członkowskich UE. Wyzwania związane ze środowiskiem i klimatem mają być wykorzystane jako okazja do wspierania wzrostu gospodarczego.

Celem strategii Green Deal jest zwiększenie redukcji emisji dwutlenku węgla o połowę do 2030 roku, uwzględnienie priorytetów różnorodności biologicznej oraz założenie dotyczące „zerowego zanieczyszczenia” w kwestii rolnictwa i produkcji żywności. W przypadku środków ochrony roślin, dla unijnych urzędników istotne jest zmniejszanie zależności od pestycydów i stymulowanie przyjmowania alternatywnych oraz niechemicznych alternatyw niskiego ryzyka. W obecnych dyskusjach podkreśla się, że chociaż istnieją już solidne ramy prawne dotyczące pestycydów, to środki legislacyjne nie są właściwie wdrażane. Jeden z kluczowych motywów, to ochrona obywateli przed narażeniem na substancje zaburzające funkcjonowanie układu hormonalnego.

Konieczne jest inwestowanie w alternatywne środki zastępujące substancje chemiczne niskiego ryzyka. W najbliższej przyszłości ważnym tematem w UE będą również stosowane dziś koktajle chemiczne. Innym problemem są używane przez rolników i sadowników środki, które nie uzyskały przedłużenia w UE oraz substancje pochodzące z niewiadomego źródła. Organizacje producenckie czy branżowe zachęcają sadowników do baczego śledzenia zmian i stosowania zgodnych z prawem środków ochrony roślin.

Obecnie w Unii Europejskiej wszystkie aktywne składniki podlegają okresowej ocenie, zgodnie z rozporządzeniem (WE) nr 1107/2009. Aby uzyskać informacje na temat statusu rejestracji i terminów ważności składników aktywnych, należy zapoznać się z bazą danych pestycydów w UE, dostępnej w witrynie Europejskiego Urzędu ds. Bezpieczeństwa Żywności EFSA (zakładka „Pestycyd Dossier”). Należy też pamiętać, że proces odnowienia dotyczy zatwierdzenia aktywnych składników stosowanych na rynku UE.

Stosowanie środków ochrony roślin zgodnie z wytycznymi Unii Europejskiej staje się więc coraz trudniejsze. Przykładowo, przy obecnych ograniczeniach w stosowaniu środków ochrony roślin, sadownicy z Włoch nie mogli poradzić sobie ze szkodnikami atakującymi sady w następstwie zmian pogodowych i klimatycznych. Producenci z innych krajów UE sygnalizują, że zakaz stosowania wielu substancji chemicznych i konieczność korzystania wyłącznie z ochrony biologicznej utrudnia skuteczną ochronę sadów lub czyni ją wręcz niemożliwą w kontekście nowych wyzwań klimatycznych. Zdaniem EFSA, wynikającym z wielu kontroli jest stwierdzenie, że kryteria zatwierdzenia substancji dla wpływu na zdrowie ludzkie określone w art. 4 rozporządzenia WE nr 1107/2009 nie zostały spełnione.

W chwili obecnej toczy się wiele procesów zainicjowanych przez UE, które wprowadzają jeszcze bardziej restrykcyjne podejście do środków ochrony roślin. Państwa członkowskie powinny wycofać środki ochrony roślin zawierające chloropiryfos. Dithianion powinien być używany jedynie w uprawach przeznaczonych nie do spożycia,



etylen można stosować jedynie na bazie przepisów o przedłużeniu do 31.08.2022 roku. 22 października 2020 roku państwa członkowskie UE głosowały przeciwko odnowieniu substancji czynnej Thiacloprid. Rozporządzenie jednak, nadal nie zostało opublikowane. Wprowadzane są też kolejne ograniczenia dla najwyższych dopuszczalnych poziomów pozostałości środków ochrony roślin. Obniżony zostaje MRL (wytyczne dotyczące stężeń po stosowaniu preparatów chemicznych w owocach) dla owoców takich jak: pomarańcze, grejpfruty, mandarynki, cytryny i kiwi. Oznacza to, że przekroczone poziomy substancji przez producentów owoców spoza UE mogą mieć za chwilę istotny wpływ na restrykcje nakładane na producentów unijnych. Komisja Europejska i państwa członkowskie UE kontynuują dyskusję na temat dopuszczalnych poziomów kadmu w różnych produktach żywnościowych, w tym w świeżych owocach i warzywach.

Dla sadowników w nadchodzących sezonach bardzo istotne stanie się zarówno badanie poziomów pozostałości środków ochrony roślin, jak i baczne śledzenie nowych regulacji UE na stronie EFSA i PIRIN przez wykwalifikowanych i rzetelnych doradców. Ważnym zagadnieniem będzie również stopniowe przechodzenie na uprawy ekologiczne. Z kolei dla samoregulacji branży znaczenie będzie mieć walka z nielegalnym obrotem podrabianymi środkami ochrony roślin, które nie spełniają norm oraz mogą negatywnie wpływać na wizerunek całej branży.

Dalsze kroki w strategii „Od Pola do Stołu”

Publikacja Zielonego Ładu pod koniec 2019 r. oraz uruchomienie strategii F2F (ang. Farm to Fork, „Od pola do stołu”) w maju 2020 r. przyczyniły się do rozwoju nowego obszaru zagadnień zrównoważonego rozwoju. UE ma stać się obszarem neutralnym pod względem emisji dwutlenku węgla do 2050 r. oraz wypełnić cele zrównoważonego rozwoju ONZ do 2030 r.

Aktualnie trwają prace nad:

- praktycznym wdrożeniem Dyrektywy 2019/904 w sprawie tworzyw sztucznych jednorazowego użytku w celu ograniczenia użycia w produktach świeżych
- ograniczeniem stosowania naklejek przed przeglądem dyrektywy 94/92 w sprawie opakowań i odpadów opakowaniowych
- platformą UE ds. utraty i marnotrawienia żywności
- ekologicznymi aspektami zrównoważonego rozwoju strategii „Od Pola do Stołu”.

Strategia „Od Pola do Stołu”, wydana 20 maja 2020 r., zapewnia wypełnienie celów (zdrowy styl życia) oraz wyzwań (cele dotyczące PPP – środków ochrony roślin, stosowania nawozów, rozwoju organicznego itp.). Strategia obejmuje wszystkie kwestie: produkcję, bezpieczeństwo żywności, jakość, straty i marnotrawstwo żywności oraz żywienie.

Ograniczenie możliwości eksportu, rosnące koszty produkcji, brak pracowników, niskie marże, zwiększone koszty pracy i inne koszty związane z działalnością operacyjną, stale rosnące koszty transportu, to utrudnienia, z którymi mierzą się organizacje producentów od lat.

W czasie pandemii pojawiły się dodatkowe koszty wprowadzonych procedur bezpieczeństwa, a także ograniczenia w handlu, bariery w przemieszczaniu się samochodów, utrudniony eksport na dalekie rynki związany z trudnościami w dostępności kontenerów oraz z przetrzymywaniem towarów, a nawet zamykaniem portów np. w Indiach. Faktem jest, że silny sektor sadowniczy, jak każda branża, wymaga zjednoczenia rynku. Organizacje producentów owoców i warzyw, które mogą negocjować lepsze warunki zarówno z sieciami handlowymi, jak również z kontrahentami zagranicznymi, dysponują jasną wizją i strategią rozwoju. Ich celem jest zapewnienie sadownikom lepszych warunków rynkowych, badań i technologii oraz zabezpieczenie przechowania zbiorów. Organizacje producenckie są istotną częścią w łańcuchu dostaw i są w stanie dostarczyć produkt o określonych wymogach do sieci supermarketów i sklepów.



W dobie pierwszej fali COVID-19 szczególnie niebezpieczne dla sektora stały się:

- wzrost kosztów transportu od 25% do nawet 30% spowodowany opóźnieniami przy załadunkach i rozładunkach oraz powrotami pustych ciężarówek. Copa Cogeca donosiła nawet o 50% wzroście kosztów transportu.
- wzrost kosztów zbierania i pakowania owoców, który wynosił nawet 40% na poziomie produkcji. Koszty te rosły m. in. poprzez różne wymagania dotyczące zakwaterowania, transportu do sadów z miejsc zakwaterowania, ograniczoną liczbę osób w środkach transportu oraz wyposażenie ochronne i sanitarne. To natomiast wpływało bezpośrednio na wydajność zbierania i pakowania z powodu dystansu społecznego, dostosowania do nowych wymagań klientów oraz na niektóre szkody jakościowe i problemy z certyfikacją.



Oczekiwana pomoc dla sektora

Zwolnienie z podatku od nieruchomości.

Magazyny i sortownie to obiekty o dużych rozmiarach – jest to wymóg technologii potrzebnej do przygotowania owoców. Marżowość w branży jest całkowicie różna od większości produktów jakie są wytwarzane w zakładach produkcyjnych. Grupa producentów owoców, która po zbiorach zamknie jedną paletę jabłka w chłodni i wyjmie ją na wiosnę, musi zapłacić taki sam podatek, jak np. centrum logistyczne, przy czym w grupie paleta rotuje raz na rok, a w centrum logistycznym kilka tysięcy razy. Zwolnienie z podatku od nieruchomości dla organizacji producentów owoców i warzyw jest wyznacznikiem dalszego ich funkcjonowania. Takie rozwiązanie pozwoli na częściową redukcję kosztów stałych, które stale rosną.

Na początku pandemii COVID-19 zaobserwowano silny trend w preferencjach konsumentów związany z zakupem owoców i warzyw w opakowaniach, w tym również jabłek i gruszek. Od marca zauważono wysoką konsumpcję, dzięki czemu na wybranych rynkach pandemia COVID pomogła całkowicie zlikwidować zapasy owoców z zeszłego roku przy utrzymaniu dobrych cen.

W czasie pandemii zapewnienie i zabezpieczenie stałych dostaw żywności jest szczególnie ważne dla prawidłowego funkcjonowania państwa. Kryzys i rosnące koszty związane z pandemią koronawirusa mają jednak destrukcyjny wpływ na naszą branżę.

Jak pandemia Covid-19 zmieniła branżę?

Wzrost konsumpcji

W pierwszych tygodniach kryzysu koronawirusa, konsumenci Unii Europejskiej wykazali bardzo silne zapotrzebowanie na świeże produkty m. in. w Polsce, Grecji, Włoszech, czy Francji. W trakcie lata i początku jesieni, zapotrzebowanie ustabilizowało się. Mimo to, eksperci większości krajów skupieni we Freshfel, określają przyszły poziom konsumpcji jako niepewny. W kontekście narastającego kryzysu gospodarczego, rośnie presja na ceny na poziomie detalicznym, co znacząco wpłynie na sektor. Niespodziewanej zmianie może również ulec popyt konsumentów na warzywa i owoce, w szczególności na kategorie premium, produkty ekologiczne i lokalne, zagrażając stabilności gospodarczej podmiotów.

Dodatkowe koszty

Sektor od początku trwania pandemii mierzy się z wieloma dodatkowymi kosztami takimi jak wdrożenie środków ochrony w pandemii, rosnącymi kosztami transportu, kosztami pakowania oraz mniejszą produktywnością. Oszacowano, że dodatkowe koszty dla europejskiego łańcucha dostaw wyniosły co najmniej 500 mln euro miesięcznie. Częściowe zrównoważenie nastąpiło przez wspomniany wysoki popyt, lecz przy normalnej lub mniejszej konsumpcji i dużej presji cenowej, dodatkowe koszty stanowią duże zagrożenie dla sektora.

Kolejnym zagrożeniem dla handlu owocami i warzywami jest Brexit, ponieważ dotychczas eksport UE na rynek brytyjski wynosił ponad 3 mln ton – sama Polska eksportuje tam 90 tys. ton owoców i warzyw, w tym 10 tys. ton jabłek. Brexit ponownie zwiększy koszty dla sektora. Aktualnie sektor musi wspólnie pracować nad wdrożeniem nowych strategii oraz zapoznaniem sadowników z wszelkimi nowymi wytycznymi dotyczącymi eksportu do Wielkiej Brytanii.



Obostrzenia w restauracjach i ich wpływ na sektor

Sytuacja sektora HORECA, wprowadzone restrykcje i ograniczenia, a nawet całkowite zamknięcie restauracji w niektórych krajach UE, mają duży wpływ na operatorów i warzyw zaopatrujących ten kanał. W trakcie pandemii wiele rządów koncentrowało się głównie na samym sektorze usług, tj. restauracjach, barach, czy hotelach. Ograniczenia lub zamknięcie, zmniejszenie sprzedaży hurtowej, wywierają również konsekwencje dla sektora warzywno-owocowego.

Pracownicy sezonowi

Branża przez pierwszą i drugą falę borykała się z niedoborem pracowników sezonowych. Model aktywnej kwarantanny, stosowany m. in. w Polsce, Włoszech i Niemczech, pozwolił na niezaprzestanie pracy. Niestety, nie we wszystkich krajach takie rozwiązanie zostało zastosowane. Istnieją również ograniczenia związane z liczbą osób na kwaterze lub w pojazdach, a zatem nadal istnieją problemy z zabezpieczeniem zbioru w następnych miesiącach. W przyszłości z pewnością należy pochylić się nad zapewnieniem pracowników do przyszłych prac szkółkarskich i utrzymania sadów.

Ograniczenia w eksporcie

Eksport UE zmalał o ok. 9%, podczas gdy stabilność wykazał handel wewnętrzny między krajami członkowskimi. W branży pojawiają się opinie, że wraz z drugą falą COVID-19 operatorzy zachowują ostrożność przy wywozie i skupiają się na rynku wewnętrznym UE. Branża zachęca do kontynuowania pobierania unijnych środków wsparcia na rzecz ubezpieczenia kredytów eksportowych i wspólnej koordynacji działań UE z krajami trzecimi, by zapobiegać zamykaniu rynków.

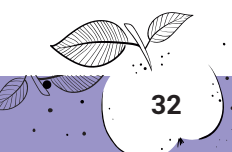
Pandemia podkreśliła, że prawidłowe funkcjonowanie sektora owoców i warzyw umożliwia współpraca organizacji producenckich, wspólne skupienie się na problemach i kontynuowanie założonej strategii, bacznie obserwując zachodzące zmiany.

Wzrost wymagań rynku i sieci

Owoce i warzywa dostępne na rynku UE podlegają bardzo rygorystycznym przepisom. Obecnie, by zapewnić najlepszą jakość, produkty testowane są w zakresie stosowania środków ochrony roślin i poziomu MRL (najwyższych dopuszczalnych poziomów pozostałości substancji czynnych środków ochrony roślin). Restrykcje dotyczą też m. in. zapobiegania zanieczyszczeniom higienicznym i mikrobiologicznym oraz jakościowym normom handlowym. Sektor przestrzega również wielu certyfikatów w zakresie standardów, takich jak dobra praktyka rolnicza (GlobalGAP) i dobra praktyka dystrybucyjna (BRC, IFS). Obecnie nadal rośnie liczba inicjatyw dotyczących różnicowania produkcji. Oprócz aspektów ekologicznych, mnożą się inne schematy, takie jak wspomniana zerowa pozostałość, etykieta o wysokim stopniu ochrony środowiska, etykieta sprawiedliwego handlu, czy etykieta lokalna.

Rynek żywności ekologicznej w UE

Rynek żywności ekologicznej reprezentuje obecnie sprzedaż detaliczną na poziomie około 35 mld euro w Unii Europejskiej. Główne rynki znajdują się w Skandynawii z zakupami ekożywności wynoszącymi od 200 do 300 euro na jednego mieszkańca. W przypadku owoców i warzyw największym rynkiem zbytu dla produktów ekologicznych są Niemcy z obrotem na poziomie 1,8 mld euro. Wśród asortymentu ekologicznego największy





udział w rynku mają produkty importowane, czyli banany. W przypadku jabłek, wiodącymi producentami ekologicznymi są Austria, Włochy, Szwajcaria, Słowenia i Francja.

Potrzebny jest dostęp do odpowiedniego zestawu bezpiecznych, skutecznych oraz przystępnych cenowo rozwiązań alternatywnych, jak również do najnowszej wiedzy, technologii i profesjonalnych usług doradczych. Choć stosowane w Polsce metody produkcyjne są na wysokim poziomie, w celu osiągnięcia celów strategii UE należy przekazać sadownikom potrzebną wiedzę, by płynnie mogli przejść na produkcję ekologiczną, która wiąże się m. in. ze zmianą technologii. Istnieją możliwości dotacji finansowych do maszyn potrzebnych do produkcji ekologicznej – przykładowo, przy grupowym zakupie maszyny rolnicy otrzymują 60% dofinansowania.

Różnica w cenach produktów ekologicznych w stosunku do konwencjonalnych produktów wynosi ok. 20%. Czasami, jeśli liczba produktów ekologicznych jest zbyt duża w stosunku do popytu na rynku, hodowcy muszą zdeklasfikować produkty ekologiczne lub podzielić podaż, aby utrzymać ceny rynkowe. Dużym polem do współpracy dla producentów są sieci handlowe, w których produkty ekologiczne cieszą się popularnością wśród konsumentów.

Jakie możliwości?

Europa, razem z USA, jest już jednym z dużych rynków ekologicznych, więc oprócz wcześniej wspomnianych wyzwań, wdrożenie strategii Green Deal i Farm to Fork daje producentom i plantatorom nowe możliwości. Debata na temat strategii może poprawić stymulację produkcji i popytu na konsumpcję ekologiczną. Z kolei Wspólna Polityka Rolna posiada narzędzia, które zwiększają produkcję ekologiczną i sprzedaż. Te możliwości mogą być przyczyną wzrostu popularności ekologicznych produktów w nadchodzących latach.

Konsumenci coraz częściej poszukują naturalnej żywności, produkcji zrównoważonej o mniejszym zużyciu i pozostałościach pestycydów. W pierwszych miesiącach pandemii COVID-19, popyt na produkty ekologiczne (przede wszystkim w krajach Europy Północnej) był bardzo wysoki. Konsumenci początkowo dobrze przyjęli wyższe ceny podstawowe produktów ekologicznych, jednak aktualnie sektor zdaje sobie sprawę z faktu, że utrzymujące się trendy mogą zostać zakwestionowane w wyniku kryzysu gospodarczego. Niezbędnym elementem wprowadzenia produkcji ekologicznej jest współpraca sektora gwarantująca rozwój i stabilizację.

Każdy podmiot w łańcuchu dostaw ma funkcjonować w sposób, który zapewni mu zysk. Dla producentów, którzy znają dokładnie swoje koszty i prowadzą ich skrupulatną analizę, cena za owoce powinna zarówno pokryć koszty produkcji tych owoców, jak i pozwolić na rozwój gospodarstwa i inwestycje. Dzięki wysokiej jakości, unikatowemu smakowi i walorom zdrowotnym polskich jabłek, mogą być one sprzedawane za odpowiednią cenę w sieciach. Pandemia pokazała, że jabłka cieszą się bardzo dużym zainteresowaniem ze względu na ich wpływ na nasze zdrowie i możliwość dłuższego przechowywania.

Województwo	Powierzchnia ekologicznych użytków rolnych w okresie konwersji [w ha]	Powierzchnia ekologicznych użytków rolnych po zakończonym okresie konwersji [w ha]	Łączna powierzchnia ekologicznych użytków rolnych [w ha]
dolnośląskie	6 355,21	21 002,28	27 357,49
kujawsko-pomorskie	1 873,91	5 780,62	7 654,53
lubelskie	5 745,76	22 681,88	28 427,64
lubuskie	10 523,47	26 651,42	37 174,89
łódzkie	1 950,46	6 955,34	8 905,80
małopolskie	1 295,70	7 547,88	8 843,58
mazowieckie	9 984,89	32 064,08	42 048,97
opolskie	1 052,67	2 501,18	3 553,85
podkarpackie	2 194,79	11 434,58	13 629,37
podlaskie	9 818,91	41 789,48	51 608,39
pomorskie	5 299,39	14 674,77	19 974,16
śląskie	650,23	2 301,06	2 951,29
świętokrzyskie	1 469,03	7 618,06	9 087,09
warmińsko-mazurskie	28 497,79	76 075,50	104 573,29
wielkopolskie	7 492,58	18 501,40	25 993,98
zachodniopomorskie	26 906,81	65 985,02	92 891,83
Polska	121 111,60	363 564,55	484 676,15

Tabela 12: Powierzchnia ekologicznych użytków rolnych w Polsce w 2018 r., źródło: www.gov.pl

Województwo	Powierzchnia ekologicznych użytków rolnych w okresie konwersji [w ha]	Powierzchnia ekologicznych użytków rolnych po zakończonym okresie konwersji [w ha]	Łączna powierzchnia ekologicznych użytków rolnych [w ha]
dolnośląskie	6 362,79	22 535,43	28 898,22
kujawsko-pomorskie	1 231,29	6 501,91	7 733,20
lubelskie	4 515,30	24 313,95	28 829,25
lubuskie	12 061,04	28 774,35	40 835,39
łódzkie	2 124,98	7 165,32	9 290,31
małopolskie	1 708,21	8 038,61	9 746,82
mazowieckie	9 281,47	34 208,48	43 489,95
opolskie	923,12	2 347,85	3 270,97
podkarpackie	1 825,72	11 931,26	13 756,98
podlaskie	10 305,66	41 336,08	51 641,74
pomorskie	3 317,51	17 496,35	20 813,86
śląskie	861,78	2 695,27	3 557,05
świętokrzyskie	1 386,27	7 507,50	8 893,77
warmińsko-mazurskie	25 889,48	81 617,78	107 507,26
wielkopolskie	7 057,04	20 676,68	27 733,72
zachodniopomorskie	28 511,45	73 127,19	101 638,64
Polska	117 363,11	390 274,02	507 637,13

Tabela 13: Powierzchnia ekologicznych użytków rolnych w Polsce w 2019 r., źródło: www.gov.pl

Województwo	Liczba producentów ekologicznych	produkcji rolnej	przygotowania ¹	wprowadzania na rynek produktów ekologicznych importowanych z państw trzecich	wprowadzania na rynek produktów ekologicznych (z wyłączeniem importowanych z państw trzecich)	dostaw kwalifikowanego materiału siewnego i wegetatywnego materiału rozmnożeniowego	pszczelarstwa	zbioru ze stanu naturalnego	akwakultury i lub wodorostów morskich
dolnośląskie	777	713	45	13	48	12	3	1	0
kujawsko-pomorskie	440	395	34	4	26	6	0	0	0
lubelskie	2 057	1 948	79	19	84	15	0	10	0
lubuskie	899	877	16	1	12	3	1	0	0
łódzkie	581	491	60	15	58	6	1	1	1
małopolskie	892	770	78	16	74	7	2	4	1
mazowieckie	2 648	2 284	210	68	271	15	3	2	2
opolskie	72	61	7	2	8	4	0	0	0
podkarpackie	1 185	1 131	43	6	42	5	6	3	0
podlaskie	3 022	2 989	24	6	27	0	2	4	0
pomorskie	606	540	47	11	44	13	2	4	0
śląskie	222	148	44	9	49	0	0	0	0
świętokrzyskie	717	680	27	11	25	2	1	0	2
warmińsko-mazurskie	3 420	3 393	25	1	18	30	0	1	0
wielkopolskie	905	727	119	21	117	15	0	6	1
zachodniopomorskie	2 106	2 060	52	5	30	48	6	5	0
Polska	20 549	19 207	910	208	933	181	27	41	7

Tabela 14: Liczba producentów ekologicznych, wg stanu na 31 grudnia 2018 r. w Polsce w podziale na województwa i w podziale na kategorie prowadzonej działalności, źródło: www.gov.pl

1. Zgodnie z art. 2 lit i rozporządzenia Rady (WE) nr 834/2007 przygotowanie oznacza czynności konserwowania lub przetwarzania produktów rolnictwa ekologicznego włącznie z ubojem i rozbiorem produktów pochodzenia zwierzęcego. a takie pakowanie, znakowanie lub wprowadzanie zmian w oznakowaniu odnoszącym się do ekologicznej metody produkcji

Województwo	Liczba producentów ekologicznych	produkcji rolnej	przygotowania ¹	wprowadzania na rynek produktów ekologicznych importowanych z państw trzecich	wprowadzania na rynek produktów ekologicznych (z wyłączeniem importowanych z państw trzecich)	dostaw kwalifikowanego materiału siewnego i wegetatywnego materiału rozmnożeniowego	pszczelarstwa	zbioru ze stanu naturalnego	akwakultury i lub wodorostów morskich
dolnośląskie	757	690	46	15	53	13	3	1	0
kujawsko-pomorskie	442	387	41	5	35	9	0	0	0
lubelskie	2 067	1951	87	16	79	19	0	10	1
lubuskie	884	860	19	1	12	0	1	0	0
łódzkie	606	509	66	18	68	4	1	0	0
małopolskie	853	721	89	16	81	0	1	3	0
mazowieckie	2 676	2 241	251	84	324	13	3	3	3
opolskie	75	63	6	3	10	2	0	0	0
podkarpackie	1093	1040	47	8	41	2	6	1	0
podlaskie	2 902	2 864	27	7	33	2	2	5	0
pomorskie	595	525	46	9	50	12	2	2	0
śląskie	205	129	46	12	50	0	0	0	0
świętokrzyskie	682	637	33	12	29	0	1	0	1
warmińsko-mazurskie	3 265	3 239	25	2	17	35	1	1	0
wielkopolskie	932	727	140	26	126	13	0	3	1
zachodniopomorskie	2 110	2 054	53	4	33	20	4	4	0
Polska	20 144	18 637	1022	238	1041	144	25	33	6

Tabela 15: Liczba producentów ekologicznych, wg stanu na 31 grudnia 2019 r. w Polsce w podziale na województwa i w podziale na kategorie prowadzonej działalności, *źródło: www.gov.pl*

1. Zgodnie z art. 2 lit i rozporządzenia Rady (WE) nr 834/2007 przygotowanie oznacza czynności konserwowania lub przetwarzania produktów rolnictwa ekologicznego włącznie z ubojem i rozbiorem produktów pochodzenia zwierzęcego. a takie pakowanie, znakowanie lub wprowadzanie zmian w oznakowaniu odnoszącym się do ekologicznej metody produkcji

Toczący się w 2020 roku w Unii Europejskiej dialog na temat zrównoważonego rolnictwa pokazał, jak ważne dla całego sektora staje się uwzględnianie celów europejskich strategii i zaleceń przy opracowywaniu planów strategicznych WPR. Państwa członkowskie mają opracować strategię określającą, w jaki sposób wykorzystywane będą narzędzia WPR w osiąganiu wypracowanych wcześniej celów strategicznych. Ze względu na to, że Komisja Europejska dąży do zawarcia porozumienia politycznego w sprawie WPR do wiosny 2021 r., branża nieustannie edukuje sadowników i producentów nt. zrównoważonego rolnictwa.

Zrównoważone rolnictwo, strategia Europejski Zielony Ład i Od Pola do Stołu prowadzą cały sektor do ekonomicznie opłacalnej formy produkcji żywności o wysokiej jakości, która jest bezpieczna dla konsumenta. Zakłada racjonalne gospodarowanie zasobami naturalnymi oraz prowadzenie działalności rolniczej w sposób odpowiedzialny społecznie. W tego rodzaju sadach, sadownik ograniczając zabiegi środkami chemicznymi zastępuje je metodami integrowanymi lub biologicznymi. W tym celu stosuje zatwierdzone metody produkcji biologicznej i zrównoważonego rolnictwa, ale jeśli jest taka potrzeba, odpowiednie środki ochrony roślin. Rolnictwo zrównoważone pozwala osiągnąć stabilność ekonomiczną działalności rolniczej na dłuższy czas.

Zrównoważone rolnictwo opiera się na trzech filarach:



Zrównoważone rolnictwo to proces oparty o:



1. Budowa żyzności gleby przez wzrost zawartości próchnicy

Można poprawić żyzność gleby zwiększając zawartość próchnicy. Stosując nawozy jedynie wspieramy żyzność gleby. Próchnica w glebie jest magazynem wody. W efekcie gospodarstwo produkuje więcej i taniej, będąc mniej wrażliwe na niekorzystne zjawiska pogodowe.



2. Zmianowanie upraw dla wzmocnienia bioróżnorodności w glebie

Zadaniem każdego sadownika jest takie planowanie sadzenia drzew owocowych, aby przy wymianie nasadzeń zagwarantować wzbogacenie mineralne i bioróżnorodne w glebie.

Wpływa to pozytywnie na opłacalność produkcji i pozwala na rozwój gospodarstwa.



3. Przestrzeganie zasad integrowanej ochrony roślin

Najlepsze efekty ochrony przy najniższych kosztach daje równoczesne stosowanie różnych metod ochrony: mechanicznych, fizycznych, biologicznych oraz alternatywnie chemicznych. Monitorowanie chorób i szkodników poprzez ciągłe lustracje swojego sadu, pozwala ograniczyć ingerencję chemiczną. Proponuje się producentom podejście diagnostyczno-profilaktyczne przy wsparciu techniką, analizując pułapki na szkodniki. Dzięki temu producent może podjąć szybką i skuteczną reakcję, a w rezultacie wybrać najlepsze rozwiązania interwencyjne.



W Polsce stosuje się następujące metody integrowanej ochrony roślin:

- **Ciągła obserwacja sadu**

W celu ograniczenia zabiegów ochrony w sadzie, producenci stosują podejście diagnostyczno-profilaktyczne realizowane przy wsparciu doradców. Dzięki ciągłej obserwacji sadu i analizie pułapek na owady, potrafią szybko i skutecznie zareagować, a w rezultacie wybrać najlepsze rozwiązanie interwencyjne i tym samym nie wykonywać niewłaściwych i niepotrzebnych zabiegów ochrony.

- **Feromonowa dezorientacja samców szkodników jabłoni**

Technika ta polega na zainstalowaniu w sadach pułapek wydzielających feromony, które przeciwdziałają rozmnażaniu się szkodników jabłoni z rodziny motyli: owocówki jabłkóweczki i zwójek liściowych. Feromony dezorientują męską część motyli, uniemożliwiając im odnalezienie samic, a w konsekwencji rozmnażanie się i uszkodzenia powodowane przez larwy.



Pułapki wydzielające feromony

- **Instalacja systemu siatek przeciwwgradowych**

Siatki stanowią skuteczną fizyczną barierę chroniącą sady przed zewnętrznymi czynnikami niszczącymi sady: klimatycznymi, zwierzęcymi, ale również przed szkodnikami. Pod koniec okresu użytkowania, siatki są poddawane recyklingowi. Siatka z jednego hektara pozwala na wyprodukowanie około dziesięciu plastikowych ławek do małej architektury.

- **Zakładanie budek lęgowych dla sikorek**

Zakładanie budek lęgowych jest bardzo dobrym sposobem ograniczenia szkodników w sadach, np. zwójek liściowych, które należą do głównych szkodników jabłoni. Ptaki odżywiają się głównie owadami, dlatego ich obecność w sadzie jest wskazana, a można im to ułatwić poprzez stworzenie miejsca do gniazdowania.

- **Zakładanie uli dla owadów zapylających, sadzenie roślin kwitnących, hotele dla owadów zapylających**

Owady zapylające są wprowadzane do sadu w celu polepszenia zapylenia niezbędnego do powstania owoców dobrej jakości. Te owady są wrażliwe na środki ochrony roślin, dlatego ich obecność jest



potwierdzeniem, że stosowane są odpowiednie środki we właściwy sposób. Dzięki nim rozwija się bioróżnorodność, a ochrona biologiczna jest skuteczniejsza. Wsiewki z roślin kwitnących oraz hotele dla owadów są miejscami, które zapewniają pokarm, umożliwiają rozwój i zapewniają ochronę owadom zapylającym nasze jabłonie.



Budki lęgowe dla ptaków



Hotele dla owadów



Ule dla owadów zapylających

- **Pielęgnacja sadu**

W ramach integrowanej ochrony konieczne jest łączenie chemicznej metody walki z chwastami z różnymi metodami mechanicznymi. Dzięki zastosowaniu różnych sposobów uprawy, możliwa jest skuteczna walka z chwastami odpornymi na herbicydy, jak również ograniczenie ich stosowania. Utrzymanie murawy w sadzie daje schronienie wielu gatunkom owadów pożytecznych, zapobiega wypłukiwaniu i erozji gleby. Zabiegi fitosanitarne polegające na usuwaniu porażonych pędów przez mączniaka jabłoni lub gałęzi porażonych przez inne grzyby są nieodzownym elementem niechemicznej ochrony sadów przed chorobami.

Proponuje się producentom podejście diagnostyczno-profilaktyczne przy wsparciu techniką, analizując pułapki na szkodniki. Dzięki temu producent może podjąć szybką i skuteczną reakcję, a w rezultacie wybrać najlepsze rozwiązania interwencyjne.



4. **Nawożenie roślin w oparciu o bilans nawozowy**

Nawożenie upraw powinno jedynie uzupełnić składniki obecne w glebie i być dopasowane do potrzeb roślin. Podstawą bilansu nawozowego jest wiedza o rzeczywistej zasobności gleb, potrzebach roślin i stosowanych nawozach.



5. **Efektywne wykorzystanie zasobów wodnych**

Oszczędzamy wodę, nie nawadniamy bez potrzeby, właściwy dobór systemu nawadniania na Twojej działce, to lepszy i większy plon, brak zaburzeń w transporcie wapnia oraz brak strat składników pokarmowych poprzez ich wypłukiwanie.

Określenie potrzeb nawadniania wykonuje się za pomocą tensjometru, który określa wilgotność gleby w danej kwaterze i pozwala racjonalnie zużywać wodę do nawadniania. Właściwa gospodarka wodna w zależności od pory roku i zagrożeń klimatycznych, dostosowana do danego rodzaju gleby (gleby lekkie – krótkie, ale częste cykle nawodnieniowe) powoduje mniejsze straty wody. Odpowiednio dobrany system nawodnieniowy do rodzaju gleby i jakości wody zapewnia dłuższe użytkowanie instalacji, jak również zapewnia oszczędność wody. Należy pamiętać, że ochrona przeciwprzymrozkowa to nie nawadnianie, ale w tym wypadku też można oszczędzać wodę stosując nowe rozwiązania technologiczne.





Zasoby wodne w pobliżu sadu



6. **Podejmowanie działań dla społecznej akceptacji rolnictwa**

Partnerska komunikacja ze społecznością lokalną, w której mieszka rolnik, ale także z szerszym społeczeństwem staje się coraz pilniejsza. Ważne jest to, aby w rozmowach z osobami, które nie są związane z rolnictwem, lub np. poprzez ważniejsze media społecznościowe, pokazywać pracę rolnika, a przede wszystkim konkretne działania na rzecz ochrony środowiska.



7. **Prawidłowe zarządzanie odpadami**

Najważniejszą kwestią w prawidłowym zarządzaniu odpadami w gospodarstwie rolnym jest zapobieganie ich powstawaniu poprzez zmniejszenie zużycia opakowań i zwiększenie możliwości ich recyklingu.



8. **Wspieranie bioróżnorodności w gospodarstwie i jego otoczeniu**

- pułapki feromonowe na szkodniki jabłoni (zwójki liściowe i owocówka jabłkóweczka),
- instalacja uli dla owadów zapylających i budek lęgowych dla ptaków (naturalny wróg szkodników jabłoni),
- sadzenie żywopłotów (miejsce rozwoju biologicznego, ochrona przed znoszeniem substancji z sąsiednich pól, bariera przed niekorzystnym wpływem warunków pogodowych), „hotele” dla owadów zapylających.



9. **Przestrzeganie przepisów prawa**

Kluczową rolę odgrywa regularna edukacja i informowanie pracodawców o zmieniających się przepisach.



10. **Dbanie o pracowników, ich prawa i bezpieczeństwo w gospodarstwie**

Zadaniem pracodawcy jest zapewnienie bezpieczeństwa pracy poprzez eliminowanie zagrożeń i zapobieganie ich powstawaniu.

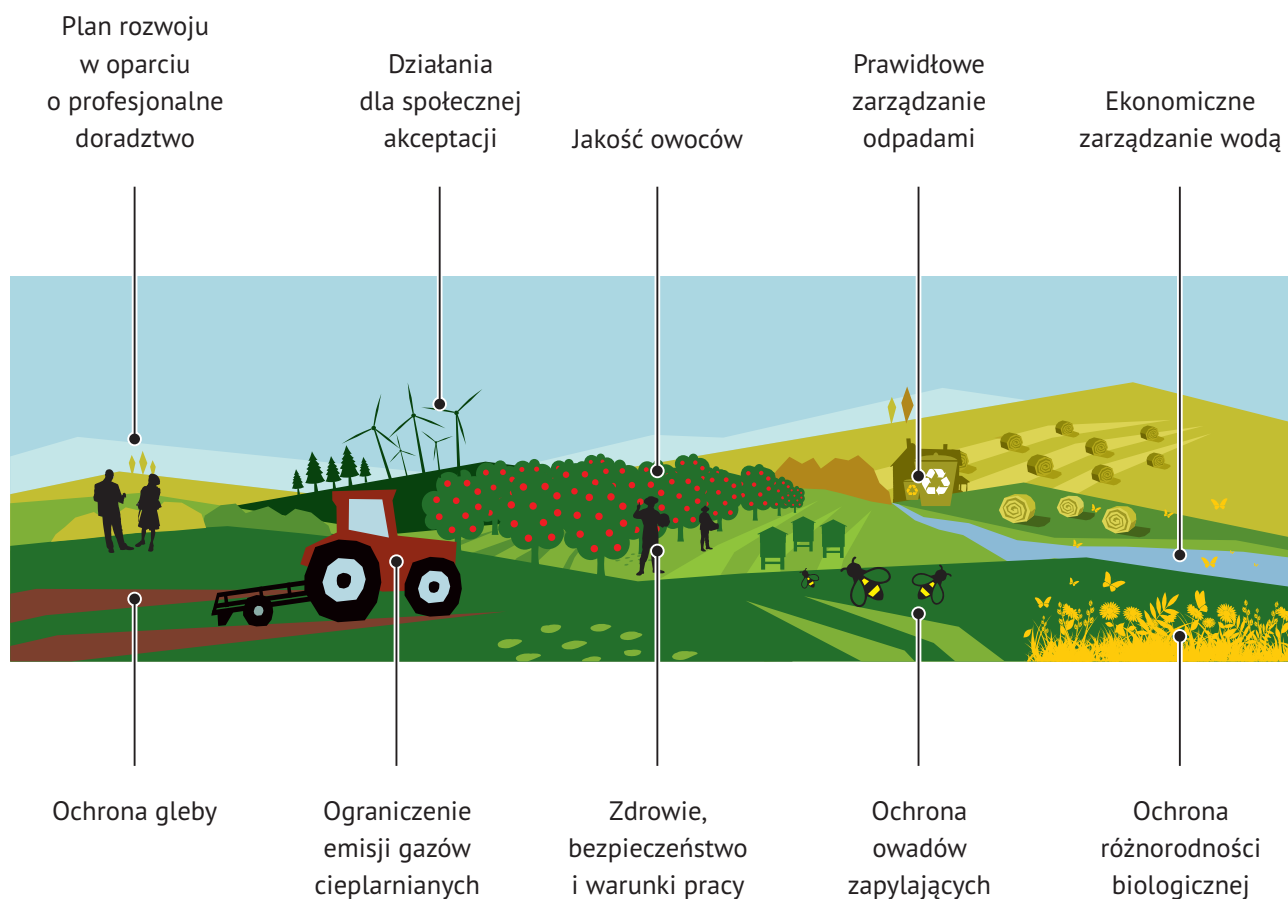
Zastosowanie środków ochrony roślin

Zastosowanie środków ochrony, jak również konieczność ich użycia musi być uzasadniona i właściwie zaplanowana. Pomocne są w tym precyzyjne systemy wspomagania decyzji, do których należą np.: niezależne komunikaty sadownicze. Informacje, które docierają drogą elektroniczną, wysyłane są bezpośrednio przed zagrożeniem lub gdy jest konieczna interwencja. Dane meteorologiczne zbierane ze stacji pogodowych i analizowane przez programy komputerowe, są podstawą do określania stopnia wystąpienia ryzyka. Profesjonalna stacja meteorologiczna zlokalizowana w pobliżu kilku gospodarstw pozwala na przesyłanie dokładnych danych do firmy doradczej.



Stacja meteorologiczna

Zasady zrównoważonego rolnictwa





**Dobra Współpraca Sąsiedzka to pierwszy krok do mądrego rozwoju swojej produkcji.
Sąsiedzka współpraca jest podstawą rozwiązywania wspólnych problemów.**

- Informuj sąsiada o planowanych zabiegach ochrony roślin. Pozwoli to zapobiec ryzyku skażenia jego upraw.
- Poproś sąsiada o to samo. Rozmawiajcie ze sobą i działajcie wspólnie. Dzięki temu unikniecie wielu negatywnych zjawisk, na przykład takich, jak znoszenie substancji na sąsiednie uprawy.
- Rozważ posadzenie żywopłotów, które pomogą zapobiec zjawisku znoszenia.
- Stwórz harmonogram oprysków, zwracaj uwagę na siłę wiatru podczas wykonywania zabiegów.

Zastanów się z sąsiadami nad wspólną ochroną roślin.

Zalety takiej wspólnej ochrony to m.in.:

1. Szansa na produkcję owoców ekologicznych lub zawierających Zero Pozostałości środków ochrony roślin.
2. Duże łączone powierzchnie ochrony dają wyższą skuteczność przy feromonowej metodzie dezorientacji samców motyli (skuteczność ochrony wzrasta wraz ze zwiększeniem chronionej powierzchni, działka 4 ha w kształcie kwadratu to minimum).
3. Oszczędność kosztów transportu, możliwość negocjacji ceny lub/i warunków zakupu, przy wspólnych zakupach środków ochrony roślin.
4. Obniżenie kosztów na hektar przy wspólnych inwestycjach, np. ochrony przeciwniebieskiej. W zależności od wymiarów działki koszt 1 ha to:

100mx100m = 100 000 zł

1000mx10m = 150 000 zł

Jak planować zastosowanie środków ochrony roślin?

Korzystaj z precyzyjnych systemów wspomagania decyzji:

- Niezależnych komunikatów sadowniczych wysyłanych bezpośrednio przed zagrożeniem lub gdy konieczna jest interwencja
- Zbieraj dane meteorologiczne ze stacji pogodowych. Dzięki temu określisz stopień występowania danego ryzyka
- Podziel się informacją z sąsiadami. Jedna stacja pogodowa może działać w pobliżu kilku gospodarstw.

Pamiętaj: Stosuj się do zaleceń producentów środków ochrony roślin!

Pamiętaj: Ochrona naszego sadu przed chorobami i szkodnikami, czy to za pomocą środków organicznych, czy chemicznych, jest niezwykle ważna.

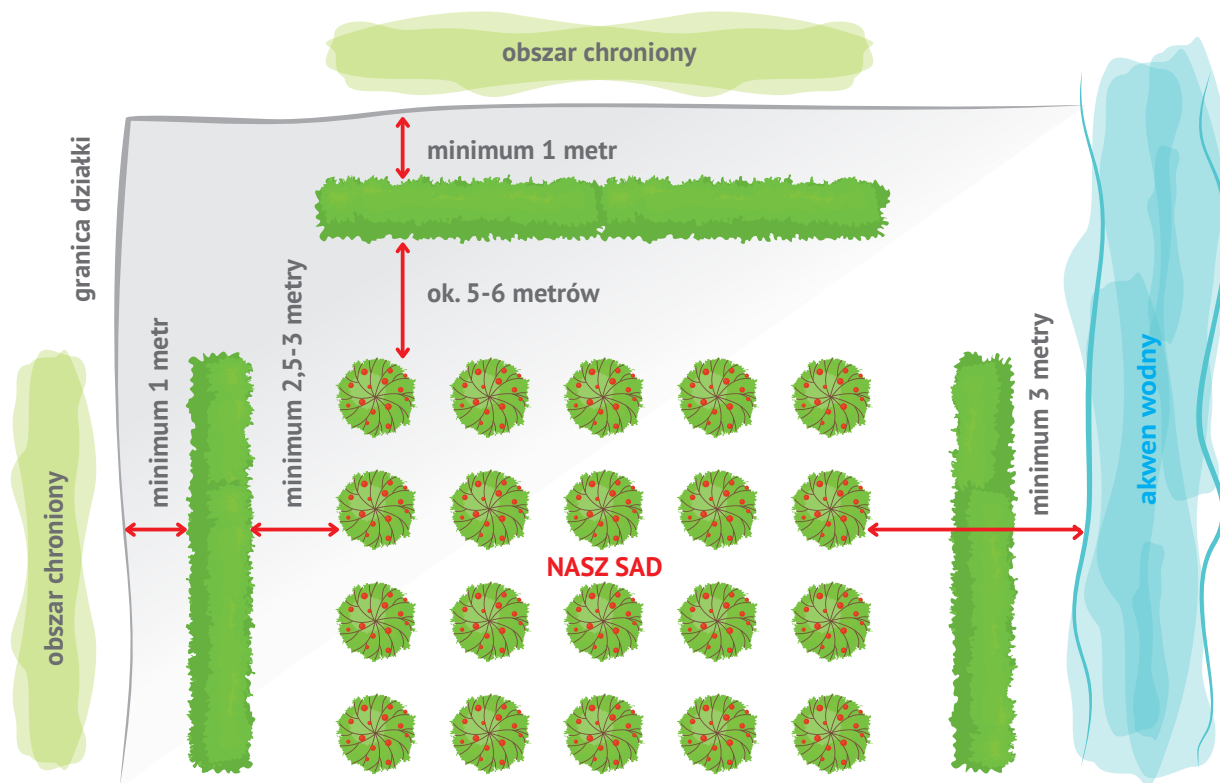
Rekomendacja do sadzenia żywopłotów na swoich działkach, sposób na zabezpieczenie upraw swoich i sąsiada.

Zasady sadzenia żywopłotów:

1. Wysoką i zwartą ostonę na glebach żyznych i zasobnych w wodę można uzyskać z: żywotnika, olchy szarej, grabu, leszczyny lub topoli berlińskiej.
2. Na glebach suchych i ubogich bardziej odpowiednie będą: brzoza, modrzew i jaśminowiec omszony.
3. Nie sadzimy drzew o silnym wzroście, takich jak: klon, jesion, topola szara i biała, wierzba krucha.
4. Nie sadzimy gatunków podatnych na zarazę ogniową: głóg, świdośliwa, irga i jarzębina.



Schemat sadzenia żywopłotów



Przy planowaniu nasadzeń:

- Przewiduj odległości przy sadzeniu żywopłotów.
- Dobrze zagospodaruj swoją działkę.
- Żywopłot musi być co najmniej tak wysoki jak sad i musi być półprzepuszczalny, aby zapobiec przekierowaniu znośnienia (uważaj na żywopłoty, które są zbyt zbite).

Bardziej efektywne są żywopłoty dwurzędowe.

Zalety żywopłotu:

- Miejsce schronienia i rozwoju wielu pożytecznych gatunków stanowiących o różnorodności biologicznej sadu, takich jak dziko żyjące owady zapylające (ilość i aktywność owadów w sąsiedztwie żywopłotów około 50% wyższa).
- Schronienie dla naturalnych wrogów, szkodników naszych sadów.
- Chroni przed znośnieniem substancji chemicznych z/na sąsiednie działki.
- Stanowi barierę przed niekorzystnym wpływem warunków pogodowych.





Prowadzimy sadowników ku przyszłości

Proces ten należy cały czas usprawniać, poszukując nowych rozwiązań i innowacyjnych narzędzi.

Publikujemy raport łącznie z broszurą oraz organizujemy szkolenia, które pokazują skuteczne metody zrównoważonej produkcji i prowadzą producentów oraz organizacje producentów owoców i warzyw do sukcesu i osiągnięcia jak największych benefitów związanych z rolnictwem zrównoważonym.

Zaproponowane praktyki rolnictwa zrównoważonego pozwalają przede wszystkim na prowadzenie stabilnego i opłacalnego finansowo gospodarstwa, zarządzanego zgodnie z przemyślanym planem biznesowym.

Inną wielką misją, którą realizujemy jest ochrona środowiska, z którym powinniśmy żyć w zgodzie i harmonii.



Chaos w regulacjach unijnych wyzwaniem dla sektora warzywno-owocowego

Brak harmonizacji uregulowań prawnych dotyczących opakowań i ich recyklingu może prowadzić do marnotrawstwa żywności oraz utrudniać handel pomiędzy krajami UE. Eksperci opublikowali swoje stanowisko w odpowiedzi na mapę drogową Komisji Europejskiej dotyczącą „Przeglądu wymagań dla opakowań i innych środków zapobiegających powstawaniu odpadów opakowaniowych”.

Opakowanie jest podstawowym elementem europejskiego łańcucha dostaw świeżych owoców i warzyw. Sektor świeżych produktów wykorzystuje opakowania w całym łańcuchu, począwszy od produkcji, poprzez sprzedaż hurtową, logistykę, handel i sprzedaż detaliczną, aby zapewnić konsumentom bezpieczne, wysokiej jakości i świeże produkty. Producenci zgadzają się, że warto pracować nad zrównoważonym charakterem wykorzystania opakowań poprzez zwiększoną możliwość ponownego użycia i możliwość recyklingu opakowań, a także zobowiązanie do przeciwdziałania nadmiernemu pakowaniu i wytwarzaniu odpadów.

Różne regionalne i krajowe przepisy dotyczące naklejek i opakowań w Europie są coraz trudniejsze do śledzenia przez producentów. Belgia rozwija koncepcję opakowań i naklejek kompostowanych. Włosi stosują etykiety nadające się do kompostowania przemysłowego, jednak nadal normą są tam konwencjonalne oznaczenia. We Włoszech od kilku lat zabroniono stosowania plastikowych toreb na produkty luzem, nie są również dostępne żadne kompostowalne lub nadające się do recyklingu wersje siatek lub toreb plastikowych do pakowania produktów sprzedawanych luzem. W belgijskich punktach sprzedaży plastikowe torby na zakupy nie są swobodnie dostępne, oferowane są natomiast zamienniki tekstylne lub papierowe. Dodatkowo niektóre rodzaje innowacyjnych materiałów opakowaniowych podlegają też wyższym kosztom recyklingu. Każdy kraj UE radzi sobie z problemami recyklingu w inny sposób, co utrudnia producentom dostosowanie się do wymogów poszczególnych rynków UE.

Materiały przeznaczone do kontaktu z żywnością stanowią nieodłączną barierę dla zrównoważonych opakowań i ograniczają stosowanie zrównoważonych opcji pakowania, gdyż uniemożliwiają recykling i ponowne użycie opakowań. W przyszłości alternatywą mogłyby się stać opakowania biodegradowalne, ale obecnie wytwarzane folie biodegradowalne są matowe i na produkcie wyglądają nieestetycznie, co może odstraszać potencjalnych klientów.

Wiele inicjatyw zmierzających do usunięcia opakowań z owoców i warzyw kończyło się klęską. W Wielkiej Brytanii rosnący asortyment nieopakowany doprowadził do wzrostu marnotrawstwa żywności w sklepach. W Niemczech handlowcy usunęli folię z ogórków, zwłaszcza ekologicznych, co doprowadziło do 70% strat produktów żywności. W Holandii wzrosło natomiast wykorzystanie opakowań plastikowych ze względu na zapobieganie marnotrawieniu żywności. Te przykłady jasno pokazują, że zharmonizowane na poziomie UE przepisy powinny uwzględniać specyfikę owoców i warzyw w kwestii opakowań i wspierać zapobieganie marnotrawieniu żywności. Przepisy powinny uwzględniać powody, z jakich opakowania są stosowane dla świeżych owoców i warzyw. Należą do nich m.in.:

- **Zamknięcie produktu dla celów logistyki:** Do efektywnych i wydajnych operacji transportowych oraz logistyki w całym łańcuchu wykorzystywane są produkty opakowaniowe, aby bardziej efektywnie wykorzystywać przestrzeń ładunkową. Dotyczy to na przykład standardowych palet plastikowych, jak i papierowych stosowanych do opakowań detalicznych, w tym pojemników na żywność do sprzedaży małych wieloelementowych owoców oraz sprzedawanych na wagę warzyw takich jak: jagody, małe jabłka i pomidorki koktajlowe.

- **Wydłużenie okresu przydatności do spożycia:** Świeże produkty przechodzą przez wiele etapów w łańcuchu dostaw, zanim dotrą do domu lub do gastronomii. Świeże owoce i warzywa są produktami szybko psującymi się i podczas każdego etapu łańcucha dostaw muszą być chronione, aby dotarły do konsumenta w dobrym stanie, zgodnym z normami handlowymi. W ten sposób opakowanie wydłuża okres przydatności do spożycia produktów i ogranicza o drobne uszkodzenia produktów, które ostatecznie mogą przyspieszyć ich zepsucie. Ponadto, wiele rodzajów opakowań stosowanych w tym sektorze zawiera innowacje, które dodatkowo wydłużają okres przydatności do spożycia poszczególnych produktów, zachowując ich świeżość.
- **Zapobieganie psuciu się i marnotrawieniu żywności:** Wydłużając okres przydatności do spożycia produktów przez opakowania stosowane w całym łańcuchu dostaw świeżych owoców i warzyw zapobiega marnowaniu żywności poprzez ograniczanie uszkodzenia produktów i utrzymanie świeżości na każdym etapie łańcucha oraz w domu. Na przykład, jagody muszą być przechowywane w pojemnikach do pakowania, ponieważ wskaźniki psucia są bardzo wysokie w przypadku sprzedaży luzem.
- **Zapobieganie skażeniu mikrobiologicznemu:** Opakowania świeżych produktów mogą być używane w całym łańcuchu dostaw, aby zapobiec skażeniu mikrobiologicznemu produktów. Opakowanie zapobiega stykaniu świeżych owoców i produktów roślinnych z innymi powierzchniami i wynikającymi z tego tytułu zanieczyszczeniom biologicznym.
- **Wyświetlanie informacji o produkcie:** Opakowania oferują sektorowi możliwości komunikowania się zarówno z uczestnikami łańcucha dostaw, jak i konsumentami wyposażając ich w obowiązkowe i podstawowe informacje o produkcie. Obowiązkowe i istotne informacje obejmują, ale nie ograniczają się do: odmiany, koloru, identyfikowalności, marki, kraju pochodzenia, kodu PLU, kodu kreskowego, komunikatów (na przykład „gotowe do spożycia”). Etykiety umożliwiają również wykrywanie oszustw.
- **Promocja konsumpcyjna:** Opakowania ułatwiają promocję konsumpcji świeżych owoców i warzyw. W UE średnie dzienne spożycie owoców i warzyw na mieszkańca wynosi 348 g dziennie, czyli znacznie poniżej minimum 400 g zalecanego przez WHO dla dobrego zdrowia. Na rynku spożywczym, na którym występuje niezwykle duży wybór markowych produktów, opakowania dają możliwość promocji konsumpcyjnej poprzez tekst i grafikę.
- **Ułatwienia w konsumpcji:** Komisja Europejska nie ustaje w wysiłkach zmierzających do zwiększenia spożycia owoców i warzyw w domu i poza nim w celu realizacji zaleceń WHO. Obejmuje to zwiększenie dostępności różnorodnej gamy produktów i różnych wielkości porcji dla konsumentów oraz dostosowanie do ich zmieniającego się stylu życia. Opakowania ułatwiają te wysiłki, zapewniając różne sposoby spożycia owoców i warzyw, dostosowane do stylu życia różnych grup demograficznych. Na przykład obejmuje to wygodne opakowanie dla chcących jeść „na wynos” i zestawy posiłków z produktami owocowo-warzywnymi na 1-2 porcje przepisu dla osób mieszkających samotnie.
- **Zaufanie konsumentów:** Opakowanie daje konsumentom pewność, że gwarantuje bezpieczeństwo produktu i jego jakość. Szczególnie podczas kryzysów zdrowotnych, takich jak obecna pandemia COVID-19, opakowania zapewniają konsumentom bezpieczeństwo żywności, co ułatwia jej dalsze spożywanie na poziomie niezbędnym dla dobrego zdrowia obywateli.



Koniec z naklejkami na owocach? Nowe przepisy zabraniające umieszczania etykiet samoprzylepnych na owocach w Belgii

Stosowanie etykiet samoprzylepnych umieszczanych bezpośrednio na warzywach i owocach ma być zabronione na terenie Flandrii (Belgia) już w pierwszych miesiącach 2021 roku (*Flemish Regulation on the sustainable management of material cycles and waste, VLAREMA*). Regulacje przewidują, że stosowanie etykiet samoprzylepnych umieszczanych bezpośrednio na warzywach i owocach jest zabronione, chyba, że informacje na etykiecie są funkcjonalne lub wymagane przez prawo. Jest to sygnał, że pierwsze kraje Europy, zaczynają samodzielnie i z wyprzedzeniem przepisów unijnych wprowadzać ograniczenia w znakowaniu owoców i warzyw. Powodem deklarowanym jako przyczyna wprowadzenia powyższego zakazu jest negatywny wpływ naklejek na procesy kompostowania. Belgia ze względu na wysoki odsetek bioodpadów odbieranych przez służby komunalne, jak również kraj o istotnym udziale domowego kompostowania, może stać się jednym z liderów wyznaczających trendy dla legislacji w Unii Europejskiej. Belgijskie rozwiązania mogą stać się wzorcem do uchwalenia kolejnych podobnych legislacji w krajach starej Unii Europejskiej.

Nowy kierunek zmian

Przepisy wprowadzone w Belgii pokazują kierunek przyszłych zmian. W ciągu najbliższych trzech lat będą one błyskawicznie następowały w kolejnych krajach Unii Europejskiej. Wynikać to będzie z konieczności transpozycji kolejnych Dyrektyw UE do krajowych porządków prawnych.

Dyrektywą UE 851/2018 transponowaną przez państwa członkowskie do narodowych porządków prawnych, przed 5 lipca 2020 roku wprowadzony został wymóg Unii Europejskiej dotyczący organizowania do 2023 r. przez państwa członkowskie, selektywnej zbiórki bioodpadów. Planowane są również bardziej rygorystyczne przepisy w kwestii kryteriów jakościowych kompostu. Podobnie większe restrykcje zapowiada powszechne wdrożenie Dyrektywy w sprawie tworzyw sztucznych do jednorazowego użytku 2019/904.

Powyższe przepisy to nie tylko zapowiedź przeszkody handlu z Belgią i możliwe pierwsze problemy w negocjacjach z sieciami handlowymi dotyczące zamówień na 2021 rok, ale być może szerszy problem, który obejmie więcej krajów UE. Warto cały czas monitorować rozwój sytuacji pod kątem podobnych zmian w innych krajach Europy. Powielanie wzorców belgijskich byłoby bowiem bardzo szkodliwe dla polskiego rynku sadowniczego. Z punktu widzenia producentów znakowanie jest bardzo ważne. Przyczynia się ono do ograniczenia użycia plastiku i jest bardzo ważnym nośnikiem dla informacji funkcjonalnych takich jak: „gotowe do spożycia”, PLU, pochodzenie, kolor i śledzenie pochodzenia produktów.

Zmiana sposobu znakowania żywności z zakazem używania naklejek niesie natomiast za sobą ogromne koszty dla producentów. W przypadku, gdy większość krajów chciałaby wprowadzić podobne uregulowania, konieczne będą inwestycje w nowe maszyny i sposoby znakowania, np. znakowanie laserowe lub kompostowalne naklejki, oferowane dziś jedynie przez garstkę dostawców. Unijne Stowarzyszenie Bioplastiku zapowiada, że naklejki na owoce staną się przedmiotem większej debaty w UE w kolejnych latach. Potrzebne są działania uświadamiające skalę kosztów i inwestycji dla eksporterów, za nim kolejne rządy zdecydują się na tak restrykcyjne rozwiązania.

Kodeks Etyki Żywnościowej

Dla producentów, przetwórców i dystrybutorów żywności dobro konsumenta żywności jest uznawane za wartość podstawową.

Kodeks Etyki Żywnościowej kierowany jest do wszystkich uczestników łańcucha żywnościowego, którzy mają jakikolwiek wpływ na produkcję, przetwarzanie i obrót żywnością, a zatem nie tylko do producentów produktów rolnych i przetwórców żywności, ale także do producentów pasz oraz składników i substancji dodatkowych, producentów pestycydów, nawozów, leków weterynaryjnych, producentów maszyn, opakowań dla żywności, czy w końcu do wszystkich sprzedawców żywności. Producenci na każdym etapie produkcji i wprowadzania produktu do obiegu dbają o jego bezpieczeństwo. Według sektora, uczestnicy łańcucha żywnościowego powinni sami starać się wykluczać ze swego grona takich producentów, którzy nie stosują się do zasad najwyższej jakości.

Sektor, poprzez działania i programy promocyjne nieustannie dąży do poprawy świadomości konsumentów i uczestników łańcucha żywnościowego nt. sposobów produkcji żywności. Branży zależy na zaspokojeniu potrzeb konsumentów, którzy są najważniejszym ogniwem w całym łańcuchu.

Czy roboty zastąpią pracowników w sadach? Kiedy automatyzacja i cyfryzacja staną się powszechne?

Kryzys spowodowany COVID-19 pokazał, jak ważna jest dostępność pracowników sezonowych do wspierania europejskich producentów, m. in. w przygotowaniu sadów (np. w przycinaniu, przerzedzaniu), pracy w stacjach pakowania, zarządzaniu plonami oraz zbiorze owoców i warzyw. W obliczu trudności związanych z niedoborem zasobów ludzkich, sektor jest zainteresowany poszukiwaniem alternatywnych rozwiązań, takich jak większa automatyzacja i cyfryzacja różnych etapów procesu produkcyjnego. Dostęp do nowych technologii może znacznie zwiększyć globalną konkurencyjność plantatorów. Na poziomie europejskim w ostatnim dziesięcioleciu miało miejsce wiele działań stymulujących modernizację procesu plantacyjnego w kierunku nowych technologii.

Europejskie inicjatywy podjęte w celu zwiększenia automatyzacji i cyfryzacji produkcji rolnej i sadowniczej:

- **Program badań i innowacji „Horyzont 2020”** będzie kontynuowany w nadchodzących latach w ramach programu „Horyzont Europa”. Kilka linii budżetowych poświęcono robotyzacji i ulepszonej logistyce. Wspierano konkurencyjność i zrównoważone rolnictwo, a także łączono źródła finansowania na rzecz interaktywnych innowacji. Instrumenty finansowe są również dostępne w WPR i programie operacyjnym wspólnej organizacji rynku owoców i warzyw w ramach strategii krajowych.
- **Europejska Agenda Cyfrowa**, mająca ambicje przesunięcia europejskiego rolnictwa w kierunku rolnictwa precyzyjnego.
- **EUFRIN (sieć badań owoców), EUVRIN (sieć badań warzyw), AREFLH (Stowarzyszenie Regionów Europy produkujących owoce i warzywa) i Freshfel Europe**, czyli stworzone grupy zadaniowo-robocze opracowujące strategiczny program badań i innowacji określający szczególne potrzeby w zakresie badań i innowacji w zakresie owoców i warzyw.
- **Projekt EUFRUIT**, koncentrujący się między innymi na poprawie przechowywania owoców, a także na zrównoważonej produkcji owoców wynikającej z jednego z priorytetów programu „Horyzont 2020”. Projekt oferuje sadownikom i rolnikom bazę wiedzy dostępną w Internecie odnośnie innowacji i technologii opartą na najnowszych badaniach.

Przez wiele lat rolnicy i sadownicy w całej UE wprowadzali i coraz częściej stosowali nowe technologie, takie jak automatyzacja rolnictwa, by pomóc sobie w procesach produkcyjnych. Podczas gdy dostępność i koszty pracy mogą być jednym z elementów wdrażania nowych technologii, inne decydujące czynniki to zwiększona wydajność, lepsza jakość, szybki proces i długoterminowa konkurencyjność. Zastosowanie nowych technologii i automatyzacji rolnictwa może obejmować różne aspekty: działania związane z zarządzaniem sadem poprzez rolnictwo precyzyjne (monitorowanie pogody, nawadnianie i obróbka przed lub po zbiorach), ale także automatyzacja prac sadowniczych (np. robot do napełniania pojemników po zerwaniu) do szybkiego transportu z sadu do magazynu oraz różnych operacji przetadunku, sortowania i przechowywania na stacji pakowania. Wprowadzono również utrzymanie i monitorowanie upraw, a także wydajność logistyki w celu wydajnego przetadunku i przechowywania. Znacznie poprawiono jakość, precyzję i szybkość operacji, jednocześnie zmniejszając zależność zasobów ludzkich. Istnieją jednak inne, bardziej złożone zadania w sadach obejmujące przycinanie, przerzedzanie i zbiór, które obecnie nie są jeszcze wyposażone w pełni zautomatyzowane rozwiązania.

Według Macieja Majewskiego, prezesa Stowarzyszenia Sady Grójeckie, testy robotów do zbiorów są już prowadzone w Stanach Zjednoczonych, lecz by można było użyć takiej maszyny, trzeba najpierw odpowiednio



przygotować sad. Musi on być bardzo wąski, by robot mógł dostrzec każde jabłko. Zbiory nie są jedynym obszarem, gdzie następuje automatyzacja. To polscy sadownicy stworzyli system zdalnego sterowania ciągnikiem. System automatycznej jazdy ciągnika GOTRACK pozwala na oszczędzanie czasu koniecznego na wykonanie niezbędnych zabiegów pielęgnacyjnych.

Należy dokonać wyraźnego podziału działań w odniesieniu do postępu tych technologii w codziennym życiu działalności hodowcy. Rolnicy od wielu lat korzystają z usprawnień związanych z nowymi technologiami. Standardem są wszelkiego rodzaju pojemniki do zbioru i skrzyniopalety jeżdżące na specjalnych wózkach tak, by łatwo było do nich włożyć zebrane ręcznie jabłka. Jak podkreśla Maciej Majewski, najbardziej zaawansowane gospodarstwa korzystają z tak zwanych „kombajnów do zbioru”. W przypadku takiego urządzenia rola osoby zbierającej ogranicza się do zerwania jabłka z drzewa i położenia go na wysięgniku z taśmociągami. Dalej takie jabłko jest już automatycznie transportowane do skrzyni. Wprowadzono również utrzymanie i monitorowanie upraw, a także wydajność logistyki w celu przeładunku i przechowywania. Znacznie poprawiono jakość, precyzję i szybkość operacji, jednocześnie zmniejszając zależność zasobów ludzkich.

Przy kwitnieniu np. gruszek zaczyna się także stosować zautomatyzowaną technologię, aby ułatwić przerzedzanie. Z kolei techniki takie jak system wstrząsania drzewem, przyspieszają proces zbioru i są stosowane np. do produktów takich jak wiśnie. Również w produkcji szklarniowej trwają wczesne testy w przypadku niektórych urządzeń pod kątem zbierania truskawek za pomocą robotów. Zaawansowane zaangażowanie w automatyzację zbiorów oznaczałoby wybitne rozwiązania w zakresie przetwarzania obrazu w celu weryfikacji i podjęcia decyzji o zbieraniu plonów. Na razie to zasoby ludzkie, posiadające odpowiednie kwalifikacje, pozostaną kluczowym zasobem dla jakości zbiorów i procesu decyzyjnego w celu zebrania owoców w odpowiednim momencie.

W przypadku upraw owocowych, zastąpienie pracy człowieka nowymi technologiami prawdopodobnie zajmie jeszcze trochę czasu, zanim odpowiednia technologia będzie w pełni zabezpieczać jakość owoców i poradzi sobie ze środowiskiem sadu. W przypadku zastosowania, przed przejściem do automatycznych rozwiązań, najprawdopodobniej dojdzie do przeprowadzania badań oraz przeprojektowania architektury sadów.

Technologie zautomatyzowanego zbioru zostały już bardzo skutecznie wdrożone w Europie w przypadku niektórych warzyw, m. in. ziemniaków, cebuli, czosnku, a także w wielu uprawach przeznaczonych do przetwarzania, takich jak pomidory czy fasola. Proces ten jest ułatwiony dzięki wyborowi odmian, które dojrzewają w tym samym czasie, umożliwiając zbiór z całych zbiorów w te same dni.

Każda automatyzacja jest rozwiązaniem poprawiającym efektywność zbioru, lecz nie można zapominać o tym, że to wszystko musi się jeszcze opłacać. Automatyzacja zbiorów powinna być procesem wieloetapowym. Niemożliwym jest, by od razu przejść na zbiór robotyczny – do tego potrzebne są odpowiednie sady. Należy jednak uwzględnić ten wariant w nowych nasadzeniach. Nawet jeśli przez kolejne 10 lat nie będziemy mieli robota do zbioru, to i tak będzie to działanie korzystne dzięki lepszej wydajności pracy ludzkiej. Mimo wszystko pamiętajmy, że w pracach rolniczych zawsze niezbędny będzie człowiek.

Jak podkreśla ekspert, wykorzystanie maszyn zapewnia hodowcom zasięg w postaci lepszej ochrony plonów w odpowiednim czasie, przygotowanie sadów, lepszą logistykę w sadach po zebraniu produktów i logistykę w kierunku stanowiska pakowania dzięki nowym technologiom sortowania, pomiaru wielkości, zabarwienia, dojrzewania i pakowania. Przyczyniła się to również do poprawy jakości, wydajności procesu i lepszego reagowania na oczekiwania klientów.



W dobie pandemii e-commerce okazał się bezpieczną i popularną formą zakupów. Zmieniły się nawyki zakupowe Polaków, a coraz większa część z nich zrezygnowała z zakupów stacjonarnych na rzecz zamawiania produktów online, w tym głównie żywności. Zaobserwowano „efekt gromadzenia zapasów”, w związku z którym odnotowany został wzrost sprzedaży produktów o długim okresie trwałości, takich jak cebula czy ziemniaki. W niektórych regionach wprowadzono zmiany dotyczące funkcjonowania supermarketów. Zmiany związane z zamknięciem sklepów lub ograniczeniem ich działalności, wiążą się ze zmianą w przepływie handlu i przejściu klientów na e-commerce. Nawet w Chinach zaobserwowano, że konsumenci zmienili swoje preferencje z małych sklepów spożywczych do zakupów internetowych oraz dużych supermarketów.

Według raportu „E-commerce w Polsce 2020” aż 73% internautów w Polsce robi zakupy online, co podkreśla również 11% wzrost w porównaniu do poprzedniej edycji badania.¹ Wiele producentów i dostawców owoców i przetworów z owoców, dostosowuje się do popularności sklepów internetowych, otwierając własne platformy e-commerce. Podczas pandemii udział nowo otwartych sklepów internetowych na rynku wyniósł aż 18%.²

Już podczas pierwszej fali pandemii COVID-19 największe polskie sieci handlowe odnotowały wzrosty sprzedaży żywności, a sprzedaż produktów ekologicznych wzrosła o 30 proc. W połowie marca 2020 r. branża spożywcza odnotowała wzrost zamówień o 239 proc. w zestawieniu z danymi z analogicznego okresu.³ Według szacunków w 2020 r. rynek handlu internetowego wzrośnie nawet o 26 proc. względem 2019.

Shopper behaviour post-COVID-19



**1. SHOPPING
AROUND
RETURNING**



**2. INCREASED
INTEREST
IN HEALTH**



**3. SHOPPERS
STICKING
WITH ONLINE**



**4. VALUE
DRIVING
STORE CHOICE**



**5. CHANGING
MISSION
DYNAMICS**



Źródło: IGD Research, IGD ShopperVista: Base: 1,000+ British shoppers each month

Konsumenci wybierając żywność skupili się również na wartościach odżywczych i zdrowotnych. Pandemia znacząco wpłynęła na nawyki zakupowe i powrót do większych, cotygodniowych zakupów oraz ograniczenie konsumpcji poza domem. Jest również przyczyną trudnego dla branży okresu, lecz detaliści i dostawcy muszą nadal inwestować, by sprostać wymaganiom długoterminowych trendów: zdrowia i zrównoważonego rozwoju. Według przewidywań, wzrośnie partnerstwo między detalistami a operatorami gastronomicznymi. Wiedza o tym, jak będą ewoluować modele, będzie kluczem do zrozumienia, jakie rozwiązania mogą i muszą zostać opracowane dla kupujących.

1. Raport Gemius „E-commerce w Polsce 2020”

2. Raport Shoper (dane dotyczą polskich sklepów internetowych założonych na platformie Shoper.pl)

3. Ibidem

Współpraca w branży sadowniczej jest ważnym elementem działań. Silne, zdeterminowane i dobrze zorganizowane podmioty mogą wspólnie doprowadzić do wzmocnienia handlu i konkurencji na rynkach zagranicznych. Nadal jednak bariery pomiędzy sadownikami a organizacjami producentów blokują podjęcie współpracy. Sukces branży związany jest z mobilizacją i integracją jej wszystkich podmiotów, a te niemożliwe będą bez przestrzegania dobrych praktyk.

W Polsce w 2018 roku było 265 organizacji producentów owoców i warzyw, aktualnie jest ich 224. Organizacji producentów prowadzących programy operacyjne, dzięki którym można otrzymywać wsparcie z UE jest obecnie 23. W 2018 r. wsparcie w całej UE wynosiło 883 mln euro, dla Polski 3,6 mln euro. Choć integracja w polskim rolnictwie i sadownictwie jest coraz bardziej zauważalna, według ekspertów nadal przebiega zbyt wolno, by ustabilizować pozycję Polski na zagranicznych rynkach. Zarówno ze strony organizacji producentów, jak i sadowników pojawiają się opinie, które świadczą o problemach, błędnych przekonaniach i niedogodnościach we współpracy.

Siłą organizacji producentów jest wiedza technologiczna, stale przekazywana członkom. Polscy sadownicy wiedzą, że należy zwracać uwagę na fizyczne i techniczne ograniczenia ziemi i technologię uprawy. Zdecydowana większość z nich korzysta również z najnowszych nowoczesnych technologii. Nieprzestrzeganie choćby jednego elementu technicznego w przypadku sadu, może potencjalnie zniweczyć cały biznes jabłkowy, co dzieje się na przykład w krajach azjatyckich, w których w branży sadowniczej brakuje aktualnej wiedzy i znajomości technologii oraz wykwalifikowanej kadry podczas planowania działalności sadowniczej. Poprzez członkostwo w organizacjach producentów, polscy sadownicy biorą udział w międzynarodowych kursach i szkoleniach. Istotną kwestią działalności organizacji jest również przechowywalność – magazyny i chłodnie są integralną częścią uprawy warzyw i owoców. W Polsce jakość przechowywania i przetwarzania jabłek jest wysoka, co w krajach azjatyckich stanowi trudność.

Podstawą jest współpraca i komunikacja

Ważne, by wszyscy partnerzy w łańcuchu dostaw owoców tworzyli, dostarczali i dzielili wartość w całym łańcuchu dostaw owoców – od sadowników po odbiorców końcowych tak, aby budować, utrzymywać i zwiększyć ich opłacalność ekonomiczną. Współpraca branży powinna zostać objęta możliwością zdobycia wiedzy, umiejętności i poznania nowoczesnych technologii. Obydwie strony powinny zapewnić dostęp do tych informacji oraz zobowiązać się do stałego podnoszenia swoich kwalifikacji w zakresie uprawy owoców.

Obawy sadowników, by rozpocząć współpracę z organizacją producencką, mogą być związane z nieznaną strategią, strategii i procedur. Koniecznym jest określenie wszelkich wytycznych w zakresie długoterminowej strategii sprzedażowej i poinformowanie o nich sadowników przez organizację producencką, a także zapewnienie odbioru owoców zgodnych z tą strategią oraz wymogami jakościowymi organizacji. Organizacje producentów owoców i warzyw powinny zobowiązać się do publikacji swoich zasad prowadzenia działań handlowych – ramowych warunków zakupu oraz wytycznych dla sadowników.

Wiele niepokojów sadowników związanych jest z brakiem komunikacji i dialogu między nimi a organizacjami producenckimi. Wiemy, że dla sadowników niewłaściwym jest, gdy organizacja samodzielnie zmienia klasyfikację jabłka do sprzedaży. Ze strony organizacji takie działanie jest konieczne, lecz powinny one pamiętać o obowiązku bezzwłocznego poinformowania sadownika o tej zmianie i uzyskanej cenie.



Współpraca między sadownikami a organizacjami producentów

Co robić, by przebiegała lepiej?

Organizacje producentów owoców i warzyw wprowadzają profesjonalną strategię działań, która związana jest m. in. z prawidłowym obliczaniem kosztów produkcji jabłek, m. in. przechowalnictwa, wysuszek czy sortowania. Aktualnie istotne jest uświadomienie sadowników, że skomplikowany system działań organizacji jest powiązany z zabezpieczeniem branży. Rozwiązaniem wielu niedomówień jest sporządzenie pisemnej umowy między sadownikiem a pośrednikiem. Umowa powinna zawierać m. in. określenie terminów płatności za dostawy i sposoby kalkulacji ceny. Dodatkowo, sadownicy mają prawo do uczestniczenia w procesie sortowania jabłek do sprzedaży i przetwórstwa oraz mają prawo do otrzymywania raportów po badaniu ich partii jabłek.

Aktualnie organizacje wiedzą, jak ważna jest ich infrastruktura. Wymagania stawiane przed sadownikami to liczne certyfikaty i testy laboratoryjne. Współpraca między sadownikami a organizacjami pomoże zapewnić konkurencyjność na rynkach zagranicznych. Z kolei ceny jabłek ukształtowane są przez rynek, zarówno europejski, jak i międzynarodowy.

Przestrzeganie uczciwych praktyk handlowych i promowanie ich na każdym etapie łańcucha wartości powinno być priorytetem branży – i sadowników, i organizacji producentów. Jeśli będziemy wspólnie działać, możemy wiele zyskać. Poprzez współpracę z organizacjami, sadownik ma pewność zbytu, wsparcie w zbiorze, sortowaniu i w przechowalnictwie. Wspólna strategia, zarówno krótka, jak i długofalowa, zawsze niesie ze sobą wartość dodaną.

Przykładem współpracy między sadownikami a organizacjami producentów są certyfikowane jabłka grójeckie, które w 2011 roku zostały wpisane do unijnego rejestru jako Chronione Oznaczenie Geograficzne. Oznaczenie to określa nazwę regionu lub konkretnego miejsca używaną do opisu produktu, który pochodzi z danego regionu, miejsca, czy kraju. Produkt wyróżnia specyficzna jakość, reputacja i uznanie. Istotnym modelem współpracy jest działalność Stowarzyszenia Jabłka Grójeckie skupiającego podmioty, w tym producentów i organizacje producentów, które dołączyły do Chronionego Oznaczenia Geograficznego Jabłka Grójeckie. Marka jabłka grójeckie skupia 27 odmian jabłek i ich sportów, spośród których najważniejsze to: Gala, Gloster, Jonagold, Golden Delicious, Red Jonaprince oraz Ligoł. Swoje wyjątkowe walory Jabłka Grójeckie zawdzięczają unikalnym warunkom glebowym i klimatycznym grójecczyny, gdzie panuje szczególnie mikroklimat, odznaczający się niskimi temperaturami w nocy, w okresie poprzedzającym zbiór owoców.⁴ Stowarzyszenie prowadzi promocję, organizację, kontrolę produkcji oraz sprzedaż. Współpraca handlowa wśród członków pokazuje, że nawet wiele podmiotów jest w stanie połączyć siły i podążać za wyznaczoną strategią.

Branża dąży do jak najlepszej jakości współpracy i zintegrowania wszystkich podmiotów w łańcuchu. Programy promocyjne, szkolenia, możliwość zdobycia nowej wiedzy i umiejętności pozwala na rozwój zarówno sadowników, jak i organizacji producentów.

4. Źródło: www.jablkagrojeckie.pl/o-nas/

W czasie pandemii COVID-19 zaobserwowano gwałtowny wzrost spożycia paczkowanych owoców i warzyw, większe zainteresowanie konsumentów lokalnymi produktami, jak również ogólny wzrost konsumpcji zdrowej żywności, w tym warzyw i owoców. Silny trend w preferencjach konsumentów związany był z zakupem owoców i warzyw w opakowaniach (nie tylko jabłek i gruszek, ale ogólnie w całym sektorze owoców i warzyw). Duży wzrost popytu konsumpcyjnego od marca i wysokie ceny na jabłka i gruszki zauważono zarówno na poziomie detalicznym, jak i na poziomie producentów. Na wybranych rynkach pandemia COVID pomogła całkowicie zlikwidować zapasy owoców z zeszłego roku, przy utrzymaniu dobrych cen.

Tworzenie „tzw. zapasów wojennych” i kupowanie produktów paczkowanych z dłuższym terminem przydatności do sprzedaży w pierwszych miesiącach, walczyło w dłuższej perspektywie wśród konsumentów z przeciwnym trendem – nurtem słow, zwiększaniem spożycia żywności organicznej oraz kupowaniem żywności lokalnej i ekologicznej. Tylko w Niemczech obroty w sektorze świeżej żywności wzrosły do 6,8 mln euro w marcu, co stanowiło wzrost o 15% (10% tłumaczy się wyższym wolumenem, a 5% wyższymi cenami). Zaobserwowano także wzrost liczby konsumentów dokonujących zakupu produktów lokalnych i ekologicznych.

Wskazuje się na korzystne perspektywy dla rynku owoców i warzyw związane ze zdrowszym stylem życia. Jest to jednak równoważone zauważalnym zmniejszaniem się zaufania konsumentów do rynku w obliczu rosnących obaw o swoje przyszłe dochody. Nastąpił wzrost sprzedaży detalicznej o blisko 25%, jednakże tylko w części zrekompensował producentom spadki sprzedaży w kanale HORECA, całkowicie zamkniętym przez pierwsze miesiące pandemii. Jednocześnie producenci oszacowali, że ponieśli około 1 miliard euro dodatkowych kosztów w ciągu 2 miesięcy pandemii związanych z dostosowaniem produkcji i logistyki do COVID.

Według „Narodowego badania konsumpcji warzyw i owoców”, prawie co piąty Polak spełnił warunek połowy talerza we wrześniu 2020 roku. Jednocześnie odnotowano niewielki wzrost wartości wskaźnika „Wczoraj na talerzu” obrazującego jakość naszej diety. Nadal 50% Polaków ma zbyt ubogą dietę w warzywa i owoce, a jedynie u 36% z nich pojawiły się one w przynajmniej połowie posiłków. Mimo pandemii i posiłków przygotowywanych głównie w domach, 14% Polaków odżywiało się bardzo źle, czyli warzyw i owoców jadło mało lub wcale. We wrześniu jabłka cieszyły się największą popularnością spośród wszystkich owoców – spożywało je 86% Polaków, w tym 21% przynajmniej 4-5 razy w tygodniu.⁵

Komisja Europejska opublikowała budżet programu UE na rok szkolny 2020/2021. Na dystrybucję owoców i warzyw przeznaczono 145 milionów euro, natomiast 105 milionów euro na dystrybucję mleka i produktów mlecznych wśród uczniów. W ostatnim roku szkolnym (2018/2019) program zapewnił 20 mln dzieciom w UE mleko, owoce i warzywa w szkołach wraz ze środkami edukacyjnymi na temat rolnictwa i zrównoważonej diety.

Zamknięcie placówek naukowych w całej UE z powodu pandemii koronawirusa ma wpływ na wdrożenie obecnego programu dla szkół (na rok 2019/2020). W tym przypadku państwa członkowskie mają umożliwiony zwrot kosztów dostawcom towarów łatwo psujących się (czyli owoców, warzyw i produktów mlecznych), które miały być dystrybuowane do szkół uczestniczących w programie. Produkty te mogą być również przekazywane jako darowizna dla szpitali, organizacji charytatywnych i banków żywności.⁶

5. www.stories.prowly.com/110232-konsumpcja-warzyw-i-owocow-we-wrzesniu-2020-roku

6. Więcej informacji: www.ec.europa.eu/poland/news/200331_fruits_pl

Promocja owoców i warzyw na szczęblu rządowym

Strategia Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi, a także Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa, stwarza kompleksowe możliwości promocji polskiego sektora rolno-spożywczego. Głównym celem jest podniesienie świadomości o produktach polskiego pochodzenia, a także zachęcenie konsumentów do sięgania po polskie produkty. Ważnym elementem strategii jest również promocja polskich owoców podczas targów i misji handlowych za granicą. Wyjazdy promocyjne pozwalają polskim producentom i dostawcom na poszukiwanie nowych możliwości współpracy z lokalnymi importerami na dalekich rynkach. Są również okazją do bezpośredniego nawiązania kontaktu biznesowego oraz poznania danego rynku eksportowego.

Lp	Termin	Kraj	Miasto	Targi
1	28-30.09.2020	Chiny	Szanghaj	SIAL China
Wydarzenia odwołane przez organizatora z powodu pandemii wirusa SARS-COV 2				
2	28-30.06.2020	USA	Nowy Jork	Summer Fancy Food Show
3	Sierpień 2020	Hongkong	Hongkong	HKTDC Food Expo
4	Grudzień 2020	ZEA	Abu Dhabi	Sial Middle East
Wydarzenia przełożone na inny termin przez organizatora z powodu pandemii wirusa SARS-COV 2				
5	31.03-03.04.2020	Singapur	Singapur	Food & Hotel Asia
6	20-23.04.2020	Hiszpania	Barcelona	Alimentaria Barcelona
Termin targów przeniesiony z 18-22.10.2020 na październik 2022				
7	15-19.10.2022	Francja	Paryż	SIAL PARIS
Wydarzenia odwołane przez organizatora z powodu pandemii wirusa SARS-COV 2				
8	10-13.03.2020	Japonia	Tokio	FOODEX JAPAN
9	14-16.05.2020	Niemcy	Berlin	wydarzenie promujące polską żywność połączone z możliwością sprzedaży produktów w hali targowej Markthalle Neun
10	20-23.08.2020	Słowacja	Nitra	Agrokomplex
Rezygnacja KOWR z działania				
11	28.10-01.11.2020	Rumunia	Bukareszt	INDAGRA
12	09-12.11.2020	Arabia Saudyjska	Jedda	Foodex Saudi
13	10-13.11.2020	Białoruś	Mińsk	Prodexpo
14	11-14.11.2020	Indonezja	Jakarta	Sial Interfood

Tabela 16: Plan zagranicznych działań promocyjnych MRiRW na 2020 rok, źródło: Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa

Polska smakuje

Dlaczego Polska smakuje?

Oferta produktowa rynku żywnościowego jest zależna od zmieniających się preferencji konsumentów, m. in. zmiany pokoleniowej, zdrowego stylu życia, czy rosnącej świadomości zakupowej i postępującej cyfryzacji znacząco wpływają na poprawę jakości żywności. Istotną kwestią jest zmiana podejścia do promocji żywności i dostosowanie się do nowych trendów rynkowych.



Polscy konsumenci wykazują coraz większe zainteresowanie lokalnymi produktami rolno-spożywczymi. Działania prowadzone przez Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa celują w zwiększenie popularności i zbudowanie silnej marki polskich produktów. MRiRW, KOWR, jak i inne organizacje odpowiedzialne za promocję żywności realizują spójną i jednolitą strategię komunikacji, która zwiększy siłę i efektywność działań sektora rolno-spożywczego. Głównym celem „Strategii Promocji Żywności” jest promowanie żywności pod marką „Polska smakuje”.

Silna marka polskiej żywności będzie kojarzona ze znakiem graficznym i hasłem „Polska smakuje” oraz będzie gwarantem najwyższej jakości. Żywność wytwarzana w ramach systemów jakości żywności i posiadająca uznawane przez MRiRW certyfikaty, spełnia najwyższe parametry jakościowe, sanitarne, a także smakowe.

O kampanii Polska smakuje

Strona internetowa Polska smakuje została stworzona, by spełnić oczekiwania producentów i rolników wytwarzających żywność. By mogli dotrzeć z ofertą do szerokiego grona odbiorców, utworzono platformę komunikacji pomiędzy producentami a konsumentami, którzy chcą dokonywać świadomych wyborów. Na stronie odnajdziemy Wystawców, którzy oferują produkty jakościowe, wytwarzane zgodnie z najlepszymi metodami produkcji, na bazie rodzimych surowców.⁷

Produkt polski #kupujświadomie

Z dniem 1 stycznia 2017 r. weszły w życie przepisy ustawy z dnia 4 grudnia 2016 r. o zmianie ustawy o jakości handlowej artykułów rolno-spożywczych, które odnoszą się do dobrowolnego znakowania środków spożywczych informacją PRODUKT POLSKI. Dzięki temu, producenci zyskują możliwość wyróżnienia się na rynku produktów polskich z rodzimych surowców poprzez oznakowanie PRODUKT POLSKI. Z kolei konsumenci, dla których kraj pochodzenia jest jednym z kryteriów wyboru produktów rolno-spożywczych, mogą z łatwością odnaleźć na sklepowej półce produkty z krajowego asortymentu.

Wybór krajowych produktów jest wsparciem przedsiębiorców, rolników i firm, a także wsparciem budżetu samorządów. Jak pisze Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi Jan Krzysztof Ardanowski w apelu inaugurującym kampanię Kupuj świadomie PRODUKT POLSKI: „Z punktu widzenia przyszłości polskiego rolnictwa oraz gospodarki to priorytet i nasz wspólny cel i społeczny obowiązek”.⁸



7. Więcej informacji: www.polskasmakuje.pl

8. Więcej informacji: www.gov.pl/web/produktpolski

Poznaj Dobrą Żywność

Głównym celem Programu PDŻ jest informowanie o wysokiej jakości produktów żywnościowych. W programie mogą uczestniczyć przedsiębiorcy Państw Członkowskich Unii Europejskiej, a udział jest dobrowolny i nieodpłatny.



ZNAK PDŻ przyznawany jest tylko wyrobom spełniającym kryteria opracowane przez Kolegium Naukowe ds. jakości produktów żywnościowych. Znak nadawany produktowi na okres 3 lat celem zapewnienia wysokiego poziomu jakości oznaczonych produktów.

Działania ukierunkowane są na konsumentów – mają pomóc w wyborze właściwego dla nich produktu oraz podnoszenie zaufania. Jednocześnie celem jest również realizacja wspólnotowej polityki w zakresie żywności – wysokiej jakości i różnorodności produktów.

Programem objęte są następujące grupy produktów: mięso i przetwory mięsne; mleko i przetwory mleczne; ryby, owoce morza i ich przetwory; jaja i przetwory jajczarskie; miody; tłuszcze spożywcze; przetwory zbożowe strączkowe i okopowe; owoce, warzywa, grzyby i ich przetwory; wyroby cukiernicze i ciastkarskie oraz pieczywo; zioła, herbaty ziołowe i owocowe oraz przyprawy; środki spożywcze specjalnego przeznaczenia żywieniowego; wyroby mieszane i przetworzone na bazie wyżej wymienionych; wody i napoje bezalkoholowe; napoje alkoholowe; inne.⁹

Promocja owoców i warzyw na szczepu organizacji

Ustawa o funduszach promocji produktów rolno-spożywczych, która weszła w życie 1 lipca 2009 roku dała organizacjom branżowym nowe, wcześniej nie występujące, możliwości promocji owoców i warzyw, tak na rynku krajowym, jak i poza granicami. Jednym z dziesięciu funkcjonujących obecnie funduszy jest Fundusz Promocji Owoców i Warzyw. Środki finansowe gromadzone na koncie funduszy pochodzą z wpłat producentów w wysokości 0,1% wartości netto sprzedawanych (fakturowanych) produktów. Środki z Funduszy są przyznawane przez powoływaną na czteroletnią kadencję Komisję Zarządzającą danego Funduszu. Tak więc środki zgromadzone na kontach bankowych poszczególnych Funduszy, obsługiwanych przez KOWR, są środkami prywatnymi producentów, przyznawane są na zadania promocyjne organizacjom branżowym i innym upoważnionym do korzystania ze środków Funduszu (np. KRIR, związki zawodowe), przez Komisje złożone w większości z przedstawicieli ogólnopolskich organizacji zrzeszających producentów. W konsekwencji tego organizacje, mają możliwość realizowania promocji swoich produktów. Efektywność tej promocji w dużej mierze zależy od organizacji, które ją realizują. Informację, które organizacje, na co i ile środków otrzymały można znaleźć na stronie internetowej KOWR.

Fundusz Promocji Owoców i Warzyw z ostatnich lat dysponuje rocznie kwota ok. 8-9 mln złotych. Często w rozmowach, czy przekazach medialnych, można usłyszeć, że fundusze dysponują olbrzymimi kwotami, które oczywiście marnują. Jeśli te 8-9 mln odnieść do rocznych przychodów małego czy średniego gospodarstwa sadowniczego, to rzeczywiście kwota duża, ale jeśli porównać ją z wydatkami na reklamę produktów spożywczych ponoszonymi przez poszczególne sieci, to trzeba stwierdzić że jesteśmy ich ubogimi krewnymi.

9. Więcej informacji: www.gov.pl/web/rolnictwo/poznaj-dobra-zywnosc/



Mając na względzie poprawę efektywności promocji, uzyskanie synergii działań, w ostatnich latach podjęto szereg prac mających na celu osiągnięcie tych efektów, na początek w promocji krajowej. Przede wszystkim przyjęto zasadę, że nie promujemy poszczególnych gatunków tylko owoce i warzywa, jako kategorię produktów, a w tym poszczególne grupy gatunków (jagodowe, warzywa), a jeśli gatunki to te o największym znaczeniu w produkcji i konsumpcji (jabłka, ziemniaki). Przy przygotowaniu i realizacji projektów bardzo ważna i decydująca o sukcesie jest współpraca organizacji, dlatego też w ich realizację zostało zaangażowanych siedem organizacji branżowych. W kampanii promującej warzywa i jabłka wzięło udział sześć organizacji, a ziemniaki – cztery.

Mając na względzie fakt, że nawyki żywieniowe kształtują się we wczesnych latach życia, realizowany jest projekt promujący spożycie owoców i warzyw przez dzieci w wieku przedszkolnym i wczesnoszkolnym.

W ramach jednego z projektów promującego codzienne spożywanie co najmniej pięciu porcji warzyw i owoców, prowadzona jest też wspólna dla wszystkich projektów strona internetowa <https://apetytnapolskie.com>, na której docelowo znajdą się informacje i efekty realizacji wszystkich inicjatyw. Strona będzie funkcjonować cały czas, a kolejne będą dostarczać nowych materiałów.

W 2020 roku została wypracowana przez blisko 20 organizacji branżowych sektora, wspólna strategia komunikacji i wspólna wizualizacja promocji, co pozwoli lepiej docierać z przekazem promocyjnym do konsumentów. Dzięki narodowym badaniom konsumpcji warzyw i owoców lepiej poznaliśmy preferencje Polaków w zakresie ich konsumpcji oraz uzyskaliśmy lepszą informację dotyczącą grup docelowych naszych działań promocyjnych. Rok 2021 powinien być okresem, kiedy wdrożone nowe podejście, pozwoli osiągnąć lepsze efekty w dotarciu do konsumentów z przekazem, że w codziennej diecie warzywa i owoce powinny stanowić połowę tego co jemy.

Poniżej informacje o kilku realizowanych zadaniach sfinansowanych z Funduszu Promocji Owoców i Warzyw.

#wybieramPOLSKIEjabłka

Kampania informacyjno-promocyjna #wybieramPOLSKIEjabłka, promująca spożycie jabłek, realizowana od września 2020 r. do marca 2021 r. Projekt realizowany jest z inicjatywy Stowarzyszenia Sady Grójeckie oraz partnerów: Stowarzyszenie Unia Owocowa, Związku Sadowników Rzeczypospolitej Polskiej, Krajowego Związku Grup Producentów Owoców i Warzyw, Stowarzyszenie Sady Sandomierskie oraz Towarzystwo Rozwoju Sadów Karłowych.



Źródło: Kampania #wybieramPOLSKIEjabłka

Polska jako jeden ze światowych liderów w produkcji jabłek, powinna zwiększyć ich krajowe spożycie. Polska produkuje najwięcej jabłek w Europie, natomiast badania GUS dowodzą, że jako społeczność spożywamy coraz mniej jabłek, choć ich walory zdrowotne są doskonale znane. W codziennym życiu zapominamy o rytuałach jedzenia owoców, w tym jabłek. Jako społeczeństwo musimy bardziej doceniać walory krajowej produkcji jabłek, a je same jako najsmaczniejsze i najzdrowsze.

Działania mają na celu zwiększenie konsumpcji jabłek w Polsce. W kampanię zaangażowano rodziny sadownicze, by pokazać, że wielopokoleniowe rodziny łączą tradycję uprawy jabłek z nowoczesnością i zrównoważonym rolnictwem.¹⁰ Produktem promowanym w ramach realizacji programu są polskie jabłka, które cechuje bardzo wysoka jakość oraz wyjątkowe walory smakowe. Rynek krajowy jest docelowym dla wszystkich działań

prorowadzonych w ramach realizacji #wybieramPOLSKIEjabłka. W organizację kampanii będą zaangażowane wszystkie organizacje zrzeszające sadowników.

Kampania informacyjno-promocyjna #wybieramPOLSKIEjabłka dotycząca krajowych owoców, pod względem koncepcji będzie:

- a) Promować do wcześniej prowadzonych kampanii promocyjnych i wzmacniać ich przekaz
- b) Promowana na stronie Apetytnapolskie.pl tak, by treści przekazane służyły odbiorcom także po zakończeniu projektu
- c) Początkiem szeroko zakrojonej promocji polskich jabłek, jako naszego dobra narodowego, na rynku krajowym, działania PR oraz zakup czasu antenowego na potrzeby emisji przygotowanych wcześniej materiałów filmowych w komunikacji miejskiej i kolejowej. Utworzone zostaną również profile w mediach społecznościowych: Facebook i Instagram
- d) Ocieplać wizerunek i przybliżać postać polskiego sadownika. Za sukcesem i najlepszą jakością naszych polskich jabłek stoją przede wszystkim ludzie, prawdziwe rodziny sadowników, często wielopokoleniowe, gdzie wiedza i ciężka praca przekazywana jest z pokolenia na pokolenie. Zdjęcia z sesji „Dzieciństwo w sadzie” będą używane do komunikacji pomogą zrealizować ten cel.
- e) Budować patriotyzm konsumencki.
- f) Prowadzić sadowników i budować ich świadomości zgodnie z nowymi wytycznymi i strategiami zrównoważonego rolnictwa. Sadownicy będą mogli korzystać z raportu, broszur i szkoleń online.

Na potrzeby kampanii zaprojektowana zostanie również gra na urządzenia mobilne „Ninja z sadu”. Przejście każdego poziomu gry poprzez przecięcie „specjalnych” jabłek pozwoli na wyświetlenie ciekawostek i informacji dot. jabłek, m. in. ich historii, wartości odżywczych i witamin.



Źródło: Kampania #wybieramPOLSKIEjabłka

Moc Polskich Warzyw

„Moc Polskich Warzyw” to kampania, która powstała z inicjatywy Zrzeszenia Producentów Papryki Rzeczypospolitej Polskiej. Kampania ma na celu uświadomienie społeczeństwa co do zasady „pół talerza” i konsumpcji polskich warzyw produkowanych lokalnie. Organizatorzy podkreślają jakość i renomę polskich warzyw, w tym: papryki, pomidora, cukinii, bakłażana, ogórka, buraka, marchwi, cebuli, warzyw kapustnych, strączkowych, pieczarki, a także przetworów – kiszonek, mrożonek, sałatek, soków i innych. Głównym celem akcji jest promocja warzyw sezonowych i lokalnych oraz diety sezonowej.



Źródło: Kampania Moc Polskich Warzyw

W ramach kampanii zaplanowano działania public relations, kampanie z influencerami, kampanie w mediach, produkcję filmów promocyjnych oraz działania w social mediach.¹¹

Jedz owocowe i warzywa to w nich największa moc się skrywa!

Kampania realizowana przez Federację Branżowych Związków Producentów Rolnych. Kampania „Jedz owoce i warzywa – w nich największa moc się skrywa!” pokazuje, że dieta warzywno-owo-cowa pomaga utrzymać zdrowie, samopoczucie, zdrowie psychiczne, rozwój psychospołeczny oraz wyniki w nauce najmłodszych. Kampania podkreśla korzyści płynące ze spożywania zalecanej ilości warzyw i owoców oraz fakt, że kształtowanie odpowiednich nawyków żywieniowych u dzieci przyniesie profity w przyszłości. Kluczowym celem organizatorów jest popularyzacja konsumpcji polskich warzyw i owoców wśród Polaków, głównie rodziców, dzieci i młodzieży. Dlatego też działania skoncentrowane są edukacji rodziców, dzieci, jak kadry szkolnej oraz przedszkolnej.¹²



Źródło: Jedz owocowe i warzywa to w nich największa moc się skrywa!

5 porcji warzyw, owoców lub soku

Kampania realizowana przez Stowarzyszenie KUPS od wielu lat dąży do popularyzacji idei 5 porcji oraz zrównoważonej diety, gdzie najważniejszym elementem są warzywa i owoce. Aktualnie kampania skupia się na działaniach digital, które pozwalały dotrzeć do konsumentów i przedstawicieli branży. Obejmowały one m. in. spoty reklamowane w telewizji, VOD, czy sieciach handlowych. Kampania skupia się również na edukacji i dotarciu do uczniów – nauczyciele mogą skorzystać z gotowych scenariuszów lekcji dotyczących 5 porcji.



Źródło: Kampania 5 porcji warzyw, owoców lub soku

11. Więcej informacji: www.apetytnapolskie.com/moc-polskich-warzyw/

12. Więcej informacji: <https://jedzowoceiwarzywa.pl/o-kampanii/>

W ramach kampanii uruchomiono również stronę internetową www.certyfikowanyprodukt.pl, na której producenci i konsumenci mogą znaleźć istotne informacje o Systemie Jakości Certyfikowany Produkt.¹³

Apetyt na Polskie

Kampania realizowana przez Stowarzyszenie KUPS. Jest niejako platformą do promowania warzyw i owoców w Polsce. Na stronie znajdują się informacje o prowadzonych działaniach, kampaniach, publikacje badań, przepisy i wiele innych ciekawych informacji. Kampania Apetyt na Polskie jest kontynuacją wcześniejszych edycji kampanii „5 porcji warzyw, owoców lub soku”, które wspierały kształtowanie nawyków żywieniowych, których podstawę powinny stanowić warzywa, owoce i otrzymane z nich przetwory. Kampania Apetyt na Polskie promuje polskie produkty, które powinny być podstawą codziennej diety.



Źródło: Apetyt na polskie

Kampania wspiera produkty polskich producentów warzyw, owoców, grzybów i ziemniaków, tak popularnych na skalę europejską i światową. Kampania skupia się na serwisie internetowym, które jest kompendium wiedzy o uprawianych lokalnie w Polsce warzywach i owocach. Konsumenci mogą odnaleźć tam wiedzę odnośnie wartości odżywczych i prozdrowotnych, które poparte są badaniami naukowymi.

Kampania ma na celu dbanie o właściwy wizerunek polskich producentów i przetwórców w oczach społeczeństwa. Finansowana jest ze środków Funduszu Promocji Owoców i Warzyw, którego celem jest wzrost spożycia oraz promocji produktów rolno-spożywczych (warzyw, owoców, grzybów, ziemniaków i ich przetworów).¹⁴

Czas na polskie superowoce!

Inicjatywa realizowana przez Krajowy Związek Grup Producentów Owoców i Warzyw w 2020 roku. Kampania skupiała się na promocji codziennego spożycia polskich owoców, w sezonie świeżych owoców, poza sezonem również przetworów. W tym roku do kampanii przyłączyli się również plantatorzy jeżyn oraz agrestu. Celem kampanii są:



*Źródło: Kampania
Czas na polskie superowoce!*

- Zwiększenie spożycia owoców jagodowych produkcji krajowej oraz ich przetworów. Budowa nawyku codziennej konsumpcji owoców, w której uprzywilejowana jest pozycja lokalnych owoców, produktów naturalnych, mniej przetworzonych.
- Promocja wysokiej zawartości antocyjanów oraz pojęcia „superowoce”, które oznacza wyjątkowo korzystny wpływ na nasze zdrowie, samopoczucie i urodę.
- Promocja sezonowości, jagodowej sztafety, patriotyzmu dietetycznego i zakupowego.¹⁵

13. Więcej informacji: <http://5porcji.pl/>

14. Więcej informacji: www.apetytnapolskie.com

15. Więcej informacji: www.polskiesuperowoce.pl

Połowa Sukcesu – promocja spożycia owoców i warzyw oraz ich przetworów



Źródło: Kampania Połowa Sukcesu

W ramach kampanii Połowa Sukcesu¹⁶, sektor łączy siły, by zmieniać świadomość konsumentów, że warzywa i owoce to jedzenie dobre dla każdego. Wokół projektu udało się zgromadzić i zintegrować liderów środowiska producentów. Jak podkreśla Witold Boguta, prezes KZPOiW: „To co różni i dzieli wszystkie organizacje branżowe (czyli pieniądze) połączyło i wzmocniło dotychczasowe działanie producentów owoców jagodowych, reprezentowanych przez 7 organizacji branżowych. To co było barierą (sezonowość, krótki okres podaży) udało się przekuć na sukces, pokazując że różnorodność jagodowych pozwala je oferować przez 7 miesięcy w roku, a dzięki przetworom utrzymać ofertą przez pełne 12 miesięcy. Realizacja tego projektu, to pokazanie pierwszych efektów współpracy branżowej, współpracy różnych owoców i warzyw.”

Celem kampanii #PolskaSmakuje jest uświadomienie konsumentom, że za każdym owocem i warzywem, stoi człowiek, czyli producent i przetwórcza, natomiast każdy owoc i warzywo jest dla kogoś. Kampania Połowa sukcesu kieruje rozwiązania dla całego sektora. Ma również na celu budowanie jego wizerunku jako nowoczesnego pracodawcy, a polskich warzyw i owoców jako produktów wysokiej jakości. To pozwoli na dotarcie do konsumentów, którzy rozumieją racjonalną przewagę polskiej żywności, a w tym walory produktów lokalnych.

W ramach realizacji zadania wypracowano wspólną strategię komunikacji i wspólną wizualizację do wykorzystania we wszystkich projektach promujących owoce i warzywa. Jako jedni z pierwszych pragną wprowadzić do świadomości konsumentów system spożywania warzyw i owoców jako połowa talerza. Takie przedstawienie każdego posiłku jest zdecydowanie bardziej perswazyjne niż obrazek piramidy żywieniowej.

Organizatorzy przygotowują również cykl szkoleń dla współpracujących organizacji.

Kampania została realizowana jest przez KZGPOiW oraz we współpracy z innymi organizacjami producentów i owoców.

16. Więcej informacji: www.polowasukcesu.pl

Narodowe badania konsumpcji warzyw i owoców



Źródło: Narodowe badania konsumpcji warzyw i owoców

Cykl dwunastu comiesięcznych badań zainicjowany przez Krajowy Związek Grup Producentów Owoców i Warzyw ma prowadzić do poznania konsumentów i ich preferencji żywieniowych, ale również przygotowania założeń do strategii komunikacyjnej dla całej branży owocowo-warzywnej. Comiesięczne badania ilościowe, a także badania jakościowe, są również pretekstem do podzielenia się ich wynikami z mediami i przedstawicielami branży owocowo-warzywnej.

Jak wskazują wyniki sondażu podsumowującego konsumpcję owoców i warzyw w 2019 roku, przeprowadzonego w grudniu 2019 roku przez Kantar dla KZGPOiW, aż 3/4 Polaków nie wie, ile warzyw i owoców powinno się spożywać w ciągu dnia, a 1/3 badanych pomimo tego, że nie wie, ile powinno się spożywać, to uważa, że konsumuje ich odpowiednią ilość. Tego typu deklaracje konsumentów potwierdzają, że ciągła i merytoryczna edukacja na temat obecności tych produktów w diecie jest konieczna, abyśmy jako społeczeństwo coraz mądrzej i świadomie dokonywali wyborów dotyczących odżywiania się, które bezpośrednio przekładają się na nasz stan zdrowia. Badania są odpowiedzią na potrzeby konsumentów i branży owocowo-warzywnej.

„Siła smaku, witamin i kolorów – poznaj jakość jabłek z Europy”

Projekt dofinansowany ze środków europejskich, udział własny organizacji pokryty z Funduszu Promocji Owoców i Warzyw.

Realizowany przez Stowarzyszenie Unia Owocowa w konsorcjum ze Związkiem Sadowników Rzeczypospolitej Polskiej. Projekt obejmuje promocję polskich owoców w Zjednoczonych Emiratach Arabskich. Kampania ma na celu ukazanie różnorodności europejskich jabłek, podkreślenie ich jakości i bezpieczeństwa spożycia (kontrola zawartości pestycydów, spełnienie norm fitosanitarnych), jak również europejskiej tradycji połączonej z nowoczesnymi technologiami, które zapewniają świeżość i walory smakowe oraz odżywcze.¹⁷



Źródło: Kampania „Siła smaku, witamin i kolorów – poznaj jakość jabłek z Europy”

17. Więcej informacji: <https://appleseurope.eu>

Strategia skierowana jest na rynek Zjednoczonych Emiratów Arabskich, lecz umożliwia również dotarcie do krajów takich jak na przykład Indie i Chiny, wśród których import świeżych produktów rośnie z roku na rok. To już druga taka kampania prowadzona przez Stowarzyszenie, która ma również na celu podtrzymanie relacji biznesowych zbudowanych w poprzednim programie promocji „Europejskie Jabłka Dwukolorowe”.¹⁸

Follow me to be Healthy!

Międzynarodowy program promocji prowadzony przez Stowarzyszenie Freshfel Europe z Belgii i Stowarzyszenie Aprifel z Francji. Działania promocyjne są przewidziane na lata 2019-2021.

Celem trzyletniego programu informacyjno-promocyjnego jest wzrost spożycia świeżych owoców i warzyw w Europie, poprzez popularyzację tematu. Krajami docelowymi programu są Francja, Belgia, Włochy, Polska i Niemcy. Docelowymi odbiorcami działań programu są młodzi dorośli Europejczycy w wieku od 18 do 30 lat, tak zwani *millenials*.

Działania promocyjne są skoncentrowane na mediach społecznościowych i prostym, graficznym i kolorowym przekazie, jako drogi dotarcia do jak największej liczby osób z grupy docelowej. W ramach kampanii powstało wiele infografik i materiałów promocyjnych, z krótkimi poradami jak wprowadzić świeże warzywa i owoce do codziennej diety i zmienić swoje nawyki żywieniowe.



Źródło: Kampania Follow me to be healthy!

Celem programu jest zwiększenie świadomości znaczenia spożywania różnorodnych świeżych owoców i warzyw w Twojej diecie oraz pobudzenie docelowego poziomu spożycia świeżych owoców i warzyw do zalecanego minimalnego spożycia 400 g dziennie.¹⁹

18. Więcej informacji: www.uniaowocowa.pl/wydarzenia/158-europejskie-jablka-dwukolorowe-w-shanghaju

19. Więcej informacji: <https://400gchallenge.eu>

Rok 2021 to Światowy Rok Owoców i Warzyw

Decyzją FAO (Organizacja Narodów Zjednoczonych do spraw Wyżywienia i Rolnictwa) 16 października 2020 r. obchodzony był Światowy Dzień Owoców i Warzyw. Tegoroczne obchody zostały uświetnione wyjątkową iluminacją na Pałacu Kultury i Nauki w Warszawie, który od godziny 19.00 tego dnia został rozświetlony pięcioma kolorami świateł, które symbolizują charakterystyczne grupy kolorów owoców i warzyw: żółty (np. marchew, dynia, sok marchwiowy); czerwony (np. pomidory, czerwone jabłka, czereśnie, wiśnie, truskawki, papryka); zielony (np. szpinak, sałata, brukselka, ogórek, agrest, szparagi); fioletowy (np. bakłażan, aronia, czarne porzeczki, borówki, ciemne winogrona) i biały (np. cebula, por, pieczarki, czosnek, kapusta, cykorja).



<https://apetytnapolskie.com/rok-owocow-i-warzyw-z-miedzynarodowym-wsparciem/>

Rok 2021 został przez Organizację Narodów Zjednoczonych do spraw Wyżywienia i Rolnictwa (FAO) ogłoszony Międzynarodowym Rokiem Owoców i Warzyw. Fakt ten powinien być zachętą dla władz państwowych, ale przede wszystkim dla organizacji branżowych, do działań promocyjno-edukacyjnych skierowanych do konsumentów, do zachęcania ich do codziennej konsumpcji owoców i warzyw, zgodnie z nowymi zasadami zdrowego żywienia, w myśl, których połowę tego co jemy powinny stanowić warzywa i owoce.

Happeningi



Branża skupia się na bezpośredniej promocji lokalnych owoców i warzyw wśród konsumentów. W październiku 2020 roku, Stowarzyszenie Sady Grójeckie wspólnie z Krajowym Ośrodkiem Wsparcia Rolnictwa i Fundacją Grupy PKP rozdawało Jabłka Grójeckie podróżującym. W ramach akcji #Kupujświadomie²⁰ rozdyskrebowano 8 tysięcy jabłek. Akcja miała na celu podkreślenie walorów zdrowotnych i smakowych Jabłek Grójeckich z europejskim znakiem jakości ChOG (Chronione Oznaczenie Geograficzne).

Źródło: Akcja #Kupuj świadomie – kolej na jabłko!

20. Więcej informacji: <https://kupujswiadomie.pl>

NOTES

[illegible]





wybieram POLSKIE jabłka



KRAJOWY ZWIĄZEK GRUP
PRODUCENTÓW OWOCÓW I WARZYW



2020