



RAPORT PIM 2021



Szanowni Państwo,

Za nami kolejny rok wyjątkowej pracy na rzecz polskiego sektora mleczarskiego. Ze względu na wydarzenia, które bezpośrednio wpływają na światowe rynki, Polska Izba Mleka stanęła przed niebywale trudnym zadaniem, jakim jest walka ze skutkami pandemii Covid-19.

Należy też wspomnieć o tym, że to niejedyna trudność z jaką zmagamy się już kolejny rok. Założenia Europejskiego Zielonego Ładu oraz strategii „Od pola do stołu” są ambitne i w dużej mierze oczekiwane przez społeczeństwo, ale ciągle wiążą się z wieloma niewiadomymi, a dodatkowo często wewnętrznymi sprzecznymi propozycjami.

Propozycje dotyczące kwestii warunków w oborach, zmniejszenia zużycia herbicydów czy nawozów, a także konieczność przeznaczania gruntów pod obszary zielone, wymuszają na rolnikach ogromne zmiany w dotychczasowych pracach i poniesienia ogromnych kosztów. Decydenci nie potrafią odpowiedzieć na pytanie kto za to wszystko zapłaci, ale wiadomo, że koszt poniesie rolnik, przetwórcza, a na końcu też konsument.

Polska Izba Mleka podjęła szereg działań mających na celu ochronę interesów jej Członków poprzez liczne konsultacje dotyczące potencjalnych skutków wprowadzenia wspomnianych założeń, a także wystąpienia w obronie polskiego sektora mleczarskiego na forum krajowym i europejskim.

W ramach aktywnych działań w pracach międzynarodowych organizacji mleczarskich Polska Izba Mleka zyskała miano partnera-eksperta.

Polska Izba Mleka w 2021 roku pozyskała 5 848 952,00 zł ze środków Funduszu Promocji Mleka, dzięki czemu zrealizowaliśmy 22 zadania. Na koniec 2021 roku wypracowaliśmy zysk w wysokości 1 671 514,52 zł.

Obecna sytuacja wymusza na nas kolejne działania w obronie polskiego sektora mleczarskiego.

W zbliżającym się okresie staniemy przed wyzwaniem związanym z napaścią Rosji na Ukrainę. Już dziś widać, że ostatnie wydarzenia wstrząsnęły globalnym rynkiem, a ich implikacje na sektor mleczarski z pewnością będą znaczne.

Nowa Wspólna Polityka Rolna, Zielony Ład, strategia „Od pola do stołu” oraz wojna na Ukrainie wymusza na nas nowe spojrzenie na przyszłość sektora mleka. To zmieni nasze mleczarstwo na lata. Ale jeśli będziemy działać wspólnie, możemy wygrać te zmiany.

Dziękuję za kolejny rok wspólnej pracy całemu Zarządowi Izby, Pracownikom oraz Podmiotom zrzeszonym w Polskiej Izbie Mleka.

Edward Bajko



Szanowni Państwo,

Za nami 14 lat działania Polskiej Izby Mleka. Organizacji, którą tworzymy wspólnie, która powstała po to, by reprezentować Państwa interesy i być silnym głosem polskiego sektora mleczarskiego na arenie krajowej i międzynarodowej.

Po raz kolejny oddajemy do Państwa rąk raport z naszej rocznej działalności, w którym staramy się pokazać wszystkie działania, jakie prowadzone były na rzecz polskiego mleczarstwa oraz firm zrzeszonych w PIM. Realizujemy wyznaczone przez Walne Zgromadzenie oraz Zarząd Izby kierunki działania.

Skupiamy się na reprezentowaniu interesów branży mleczarskiej zarówno na arenie krajowej, jak i międzynarodowej. Działamy na rzecz podnoszenia jakości, transferu wiedzy i technologii. Staramy się być doradcą i służyć fachową pomocą w trudnych sytuacjach, z jakimi spotykają się nasi Członkowie. Dokładamy wszelkich starań, by promować polskie produkty mleczarskie. Dbamy o interesy podmiotów zrzeszonych w PIM na poziomie legislacyjnym zarówno w kraju, jak i na forum Komisji Europejskiej czy Parlamentu Europejskiego. Głos ten jest tym bardziej silny, że dzięki funkcji wiceprzewodniczącej COGECA, największej organizacji reprezentującej interesy spółdzielni, mam bezpośredni wpływ na kształtowanie unijnej polityki sektora spółdzielczego, w tym rolniczego.

W niniejszej publikacji przedstawiamy szczegółowo działania jakie realizowaliśmy ze środków naszych Członków oraz z Funduszu Promocji Mleka.

W sposób szczególny staramy się docierać do najmłodszego konsumenta, by edukować, informować i kształtować nawyki żywieniowe najmłodszych konsumentów.

Jesteśmy dumni z tego, że jesteście Państwo w Polskiej Izbie Mleka, a naszą codzienną pracą staramy się udowodnić, że podjęliście słuszną decyzję przystępując do PIM.

Ostani rok, który zdominowany był przez kryzys pandemii covid-19, galopujące koszty produkcji, zakłócenia w łańcuchach dostaw i niepewność w zakresie przyszłości sektora, pokazał, że mimo wielu nieprzychylnych sytuacji sektor mleczarski i spółdzielczy potrafi sprawnie działać.

Jednakże wydarzenia ostatnich tygodni, wojna na Ukrainie i widmo potężnego światowego kryzysu humanitarnego i konfliktu zbrojnego, nie napawa optymizmem także i nasz sektor. Widzimy trudności w wielu aspektach funkcjonowania mleczarstwa polskiego i światowego. Ta nowa sytuacja stawia przed nami wiele wyzwań i trudności z jakimi przyjdzie się zmierzyć całej branży, dlatego jako Polska Izba Mleka będziemy intensywnie pracować, by wspólnie z Państwem pokonać wszystkie kryzysy.

Miniony rok był czasem bardzo aktywnej pracy Zarządu Polskiej Izby Mleka pod kierownictwem Prezesa Edwarda Bajko, za co Prezesowi i Wszystkim Członkom Zarządu bardzo serdecznie dziękuję. Praca z Panami to prawdziwa przyjemność.

Dziękuję także Zespołowi Polskiej Izby Mleka za wsparcie i doskonałą pracę każdego dnia. Składam też podziękowania Komisji Rewizyjnej za motywowanie nas do pracy i wsparcie wiedzą oraz doświadczeniem.

Wszystkim podmiotom zrzeszonym w naszej organizacji życzę tego, byśmy działając wspólnie na rzecz polskiego mleczarstwa pokonali wszelkie kryzysy i trudności.

Agnieszka Maliszewska



ZARZĄD POLSKIEJ IZBY MLEKA

EDWARD BAJKO

SM SPOMLEK

Prezes PIM

DARIUSZ SAPIŃSKI

SM MLEKOVITA

Wiceprezes

ZBIGNIEW KALINOWSKI

OSM PIĄTNICA

Wiceprezes

GRZEGORZ GAŃKO

OSM SIERPC

Członek Zarządu

PETER KNAUER

HOCHLAND POLSKA SP. Z O.O.

Członek Zarządu

PAWEŁ PASTERNAK

SM MLEKPOL

Skarbnik

AGNIESZKA MALISZEWSKA

FIRST COMMUNICATIONS

**Sekretarz,
Dyrektor Biura Izby**

1. Działania lobbingowe na rzecz Członków PIM	6
2. Standard PIM „Bez GMO”	16
2.1. Kampania WOLNE OD GMO	17
3. Polska Izba Mleka w środkach masowego przekazu	19
4. Szkolenia i transfer wiedzy	22
4.1. Konferencje szkoleniowe i szkolenia	22
4.2. Cykl konferencji: Fakty i mity o mleku	24
4.3. Dobrostan +	26
4.4. Tłumaczenia	29
5. Informacje i analizy rynkowe	30
5.1. Tygodniowy Insider	30
5.2. Analiza Miesięczna: Rynek mleka i produktów mleczarskich	32
5.3. Analiza skupowa: skup i ceny mleka	33
5.4. Serwis IPIM	34
6.1. Mamy kota na punkcie mleka	35
6. działania skierowane do dzieci	35
6.2. Dzieciaki Mleczaki	49
6.3. Mleczne spotkania	58
7. Strona internetowa PIM, Facebook, Twitter	59
7.1. Newsletter, Tygodniowy Przegląd Mediów	61
8. Promocja i umacnianie krajowego mleczarstwa	62
8.1. #WspieramyPolskieMleczarstwo	67
8.2. XIV Ranking Spółdzielni Mleczarskich	68
9.1. Mleczne skarby – Trade milk 2	69
9. Promocja i umacnianie polskiego eksportu	69
9.2. Targi i wystawy cz. 1	94
9.3. Członkostwo w organizacjach międzynarodowych	95
9.4. Udział w spotkaniach międzynarodowych	96
10. Finanse Polskiej Izby Mleka	98
11. Działania Polskiej Izby Mleka na 2022 rok	101



1. DZIAŁANIA LOBBINGOWE NA RZECZ CZŁONKÓW PIM

Polska Izba Mleka od lat reprezentuje interesy podmiotów w niej zrzeszonych oraz sektora mleczarskiego. Wielokrotnie udowadnialiśmy, że jesteśmy najbardziej aktywnym głosem branży. Podejmowane przez Izbę zabiegi lobbingowe w kraju jak i poza granicami przynosiły członkom PIM wymierne korzyści. Dzięki podjętym działaniom, szczególnie przez Dyrektora Agnieszkę Maliszewską, nawiązane zostały i podtrzymywane stosowne relacje z administracją państwową i unijną, a tym samym umożliwiono wyrażenie znaczącego stanowiska w procesie stanowienia prawa oraz uzyskanie rzetelnych i wyczerpujących informacji, które były realnym wsparciem podczas podejmowania wiążących decyzji podmiotów wchodzących w skład Polskiej Izby Mleka. Uczestnictwo Dyrektora PIM w spotkaniach w Warszawie czy Brukseli przyczyniło się przede wszystkim budowaniu i umocnieniu relacji służących polskiemu mleczarstwu.

Polska Izba Mleka to również organizacja, której członkowie otrzymują błyskawicznie najważniejsze informacje dotyczące branży mleczarskiej. Od 14 lat stale monitorujemy rynek mleczarski w kraju i za granicą. Kładziemy nacisk na bieżące trendy i wyzwania w mleczarstwie w kontekście szybko zmieniającego się sektora w Polsce i na świecie. W 2021 r. przekazano informacje z różnych dziedzin dotyczących mleczarstwa m.in.:

- Zaproszenia z PAIH, Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa, Ministerstwa Rozwoju, Pracy i Technologii, ambasad, Krajowej Izby Gospodarczej, IFCN Dairy Research Network, Polskiej Agencji Rozwoju i Przedsiębiorczości na różnego rodzaju webinaria, seminaria online, spotkania dotyczące m.in. kontaktów zagranicznych z Chinami, z Wielką Brytanią po brexicie, Zielonego Ładu
- Informacje od Zastępcy Głównego Lekarza Weterynarii m.in.:
 - w sprawie możliwości wznowienia przez powiatowych lekarzy weterynarii certyfikacji przesyłek kierowanych na rynek chiński z niektórych zakładów, w których stwierdzono przypadki COVID-19 wśród pracowników mających kontakt z produkcją
 - nowych wytycznych w sprawie przeprowadzania badań na obecność kwasu nukleinowego wirusa SARS – CoV2 w żywności mrożonej i chłodzonej oraz na powierzchni jej opakowań
 - w sprawie zmiany warunków wywozu z Polski na rynek Kuby - mleka i produktów mlecznych, a także wymagań importowych tego kraju w odniesieniu do mleka dla niemowląt
 - lista zakładów sektora mleczarskiego uprawnionych do eksportu na rynek Arabii Saudyjskiej.

- Informacja Komisji nt. przeglądu unijnego programu szkolnego. Komisja dokona przeglądu unijnego programu dla szkół, a także środków przeznaczonych na tę pomoc, w oparciu o wnioski wyciągnięte z jego wdrażania od 2017 r. Przegląd przyczyni się do promowania konsumpcji zrównoważonej żywności, zgodnie ze strategią „Od pola do stołu”
- Zaproszenie z Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi robocze spotkanie w dniu 28 lipca 2021 r. (w formie online - aplikacja Teams) dotyczące możliwości rozwoju biogazowni w zakładach przetwórstwa rolno-spożywczego
- Informacja dotycząca wykrycia zanieczyszczeń tlenkiem etylenu, która wpłynęła od Głównego Inspektora Sanitarnego i obejmowała m.in. podane działania, jakie powinny podjąć firmy spożywcze w związku z sytuacją dotyczącą zanieczyszczenia surowców (i produktów gotowych) tlenkiem etylenu
- Zmiany w harmonogramie wprowadzania nowych procesów kontroli granicznej w imporcie towarów z UE do Wielkiej Brytanii
- Informacja od EDA dotycząca przeglądu umowy stowarzyszeniowej UE-Ukraina.
- Informacja o spotkaniu w Ministerstwie Rolnictwa i Rozwoju Wsi w dn. 29.12.2021 r. w sprawie nowych zarządzeń GACC dot. rejestracji zagranicznych przedsiębiorstw organizowanym w Głównym Inspektoracie Weterynarii, podczas którego omówione zostały będą kwestie dotyczące eksportu produktów mlecznych na rynek chiński po dniu 1 stycznia 2022 r., w związku z wejściem w życie zarządzeń nr 248 i 249 Generalnej Administracji Celnej Chińskiej Republiki Ludowej (GACC) w zakresie rejestracji zagranicznych przedsiębiorstw produkujących żywność.

KONSULTACJE AKTÓW PRAWNYCH

Jednym z kluczowych działań Polskiej Izby Mleka jest opiniowanie aktów prawnych istotnych dla branży mleczarskiej. Na bieżąco przekazujemy naszym Członkom do konsultacji propozycje regulacji prawnych zarówno z kraju jak i z zagranicy, co pozwala wypracować najlepsze rozwiązania z punktu widzenia sektora mleczarskiego. W 2021 roku przekazaliśmy następujące dokumenty do konsultacji m.in. następujące dokumenty.

- Konsultacje Komisji Europejskiej - 3 lutego 2021 r. - inception impact assessment - FOPNL, profile żywieniowe, znakowanie krajem pochodzenia oraz oznaczanie datą m.in. trwałości.
- Projekt rozporządzenia wykonawczego Komisji autoryzujący oświadczenie zdrowotne dotyczące żywności, inne niż odnoszące się do zmniejszenia ryzyka choroby oraz rozwoju i zdrowia dzieci oraz zmieniające rozporządzenie (UE) nr 432/2012 (oświadczenie dot. roztworów węglowodanów), (SANTE/2018/10701).
- Projekt instrukcji na posiedzenie SCPAFF – sekcja ogólne prawo żywnościowe, które odbyło się w dniu 9 lutego 2021 r. Agenda przewidywała również punkt dotyczący harmonizacji znakowania wartością odżywczą z przodu opakowania - FOPNL.

- Projekt ustawy dot. Rozszerzonej Odpowiedzialności Producentów. W związku z wejściem w życie dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2018/851 z dnia 30 maja 2018 r. zmieniającej dyrektywę 2008/98/WE w sprawie odpadów oraz dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2018/852 z dnia 30 maja 2018 r. zmieniającej dyrektywę 94/62/WE w sprawie opakowań i odpadów opakowaniowych. Dostosowania wymaga przede wszystkim ustawa z dnia 13 czerwca 2013 r. o gospodarce opakowaniami i odpadami opakowaniowymi (Dz. U. z 2020 r. poz. 1114). Natomiast w następstwie wprowadzonych zmian dostosowana zostanie także ustawa z dnia 13 września 1996 r. o utrzymaniu czystości i porządku w gminach (Dz. U. z 2021 r. poz. 888), ustawa z dnia 27 kwietnia 2001 r. – Prawo ochrony środowiska (Dz. U. z 2020 r. poz. 1219, z późn. zm.) oraz ustawa z dnia 14 grudnia 2012 r. o odpadach (Dz. U. z 2021 r. poz. 779 i 784, z późn. zm.).
- Projekt rozporządzenia Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi w sprawie szczegółowego zakresu zadań realizowanych przez Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa związanych z wdrożeniem na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej - Programu dla Szkół.
- Projekt ustawy o zmianie niektórych ustaw w związku z przedłużeniem realizacji Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020 (UD237) oraz projekt ustawy wraz z uzasadnieniem i oceną skutków regulacji.
- Projekt rozporządzenia Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi zmieniającego rozporządzenie w sprawie szczegółowych warunków przyznawania pomocy finansowej w ramach poddziałania „Wsparcie dla szkolenia doradców” objętego Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020 oraz warunków i trybu jej wypłaty wraz z uzasadnieniem i oceną skutków regulacji.
- Projekt ustawy o zmianie ustawy o Inspekcji Weterynaryjnej oraz niektórych innych ustaw (poz. w wykazie prac legislacyjnych i programowych Rady Ministrów: UC59).
- Projekt rozporządzenia zmieniającego rozporządzenie w sprawie szczegółowych warunków i trybu przyznawania oraz wypłaty pomocy finansowej w ramach niektórych działań i poddziałów objętych Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020 w związku z zakażeniami wirusem SARS-CoV-2.
- Projekt ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwemu wykorzystywaniu przewagi kontraktowej w obrocie produktami rolnymi i spożywczymi.

DORADZTWO I INTERWENCJE

Wielokrotnie pomagaliśmy naszym Członkom w wyjaśnieniu niejasności bądź rozstrzygnięciu sporów, wynikających z różnych interpretacji przepisów na poziomie instytucjonalnym. Staraliśmy się rozwiązać wszelkie Państwa wątpliwości dotyczące różnego rodzaju praw, zaleceń i procedur. Współpracowaliśmy z ekspertami z Głównego Inspektoratu Weterynarii, Głównego Inspektoratu Sanitarnego, Głównego Inspektoratu Jakości Handlowej Artykułów Rolno – Spożywczych, Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi.

W 2021 roku Członkowie PIM zwracali się z prośbą o pomoc w sprawie odpowiedniego znakowania produktów. Polska Izba Mleka udzieliła wyjaśnień dotyczących prawnych aspektów w kwestii etykietowania sera – poprawności zapisu twaróg czy ser twarogowy lub biały ser twarogowy. Powinna być użyta nazwa produktu „ser niedojrzewający”. Równorzędnie mogą być stosowane inne nazwy: „twaróg”, „ser twarogowy”, „twarożek”, „serek”, pod warunkiem, że nie wprowadzają w błąd konsumenta. Generalnie nazwa „ser twarogowy” i „twaróg” jest stosowana do klinów i krajanki, natomiast nazwa „serek” najczęściej do gładkich homogenizowanych produktów, a nazwa „twarożek” do produktów o strukturze ziarnistej najczęściej w pojemniku. Są to zwyczajowe podziały. Nazwa „ser biały” nie jest stosowana jako nazwa formalna. Zgodnie z pkt 2 a) części III załącznika VII rozporządzenia nr 1308/2013 [1] wyłącznie dla przetworów mlecznych zarezerwowana jest nazwa „ser”. Przytoczony przepis nie reguluje żadnego dalszego podziału i nazewnictwa serów. W Polsce dla serów otrzymywanych przez koagulację i wydzielenie głównie kazeiny pod wpływem kwasu mlekowego, potocznie nazywanych serami białymi, stosowane są następujące nazwy zwyczajowe:

- ser twarogowy (nazwa wywodząca się z Polskich Norm);
- twaróg.

Następnie jeden z naszych Członków zwrócił się o pomoc w sprawie poprawności znakowania składników dla przyszłego produktu jakim będzie: ser twardy dojrzewający „typu parmezan” wyprodukowany z mleka surowego. Po konsultacji z Ministerstwem Rolnictwa i Rozwoju Wsi Polska Izba Mleka udzieliła następującej odpowiedzi: w przypadku użycia surowego (niepasteryzowanego) mleka – specjalne oznaczenie, określone w przepisach krajowych i unijnych (rozdział IV sekcji IX załącznika II do rozporządzenia (WE) nr 853/2004). Poza wymogami dyrektywy 2000/13/WE, z wyjątkiem przypadków przewidzianych w art. 13 ust. 4 i 5 tej dyrektywy, na etykiecie musi wyraźnie widnieć:

- a) w przypadku surowego mleka przewidzianego do bezpośredniego spożycia przez ludzi, wyrazy „surowe mleko”;
- b) w przypadku przetworów wytwarzanych z surowego mleka, których proces wytwarzania nie obejmuje obróbki termicznej lub jakiegokolwiek obróbki fizycznej czy chemicznej, wyrazy „z surowego mleka”;
- c) w przypadku siary, wyraz „siara”;
- d) w przypadku produktów wytwarzanych z siary, wyraz „z siary”.

Termin „etykietowanie” obejmuje opakowanie, dokument, zawieszkę, etykietę, pierścienie lub opaski odnoszące się do takich produktów.

Kolejną sprawą jaką zajęła się Polska Izba Mleka to wątpliwości dotyczące użycia w produkcji mleczarskiej, przeznaczonej do oznakowania wolnego od GMO, słodzonych wyrobów owocowych (szeroka gama produktów mlecznych o smaku owocowym). Skoro produkt mleczny ma mieć więcej niż jeden składnik (np. poza mlekiem ma zawierać wsad owocowy i cukier) należy stosować art. 4 ust. 1 ustawy, z dnia 13 czerwca 2019 r. o oznakowaniu produktów wytworzonych bez wykorzystania organizmów genetycznie zmodyfikowanych jako wolnych od tych organizmów zwana dalej „ustawą”, który określa trzy warunki dla produktów złożonych, przy czym wszystkie te warunki muszą być spełnione łącznie:

1. wszystkie jego składniki będące produktami pochodzenia zwierzęcego oraz wszystkie jego składniki pochodzenia roślinnego, które zawierają, składają się lub zostały wyprodukowane z organizmów, dla których istnieją odpowiedniki wpisane do rejestru żywności i paszy GMO, spełniają warunki określone w art. 3 ust. 1–5;
2. składniki wymienione w pkt 1 stanowią więcej niż 50% łącznej masy wszystkich składników w chwili ich użycia do wyprodukowania tej żywności, nie licząc masy wody użytej jako składnik do jej produkcji;
3. składniki inne niż wymienione w pkt 1 nie zawierają, nie składają się oraz nie zostały wyprodukowane z GMO. Wyróżniona część w pkt 1 wskazuje, że wszystkie składniki pochodzące od roślin mających odpowiedniki GMO dopuszczone do stosowania w UE, muszą spełniać warunki określone w ustawie – a zatem nie tylko nie być i nie składać się z GMO – ale fakt ten musi być możliwy do udowodnienia, również poprzez okazanie wyników badań laboratoryjnych, potwierdzających brak GMO. Szczególną grupę stanowią składniki zwolnione z obowiązku przeprowadzenia badań laboratoryjnych, jeśli w wyniku przetworzenia nie jest możliwe wykrycie obecności modyfikacji genetycznej (art. 7 ust. 3 pkt 2 lit a ustawy). Do takich składników zalicza się cukier i olej. Jednak sam fakt, że w tych produktach nie ma możliwości wykrycia GMO nie oznacza, że mogą być one wyprodukowane z roślin GMO lub z roślin, które nie są objęte kontrolą na obecność GMO. W takim przypadku całą uwagę należy skupić na roślinach, z których zostały one wyprodukowane.

W przypadku dostawcy wsadów owocowych, w których jest cukier z buraka cukrowego – należy wyegzekwować od dostawców cukru dowody, że cukier został wyprodukowany z odmian konwencjonalnych buraków. Ta sytuacja dotyczy zarówno krajowego cukru, jak i cukru pochodzącego z importu. Jeżeli w produkcie mlecznym znajdzie się cukier, którego pochodzenie nie jest potwierdzone dokumentacją odradza się stosowanie oznakowania produktu znakiem „Wyprodukowano bez stosowania GMO”.

Polska Izba Mleka nieustannie dba o interesy podmiotów zrzeszonych w PIM. Polska Izba Mleka wielokrotnie interweniowała na etapie tworzenia ustaw i rozporządzeń dotyczących branży mleczarskiej. Aktywnie wspieraliśmy naszych Członków w wielu obszarach prowadzonej działalności, w tym w kontaktach z urzędnikami reprezentującymi różne instytucje.

W 2021 roku podjęliśmy następujące interwencje:

Wyznaczenie laboratoriów wykonujących testy na obecność wirusa COVID – 19 na opakowaniach produktów mlecznych

5 stycznia 2021 roku Polska Izba Mleka zwróciła się z prośbą do Ministra Zdrowia oraz zastępcy Głównego Inspektora Sanitarnego o dedykowanie jednego/dwóch laboratoriów wykonujących testy na obecność COVID – 19 na opakowaniach produktów mlecznych, wraz z wskazaniem metodologii badań, w związku z wymogami strony chińskiej, która żądała wyników testów próbek żywności eksportowanej żywności mrożonej i chłodzonej produktów przed ich wysyłką do Chin. Jednocześnie Polska Izba Mleka skierowała pismo do Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi Grzegorza Pudy o poparcie inicjatywy wyznaczenia ww. placówek laboratoryjnych. Sprawa została skierowana do Głównego Lekarza Weterynarii, który pismem z dnia 3 lutego 2021 r. poinformował o możliwości przeprowadzenia badań w Państwowym Instytucie Badawczym w Puławach i wykorzystywanej metodologii real time RT-PCR ukierunkowanej na wykrywanie 3 genów wirusa.

Bieg terminów w „Programie dla szkół”

W dniu 11 stycznia 2021 r. PIM zwróciło się do Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa w sprawie wyjaśnienia kwestii związanych z określeniem rozpoczęcia biegu terminów wyznaczonych w 34 punkcie warunków „Programu dla szkół” w związku z trwającymi pracami nad tekstem nowego rozporządzenia Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi w sprawie szczegółowego zakresu zadań realizowanych przez Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa związanych z wdrożeniem na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej ww. programu. W odpowiedzi KOWR z dnia 20 stycznia 2021 r. poinformował że zasada określona w pkt. 29 i 34 warunków udziału w „Programie dla szkół” w roku 2020/2021 stanowi, iż w celu uzyskania pełnej kwoty pomocy wniosek o pomoc powinien zostać złożony w terminie 3 miesięcy po zakończeniu udostępnienia mleka i przetworów mlecznych w okresie, którego dotyczy wniosek. Ponadto w przypadku wystąpienia działania siły wyższej istnieje możliwość odstąpienia od redukcji z tytułu przekroczenia terminu na złożenie wniosku o pomoc. Tam, gdzie ma to zastosowanie należy wziąć pod uwagę działanie siły wyższej. Przy czym ciężar wykazania wystąpienia siły wyższej spoczywa na wnioskodawcy.

Rozszerzenie klasyfikowania towarów w Nomenklaturze Scalonej CN

25 stycznia 2021 r. Polska Izba Mleka zwróciła się do Ministerstwa: Finansów, Rolnictwa i Rozwoju Wsi oraz Europejskiego Komisarza Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Europosła Krzysztofa Jurgieła o podjęcie działań w kierunku rozszerzenia klasyfikowania towarów w Nomenklaturze Scalonej CN do działu: 04 – produkty mleczarskie; jaja ptasie; miód naturalny; jadalne produkty pochodzenia zwierzęcego, gdzie indziej niewymienione ani niewłączone, produktów mleczarskich takich jak: koktajle na bazie białka serwatkowego z mleka.

Odpowiedzi udzielił Europejski Komisarz Rolnictwa i Rozwoju Wsi w odpowiedzi z dnia 25 lutego 2021 r. poinformował, iż wszystkie wnioski dotyczące zmian w nomenklaturze HS są przekładane za pośrednictwem właściwej Federacji Europejskiej lub za pośrednictwem administracji państwa członkowskiego, w którym mają one swoją siedzibę.

Następnie Dyrektor Agnieszka Maliszewska skierowała w dniu 19 kwietnia 2021 r. pismo w tej sprawie do European Commission Directorate General Taxation and Customs Union, który poinformował, że opisane produkty zostały sprawdzone i nie znaleziono możliwości sklasyfikowania ich w 0403 i 0404.

0403 to produkty bezpośrednio mleczne (mleko jest fermentowane lub zakwaszane, również aromatyzowane z dodatkami owoców etc.) Białko serwatkowe nie jest sfermentowanym lub zakwaszonym mlekiem, dlatego koktajle na bazie białka serwatkowego nie mogą być sklasyfikowane w 0403. Poza tym produkty na bazie serwatki są sklasyfikowane w 0404.

Powołano się na legalny zapis HS - opis dot. produktów sklasyfikowanych w 0404 i poprzez dodanie soku owocowego, owocowego wkładu bezpośrednio prowadzi do wykluczenia koktajli (whey protein cocktails) z tej listy.

Dodatkowo CN bazuje na systemie HS nadzorowanym przez World Customs Organisations i International Convention on the Harmonized Commodity Description and Coding System - w związku z tym nie mają możliwości rozszerzenia ram HS. Dlatego rozszerzenie 0403 i 0404 o „whey protein cocktails” nie jest możliwe.

Szczepienie branży mleczarskiej

W dniu 1 lutego 2021 r. Polska Izba Mleka wystosowała pismo do Ministra Zdrowia z prośbą o rozważenie możliwości objęcia szczepieniami przeciw COVID-19 pracowników zakładów przetwórstwa rolno – spożywczego w terminach wcześniejszych niż przewidziane w rządowym harmonogramie. Wykonanie szczepień osób zaangażowanych w proces przetwarzania mleka i produkcji przetworów mleczarskich na zasadach zakładów zaliczanych do infrastruktury krytycznej (o włączenie w tę strukturę również na początku pandemii wnosiła Polska Izba Mleka) zagwarantowałoby możliwość nieprzerwanej pracy tych zakładów, a co za tym idzie ciągłości dostaw żywności. Niezwykle istotną przesłanką do rozważania takiej możliwości jest również to, iż Polska Izba Mleka z niepokojem śledziła i analizowała napływające informacje na temat nowych obostrzeń wprowadzanych przez Generalną Administrację Celną Chińskiej Republiki Ludowej, dotyczących produktów spożywczych eksportowanych na tamtejszy rynek. Najnowszym obostrzeniem władz chińskich jest badanie pod kątem obecności wirusa COVID-19 powierzchni opakowań eksportowanej żywności mrożonej i chodzonej.

W odpowiedzi z dnia 2 lutego 2021 r. Minister Rolnictwa poinformował, iż na tym etapie nie jest to możliwe, ponieważ proces szczepień odbywa się na podstawie Narodowego Szczepień oraz Rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 29 stycznia 2021 r. zmieniającego rozporządzenie w sprawie ustanowienia określonych ograniczeń, nakazów i zakazów w związku z wystąpieniem stanu epidemii.

Wprowadzenie opłaty za korzystanie ze środowiska za wprowadzenie gazów lub pyłów do powietrza w związku z wykorzystaniem środków dezynfekcyjnych stosowanych w nadzwyczajnych okolicznościach związanych z pandemią COVID-19

W dniu 17 lutego 2021 r. Polska Izba Mleka zwróciła się z prośbą do Ministra Klimatu i Środowiska o rozważenie podjęcia interwencji w związku ze stanowiskiem Departamentu Ochrony Powietrza i Polityki Miejskiej Ministerstwa Klimatu i Środowiska, zgodnie z art. 285 ustawy z dnia 27 kwietnia 2001 r. Prawo ochrony środowiska (Dz. U. z 2019 r. poz. 1396 z późn. zm.). Stanowisko to zakładało potencjalną konieczność wprowadzenia opłaty za korzystanie ze środowiska za wprowadzenie gazów lub pyłów do powietrza w związku z wykorzystaniem środków dezynfekcyjnych stosowanych w nadzwyczajnych okolicznościach związanych z pandemią COVID-19 w celu zapewnienia higieny i bezpieczeństwa zdrowia pracowników i osób trzecich przebywających na terenie zakładów.

Opinia Departamentu Ochrony Powietrza i Polityki Miejskiej resortu klimatu przekazana do odpowiedzialnych za naliczanie opłat z tytułu korzystania ze środowiska urzędów marszałkowskich zakładała, że „ustawa antykryzysowa z dnia 31 marca 2020 r. o zmianie ustawy o szczególnych rozwiązaniach związanych z zapobieganiem, przeciwdziałaniem i zwalczaniem COVID-19, innych chorób zakaźnych

oraz wywołanych nimi sytuacji kryzysowych oraz niektórych innych ustaw (Dz. U. 2020 poz. 568) nie zwalnia podmiotów korzystających ze środowiska z obowiązku ponoszenia opłat za wprowadzenie gazów lub pyłów do powietrza, w tym ze środków dezynfekcyjnych”.

W dniu 26 lutego 2021 roku Ministerstwo Klimatu i Środowiska odpowiedziało, że zgodnie z art. 285 ustawy z dnia 27 kwietnia 2001 r. - Prawo ochrony środowiska (Dz. U. z 2020 r., poz. 1219, z późn. zm.) opłaty za korzystanie ze środowiska, w tym za wprowadzanie gazów lub pyłów do powietrza ponosi się; za wszystkie substancje wprowadzone do powietrza w danym okresie rozliczeniowym, także wprowadzane w sposób niezorganizowany i dotyczy to również wykorzystania środków dezynfekcyjnych (emisja LZO). Wskazane w piśmie inne okoliczności tj. np. udostępnianie, czy stosowanie płynów dezynfekcyjnych nie podlegają opłacie za korzystanie ze środowiska.

Oplata rozliczana jest na podstawie wielkości rocznej rzeczywistej emisji określonej w raporcie, o którym mowa w art. 7 ust. 1 ustawy z dnia 17 lipca 2009 r. o systemie zarządzania emisjami gazów cieplarnianych i innych substancji oraz należy ich uwzględnić w „zbiorczym zestawieniu informacji o zakresie korzystania ze środowiska oraz wysokości należnych opłat”.

W nawiązaniu do powyższego ustawa antykryzysowa z dnia 31 marca 2020 r. o zmianie ustawy o szczególnych rozwiązaniach związanych z zapobieganiem, przeciwdziałaniem i zwalczaniem COVID-19, innych chorób zakaźnych oraz wywołanych nimi sytuacji kryzysowych oraz niektórych innych ustaw (Dz. U. 2020 poz. 568, z późn. zm.) nie zwalnia podmiotów korzystających ze środowiska z obowiązku ponoszenia opłat za wprowadzanie gazów lub pyłów do powietrza, w tym ze środków dezynfekcyjnych, których udostępnianie i stosowanie nie ma charakteru działań ratowniczych tylko prewencyjne, zapewniające wyłącznie higienę i bezpieczeństwo zdrowia ludzi.

Opinia Polskiej Izby Mleka w sprawie rozwiązań dotyczących sposobu ustalania zagrożeń wybuchowo – pożarowych, wynikających ze stosowania nadtlenu organicznego

W odpowiedzi na pismo z dn. 19 marca br. znak DOT-V.0211.1.2021.EG w sprawie opinii w zakresie przedstawionych przez Komendę Główną Państwowej Straży Pożarnej rozwiązań dotyczących sposobu ustalania zagrożeń wybuchowo – pożarowych, wynikających ze stosowania nadtlenu organicznego przy ich produkcji, wykorzystywaniu, magazynowaniu i transporcie wewnątrzzakładowym, które umożliwią określenie wymagań technicznych oraz BHP do projektów rozporządzeń Ministra Rozwoju, Pracy i Technologii:

- w sprawie bezpieczeństwa i higieny pracy przy produkcji, wykorzystywaniu, magazynowaniu i transporcie wewnątrzzakładowym nadtlenu organicznego,
- w sprawie warunków technicznych oraz warunków użytkowania, jakim powinny odpowiadać obiekty budowlane do produkcji, wykorzystywania lub magazynowania nadtlenu organicznego oraz ich usytuowanie;

Polska Izba Mleka przedkłada propozycje zmian legislacyjnych oraz komentarz do propozycji KG PSP.

Wytwarzanie znaczącej części środków biobójczych dezynfekujących opiera się o produkcję nadtlenu organicznego. W naszej ocenie dla przedsiębiorców będących producentami środków dezynfekujących na bazie nadtlenu, znacznie istotniejszym problemem niż uzyskanie pozwolenia środowiskowego może być spełnienie wymogów zawartych w rozporządzeniu Ministra Przemysłu i Handlu w sprawie bezpieczeństwa i higieny pracy przy produkcji, stosowaniu, magazynowaniu i transporcie wewnątrzzakładowym nadtlenu organicznego. Powyższe może przyczynić się do znacznego ograniczenia rozwoju przedsiębiorstw, utrudnić zwiększanie mocy produkcyjnych, a co się z tym bezpośrednio wiąże, może negatywnie wpłynąć na możliwości zwiększania zatrudnienia.

Wyżej wskazany akt prawny oraz przygotowany projekt odnosi się w istocie do produkcji nadtlenków organicznych wykorzystywanych w przemyśle obronnym lub zbrojeniowym, nie uwzględnia zaś potrzeb oraz specyfiki przemysłu zajmującego się produkcją środków do dezynfekcji.

1. W § 14. 1 rozporządzenia w sprawie warunków technicznych (...) pojawia się wymóg zapewnienia dwóch bram wjazdowych do obiektu. Proponujemy zapis następujący:
 - „w szczególności uzasadnionych przypadkach, gdy zapewnienie dwóch bram wjazdowych do obiektu budowlanego jest niemożliwe ze względu na lokalne uwarunkowania na wniosek właściciela budynku, obiektu budowlanego lub terenu, dopuszcza się stosowanie rozwiązań zamiennych zapewniających nie pogorszenie warunków ochrony przeciwpożarowej obiektu, uzgodnionych z właściwym miejscowo komendantem wojewódzkim Państwowej Straży Pożarnej”.
2. Proponowane przez ekspertów z KG PSP rozwiązanie oparte jest na parametrze - szybkości spalania - którego określenie skutkuje dokładniejszym ustaleniem poziomu zagrożeń pożarowych od nadtlenków organicznych, a w konsekwencji zaliczenia ich do odpowiedniej grupy magazynowej. Produkowane środki dezynfekcyjne o największym stężeniu nadtlenku organicznego są substancją niepalną i istnieje prawdopodobieństwo, że w trakcie proponowanych badań nie zostałyby zakwalifikowane do żadnej z grup magazynowych pomimo, iż jest nadtlenkiem organicznym typu F.

Czy w przypadku takiego wyniku badań przepisy projektowanego rozporządzenia nie znajdowałyby zastosowania?

W treści projektowanych przepisów brak jest natomiast konkretniej propozycji określenia w jaki sposób « szybkość spalania » miałyby odnosić się do przepisów prawa i co w przypadku jeśli dany produkt nie kwalifikowałby się do żadnej z proponowanych grup?

3. Ponadto właściwe wydają się argumenty przytoczone przez ministerstwo:

Zmiana podejścia do uregulowania tego obszaru wiązałaby się z potrzebą gruntownych zmian do projektowanych przepisów i narzuciłoby obowiązki takie jak:

- wykonywania badań szybkości spalania nadtlenków organicznych w wymaganej skali, w przypadku braku ich występowania w tabeli, która zostałaby zamieszczona w rozporządzeniu,
- pokrywania kosztów badania parametru szybkości spalania, które mogłyby niewspółmiernie obciążać przedsiębiorców,
- konieczność wykonania badań za granicą (z informacji uzyskanych w CIOP-PIB w Polsce nie są wykonywane takie badania),
- wykazania przed organami kontrolno-nadzorczymi, że produkowane/wykorzystywane nadtlenki faktycznie zostały wymienione w tabeli,
- ograniczenie innowacyjności, gdyż, aby wykonać badania szybkości spalania nowo opracowanych, innowacyjnych nadtlenków organicznych należy wyprodukować dużą partię (ok. 10 ton).

Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwemu wykorzystywaniu przewagi kontraktowej w obrocie produktami rolnymi i spożywczymi

16 grudnia 2021 roku Polska Izba Mleka zwróciła się do Dyrektora Delegatury w Bydgoszczy Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów o informację czy nowa ustawa ma zastosowanie także do spółdzielni.

Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów potwierdził, że ww. ustawa ma zastosowanie także do spółdzielni. W piśmie zaznaczył także, że Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nie dokonuje wykładni przepisów ustawy na indywidualny wniosek zainteresowanych podmiotów.

Polska Izba Mleka reprezentuje polski sektor mleczarski w specjalnym postępowaniu na Ukrainie w sprawie serów

Polska Izba Mleka stara się angażować we wszystkie zagadnienia ważne dla polskiej branży mleczarskiej, także na arenie międzynarodowej i reagować na bieżąco na wszystkie działania mające wpływ na polskich producentów i przetwórców mleka. Dlatego też w roku 2021 PIM rozpoczęła starania o rejestrację jako strona w ramach specjalnego postępowania, które zostało wszczęte przez Międzyresortową Komisję Handlu Międzynarodowego Ukrainy na wniosek ukraińskich firm sektora mleczarskiego. Dotyczy ono importu na rynek ukraiński niektórych rodzajów sera, niezależnie od kraju pochodzenia i eksportu. W styczniu 2022 r. wniosek Polskiej Izby Mleka został przyjęty. W toku postępowania nasza organizacja zebrała dane, które powinny być brane pod uwagę w ramach następnych etapów przedmiotowego procesu ochronnego i przekazała je, zgodnie z wymaganą przez Międzyresortową Komisję Handlu Międzynarodowego Ukrainy procedurą, Ministerstwu Gospodarki Ukrainy oraz wszystkim stronom biorącym udział w postępowaniu. Na skutek inwazji Rosji na suwerenną Ukrainę przedmiotowe postępowanie oraz wszelkie terminy z nim związane zostały zawieszone. Polska Izba Mleka wznowi działania dotyczące postępowania natychmiast kiedy będzie to możliwe.

2. STANDARD PIM „BEZ GMO”

Jednym z czołowych projektów Polskiej Izby Mleka jest standard PIM „Bez GMO”, który pozwala producentom żywności zdobyć zaufanie konsumentów. Podstawową przewagą standardu „Bez GMO” jest jego kompleksowość i dopasowanie do specyfiki działalności danego uczestnika. Jest to jedyny polski standard dostosowany do polskich wymogów, dlatego też coraz więcej firm zajmujących się przetwórstwem mleka decyduje się na wprowadzenie Systemu Certyfikacji PIM „Bez GMO”. Standard Certyfikacji Systemów Zarządzania Jakością i Bezpieczeństwem Żywności dotyczy kontroli nad produkcją i przerobem mleka wytwarzanego przez krowy żywione paszami niemodyfikowanymi genetycznie. Certyfikacja prowadzona przez niezależną jednostkę, akredytowaną przez PIM, pozwala stwierdzić na podstawie szczegółowego audytu - czy dana firma wdrożyła i stosuje zasady określone w poszczególnych katalogach wymagań, w wyniku czego jej produkcja może być oceniona jako „Bez GMO”.



W 2021 roku wystawiono 27 certyfikatów, które uzyskały m.in. takie firmy jak: Dariusz Chojecki F.H.U. „Rol-Dar”, HL Hamburger Leistungsfutter Polska Sp. z o.o., P.W. Ekopasz Tadeusz Borkowski, Przedsiębiorstwo Handlowo-Usługowe „CHOJNOWSCY” Paweł Chojnowski, GREG Grzegorz Ignatiuk, Agrowis Sp. z o.o., AGRO - PARTNER Krzysztof Krajewski, Kenovitamin Sp. z o.o., Książopolski Przedsiębiorstwo Wielobranżowe Wiesław Książopolski, Agrifirm Polska Sp. z o.o., ZIARNOMAX Sławomir Szymborski, Duynie Sp. z o.o. Od 2019 r. certyfikacji poddało się łącznie 103 firmy.



2.1. KAMPANIA WOLNE OD GMO



Projekt „Wolne od GMO” rozpoczął się 1 lipca 2020 r. i trwał do 30 czerwca 2021 r. Dzięki uzyskaniu dofinansowania ze środków Funduszu Promocji Mleka, Polska Izba Mleka podjęła się kontynuacji tego zadania w terminie od 1 lipca 2021 r. do 30 czerwca 2022 r. Wolne od GMO ma na celu promocję produktów wolnych od GMO, alergenów lub glutenu oraz podnieść świadomość konsumentów na temat mleka w jego różnych aspektach.

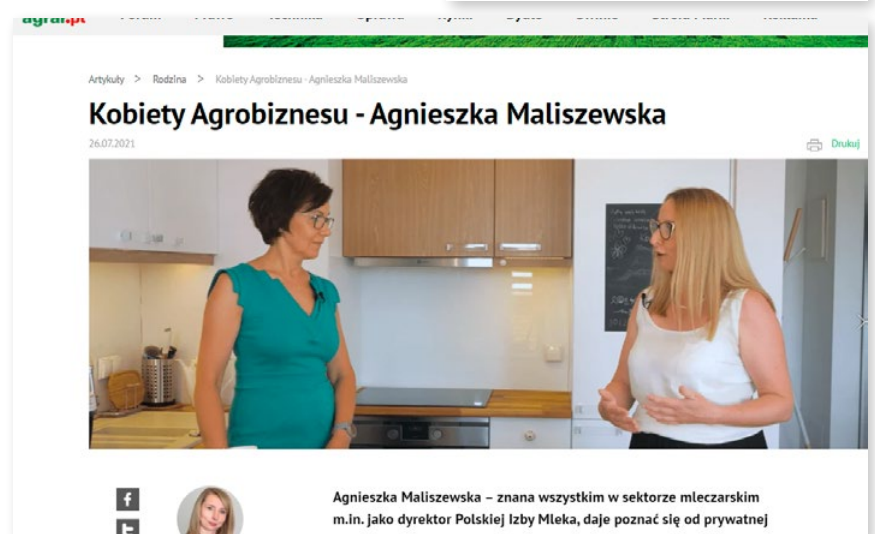
W ramach realizacji projektu współpracowano z ekspertem, który miał olbrzymi wkład merytoryczny w opracowywaniu materiałów. W ramach promocji realizowanego projektu prowadzono działania biura prasowego, które na bieżąco wysyłało informacje w postaci materiałów promocyjnych poszerzających wiedzę na temat wpływu GMO na organizm, jak również zamieszczono szereg reklam i artykułów sponsorowanych, poszerzając wiedzę konsumentów z zakresu GMO. Dzięki tym działaniom odbiorcy mogli uzyskać rzetelną wiedzę opartą na nauce, zweryfikować nieprawdziwe informacje na ten temat, co niewątpliwie przełożyło się na podniesienie świadomości konsumenckiej o polskich produktach mlecznych.



Sfinansowane z Funduszu Promocji Mleka

3. POLSKA IZBA MLEKA W ŚRODKACH MASOWEGO PRZEKAZU

Jako jedna z najważniejszych organizacji mleczarskich Polska Izba Mleka od lat cieszy się zainteresowaniem mediów, które często komentują działania PIM w kraju i za granicą oraz zwracają się z prośbą o komentarz bieżącej sytuacji w branży mleczarskiej. Materiały prasowe przygotowywane przez PIM, stanowią rzetelne źródło informacji i są publikowane na łamach największych portali branżowych.





ROŚLINY
ZWIERZĘTA
MASZYNY
FINANSE | PRAWO
BIZNES
FAKTY
CENY
AGROSFERA
FOTOWOLTAIKA

Lubisz kot 43 tys.

Zwierzęta
Bydło i mleko

Nowa przewodnicząca Komisji Zarządzającej Funduszem Promocji Mleka



Agnieszka Maliszewska została przewodniczącą Komisji Zarządzającej Funduszem Promocji Mleka. fot. Pivababy



Nową przewodniczącą Komisji Zarządzającej Funduszem Promocji Mleka została Agnieszka Maliszewska.

agronomist

SERVIS FOOD & AGRO - NARZĘDZIA - NIERUCHOMOŚCI AGRO NA OBCASACH - PO GODZINACH -

Agronomist - Servis Food & Agro - Przegląd prasy - Polska: Małe mleczarnie nie doceniają marketingu

02.04.2021

#PRZEGLĄD PRASY

Polska: Małe mleczarnie nie doceniają marketingu



W opinii Edwarda Bajko, prezesa SM Spomlek i Polskiej Izby Mleka, głównym problemem zarządców wielu małych i średnich mleczarni jest przekonanie, że nakłady na marketing, to bieżące koszty, które trzeba trzymać w ryzach, a nie inwestycja, która zdecydowanie o przyszłości. Ekspert zwraca uwagę, że nakłady inwestycyjne i uwagę koncentrują w obszarze produkcyjnym. Według Edwarda Bajko powstaje sytuacja, kiedy często nieduże, ale bardzo nowoczesne technologicznie mleczarnie, które produkują doskonałe wyroby nie są w stanie ich sprzedać. Chodzi o to, by sprostać wymaganiom współczesnego handlu w zakresie logistyki, standardów jakości, opakowań, elastyczności w realizacji zamówień, profesjonalnego kontaktu z handlowcami i działami rozliczeń finansowych.

PILNE! ARiMR rusza z kolejnym naborem. Rolnicy dostaną ogromne pieniądze

 **światrolnika.info**

Portal rolniczy - porady c

[Hodowla zwierząt](#)

[Wiadomości rolnicze](#)

[Agrobiznes](#)

[Maszyny rolnicze](#)

[Ekologia](#)

S

[Wiadomości rolnicze](#)

[Polityka rolna](#)

[Agnieszka Maliszewska: Za mało mówimy o Zielonym Ładzie](#)

Agnieszka Maliszewska: Za mało mówimy o Zielonym Ładzie

Autor: Oliver Pochwat 2021-12-10 17:00:18



Agnieszka Maliszewska, dyrektor Biura Polskiej Izby Mleka, skomentowała dla portalu ŚwiatRolnika.info konsekwencje wprowadzenia Zielonego Ładu.

Nasz rozmówca przyznaje, że Zielony Ład może uderzyć w polskie rolnictwo i rynek mleczarski, jednakże, podkreśla, że będziemy musieli te plany wdrożyć w życie. Najważniejsze wtedy będzie zaplanowanie zmian w taki sposób, by rolnicy jak najmniej to odczuli, a jednocześnie otrzymali pomoc.

PORTALPOŻYWCZY.PL

Organizator Partnerzy

Pracownicy RP BNI Polska Bank Spółdzielczy GOSPODARSTWA ROLNICZE PAŃSTWA POLSKIEGO PULS Biznesu KRAJOWA AGROCIOPOLSKA LEWISIA BCC

Rolnictwo medycyna

PORTALPOŻYWCZY.PL WYBORCZA PRAWO WPŁYTU WIELKOPOLSKA ŻYCIE

Handel dystrybucja HoReCa kawiarnie Mieso ryby Mleko sery Zboża oleiste Owoco warzywa Żywność roślinna Alkohole papierosy Napoje kawa herbata

MILEKO

Polska Izba Mleka promuje patriotyzm konsumentki

Dokonując odpowiednich decyzji zakupowych, wspieramy naszą gospodarkę, poszczególnie firmy i pomagamy tworzyć miejsca pracy. Polska Izba Mleka przypomina, że warto wybierać polskie produkty mleczarskie. Przede wszystkim ze względu na ich bardzo wysoką jakość, dobry smak i przystępną cenę.

📌 🇵🇱 🐄 🍷 🥛

Autor: portalpozywczy.pl/PIM Data: 17-05-2023, 11:17

e z Funduszu Promocji Mleka

Wspieramy Polskie Mleczarstwo

BĄDZ WIADOMY

KUPUJ POLSKIE!

Rynek mleka

Jak wygląda sytuacja na rynku mleka? Jak obecnie radzi sobie sektor mleczarski oraz jak będzie wyglądała sytuacja w najbliższych miesiącach?

Z Moniką Prokorską z Instytutu Gospodarki Rolnej rozmawiają Agnieszka Maliszewska, Dyrektor Polskiej Izby Mleka i Wiceprezydent COGICA, Dorota Śmiegińska, Analityk Rynku Mleka, Polska Federacja Hodowców Bydła i Producentów Mleka i Wiceprezidentka Grupy Roboczej Ciepła-Ciepła, Dorota Górska, CEO Wielun Food, Joanna Nowak z Maliszewskich, Anetka Szczepaniak, Prezes Zarządu Rolnika i Prezes Federacji Związków Zawodowych Pracowników Mleczarskich.

Sektor mleczarski podczas pandemii

Sektor mleczarski to jeden z najważniejszych sektorów z punktu widzenia Polski. Z tym sektorem związane są bezpośrednie zagrożenia dla rolników, a Polska mlekiem stała się. Jak polska branża mleczarska poradziła sobie podczas pandemii i jak wygląda jej przyszłość?

Mamy nadzieję, że po tym okresie pandemii, który był dla wielu z nas trudnym czasem, kiedy pogłębiła się pandemia, a sektor mleczarski zachowywał się bardzo ostrożnie i młodym, pewnym, młodym, trudnym w utrzymaniu, sytuacja się poprawiła. Krok po kroku wychodzić z trudnych sytuacji, które przez sektor mleczarski i udało nam się, mimo trudności, w miarę dobrze na tym rynku, chociaż. Rok 2020 rok zakończył się zupełnie dobrze, spełnił nasze oczekiwania.

— tłumaczy Agnieszka Maliszewska.

Podgląd **Najnowsze wydanie Hurt & Detal** **Złote Innowacje** **Złoty Paragon** **Handel w czasie pandemii**

Czwartek, 17 marca 2022

WYBIERAJ NAJLEPSZE PROJEKTY PROWADZISZ SKLEP - WYPEŁNIJ I WYGRYWAJ ATRAKCYJNE NAGrody

Portal branży spożywczej

Handel Z rynku FMCG Nowości Kategorie produktów Raporty Wywiady

Mój Ulubiony! Mój naturalny!

WYWIADY

« VARTA – Innowacje w trosce o środowisko » **Nowe technologie w handlu »**

Ekologia, specjalizacja i eksport – przyszłość polskiego mleczarstwa

Środa, 08 września 2021 HURT & DETAL Nr 09/187. Wrzesień 2021

Lubię ten! Udostępnij Wyprzedź swoich znajomych i polub to.



Jak wygląda polski rynek mleczarski? Jakże są najsilniejsze trendy i jakie wyzwania stoją przed producentami? Jak klaruje się przyszłość branży? Z Edwardem Bajko, Prezesem Spółdzielczej Mleczarni Spolek i Szefem Polskiej Izby Mleka rozmawiają Wojciech Szlag – gospodarz Programu Gabinet Spożywczy oraz Michał Siwek, Dyrektor Departamentu International Food & Agri Hub BNP PARIBAS.

AgroNews

TELEWIZJA GAZETA WIADOMOŚCI UPRAWY ZWIERZĘTA MASZYNY ROLNICZE

WIA TOPIE Produkcja ziarna kukurydzy na potrzeby żywienia zwierząt

AGRO BIZNES / AGRO WYWIADY / EKONOMIA

Spółdzielczość to przyszłość rolnictwa

Redaktor: Agata Molenda 17 września 2021

Udział Facebook Twitter Pinterest

Spółdzielczość rolnicza odgrywa olbrzymią rolę we wzmacnianiu pozycji gospodarczej i społecznej rolników. Sektor mleczarski jest najlepszym przykładem, że współpracując razem można więcej. Rozmawiamy z Agnieszką Maliszewską, dyrektorem Polskiej Izby Mleka o tym, dlaczego warto budować struktury spółdzielcze?



Marta Nowak-Woźnica: Polska Izba Mleka pokazuje, że można współpracować razem, dla wspólnego dobra i osiągać znakomite wyniki. Proszę powiedzieć czy trudna była droga do pobudowania struktury i osiągnięcia sukcesu?

Agnieszka Maliszewska: Polska Izba Mleka powstała w 2008 roku i dziś bez wątpienia jest największą organizacją sektora mleczarskiego w Polsce o ogromnej rozpoznawalności na arenie międzynarodowej. Głównie dzięki licznym akcjom promocyjnym i informacyjnym promującym polskie mleczne produkty i szeroko zakrojonych działaniach lobbingsowych. Pierwsza idea wspólnych działań pojawiła się trochę przed powstaniem PIM, podczas organizowanej przeze mnie od 2002 r. konferencji Forum Spółdzielczości Mleczarskiej, kiedy to podczas dyskusji środowiska mleczarskiego pojawiła się potrzeba stworzenia silnej organizacji działającej nowoczesnie, na arenie międzynarodowej z



4. SZKOLENIA I TRANSFER WIEDZY

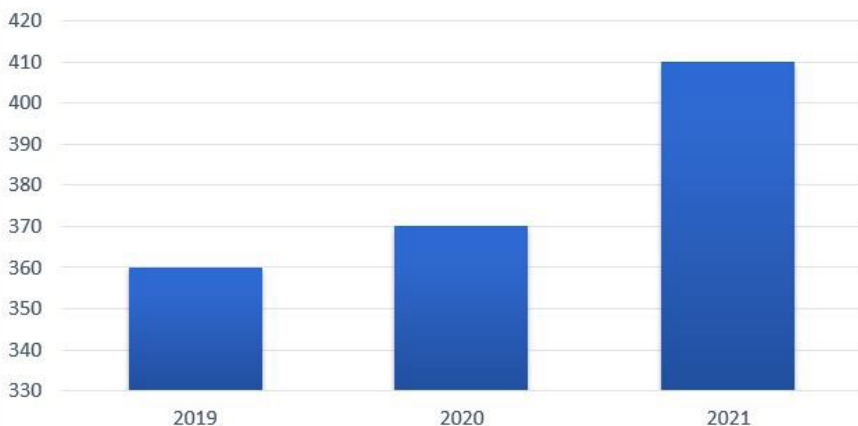
Jednym ze stałych, bardzo ważnych celów działalności Polskiej Izby Mleka jest podnoszenie konkurencyjności, nieustanny rozwój i poszerzanie wiedzy wśród podmiotów branży mleczarskiej. Odbywało się poprzez takie projekty m.in. „Konferencje szkoleniowe i szkolenia” oraz „Cykl konferencji: Fakty i mity o mleku” oraz „Akademia Dobrostan +”.

4.1. KONFERENCJE SZKOLENIOWE I SZKOLENIA

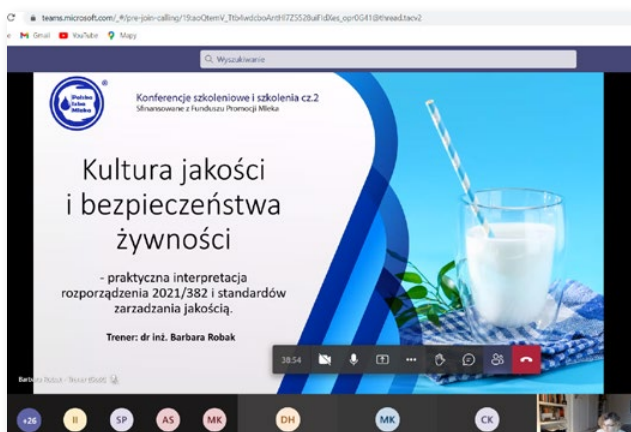
Szkolenia realizowano zgodnie ze zdiagnozowanymi potrzebami podmiotów branży mleczarskiej oraz z obecną sytuacją na rynku mleka, dlatego co roku cieszą się tak nieustannym zainteresowaniem. W roku 2021 również prowadzono szkolenia przez wykwalifikowanych trenerów, z zakresu m.in. prawa, handlu, reklamy, zarządzania oraz systemów jakości i znakowania. Uczestnicy szkolenia otrzymali materiały szkoleniowe w postaci między innymi: certyfikatów potwierdzających udział w szkoleniu, notesów i długopisów. Polska Izba Mleka w terminie od dnia 1 stycznia 2021 r. do dnia 31 grudnia 2021 r. zrealizowała łącznie 20 szkoleń na takie tematy jak:

- ❑ Wymogi chińskie dla eksporterów żywności dotyczące COVID-19
- ❑ Aktualnie obowiązujące wytyczne międzynarodowe i krajowe dla producentów żywności dotyczące COVID-19
- ❑ System zarządzania bezpieczeństwem żywności GMP/GHP oraz HACCP wg ISO 22000:2018
- ❑ Praktyczna interpretacja wymagań globalnego standardu BRC Food v.8
- ❑ Przegląd wymagań dotyczących wdrożenia HACCP (BRC Food Safety ver.8, IFS Food ver.7, FSSC 22000 ver.5.1)
- ❑ IFS Food v.7 (dwa szkolenia)
- ❑ Postępowanie z trudnym klientem (dwa szkolenia)
- ❑ Kultura jakości i bezpieczeństwa żywności – praktyczna interpretacja wymagań prawnych i standardów

**Liczba przeszkolonych osób
w latach 2019 - 2021**



Pandemia Covid-19 uniemożliwiła organizację szkoleń w formie stacjonarnej, co wiązało się z zapewnieniem m.in. sali, cateringu. Zaoszczędzone środki pozwoliły PIM złożyć wniosek na kolejną edycję szkoleń, która ruszyła pod nazwą Konferencje Szkoleniowe i Szkolenia cz. II., obejmowała 10 szkoleń i rozpoczęła się w terminie od 1 sierpnia 2021 r. i trwała do 31 grudnia 2021 r.



4.2. CYKL KONFERENCJI: FAKTY I MITY O MLEKU



Projekt „Cykl konferencji: fakty i mity o mleku” był realizowany od 1 lutego 2021 r. do 31 października 2021 r. Został zaadresowany do dzieci, młodzieży, nauczycieli, osób dorosłych, seniorów oraz mediów. Miał na celu przekazać rzetelną i sprawdzoną wiedzę na temat mleka i przetworów mlecznych. Zadanie polegało na przeprowadzeniu 3 konferencji poświęconych wartościom mleka i produktów mlecznych w codziennej diecie człowieka - mającym na celu zwiększenie świadomości, jak ważnym składnikiem diety jest mleko i jego przetwory. Spotkania miały również za zadanie zwrócić uwagę na niewłaściwe mody oraz nawyki w kwestii odżywiania.

Dnia 24 maja 2021 r. za pośrednictwem programu MS Teams przeprowadzono I Konferencję online na temat zdrowej diety w czasie pandemii, w studiu kulinarnym ATUTY. Część merytoryczną poprowadziła dr n. med. Irena Białokoz-Kalinowska - specjalista alergologii, specjalista medycyny rodzinnej i pediatrii, natomiast warsztaty praktyczne Pani Joanna Jakubiuk - pasjonatka i promotorka dobrej kuchni rodem z Podlasia. W konferencji online uczestniczyło 45 osób.

Dnia 25 września 2021 r. przeprowadzono II Konferencję w studiu kulinarnym ZMOKŁA KURA w Białymstoku na temat zdrowej diety – Czy jest w niej miejsce na sery? Część merytoryczną poprowadziła dr n. med. Irena Białokoz-Kalinowska, a warsztaty praktyczne Pan Patryk Chowaniak – utalentowany, poszukujący nowych smaków i inspiracji kucharz. W konferencji wzięło udział 20 osób.



W dniu 9 października 2021 r. przeprowadzono III Konferencję w studiu kulinarnym BOOK&COOK w Łodzi - na temat tłuszczu – Czy potrzebne są w naszej diecie? Część merytoryczną poprowadziła dr n. med. Pani Irena Białokoz-Kalinowska, a warsztaty praktyczne Pani Klaudia Budny - pasjonatka gotowania i dobrego jedzenia. W konferencji wzięło udział 25 osób.



4.3. DOBROSTAN +

W 2021 roku Polska Izba Mleka była inicjatorem dyskusji nad dobrostanem krów. 10 lutego 2021 r. odbyło się pierwsze spotkanie, powstałej z inicjatywy Agnieszki Maliszewskiej dyrektor Polskiej Izby Mleka, grupy roboczej zajmującej się zagadnieniem standardu PIM ukierunkowanego na dobrostan zwierząt, ze szczególnym uwzględnieniem bydła mlecznego.

Komisja Europejska opracowując Europejski Zielony Ład wpisała w jego założenia niezwykle istotny element, a mianowicie dobrostan zwierząt. Polska Izba Mleka podjęła inicjatywę wprowadzenia systemowych rozwiązań poprawienia bytu zwierząt. Jego założeniem jest rozszerzenie istniejącego już Standardu Polskiej Izby Mleka „Bez GMO” o moduł systemu oceny dobrostanu zwierząt. Pozwoli to rolnikom nie tylko na zapewnienie wymaganego przepisami minimum, ale na podniesienie standardu hodowli zwierząt, co niewątpliwie uczyni te gospodarstwa konkurencyjnymi, a jednocześnie uczyni zadość założeniom strategii Europejskiego Zielonego Ładu związanymi ze zrównoważonym rolnictwem, zasadami ochrony środowiska czy zasadami postępowania ze zwierzętami.

– Polska podobnie jak inne kraje UE będzie musiała spełnić te ambitne cele, jakie zakłada Komisja Europejska w kluczowych strategiach i o tym musimy mówić wprost i otwarcie, nie mamy od tego odwrotu – powiedziała Agnieszka Maliszewska, dyrektor PIM i wiceprezydent COGECA. – Zdajemy sobie sprawę z konieczności informowania opinii publicznej o tym, że już dziś wiele w tym zakresie zrobiliśmy i nikt lepiej niż rolnicy nie dba o dobrostan zwierząt w gospodarstwach, ponieważ są one źródłem utrzymania rolnika. Ale my chcemy iść krok dalej. Chcemy podnosić te standardy, chcemy edukować konsumentów o tym, jak wygląda prawda w zakresie dobrostanu, obalać fałszywe przekazy pseudo obrońców zwierząt. Ważne też, żebyśmy na poziomie Komisji i Parlamentu Europejskiego zabiegali o większy strumień finansowania dla rolnictwa w obszarze planowanych zmian w Nowej Wspólnej Polityce Rolnej.

Nowy moduł dotyczący dobrostanu zwierząt będzie obejmował takie elementy jak: organizacja gospodarstwa rolnego, budynki i urządzenia w gospodarstwie rolnym, pastwiska, kondycja i zdrowie zwierząt, żywienie zwierząt i opieka nad nimi. Elementów, które obejmuje nowy moduł jest sporo, a wiedząc, że zagadnienie to nie jest obojętne podmiotom zrzeszonym w Polskiej Izbie Mleka oraz z nią współpracującym, PIM do dyskusji nad tym kompleksowym rozwiązaniem zaprosiła osoby, których doświadczenie, znajomość tematu i rozległe kontakty z rolnikami pozwalają na jak najlepsze opracowanie standardu. W grupie znaleźli się przedstawiciele podmiotów przetwarzających mleko, stowarzyszeń mleczarskich, a także Ośrodków Doradztwa Rolniczego oraz jednostki certyfikujące. Zagorzała i merytoryczna dyskusja podczas spotkania udowodniła, że jest wiele zagadnień do omówienia. Uczestnicy mieli wiele cennych uwag i sugestii oraz pomysłów. Zdecydowano, że spotkania w formie online odbywać się będą regularnie co dwa tygodnie.

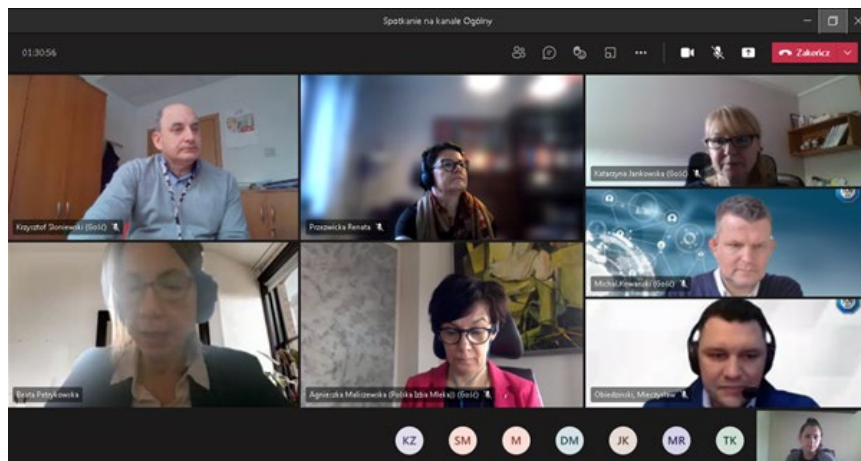
Rozwijający się rynek spożywczy, w szczególności rynek przetwórstwa mleka, poszukuje nowych możliwości dostosowania się do zmieniających się potrzeb konsumentów i wymagań prawnych. Objęcie Standardem PIM tak istotnego zagadnienia, jakim jest dobrostan zwierząt to kolejne rozwiązanie pomagające branży mleczarskiej oraz rolnikom na zwiększenie konkurencyjności na rynku poprzez dobre skojarzenia nie tylko z wysokiej jakości, bezpiecznymi produktami, ale także standaryzowanym pozyskiwaniem surowca od dobrze traktowanych zwierząt hodowlanych.

W spotkaniu uczestniczyli rolnicy, producenci mleka zrzeszeni w Stowarzyszeniu Polskie Mleko, przedstawiciele ośrodków doradztwa rolniczego, zootechnicy, przedstawiciele zakładów przetwórczych oraz audytorzy z TUV SUV Polska, współpracujący z Polską Izbą Mleka. Przewodniczącą grupy roboczej została Pani Beata Petrykowska z Bel Polska.



26 lutego 2021 roku odbyło się kolejne spotkanie grupy roboczej. Zagorzała i merytoryczna dyskusja podczas spotkania udowodniła, że jest wiele zagadnień do omówienia. Członkowie grupy roboczej zapoznali się z katalogiem wymagań, do którego wnieśli wiele cennych uwag i sugestii oraz konkretnych propozycji rozwiązań, tak by moduł był jak najbardziej przejrzysty i spełniał swój cel. Podczas spotkania Agnieszka Maliszewska, Dyrektor Polskiej Izby Mleka przekazała informacje z wideokonferencji z Komisarzem Januszem Wojciechowskim (25.02.2021 r.) dotyczące zagadnienia dobrostanu zwierząt, które były poruszane podczas spotkania. Przedstawiła planowane działania Komisji Europejskiej w tym zakresie i proponowane rozwiązania. Objęcie Standardem PIM tak istotnego zagadnienia, jakim jest dobrostan zwierząt to kolejne rozwiązanie pomagające branży mleczarskiej oraz rolnikom na zwiększenie konkurencyjności na rynku poprzez dobre skojarzenia nie tylko z wysokiej jakości, bezpiecznymi produktami, ale także standaryzowanym pozyskiwaniem surowca od dobrze traktowanych zwierząt hodowlanych.

Objęcie Standardem PIM tak istotnego zagadnienia, jakim jest dobrostan zwierząt to kolejne rozwiązanie pomagające branży mleczarskiej oraz rolnikom na zwiększenie konkurencyjności na rynku poprzez dobre skojarzenia nie tylko z wysokiej jakości, bezpiecznymi produktami, ale także standaryzowanym pozyskiwaniem surowca od dobrze traktowanych zwierząt hodowlanych.





We wrześniu 2021 roku PIM złożyło do KOWR projekt pt. „Akademia Dobrostan+”, który zakładał przeprowadzenie 25 szkoleń praktycznych (m.in. w gospodarstwach) oraz szkoleń teoretycznych dla producentów oraz przetwórców, w formie stacjonarnej lub/online. Dzięki szkoleniom uczestnicy poszerzyliby swoją wiedzę w zakresie dobrostanu plus. Branża mleczarska powinna wiedzieć na jakie pytania należy odpowiedzieć podczas oceny dobrostanu, jak ocenić zachowania zwierząt oraz wiedzę hodowców. Szkolenia mają na celu pomóc rolnikom w przygotowaniu się do spełniania wymagań dobrostanu zwierząt i prawidłowego wdrożenia

wszystkich jego elementów, a przetwórcy oceniając producentów, powinni opierać się na przyjętych założeniach, katalogu wymagań dobrych praktyk, które to elementy będą spójne dla wszystkich kontrolujących – będzie to możliwe dzięki projektowi „Akademia Dobrostan+”.

Od rozpoczęcia projektu 1 października 2021 roku do końca grudnia 2021 roku zrealizowano 2 szkolenia – 26.11.2021 r. w Warszawie oraz 13.12.2021 r. w Rąbieży. Oba spotkania cieszyły się zainteresowaniem, osoby biorące w nich udział dowiedziały się czym tak naprawdę jest dobrostan zwierząt, jak go ocenić i o niego dbać, co jest podstawą prawną programu oraz jakie korzyści z niego płyną.



4.4. TŁUMACZENIA

Aby umożliwić naszym Członkom szerszy dostęp do istotnych informacji i opracowań związanych z europejską i światową branżą mleczarską, realizowaliśmy tłumaczenia materiałów obcojęzycznych.

Tłumaczone materiały przekazywane były drogą mailową podmiotom z branży.

W okresie od 1 stycznia 2021 r. do 31 października 2021 r. wykonano między innymi takie tłumaczenia jak:

- Komunikat [2021] nr 26 Wymagania dotyczące kwarantanny i wymagania sanitarne dla produktów mleczarskich na cele paszowe importowanych z Polski;
- Norma krajowa jakości Chińskiej Republiki Ludowej GB 5420-2021. Norma krajowa bezpieczeństwa żywności. Ser.
- Opracowanie obejmujące: Skup mleka po zimnej wiośnie. Cena surowego mleka w Unii Europejskiej poza sezonem. Stabilna produkcja mleka pitnego w UE.
- Opracowanie obejmujące: Informacje o aktualnych negocjacjach dot. Wspólnej Polityki Rolnej. Informacje na temat umowy tymczasowej.
- Opracowanie obejmujące: Umowa o wolnym handlu między Australią i Wielką Brytanią
- Wyjaśnienie dotyczące modeli grupowych/zbiorowych związanych z eksportem z UE do Wielkiej Brytanii.
- Sytuacja na rynku mleka. Czerwiec 2021.
- Komunikat prasowy COPA COGECA.
- Sytuacja na rynku mleka - sierpień 2021.
- Sytuacja na rynku mleka - wrzesień 2021.
- Katar ogłosił poważne ograniczenia w imporcie produktów mlecznych.



5. INFORMACJE I ANALIZY RYNKOWE

Biuro PIM od wielu lat gromadzi informacje dotyczące zjawisk rynkowych, analizuje i interpretuje zebrane dane, które dotyczą branży mleczarskiej. Celem przeprowadzanych przez nas analiz jest dostarczanie rzetelnych informacji do podejmowania korzystnych i trafnych decyzji biznesowych naszych członków. Publikacje PIM umożliwiają również na lepsze dostosowanie oferty do rynku i reakcje na zmieniające się warunki zachodzące w gospodarce.

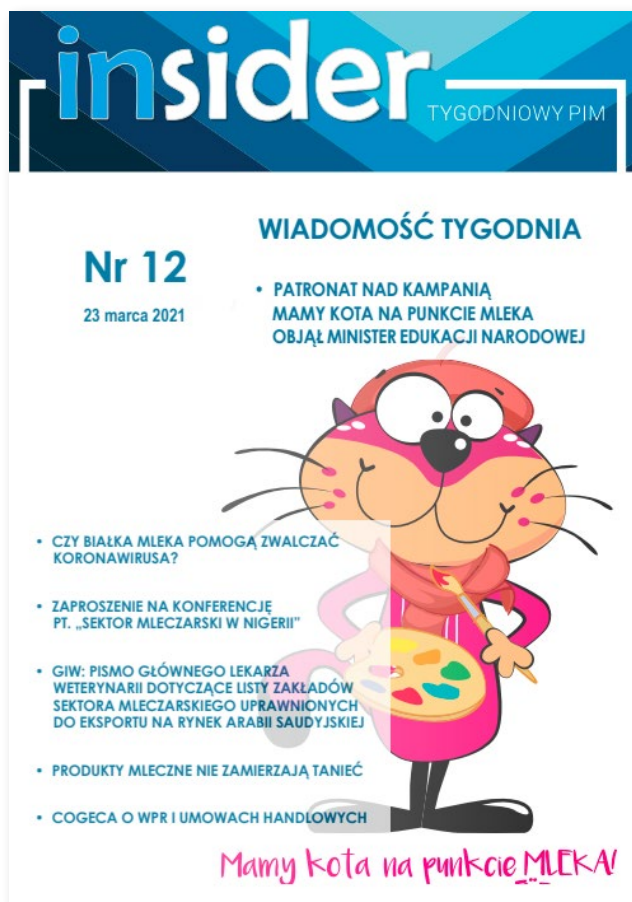
5.1. TYGODNIOWY INSIDER

W odpowiedzi na zapotrzebowanie branży mleczarskiej w zakresie otrzymywania rzetelnych, aktualnych informacji i danych rynkowych skupionych w jednej publikacji, Polska Izba Mleka od 2009 roku publikuje co tydzień Tygodniowy Insider, dzięki któremu producenci i przetwórcy mleka mają stały dostęp do aktualnych, unikalnych informacji oraz danych rynkowych dotyczących mleka i jego produktów. W okresie od 1 stycznia 2021 r. do 31 grudnia 2021 r. opublikowano łącznie 51 wydań.

Dynamicznie zmieniająca się sytuacja na rynku mleka, spowodowana rosnącą konkurencją, wahaniami cen produktów na rynkach mleka, zmianami prawnymi, zmianami zachowania wśród nabywców, rozwojem nowych technologii czy obecnym kryzysem związanym z COVID-19, stawia nowe wyzwania przed branżą mleczarską. Znaczącą rolę odgrywa realizowany projekt pt. Tygodniowy Insider, które niewątpliwie przyczynia się do rozwiązania wielu problemów wynikających z niewystarczających danych dot. sytuacji na rynku mleka. Dzięki niemu producenci i przetwórcy mleka mogą w szybki sposób reagować na wszelkie zmiany w otoczeniu ich przedsiębiorstwa. Należy podkreślić, że decyzje biznesowe często podejmowane są przez branżę mleczarską w oparciu o dane i informacje zawarte w Tygodniowym Insiderze.

Tygodniowy Insider z roku na rok jest udoskonalany, aby sprostać oczekiwaniom podmiotów z branży mleczarskiej. Został on opracowany z najwyższą starannością, w oparciu o rzetelne i merytoryczne informacje.

W latach 2015 – 2021 zrealizowanych zostało 362 wydania Tygodniowego Insidera.



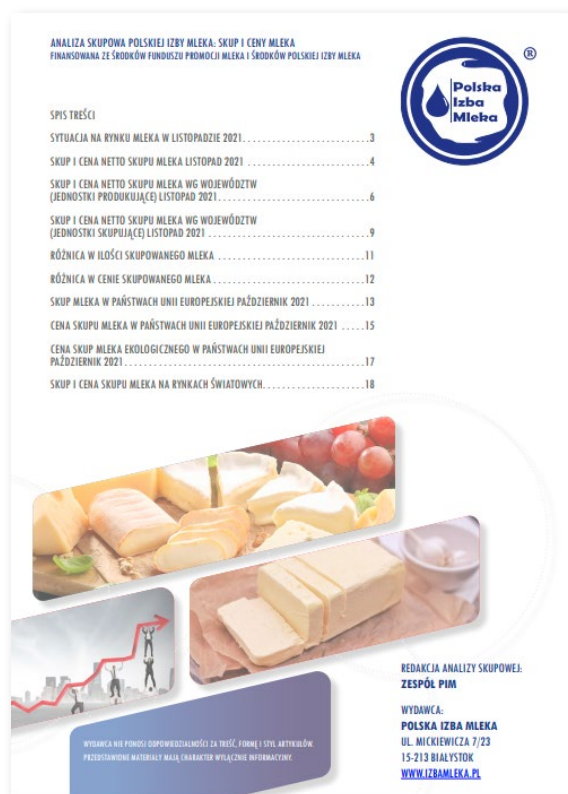
5.2. ANALIZA MIESIĘCZNA: RYNEK MLEKA I PRODUKTÓW MLECZARSKICH

Analiza miesięczna: Rynek mleka i produktów mleczarskich to kolejna publikacja PIM skupiająca w jednym miejscu informacje ekonomiczne oraz dane rynkowe dotyczące branży mleczarskiej. Analizy zawierały m.in. zestawienia porównawcze cen oraz wielkości rynku produktów mleczarskich, w rozbiciu na poszczególne kategorie produktów, mleka jako surowca oraz prognoz. Odbiorcy mieli całościowy obraz kondycji sektora mleczarskiego dzięki cennym informacjom rynkowych m.in. w zakresie cen i prognoz rynkowych oraz wielkości produkcji i nasycenia rynku poszczególnymi produktami mleczarskimi oraz dane na temat wielkości handlu zagranicznego. Zawarte w analizach informacje pochodziły ze sprawdzonych, rzetelnych źródeł takich jak: Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Krajowy Ośrodek Wsparcia Rolnictwa, Główny Urząd Statystyczny. W każdym miesiącu analiza była przekazywana drogą elektroniczną do zainteresowanych odbiorców, producentów i przetwórców mleka. W okresie od 1 stycznia 2021 r. do 31 grudnia 2021 r. wydano łącznie 12 analiz miesięcznych, każda z nich miała średnio 69 stron.



5.3. ANALIZA SKUPOWA: SKUP I CENY MLEKA

Analiza dostarczała odbiorcom najświeższe informacje dotyczące rynku mleczarskiego, w szczególności skupu i cen mleka, cen netto skupu mleka jednostki skupującej oraz jednostki produkującej i różnic w ilości skupionego mleka w porównaniu do poprzednich miesięcy. Wydawnictwo obejmowało analizę rynku krajowego oraz UE. Stanowiło ono doskonałe źródło najświeższych informacji dotyczących rynku mleczarskiego dla podmiotów działających w branży przy podejmowaniu decyzji odnośnie produkcji, zbytu czy cen. W każdym miesiącu analiza była przekazywana drogą elektroniczną do zainteresowanych odbiorców, producentów i przetwórców mleka. W okresie od 1 stycznia 2021 r. do 31 grudnia 2021 r. wydano łącznie 12 analiz skupowych, każda z nich miała około 20 stron.



5.4. SERWIS IPIM

„Serwis IPIM” to serwis internetowy, który na bieżąco monitorował sytuację na rynku mleka. Zawierał dane na temat cen i wielkości skupu mleka, kursu walut, cen krajowych i zagranicznych produktów mleczarskich czy importu i eksportu, w postaci wykresów (słupkowych, grupowych, liniowych), tabel oraz map Polski. Serwis IPIM dostarczał użytkownikom w sposób uporządkowany i systematyczny aktualne dane rynkowe niezbędne dla branży mleczarskiej - tak aby odnajdywanie ich przez użytkownika było niemal intuicyjne. Dostępny był na stronie internetowej: www.ipim.pl.



Skup mleka w Polsce w podziale na województwa wg siedziby jednostek produkujących maj 2021 r. (w tys. litrów)



Eksport sera twarogowego w okresie I - IV 2021 r.



6. DZIAŁANIA SKIEROWANE DO DZIECI

Bardzo ważnym elementem działalności PIM jest promocja spożycia mleka. Izba realizując programy dotyczące promocji spożycia mleka skupia się przede wszystkim na najmłodszych - przedszkolach oraz uczniach szkół podstawowych. Nauczenie dzieci właściwych nawyków żywieniowych - sięgania po mleko oraz produkty mleczne - będzie procentowało jeszcze przez wiele lat.

6.1. MAMY KOTA NA PUNKCIE MLEKA

Kolejna edycja kampanii „Mamy kota na punkcie mleka” promująca mleko i produkty mleczne adresowana była do uczniów szkół podstawowych oraz placówek kształconych dzieci w wieku 6-9 lat. W 2021 roku przystąpiło do niego ponad 400 placówek z całego kraju w tym 32 344 dzieci. Od początku realizacji programu PIM dokładało wszelkich starań aby zaangażować jak największą liczbę placówek szkolnych i przeprowadzić szereg działań promocyjno – edukacyjnych w zakresie mleka i jego przetworów.

Liczba szkół biorących udział w projekcie w 2021 roku (ponad 400 placówek) była o prawie 150 większa w porównaniu z 2020 rokiem, co za tym idzie wzrosła też liczba zgłaszanych dzieci – z ok. 26 tysięcy do ponad 32 tys.



Minerały



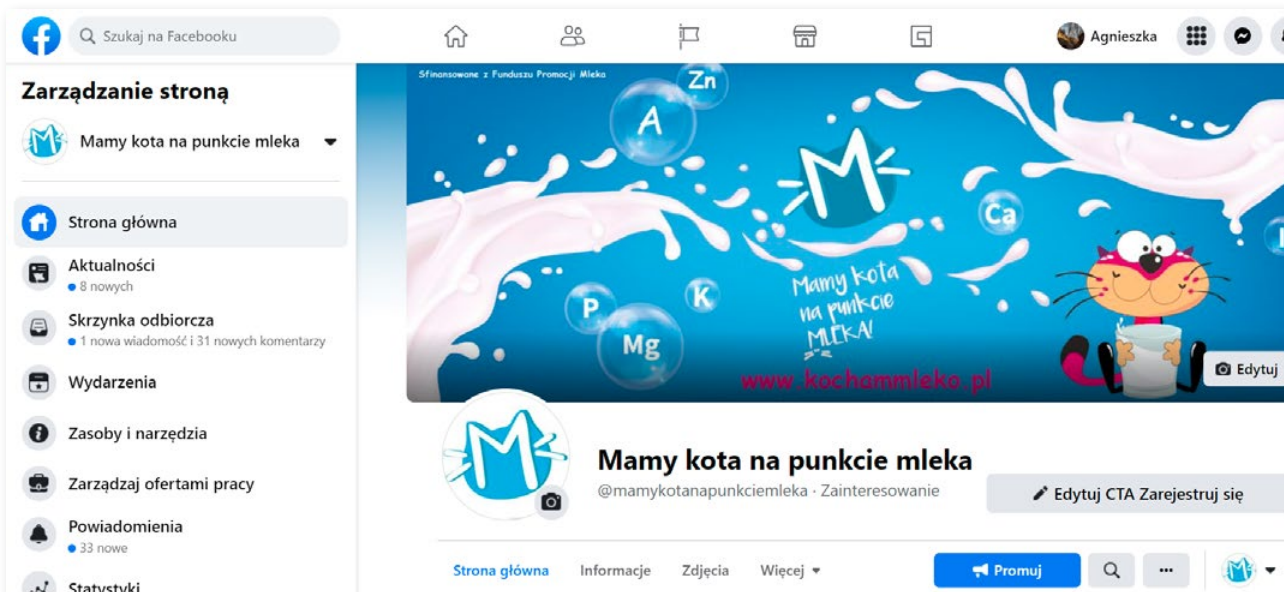
Działania reklamowe

W roku 2021 kampania była obecna w mediach i radiu, wykupiono powierzchnię reklamową w czasopiśmie drukowanych oraz najpopularniejszych serwisach internetowych takich jak Magazyn Dyrektora, portal www.famile.pl, Kumpel, portal www.edziecko.pl, www.glos.pl, gdzie zamieszczone były artykuły sponsorowane i reklamy. Na potrzeby projektu powstały spoty reklamowe, których emisja miała miejsce w Radiu Żółte Przeboje. W ramach projektu zrealizowano również spot kinowy w kinie „Helios”.



Prowadzenie strony www, Facebooka, aplikacja

W ramach projektu miała miejsce aktualizacja strony internetowej www.kochammleko.pl, na której na bieżąco zamieszczano informacje o walorach mleka i produktach mleczarskich, a także aktualności o kampanii oraz utrzymywano aplikację umożliwiającą zamieszczenie sprawozdań przez nauczycieli w projekcie. Aktywnie prowadzono Facebooka programu, na którym zamieszczano informacje o wartości odżywczej mleka, mleczne zagadki i quizy. Zarówno strona jak i Fanpage stanowiły swoistą ostoję dla buszujących po sieci rodziców, nauczycieli, którzy z uczuciem autentycznej troski poszukują nie tylko sprawdzonych informacji jak zachować zdrowie i kondycję swoich pociech, ale i dobrych inspiracji w przygotowaniu posiłków dla dzieci. Ponadto stworzyliśmy na stronie specjalną aplikację, czyli swego rodzaju platformę komunikacyjną pomiędzy organizatorem a nauczycielem.



Materiały promocyjno – informacyjne

Opracowano i rozdystrybuowano materiały promocyjno-informacyjnych w tym: broszury, plakaty, karty pracy oraz książeczki. Dzięki infografikom i różnego rodzaju ilustracjom zawartym w tych materiałach, dotarcie do najmłodszych było znacznie łatwiejsze, gdyż taka forma była dla nich bardziej zrozumiała i przejrzysta. Obecność bohaterów programu w tego rodzaju materiałach przyciągała uwagę i zachęcała do poznawania razem z nimi mlecznego świata w myśl zasady „edukacja poprzez zabawę”. Materiały prezentowały w sposób graficzny najważniejsze składniki nabiału, jak np. białko, wapń, witaminy A, E, D, K, witaminy z grupy B, a także zawierały ciekawe rebusy i krzyżówki.



Działania PR

W celu zwiększenia efektywności projektu przeprowadzono szereg działań PR. Sprawne działanie biura prasowego pozwoliło na wydajny przepływ informacji na linii realizator-beneficjenci, ale również na monitorowanie zawartości przekazów medialnych, dzięki czemu twórcy projektu mieli szansę zareagować w odpowiednim czasie na potencjalne problemy i zagrożenia ze strony „czarnego PR” dotyczącego mleko i jego przetwory. Każdy materiał był przygotowywany we współpracy z ekspertami z dziedziny żywienia lub medycyny, którzy z każdym rokiem starali się przekazać najbardziej aktualne i sprawdzone fakty naukowe o nabiale.



20 20 wywiadów na 20-lecie PPR.tv PPR.tv Magazyn

WIADOMOŚCI ROLNICTWO EKONOMIA TECHNIKA EKOLOGIA

TRINITY® 590 SC
Wszystko, co najlepsze!
HERBICYD

Za środków ochrony roślin należy korzystać z zachowaniem bezpieczeństwa. Przed każdym użyciem przeczytaj informacje zamieszczone w etykiecie i informacje dotyczące produktu. Zwróć uwagę na zwroty wskazujące rodzaj zagrożenia oraz na ostrzeżenia środków bezpieczeństwa zamieszczone w etykiecie.

Mleczne sposoby na upał

22 lipca 2021

Mamy kota na punkcie mleka
Sfinansowane z Funduszu Promocji Mleka

Jogurcik

Gdy temperatura za oknem jest wysoka powinniśmy szczególnie zadbać o swój organizm, ponieważ może on ulec hipertermii (czyli przegrzaniu). Jest to stan, podwyższonej temperatury ciała, wynikający z kumulacji przez organizm nadmiernej ilości ciepła. Hipertermia może wystąpić w upalne dni, zwłaszcza gdy przebywamy na słońcu bez nakrycia głowy bądź uprawiamy aktywność fizyczną podczas upałów. Szczególnie narażone na przegrzanie są dzieci, seniorzy, a także osoby chorujące na cukrzycę lub choroby serca. Stan ten, zwłaszcza lekceważony, niejednokrotnie prowadzi do udaru słonecznego.



PORTAL SPOŻYWCZY.PL

Handel dystrybucja HoReCa kawiarnie Mieso ryby Mleko sery Zboża oleiste Owoce warzywa Żywność roślinna Alkohole papierosy Napoje kawa herbaty

ULMA

Program edukacyjny PIM przypomina o właściwościach mleka

„Mamy kota na punkcie mleka” to program promocyjno-informacyjny, sfinansowany z Funduszu Promocji Mleka i skierowany do uczniów 6-9 lat, ich rodziców i nauczycieli, którego celem jest poszerzenie wiedzy na temat wartości właściwości odżywczych mleka i produktów mleczarskich.

Autor: portalpozywczy.pl/PIM Data: 30-04-2021, 10:42

Program Mamy kota na punkcie mleka przypomina o właściwościach mleka.

Konkurs pt. „Twoje mleczne śniadanie”

Udział w konkursie polegał na zamieszczeniu w formie graficznej pod postem konkursowym na profilu Facebook zdjęcia mlecznego śniadania. Komisja konkursowa wyłoniła 5 najciekawszych prac, za które otrzymano nagrody w postaci torby na zakupy. Zwycięzcy konkursu skontaktowali się przez wiadomości prywatne w celu wysyłki nagród.



Mamy kota na punkcie MLEKA!

KONKURS
TWOJE MLECZNE ŚNIADANIE

- 1 Termin**
OD
23 KWIETNIA 2021
DO
28 KWIETNIA 2021
- 2 Nagroda**
* TORBA NA
II ŚNIADANIE
- 3 Info**
REGULAMIN
WWW.KOCHAMMLEKO.PL

WWW.KOCHAMMLEKO.PL
Sfinansowane z Funduszu Promocji Mleka

Konkurs „Mleczne jesienne klimaty”

W mlecznej zabawie mogły wziąć udział placówki z całej Polski, które przystąpiły do programu. Udział w konkursie polegał na przygotowaniu mlecznego zdjęcia/rysunku, przedstawiającego mleczne, jesienne klimaty. Forma pracy była dowolna, ważne, by w tworzenie pracy zaangażowana była cała klasa oraz, by praca nawiązywała do mleka i produktów mleczarskich oraz prezentowała dlaczego powinniśmy spożywać mleko i produkty mleczarskie w czasie jesieni i jaką rolę odgrywają w codziennej diecie ucznia. Każda klasa przygotowała tylko jedną pracę konkursową. Za I miejsce przewidziane było spotkanie zwycięskiej klasy z mlecznym bohaterem kampanii (istniała możliwość zamiany nagrody na aparat fotograficzny projektu „Mamy kota na punkcie mleka”). Za zajęcie II miejsca klasa otrzymała upominki projektu „Mamy kota na punkcie mleka” w postaci notesów projektowych, natomiast klasa, która zajęła III miejsce została obdarowana upominkami projektu „Mamy kota na punkcie mleka” w postaci worków. Pierwsze miejsce zdobyła klasa Ie ze Szkoły Podstawowej nr 16 z Oddziałami Integracyjnymi w Pabianicach. Drugie miejsce zajęła klasa III ze Szkoły Podstawowej im. Marii Konopnickiej w Siennowie, a trzecie miejsce klasa II ze Szkoły Podstawowej im. Powstańców Śląskich w Nędzy.



Mamy kota na punkcie MLEKA!

**KONKURS MLECZNE
JESIENNE KLIMATY**

1	2	3
Termin OD 24 września 2021 DO 18 października 2021	Nagroda * Aparat fotograficzny * Notesy projektowe * Worki projektowe	Info REGULAMIN WWW.KOCHAMMLEKO.PL

WWW.KOCHAMMLEKO.PL
Sfinansowane z Funduszu Promocji Mleka

Konkurs „Warto pić mleko”

Udział w konkursie polegał na przygotowaniu mlecznego zdjęcia/rysunku przedstawiającego informację, dlaczego powinniśmy pić mleko i spożywać produkty mleczne. Forma pracy była dowolna. Ważne było, by w tworzenie pracy zaangażowana była cała klasa oraz, by praca nawiązywała do mleka i produktów mleczarskich jak i prezentowała dlaczego powinniśmy uwzględniać mleko i produkty mleczarskie w codziennej diecie oraz jaką rolę odgrywają w codziennej diecie ucznia. Każda klasa przygotowała tylko jedną pracę konkursową. Za I miejsce przewidziane było spotkanie zwycięskiej klasy z mlecznym bohaterem kampanii (istniała możliwość zamiany nagrody na odbłaski projektu „Mamy kota na punkcie mleka”). Za zajęcie II miejsca klasa otrzymała upominki projektu „Mamy kota na punkcie mleka” w postaci maskotek, natomiast klasa, która zajęła III miejsce została obdarowana upominkami projektu „Mamy kota na punkcie mleka” w postaci kubków. Nauczyciele zwycięskich klas otrzymali czytnik e-book. Pierwsze miejsce zdobyła klasa 3c ze Szkoły Podstawowej im. Partyzantów Gryfa Pomorskiego w Kiełpinie. Drugie miejsce zajęła klasa Zespołu Szkolno – Przedszkolnego w Jedlcu, a trzecie miejsce klasa 2 ze Szkoły Podstawowa nr 3 im. Św. Brata Alberta w Skawie.



Konkurs „Mleczna choinka”

Udział w konkursie polegał na przygotowaniu przez klasę pracy, która ukazała w kreatywny, a zarazem interesujący sposób mleczną choinkę Kota Mleczysława i Mlecznej Kity. Forma pracy była dowolna. Ważne było, by w tworzenie pracy zaangażowana była cała klasa oraz by praca nawiązywała do mleka i produktów mleczarskich oraz prezentowała dlaczego powinniśmy uwzględniać mleko i produkty mleczarskie w codziennej diecie oraz jaką rolę odgrywają. Gotową pracę konkursową należało przesłać na adres promocja@izbamleka.pl w formie PDF, WORD, JPG wpisując w treści e-maila „Mleczna choinka” ze wskazaniem placówki, klasy i ilości uczniów, celem kwalifikacji do konkursu.

Na zwycięzców konkursu czekały atrakcyjne nagrody. Jakość nadesłanych prac była niezwykle wysoka, stąd jury nie miało łatwego zadania, jednak po długich, burzliwych obradach wyłoniono zwycięzców. Na zwycięzców konkursu czekały atrakcyjne nagrody. Za I miejsce przewidziane były są upominki projektu „Mamy kota na punkcie mleka” w postaci kubków. Za zajęcie II miejsca klasa otrzymała upominki projektu „Mamy kota na punkcie mleka” w postaci maskotek, natomiast klasa, która zajęła III miejsce została obdarowana upominkami projektu „Mamy kota na punkcie mleka” w postaci odbłaskowych kamizelek.

Mamy kota na punkcie MLEKA!

**KONKURS
MLECZNA CHOINKA**

1 Termin
OD
22 LISTOPADA 2021
DO
03 GRUDNIA 2021

2 Nagroda
* KUBKI PROJEKTOWE
* MASKOTKI PROJEKTOWE
* KAMIZELKI ODBŁASKOWE

3 Info
REGULAMIN
WWW.KOCHAMMLEKO.PL

WWW.KOCHAMMLEKO.PL
Sfinansowane z Funduszu Promocji Mleka

Działania w szkołach

Przez cały czas trwania projektu nieprzerwanie były realizowane działania w szkołach, mające na celu pozyskanie nowych uczestników programu oraz zachęcenie szkół, które już złożyły deklaracje do pozostania w programie. W ramach realizowanego projektu opracowano m.in. deklarację oraz regulamin uczestnictwa, koci poradnik zawierający aktualności kampanii oraz zorganizowano kilka spotkań, w których brały udział dzieci.

W ramach działań w szkołach przygotowano gadżety w postaci m.in. kredek, ołówków, dyplomów, zakładkę, które dystrybuowane były podczas spotkań mających na celu promocję spożycia mleka wśród najmłodszych.



Deklaracja
przystąpienia do programu
Mamy kota na punkcie MLEKA!

Sfinansowane z Funduszu Promocji Mleka

Dane Placówki

Nazwa i adres placówki.....
.....
Telefon..... adres e-mail.....
Imię i nazwisko Dyrektora.....

Dane dotyczące zgłoszonych dzieci

Liczba dzieci zgłoszonych do programu w tym np. w klasach
I klasa II klasa III klasa

Dane koordynatora wdrażającego projekt

Imię i nazwisko.....
Telefon..... adres e-mail.....

Oświadczam, iż zapoznałem/am się z klauzulą informacyjną RODO i wyrażam zgodę na przetwarzanie moich danych osobowych dla potrzeb niezbędnych do realizacji procesu rekrutacji w projekcie „Mamy kota na punkcie mleka”.

..... Data, podpis koordynatora

Oświadczam, że zapoznałem/zapoznałam się z regulaminem przystąpienia do projektu oraz go akceptuję.

..... Data, podpis koordynatora



Światowy dzień mleka w Grajewie

Dnia 5 czerwca 2021 r. program „Mamy kota na punkcie mleka” wziął udział w obchodach Światowego Dnia Mleka przygotowanych przez Muzeum Mleka w Grajewie. Na pikniku nie zabrakło mlecznego bohatera – Kota Mleczysława, który przekazywał wiedzę na temat wartości odżywczych mleka i produktów mlecznych w formie zabawy.



Karty pracy



Kot Mleczystaw wspiera akcje „Bezpieczne Wakacje w nad wodą, w lesie, na wsi”

W dniu 23 czerwca 2021 r. Mleczna Kita – bohaterka programu „Mamy kota na punkcie mleka” rozmawiała z dziećmi na temat bezpiecznych wakacji i wartości mleka w diecie. Spotkanie odbyło się w kinie Helios w Białymstoku.



Kot Mleczysław na XXII Dniu Spieczonego Bliźniaka w Czarnkowie

Bohater programu „Mamy kota na punkcie mleka” spędził sobotnie (28 sierpnia 2021 r.) popołudnie na XXII Dniu Spieczonego Bliźniaka w Czarnkowie. Podczas imprez dzieci poprzez zabawę poszerzyły swoją wiedzę na temat składników odżywczych mleka i produktów mleczarskich, które stanowią ważny element w diecie zarówno dziecka, jak i osoby dorosłej. Największą jednak atrakcją były pamiątkowe zdjęcia z Kotem Mleczysławem.

W grudniu 2021 roku przeprowadzono 2 ostatnie spotkania w Prywatnej Szkole Podstawowej w Białymstoku. Uczniowie uczestniczyli w mlecznych zajęciach, w których wzięła udział bohaterka kampanii: Mleczna Kita. Spotkania miały na celu promocję mleka i jego przetworów oraz edukowanie najmłodszych w zakresie właściwości zdrowotnych nabiału.





W 2021 r. położono również nacisk na szkolenie nauczycieli w zakresie właściwości odżywczych mleka i produktów mlecznych, które cieszyło się zainteresowaniem ze strony tej grupy społecznej. Szkolenia w formule online, zostały przeprowadzone przez eksperta programu dr n. med. Irenę Białokoz- Kalinowską, pediatrę i alergologa.

Mamy kota na punkcie MLEKA!
Sfinansowane z Funduszu Promocji Mleka

Zaproszenie



Polska Izba Mleka
ma zaszczyt zaprosić Państwa na mleczne szkolenie
poświęcone akcji edukacyjnej „Mamy kota na punkcie
mleka”, które odbędzie się
26 kwietnia 2021 r. o godzinie 13:00
w formie on-line

Podczas szkolenia zaprezentujemy Państwu
tegoroczne działania programu oraz poruszymy temat
znaczenia mleka i produktów mlecznych
w diecie dzieci i młodzieży.

Będzie nam ogromnie miło, gdy zaszczyca nas
Państwo swoją obecnością.

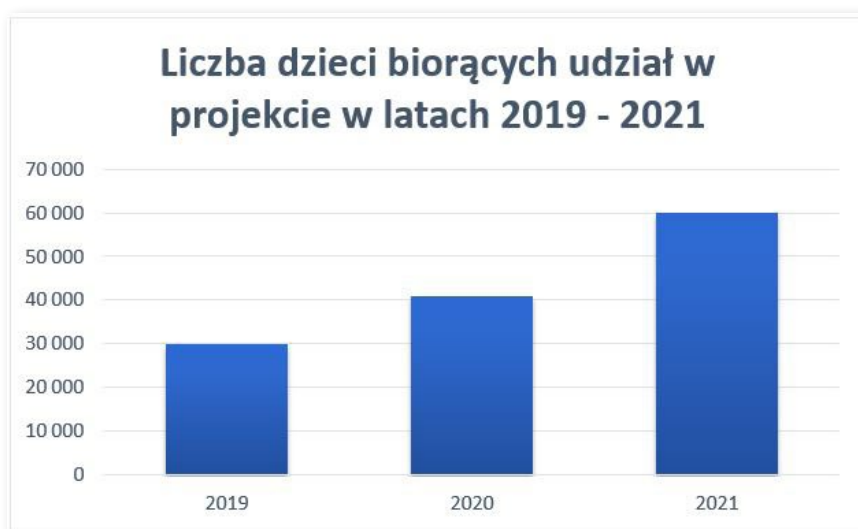
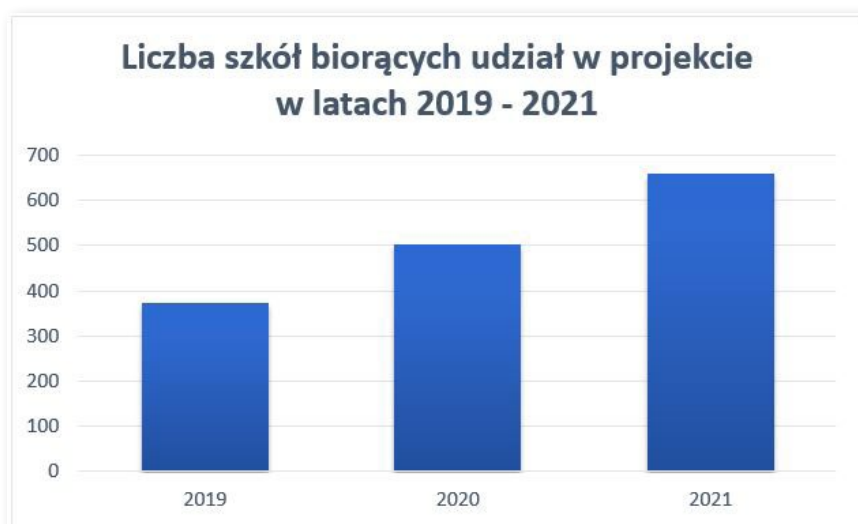
Liczba miejsc jest ograniczona.
Decyduje kolejność zgłoszeń.
Wszystkich zainteresowanych uczestnictwem
prosimy o przesłanie zgłoszenia
na adres: promocja@izbamleka.pl
do dnia 16.04.2021 r.



www.kochammleko.pl

6.2. DZIECIAKI MLECZAKI

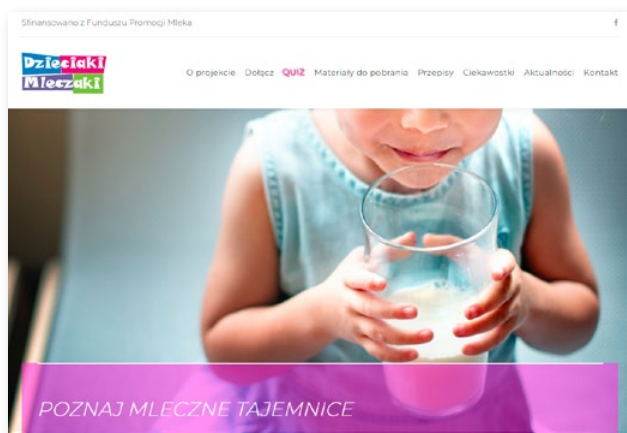
Polska Izba Mleka od 1 marca 2021 r. do 31 grudnia 2021 r. realizowała projekt edukacyjno-informacyjny pt. „Dzieciaki mleczaki”, który składał się z II etapów oraz był kontynuacją projektu o nazwie „Dzieciaki mleczaki cz. 1” realizowanego w latach 01.09.2020 – 28.02.2021. Skierowany był on do dzieci w wieku przedszkolnym i wczesnoszkolnym oraz ich opiekunów. Program miał na celu promocję spożycia mleka i jego przetworów wśród najmłodszych, edukację w zakresie wartości odżywczych mleka i jego przetworów jak również popularyzację zasad zdrowego odżywiania. Te wszystkie informacje przekazywano dzięki zamieszczanym reklamom w mediach, prowadzonej stronie internetowej www.dzieciakimleczaki.pl oraz fanpage projektu, publikacji i dystrybucji materiałów informacyjno-promocyjnych w tym m.in. ulotek, plakatów, kart pracy, mlecznych zeszytów, scenariuszy prowadzenia zajęć, a także poprzez zrealizowany quiz i liczne spotkania w przedszkolach.



Utrzymanie i aktualizacja, modyfikacja strony internetowej

W ramach tego działania prowadzona była strona internetowa www.dzieciakimleczaki.pl, na której umieszczane były informacje na temat prawidłowego żywienia, które jest bardzo ważne dla dzieci w wieku przedszkolnym. Zamieszczane były również mleczne przepisy oraz informacje o projekcie wraz z grafikami, a także mleczne karty pracy dla dzieci w celu uatrakcyjnienia projektu.

Na bieżąco prowadzono Facebooka programu, na którym opublikowane zostały wpisy w następujących kategoriach: o rekrutacji do projektu, informacyjne, mleczne przepisy oraz mikroświat mleka.



Konkursy

Zorganizowano 3 konkursy na profilu Facebook, których celem była promocja mleka i produktów mlecznych, ich walorów zdrowotnych oraz roli w diecie dzieci, jak również kształtowanie zdrowych nawyków żywieniowych dzieci już od najmłodszych lat. Nagrodami w konkursach był mleczny blender. Zadania konkursowe polegały na wykonaniu zdjęcia np. posiłku składającego się z mleka lub produktów mlecznych. Zdjęcia konkursowe Uczestnik wykonywał techniką cyfrową, w kolorze, w dowolnej rozdzielczości oraz zapisywał w odpowiednim formacie pliku graficznego (np. JPG).



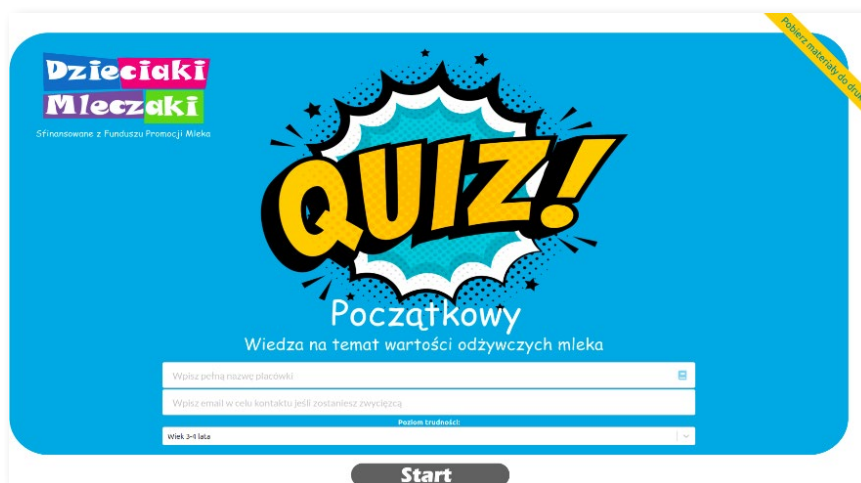
Działania w przedszkolach

W 2021 r. przeprowadzono spotkania w przedszkolach, które przystąpiły do projektu „Dzieciaki Mleczaki”. Były one skierowane dla grupy wiekowej 3-4 lat oraz dla grupy 5-6 lat. Celem spotkań było uporządkowanie wiedzy na temat nabiału i produktów mlecznych, wzrost wiedzy na temat tego, jak powstaje mleko i jego produkty, wzbogacenie słownictwa: zdrowa dieta, witaminy, minerały oraz rozwijanie postaw prozdrowotnych. W trakcie tych spotkań na dzieci czekało mnóstwo zabaw takich jak: tworzenie farmy wraz z animatorami, na której żyje projektowa krówka, dyskoteka w krowiej zagrodzie, kolorowanie maski krowy, zabawa „Krowie podskoki” wraz z konkursem wiedzy. Dzieci podczas tych spotkań również wspólnie z animatorem rozwiązywały kartę pracy „Wapń, a zęby” oraz „Zagrodowe puzzle” oraz brały udział w zabawie „Odnajdź wszystkie szklanki mleka”. Ponadto przedszkolaki otrzymywały gadżety, które sprawiły im mnóstwo radości, tj. pluszowe krówki oraz magnesy na lodówkę.



Quiz początkowy i końcowy

Przygotowano quiz na temat wiedzy o mleku i produktach mleczarskich, który składał się z quizu początkowego i quizu końcowego. Jego celem było sprawdzenie wiedzy przedszkolaków o mleku i produktach mlecznych. W tym celu przygotowano specjalną lekcję online o produktach mlecznych.



Dzieciaki Mleczaki
Sfinansowane z Funduszu Promocji Mleka

QUIZ!

Początkowy

Wiedza na temat wartości odżywczych mleka

Wpisz pełną nazwę placówki

Wpisz email w celu kontaktu jeśli zostaniesz zwycięzcą

Wybierz trudność

Wiek 3-4 lata

Start





Który produkt jest najlepszym źródłem wapnia?

Jabłko

Chleb

Ser żółty

Sfinansowane z Funduszu Promocji Mleka

Prowadzenie biura prasowego

W ramach biura prasowego przygotowano informacje prasowe o walorach mleka i jego przetworów, informacje o możliwościach przystąpienia do programu, a także ciekawe przepisy z użyciem produktów mleczarskich. W celu uatrakcyjnienia treści, wszystkie materiały zawierały ciekawe grafiki. Opracowane materiały były regularnie dystrybuowane do mediów.



Materiały informacyjno – promocyjne

W ramach projektu opracowano, wydrukowano i dystrybuowano do przedszkoli ulotki, plakaty, naklejki, karty pracy, mleczne zeszyty, scenariusze prowadzenia zajęć, które skierowane były do dzieci w wieku przedszkolnym i ich opiekunów. Wszystkie materiały zawierały informacje o mleku oraz jego przetworach i dzięki atrakcyjnej graficznej oprawie zachęcały dzieci wzięcia udziału w mlecznych zajęciach.

Scenariusz zajęć
Sfinansowane z Funduszu Promocji Mleka

Dzieciaki Mleczaki
- scenariusz zajęć dla nauczycieli

TEMAT: Dzieciaki mleczaki poznają wartości odżywcze nabiału

Dzieciaki Mleczaki w przedszkolu - wdrożenie zasad zdrowego odżywiania oraz przekazania wiadomości na temat wartości mleka i produktów mlecznych w codziennej diecie. Nauka poprzez zabawę.

CELE OGÓLNE:
Uświadomienie znaczenia odpowiedniego odżywiania dzieci.

CELE SZCZEGÓŁOWE:
Dziecko:
• zna nazwę, kolor oraz smak owoców i produktów mlecznych
• zna nazwy witamin A, B, C, D, E, K oraz wie w jakich owocach, produktach mlecznych się znajdują
• rozumie konieczność spożywania owoców i picia mleka

METODA:
czynna, oglądowa

FORMA:
indywidualna, zbiorowa, grupowa

POMOCE: ilustracje owoców i warzyw, produktów mlecznych, litery A, B, C, D, E, K, jabłko, pomarańcze, truskawki, banany, mleko, ser twarogowy, jogurt.

PRZEBIEG ZAJĘĆ:
I. Część wstępna

Powitanie. Nauczyciel wita dzieci i pyta czy zjedli śniadanie oraz co pysznego zjedli.

Bezpłatny projekt promujący spożycie MLEKA i JEGO PRZETWORÓW

Dzieciaki Mleczaki

Dzieciaki Mleczaki to edukacyjno – informacyjny projekt skierowany do dzieci w wieku przedszkolnym i ich rodziców oraz opiekunów. Głównym jego celem jest wzrost świadomości dzieci na temat roli mleka i produktów mlecznych w ich diecie. Poprzez zabawę, kształtujemy prawidłowe nawyki żywieniowe już od najmłodszych lat i promujemy mleko jako napój nie tylko zdrowy, ale też bardzo smaczny.

Dlaczego mleko i produkty mleczne stanowią ważny element codziennej diety?
Ponieważ spożywanie nabiału niesie za sobą konkretne korzyści. Organizm wyposażony zostaje w witaminy A, D, E, K, witaminy z grupy B oraz cenne minerały, takie jak np. wapń, magnez, cynk, potas, jod. Dodatkowo zapewniamy pełnowartościowe białko oraz aminokwasy.

www.dzieciakimleczaki.pl
Sfinansowane z Funduszu Promocji Mleka

Scenariusz zajęć
Sfinansowane z Funduszu Promocji Mleka

II. Część podstawowa

1. Rozmowa na temat poznanych owoców oraz produktów mlecznych. Nauczyciel zadaje dzieciom pytania:
- Jakiego znaczenia produkty mleczne?
- Jakiego produktu lubicie najbardziej?
- Jakiego znaczenia owoce?
- Jaki mają smak?
- Jaki mają kolor?
2. Nauczyciel wprowadza pojęcie witamin. Umieszcza na tablicy wyraz „witaminy”. Omawia działanie witamin. Na tablicy umieszcza litery - symbole witamin, a pod nimi szablony odpowiednich owoców i produktów mlecznych.
A - wspomaga oczy, znajduje się w mleku, jogurcie
B - wpływa na nasz układ nerwowy, występuje w bananach, truskawkach, kefirze
C - pomaga zwalczać bakterie i wirusy, dużo jest jej w cytrynie
D - wzmacnia kości, znajduje się w mleku
E - podnosi odporność organizmu, występuje w malinach, jeżynach, maśle
K - odpowiada za szybkie gojenie się ran, znajduje się w twarogu.
3. Zabawa w witaminowe pary. Dzieci dzielimy na dwie grupy. Jedna grupa otrzyma nazwy witamin (A, B, D, E, K i C), druga natomiast szablony owoców (cytryna, truskawka, malina) oraz produktów mlecznych (mleko, jogurt, twaróg) - ilość witamin i produktów dostosowana do ilości dzieci w grupie.
4. Zapoznanie z poszczególnymi etapami przygotowania jogurtu z owocami, który najlepiej smakuje grupie. Jogurt pełen owoców przygotowuje nauczyciel.
5. Degustacja.

III. Część końcowa

Dzieci wykonują pracę plastyczną z użyciem plakatu Dzieciaki Mleczaki. Na koniec robimy wspólne zdjęcie z pomalowanym plakatem i wstawiamy na przedszkolnego Facebooka z podlinkowaniem @dzieciakimleczaki.

Dziękujemy za wspólną zabawę.

Sfinansowane z Funduszu Promocji Mleka



MLECZNY ZESZYT

Sfinansowane z Funduszu Promocji Mleka



Kochane Dzieci!

Mleko i jego przetwory są bardzo ważne w diecie dzieci. Kształtowanie prawidłowych nawyków żywieniowych w tym zakresie jest kluczowe, aby nasze organizmy rozwijały się prawidłowo.

Zapraszamy do mlecznego świata pełnego zabawy i wiedzy na temat mlecznych wartości odżywczych mleka i produktów mlecznych.

Startujemy!



MLECZNE KARTY PRACY

Dzieciaki Mleczaki



Wymieńcie nazwy zwierząt domowych, które mieszkają w gospodarstwie. Czy wiecie, jakie odgłosy wydają te zwierzęta? Pobawcie się udając odgłosy zwierząt. Na białym polu dorysujcie swoje propozycje zwierząt domowych.



6.3. MLECZNE SPOTKANIA

Głównym celem projektu „Mleczne spotkania” jest wzrost spożycia mleka i budowanie dobrego PR wokół mleka i produktów mlecznych. Ponadto program promuje spożycie mleka zarówno u najmłodszych oraz dorosłych konsumentów, którzy podejmują decyzje zakupowe.

Podczas I etapu realizacji projektu zrealizowano jedno mleczne spotkanie w Czarnkowie. Podczas wydarzenia promowano mleko i jego produkty oraz informowano o korzyściach zdrowotnych i odżywczych wynikających ze spożywania produktów mleczarskich. Nie zabrakło materiałów informacyjno-promocyjnych oraz gadżetów. W ramach obsługi spotkania prowadzono biuro prasowe, zaangażowano animatora i konferansjera, obsługę techniczną oraz zorganizowano catering.



Mleczne Spotkanie

Plac Wolności w Czarnkowie
28 sierpnia 2021 r.

SFINANSOWANE ZE ŚRODKÓW FUNDUSZU PROMOCJI MLEKA

14⁰⁰ Otwarcie Mlecznego Ogródka

- Degustacja produktów mlecznych
- Animacje dla dzieci, promujące picie mleka
- Konkurs dojenia krowy
- Akademia Zabawy „Kleks” z Piły - animacje
- Nagrody i upominki

15⁰⁰ Oficjalne Otwarcie „Mlecznego Spotkania”

- Artystyczne popisy młodych czarnkowskich artystów promujące picie mleka
- Magiczna ulica Piotra Szumnego – występ iluzjonisty
- Koncert Czarnkowskiej Orkiestry Dętej
- Teatr AVATAR: szczudlarze, bańki mydlane, animacje, balonowe zoo
- Grupa rekonstrukcyjna JAŻWIEC

20⁰⁰ „Pączki w Tłuszczu i Tomasz Karolak”
– koncert

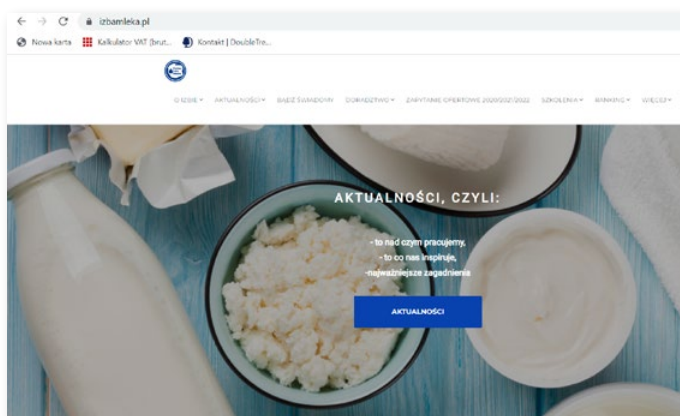
22⁰⁰ Zabawa pod chmurką z zespołem „Och Karol”

OBOWIĄZUJĄ OGRANICZENIA SANITARNE

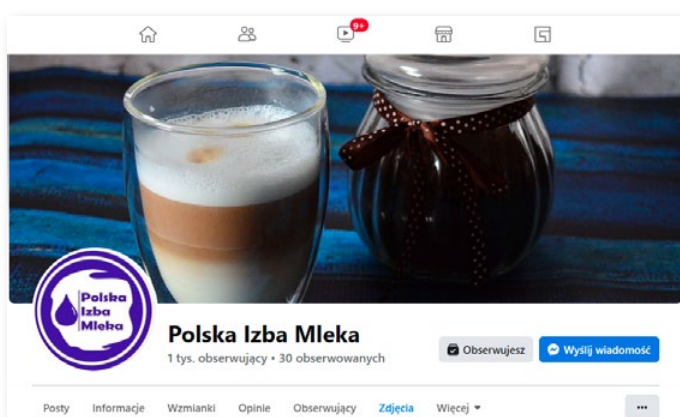


7. STRONA INTERNETOWA PIM, FACEBOOK, TWITTER

Polska Izba Mleka stale aktualizowała również stronę internetową www.izbamleka.pl. Dzięki temu można było zapoznać się z aktualnościami rynkowymi. Na stronie internetowej również zamieszczano m.in. informacje na temat szkoleń czy targów organizowanych przez Polską Izbę Mleka oraz informacje na temat zapytań ofertowych i ich wynikach.



Stale prowadzono Facebooka Polskiej Izby Mleka, na którym zamieszczane były aktualne informacje związane z sektorem mleczarskim, informacje na temat planowanych oraz o organizowanych targach, szkoleniach, zamieszczano także wiele innych ważnych informacji zarówno dla producentów, przetwórców, jak i konsumentów.



Kolejnym kanałem komunikacji w Internecie, który jest prowadzony od 2016 roku przez Dyrektora Polskiej Izby Mleka, Agnieszkę Maliszewską to Twitter. Tutaj także na bieżąco zamieszczane były ważne informacje związane z branżą mleczarską. Kanał ten cieszy się olbrzymim zainteresowaniem, jest obserwowany przez związanych z sektorem mleczarskim, polityków, przedstawicieli instytucji rządowych, dziennikarzy i wiele innych osób. Grono osób obserwujących ciągle się powiększa.



7.1. NEWSLETTER, TYGODNIOWY PRZEGLĄD MEDIÓW

Na potrzebę Członków PIM biuro Izby opracowywało cotygodniowy przegląd najważniejszych publikacji dotyczących branży mleczarskiej i działań Izby. Newsletter ten był systematycznie i szeroko udostępniany producentom, przetwórcom, mediom oraz innym odbiorcom publicznym.

Członkowie Polskiej Izby Mleka otrzymywali również tygodniowy przegląd mediów, który podsumowywał zainteresowanie środowiska dziennikarskiego działaniami biura izby. Aktywność PIM nie pozostała bez echa w mediach.

NEWSLETTER

Polskiej Izby Mleka

35

29.10.2021

Ceny zbytu artykułów mleczarskich

W dniach 11-17.10.2021 r. zakłady mleczarskie monitorowane w ramach Zintegrowanego Systemu Rolniczej Informacji Rynkowej MRIRW masło w blokach zbywały przeciętnie po 21,63 zł/kg, było to o 3,5% więcej niż tydzień wcześniej i o 10,6% drożej niż przed miesiącem. Masło konfekcjonowane sprzedawano po 23,48 zł/kg (4,70 zł za 200 gramową kostkę), o 6,3% drożej niż w poprzednim tygodniu i o 14,7% drożej niż przed miesiącem. Cena masła w blokach była wyższa niż przed rokiem o 42,7%, a masła konfekcjonowanego – o 33,1%.

Żródło: KOWR



Wydawca: Polska Izba Mleka



Polska Izba Mleka to największa i najprężniej działająca organizacja branży mleczarskiej w Polsce. Głównym profilem działalności Polskiej Izby Mleka jest wspieranie oraz promocja polskiej branży mleczarskiej w Polsce i za granicą.

Wydawca nie ponosi odpowiedzialności za treść, formę i styl artykułów. Przedstawione materiały mają charakter wyłącznie informacyjny.

Twitter PIM: <https://twitter.com/PolskaIzbaMleka>

Facebook PIM: <https://www.facebook.com/PolskaIzbaMleka/>

Strona Polskiej Izby Mleka: <https://www.pim.org.pl/>

NEWSLETTER

Polskiej Izby Mleka

35

29.10.2021

Zaproszenie – konferencja prasowa projektu pn. „Trade Milk – Mleczne Skarby 2”

Polska Izba Mleka ma zaszczyt zaprosić Państwa na konferencję prasową projektu pn. „Trade Milk – Mleczne Skarby 2”, która odbędzie się 9 listopada 2021 r. w Warszawie o godz.: 10:30 w Bursztynowa Bistro, ul. Nowy Świat 37.

W konferencji weźmie udział ekspert rynku chińskiego Pan Jacek Strzelecki, który wywowie się na temat „Polskie produkty mleczne w Chinach. Wyzwania i nowe możliwości sprzedaży”.

Udział w konferencji jest bezpłatny, liczba miejsc jest ograniczona, decyduje kolejność zgłoszeń. Zgłoszenia przyjmowane są na adres targ@izbamleka.pl do dnia 03.11.2021 r.

Zaproszenie na konferencję

4 listopada 2021 r. w Warszawie w Bursztynowa Bistro, ul. Nowy Świat 37

W tym tygodniu w ramach projektu „Trade Milk – Mleczne Skarby 2” odbędzie się konferencja prasowa. Wzięcie udziału w konferencji jest bezpłatne, liczba miejsc jest ograniczona, decyduje kolejność zgłoszeń. Zgłoszenia przyjmowane są na adres targ@izbamleka.pl do dnia 03.11.2021 r.

Wzięcie udziału w konkursie „Warto pić mleko” i wygrać atrakcyjne nagrody

Program „Mamy kota na punkcie mleka” sfinansowany z Funduszu Promocji Mleka zaprasza do udziału w konkursie „Warto pić mleko”, który trwa od 25 października do 15 listopada 2021 roku. W miesięcznej zabawie mogą wziąć udział posiadacze z całej Polski, które przystąpiły do programu.

Udział w konkursie polega na przygotowaniu mlecznego zdjęcia/hyunka przedstawiającego informację dlaczego powinniśmy pić mleko i spożywać produkty mleczne. Forma pracy jest dowolna, ważne jest by w tworzenie pracy zaangażowana była cała klasa oraz by praca nawiązywała do mleka i produktów mleczarskich oraz prezentowała dlaczego powinniśmy uwzględnić mleko i produkty mleczarskie w codziennej diecie oraz jaką rolę odgrywa. Gotową pracę konkursową należy przesłać na adres kampania@izbamleka.pl.

Na zwycięzców konkursu czekają atrakcyjne nagrody. Za I miejsce przewidziane jest spotkanie zwycięzcy klasy z mlecznym bohaterem kampanii (istnieje możliwość zamiany nagrody na odbiór projektu „Mamy kota na punkcie mleka”). Za zajęcie II miejsca klasa otrzyma upominek projektu „Mamy kota na punkcie mleka” w postaci maskotki, natomiast klasa, która zajmie III miejsce zostanie obdarowana upominkami projektu „Mamy kota na punkcie mleka” w postaci kubków. Nauczyciele zwyciężących klas otrzymają certyfikat e-book.

Twitter PIM: <https://twitter.com/PolskaIzbaMleka>

Facebook PIM: <https://www.facebook.com/PolskaIzbaMleka/>

Strona Polskiej Izby Mleka: <https://www.pim.org.pl/>

Polska Izba Mleka

21.04.2021

Tygodniowy przegląd mediów

Zmieniał się koszyk zakupów nabiałowych

Pandemia zamieszała w kanałach dystrybucji, ale też pokazała, że gotowanie w domu „eksperymentowanie” w kuchni stało się nie tylko koniecznością, ale też ogromną przyjemnością. Oczywiście w całej sytuacji największy problem w początkowym etapie odczuły firmy, których produkcja nastawiona była na sektor HoReCa w znacznej części – powiedziała serwisowi portalspozywczy.pl Agnieszka Maliszewska, dyrektor Polskiej Izby Mleka.

[Czytaj więcej](#)

#WspieramyPolskieMleczarstwo

#WspieramyPolskieMleczarstwo to ważne przesłanie do konsumentów! Tysiące POLSKICH rodzinnych gospodarstw mleczarskich pracuje ciężko, żeby zapewnić surowiec do produkcji NAJLEPSZYCH POLSKICH wyrobów, które spotykamy na sklepowych półkach. Kolejne tysiące pracowników zakładów i spółdzielni mleczarskich pracuje, by ten surowiec przetworzyć i dostarczyć do sklepów.

[Czytaj więcej](#)

Jak wiosna to z mlekiem

Jednym z najważniejszych wiosennych niezbędnych, kiedy słońce nas rozpieszcza jest pamiętanie o nawadnianiu organizmu naszych najmłodszych pociech. Dzieciaki Mleczaki przychodzą z pomocą i przypominają, jaki napój wybrać na taką pogodę by prawidłowo nawodnić nasz organizm. Doskonałym napojem dla naszych najmłodszych pociech podczas słonecznych, wiosennych dni jest mleko.

[Czytaj więcej](#)

Żywność GMO – ryzyko jest większe niż korzyści

Żywność GMO postrzegana jest jako żywność szkodliwa i wywołująca skutki uboczne. Polacy uważają, że nie została ona jeszcze należycie przebadana i dlatego ryzyko jej stosowania może być większe, niż korzyści. Jednocześnie mają świadomość, że żywność ta może być skutecznym narzędziem w walce z głodem na świecie, jest trwała i ma większą odporność na szkodniki i choroby – takie wnioski płyną z jednego z badań dotyczących genetycznie zmodyfikowanej żywności, które zostało przeprowadzone wśród polskich konsumentów.

[Czytaj więcej](#)



8. PROMOCJA I UMACNIANIE KRAJOWEGO MLECZARSTWA

Polska Izba Mleka stara się motywować i wspierać działania swoich Członków na arenie krajowej. Wielokrotnie udowadnialiśmy, że jesteśmy partnerem, na którego można zawsze liczyć. Dzięki budowanym od lat relacjom i dobrej marce PIM budujemy konstruktywny dialog i współpracujemy z wieloma organizacjami i podmiotami sektora mleczarskiego zarówno na szczeblu rządowym jak i poza nim. Przykładem takiej dobrej współpracy jest „Porozumienie dla mleczarstwa”, które tworzą producenci i przetwórcy mleka.

Porozumienie stanowi swoistą platformę do dyskusji i uzgodnień opinii wszystkich podmiotów wchodzących w jego skład. Tak, aby branża mleczarska mówiła jednym głosem w istotnych dla tego sektora kwestiach. W 2021 roku występowaliśmy wspólnie w takich sprawach jak:

- stanowisko w sprawie Projektu Planu Strategicznego WPR
- w sprawie terminu zatwierdzenia sprawozdań finansowych PIM za rok 2020
- zmiana zapisów rozporządzenia Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi z dnia 26 czerwca 2017 roku w sprawie szczegółowych warunków i trybu udzielania wsparcia finansowego z funduszy promocji produktów rolno – spożywczych
- implementacji w polskim prawodawstwie zapisów Dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/904 w sprawie zmniejszenia wpływu niektórych produktów z tworzyw sztucznych na środowisko
- modyfikacji standardu tłuszczu do smarowania i wprowadzenia nazwy „masło roślinne”.

KONFERENCJA ONLINE PT. „OCENA SKUTKÓW STRATEGII OD POLA DO STOŁU DLA SEKTORA MLECZARSKIEGO”

W dniu 22 stycznia 2021 r. Polska Izba Mleka zorganizowała konferencję online pt. „Ocena skutków strategii od Pola do Stołu dla sektora mleczarskiego”. W konferencji wziął udział Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi - Pan Grzegorz Puda.



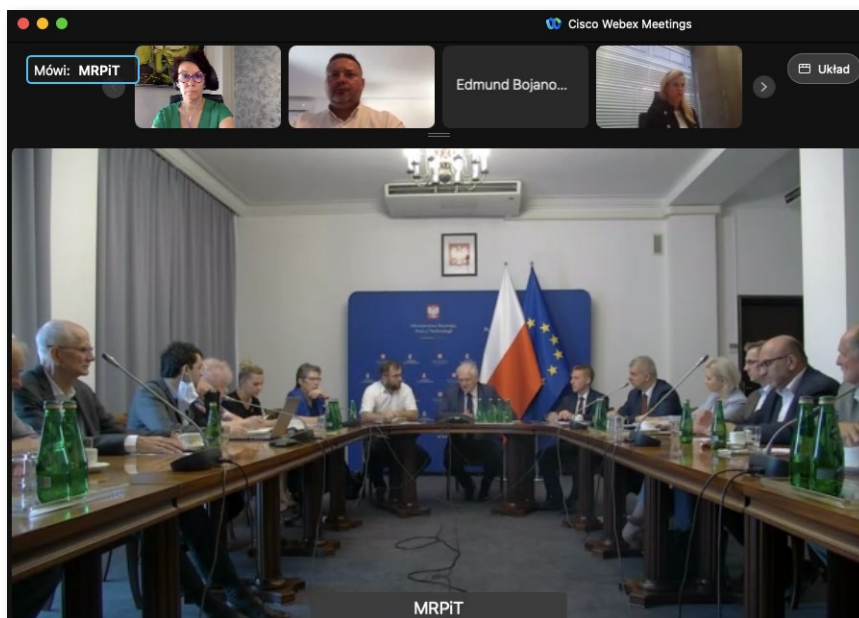
Na zlecenie Polskiej Izby Mleka zostało wykonane badanie dotyczące wpływu unijnej strategii „Od pola do stołu” na rozwój sektora mleczarskiego, które zostało sfinansowane z Funduszu Promocji Mleka. Podczas konferencji autorzy opracowania dr Piotr Szajner, prof. dr hab. Andrzej Babuchowski, prof. dr hab. Hanna Górską-Warsewicz oraz Joanna Nowak ekspert sektora mleczarskiego - przedstawili wnioski zawarte w opracowaniu. Strategia „Od pola do stołu” jest kompleksowym programem modernizacji i restrukturyzacji sektora rolno-żywnościowego, którego celem są procesy dostosowawcze do zmieniających się uwarunkowań politycznych, gospodarczych, społecznych i klimatycznych. Strategia określa zestaw głównych i szczegółowych celów, które powinny zostać zrealizowane, a ich efekty przyniosą korzyści we wszystkich sferach życia społeczno-gospodarczego. Główne cele strategii są słuszne, gdyż dotyczą: zrównoważonej produkcji rolnej i przetwórstwa żywności, gospodarki zasobami naturalnymi i ochrony klimatu, zrównoważonego łańcucha dostaw i sprawiedliwego podziału zysków wśród uczestników rynku, zapewnienia bezpieczeństwa żywnościowego oraz zrównoważonej konsumpcji i redukcji strat żywności. Realizacja strategii będzie wymagała głębokich procesów dostosowawczych i w związku z tym nasuwa się zasadnicze pytanie o źródła finansowania nakładów inwestycyjnych. Polskie rolnictwo charakteryzuje się rozdrobnioną strukturą podmiotową. Niewielka siła ekonomiczna gospodarstw rolnych będzie barierą przeprowadzenia inwestycji i procesów dostosowawczych.

AGNIESZKA MALISZEWSKA PRZEWODNICZĄCĄ KOMISJI ZARZĄDZAJĄCEJ FUNDUSZEM PROMOCJI MLEKA

W dniu 6 lipca 2021 r. w siedzibie Krajowego Ośrodka Wsparcia Rolnictwa w Warszawie odbyło się posiedzenie członków Komisji Zarządzającej Funduszem Promocji Mleka. W skład komisji wchodzi dziewięciu członków, z których pięciu to przedstawiciele ogólnokrajowych organizacji zrzeszających producentów mleka lub podmioty skupujące mleko, trzech członków reprezentuje organizacje zrzeszające podmioty skupujące i zakłady prowadzące działalność w zakresie przetwórstwa mleka, natomiast dziewiątym członkiem jest osoba reprezentująca izby rolnicze. W porządku obrad znalazły się m.in. wybory Prezydium IV Kadencji Komisji Zarządzającej FPM. Podczas posiedzenia jednogłośnie przewodniczącą została Agnieszka Maliszewska - Dyrektor Polskiej Izby Mleka, pierwsza wiceprezydent Generalnego Komitetu Spółdzielni Rolniczych Unii Europejskiej COGECA. Zastępcami zostali: Krzysztof Pogorzelski z Polskiej Federacji Hodowców Bydła i Producentów Mleka oraz Stanisław Stanik Prezes Świętokrzyskiej Izby Rolniczej. Funkcję sekretarza powierzono Waldemarowi Wojciechowskiemu ze Stowarzyszenia Innowatorów Wsi.



#KONTRAKTBRANŻOWY Z JAROSŁAWEM GOWINEM I GRZEGORZEM PUDĄ



W piątek 9 lipca 2021 r. przedstawiciele wszystkich branż przetwórstwa sektora rolno - spożywczego spotkali się z wicepremierem Jarosławem Gowinem oraz ministrem rolnictwa Grzegorzem Pudą. Było to kolejne z serii zaplanowanych spotkań, które uwieńczone ma być podpisaniem kontraktu branżowego.

Podczas prawie dwugodzinnej dyskusji omawiano szczegółowo postulaty sektora, które wcześniej przekazano obu ministerstwom. Przedstawiciele przetwórstwa wskazywali elementy istotne dla rozwoju sektora, które znaleźć muszą odzwierciedlenie w Krajowym Planie Odbudowy. Szczególny akcent położony był na inwestycje w przetwórstwie, które udźwignąć mają ambicje nowej zielonej polityki Unii Europejskiej.

Sektor mleczarski na spotkaniu reprezentowała Agnieszka Maliszewska, dyrektor Polskiej Izby Mleka.

Z ROLNIKAMI O AKTUALNEJ SYTUACJI W ROLNICTWIE

Minister rolnictwa i rozwoju wsi Grzegorz Puda spotkał się z przedstawicielami związków i organizacji rolniczych, w tym przedstawicielami COPA COGECA.

Podczas spotkania omówiono sytuację na poszczególnych rynkach rolnych, ze szczególnym uwzględnieniem rynku wieprzowiny. Omawiano również sytuację na rynku drobiu, wołowiny, mleka oraz zbóż i rzepaku.

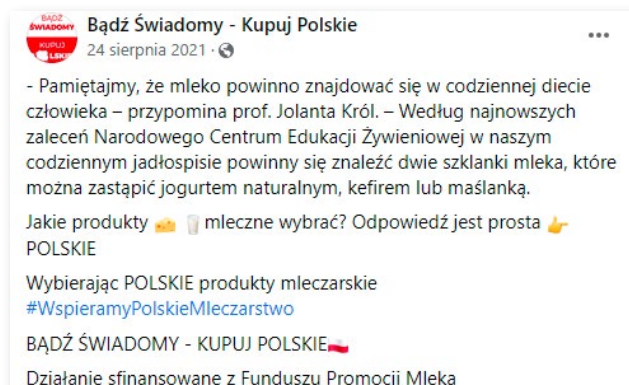
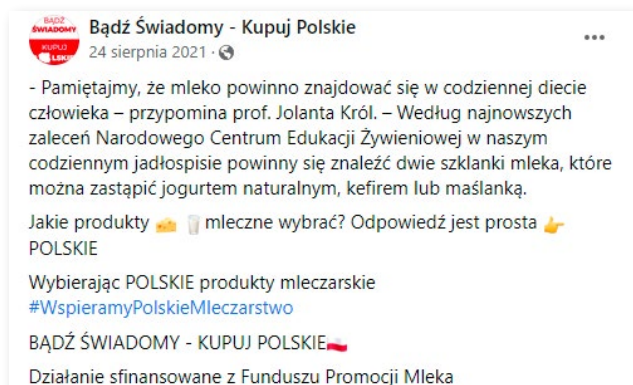
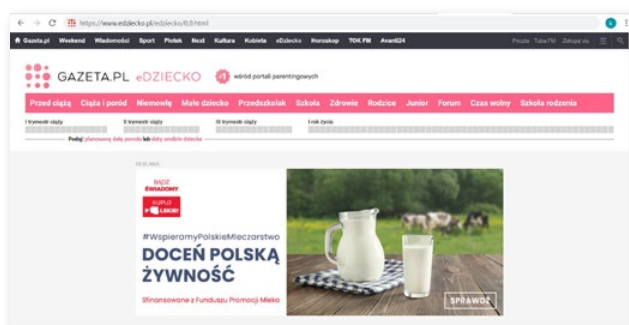


Polski sektor mleczarski reprezentowała Agnieszka Maliszewska, dyrektor Polskiej Izby Mleka, która poruszała m.in. sprawę uznawalności standardu PIM „bez GMO” przygotowanego przez Polską Izbę Mleka oraz mówiła o skutkach „Europejskiego Zielonego Ładu” i strategii „Od pola do stołu” dla sektora mleczarskiego.

8.1. #WSPIERAMYPOLSKIEMLECZARSTWO

Jednym z projektów promujących rodzime produkty mleczne był projekt „#WspieramyPolskieMleczarstwo”, który miał na celu uświadamiać konsumentów, iż kupując polskie produkty mleczarskie wspieramy zarówno producentów, przetwórców, ale również kupujemy produkty mleczarskie o wysokiej jakości i bogactwie walorów odżywczych z wykorzystaniem w produkcji najnowszych technologii. Ponadto miał on zachęcić konsumentów do wyboru polskich produktów mleczarskich w trudnym czasie pandemii Covid -19, co pomogło by przetrwać małym i dużym przetwórcom i producentom mleka, w szczególności w okresie, w którym spadł eksport zagraniczny.

W ramach projektu prowadzony był profil na Facebook – #WspieramyPolskieMleczarstwo. Przygotowano także szereg działań reklamowych mających na celu poinformowanie o zaletach polskich produktów mleczarskich. Działania realizowane w ramach projektu wspierane były opiniami ekspertów - celem dostarczenia rzetelnych i sprawdzonych informacji.



8.2. XIV RANKING SPÓŁDZIELNI MLECZARSKICH

Polska Izba Mleka stara się motywować i wspierać Spółdzielnie Mleczarskie. Dlatego już po raz 14 został przeprowadzony Ranking Spółdzielni Mleczarskich. Działania zostały sfinansowane z Funduszu promocji Mleka. W każdym roku celem Rankingu jest wyłonienie najbardziej dynamicznie rozwijających się podmiotów sektora mleczarskiego. W tegorocznej edycji po raz pierwszy przyznano nagrodę Przedsiębiorstwo zielonych rozwiązań. Nadzór nad przebiegiem wyboru podmiotów/laureatów sprawowała specjalnie powołana Kapituła Rankingu pod przewodnictwem wiceminister rolnictwa Anny Gembickiej.

Ogłoszenie wyników i rozdanie nagród miało miejsce podczas uroczystej Gali w Operze i Filharmonii Podlaskiej.

Nagrodę w kategorii Małe Spółdzielnie Mleczarskie otrzymała Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska w Czarnkowie, nagrodę w kategorii Średnie Spółdzielnie Mleczarskie otrzymała Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska w Sierpcu, nagrodę w kategorii Duże Spółdzielnie Mleczarskie otrzymała Spółdzielnia Mleczarska Mlekovita. W kategorii społeczna odpowiedzialność biznesu (CSR) liderem okazał się Hochland Polska. W tym roku po raz pierwszy przyznano nagrodę w kategorii Przedsiębiorstwo zielonych rozwiązań, której laureatem jest BEL Polska sp. z o.o.





9. PROMOCJA I UMACNIANIE POLSKIEGO EKSPORTU

Polska Izba Mleka zawsze była mocno zaangażowana w promocję polskiego mleczarstwa za granicą. W 2021 roku nie mogło być inaczej. Pomimo trudnych warunków pandemicznych, które spowodowały, że część działań została przeniesiona do świata wirtualnego, biuro PIM było w ciągłym kontakcie z zagranicznymi partnerami, promując polską branżę mleczarską. Również posiedzenia COGECA, której to od 2019 r. Dyrektor PIM piastuje funkcję Pierwszej Wiceprzewodniczącej, odbywały się w większości w formie wideokonferencji.

9.1. MLECZNE SKARBY – TRADE MILK 2

Polska Izba Mleka, między innymi w ramach projektu Trade Milk, realizowanego z powodzeniem od 2018 r., wspiera polskich producentów mleka, spółdzielnie mleczarskie i firmy eksportujące mleko i produkty mleczne w ekspansji na chiński rynek. Głównym założeniem programu jest wzrost rozpoznawalności wysokiej jakości polskich produktów mleczarskich, jak i wzmocnienie pozytywnego wizerunku mleka i jego produktów na rynku Chińskim.

Pomimo utrudnień związanych z pandemią Covid-19, polska branża mleczna była aktywna na terenie Chin, a polskie mleko i produkty mleczne są niezmiennie od lat obecne na półkach chińskich supermarketów. Członkowie Polskiej Izby Mleka uczestniczyli w targach, odmienionej wersji – hybrydowej, dzięki temu utrzymali kontakty z chińskimi kontrahentami oraz pozyskiwali nowych klientów. Co więcej polskie mleko UHT i mleko w proszku można także znaleźć na platformach sprzedaży internetowej takich jak JD.com czy na portalu TMall.

Dane o eksporcie do Chińskiej Republiki Ludowej za 2021 rok świadczą, że polskie zakłady mleczarskie mają dobrą markę w Chinach, a do tego potrafią utrzymać rynek w sytuacji globalnego kryzysu. Dzięki m.in. wieloletniej systematycznej pracy PIM nad chińskim rynkiem Polska jest w grupie największych i najważniejszych światowych eksporterów produktów mleczarskich do Chin. Nowe możliwości eksportowe dla polskich firm mleczarskich są od kwietnia 2021 roku. Wtedy w Chinach weszło w życie prawo, które dla naszych zakładów otworzyło nowy segment rynku.

Generalna Administracja Celną Chińskiej Republiki Ludowej (GACC) wydała pod koniec marca 2021 roku wytyczne w sprawie wymagań dotyczących kwarantanny i wymagań sanitarnych dla produktów mleczarskich na cele paszowe importowanych z Polski. Uprawnienia eksportowe do Chin w ogóle posiada 88 polskich zakładów mleczarskich, w tym 56 posiada zezwolenie na eksport produktów mleczarskich na cele paszowe.



ŚNIADANIE PRASOWE POLSKIEJ BRANŻY MLECZNEJ W WARSZAWIE

W dniu 9 listopada 2021 r. w Warszawie odbyła się konferencja prasowa projektu „Trade Milk – Mleczne Skarby 2”. Spotkanie miało na celu przedstawienie zebranym mediom aktualnych wyników handlowych oraz dyskusję na temat przyszłości eksportu mleka i produktów mlecznych z Polski do Chin. W konferencji wziął udział ekspert rynku chińskiego i rolno-spożywczego, Jacek Strzelecki, który wystąpił z prezentacją na temat „Polskie produkty mleczarskie w Chinach. Wyzwania i nowe możliwości sprzedaży”.

Polskie mleko i jego przetwory od dłuższego czasu znajdują stałe miejsce na chińskich sklepowych półkach i cieszą się rosnącą, z roku na rok, akceptacją ze strony chińskich konsumentów. Polskie produkty mleczarskie są coraz bardziej rozpoznawalne na rynku chińskim, związane jest to z licznymi działaniami realizowanymi przez Polską Izbę Mleka w Chińskiej Republice Ludowej m.in. przyczyniła się do tego realizacja projektu Trade Milk Mleczne Skarby, która wspiera działania naszych producentów na chińskim rynku. Jednak bez wątpienia ogromna praca została wykonana przez naszych producentów, eksporterów, którzy prowadzą stałe działania B2B. Także w ostatnim roku, pomimo pandemii koronawirusa i utrudnień logistycznych, polski eksport do Chin odnotował pozytywne wyniki. Jest to dowód na to, że nasza pozycja umacnia się tam stale. – mówi Agnieszka Maliszewska, Dyrektor Polskiej Izby Mleka, Pierwsza Wiceprzewodnicząca COGECA.





Zaproszenie na konferencję

Polska Izba Mleka ma zaszczyt zaprosić na konferencję prasową projektu pn. „Trade Milk – Mleczne Skarby 2”, która odbędzie się

9 listopada 2021 r. w Warszawie
o godz.: 10:30
w Bursztynowa Bistro, ul. Nowy Świat 37

W konferencji weźmie udział ekspert rynku chińskiego Pan **Jacek Strzelecki**, który wypowie się na temat „**Polskie produkty mleczarskie w Chinach. Wyzwania i nowe możliwości sprzedaży**”.

Udział w konferencji jest bezpłatny, liczba miejsc jest ograniczona, decyduje kolejność zgłoszeń.

Zgłoszenia przyjmowane są na adres targi@izbamleka.pl do dnia 03.11.2021





Sfinansowane z Funduszu Promocji Mleka

MLECZNE ŚNIADANIE PRASOWE

Z kolei w dniu 07.12.2021 r. w Pekinie zorganizowano Mleczne Śniadanie Prasowe z udziałem chińskich dziennikarzy. Wydarzenie stanowiło doskonałą okazję do poszerzenia wiedzy na temat polskich produktów mleczarskich, ich wartości i właściwości odżywczych oraz sposobu produkcji.



Produkty mleczne na cele paszowe – GACC opublikował listę przedsiębiorców

Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi Grzegorz Puda oraz Minister Chińskiej Republiki Ludowej Ni Yuefeng podpisali dnia 5 lutego 2021 r. porozumienie określające warunki eksportu do ChRL kolejnych grup polskich produktów: mąki oraz produktów mlecznych z przeznaczeniem na pasze. Efektem tego porozumienia jest publikacja przez Generalną Administrację Celną ChRL listy 11 przedsiębiorstw uprawnionych do eksportu produktów mlecznych na cele paszowe. Osiągnięte porozumienie w tej kwestii było długo oczekiwane przez polskich producentów branży mleczarskiej.

Polska Izba Mleka była stroną czynnie wspierającą i zaangażowaną w procedurę otwierania rynku chińskiego na ten asortyment produktów mlecznych.

Zakończeniem procedury będzie zatwierdzenie świadectwa, co powinno nastąpić dość szybko i rynek chiński dla polskich produktów mlecznych na cele paszowe można będzie uznać za otwarty. Możliwość rozszerzenia asortymentu o produkty przeznaczone na pasze dadzą polskim przedsiębiorcom szansę na możliwość zwiększenia listy odbiorców w Chinach.

– Jest to niezwykle ważny moment i bez wątpienia wielki sukces ministra Grzegorza Pudy – mówi Pani Agnieszka Maliszewska, dyrektor Polskiej Izby Mleka. Na podpisanie tego dokumentu czekaliśmy bardzo długo. Widać, że starania dyplomatyczne ze strony polskiego ministra, w tym też i udział nowej radcy rolnej w Chinach przyniosły nowe dobre światło na relacje handlowe. Czekamy teraz na sfinalizowanie ostatnich dokumentów, by móc rozpocząć eksport. Mam nadzieję, że stanie się to lada moment i 11 naszych firm będzie mogło rozpocząć eksport permeatu serwatkowego do Chin.

O pierwszych pobrexitowych reakcjach z Michele Barnier

W dniach 17-19 lutego 2021 r. odbywały się posiedzenia Prezydiów COPA i COGECA, podczas których omawiano kwestie związane z najważniejszymi tematami dotyczącymi europejskiego rolnictwa i spółdzielczości rolnej. W spotkaniach uczestniczyła Agnieszka Maliszewska – pierwsza wiceprzewodnicząca COGECA, dyrektor Polskiej Izby Mleka. To bardzo dobrze, że negocjacje wreszcie się zakończyły. W dniu 24 grudnia 2020 r. osiągnięto porozumienie ws. przyszłej współpracy Zjednoczonego Królestwa i UE. W dniu 28 lutego 2021 r. kończy się okres tymczasowy i PE powinien teraz wyrazić zgodę na zawarcie porozumienia – mówiła podczas konferencji prasowej podsumowującej te obrady - Agnieszka Maliszewska. Podczas spotkania z Michele Barnier mówiliśmy o naszych uwagach dotyczących umowy, konieczności jak najszybszego skrócenia procedur biurokratycznych oraz o jego dużym zaangażowaniu w kwestie rolnictwa podczas procesu negocjacji. Należy podziękować za ten proces panu Michelowi Barnier, jego zespołowi oraz służbom Komisji (DG AGRI, TRADE, SANTE i TAXUD). Michel Barnier zawsze miał silne powiązania z sektorem rolnym – dodaje Agnieszka Maliszewska dyrektor Polskiej Izby Mleka. Zmiany w kontrolach wprowadzane są etapami, aby dać przedsiębiorcom więcej czasu na przygotowanie się. Na każdym etapie wprowadzane są różne kontrole w przypadku różnych towarów, w tym kontrole obejmujące certyfikację zdrowotną, wstępne powiadomienie o imporcie, elektroniczna i fizyczna kontrola tożsamości, jak również kontrole w określonych punktach granicznych (od 1 lipca 2021 r.).

Z dniem 1 kwietnia 2021 r. nadal obowiązywać będą wprowadzone 1 stycznia 2021 r. wymogi dotyczące przewozu produktów pochodzenia zwierzęcego z obszarów wysokiego ryzyka w ramach środków ochronnych. Ponadto wszystkie produkty pochodzenia zwierzęcego muszą być uprzednio zgłoszone przez IMPORTERA za pomocą systemu IPAFFS i muszą posiadać świadectwa zdrowia (elektroniczną kopię należy bezzwłocznie przestać importerowi, a papierową dołączyć do towarów podczas eksportu).

Od 1 kwietnia 2021 r. do następnego etapu (1 lipca 2021 r.) sprawdzanie dokumentów będzie przebiegać zdalnie i towary w dalszym ciągu mogą przekraczać granicę w każdym punkcie wwozu. Umowa obejmuje nie tylko handel towarami i usługami, ale m.in. szeroki wachlarz innych dziedzin będących przedmiotem zainteresowania UE, takich jak: inwestycje, konkurencja, pomoc państwa, przejrzystość podatkowa, transport lotniczy i drogowy, energia i zrównoważony rozwój, rybołówstwo, ochrona danych i koordynacja systemów zabezpieczenia społecznego. Przewiduje ona zerowe stawki celne i brak kontyngentów taryfowych na wszystkie towary, które przestrzegają odpowiednich reguł pochodzenia. Obie strony zobowiązały się m.in. do zagwarantowania równych warunków konkurencji poprzez utrzymanie wysokiego poziomu ochrony. UE i Zjednoczone Królestwo uzgodniły nowe ramy wspólnego zarządzania zasobami rybnymi w wodach UE i Zjednoczonego Królestwa. W kwestii transportu umowa zapewnia trwałe i długofalowe połączenia lotnicze, drogowe, kolejowe i morskie - chociaż dostęp do rynku będzie bardziej ograniczony m.in. o to, co oferuje jednolity rynek. Komisja Europejska przedstawiła 25 grudnia 2021 r. wniosek w sprawie pobrewitowej rezerwy dostosowawczej z całkowitym budżetem wynoszącym 5 mld euro. Rezerwa wesprze przedsiębiorstwa i zatrudnienie w dotkniętych sektorach.

Podczas spotkania z Michel Barnier wybrzmiewała kwestia trudności związanych ze zbyt obszerną biurokracją, zbyt małą ilością służb weterynaryjnych oraz wieloma niewiadomymi związanymi z m.in. oznaczeniami produktów. Bez wątpienia sprawy rolnictwa były poważną częścią tych negocjacji, jednakże Michel Barnier podkreślał też delikatność i trudność rozmów wynikającą z dość delikatnej sytuacji Irlandii. Podczas rozmów Michel Barnier mówił też o obawach KE dotyczących przepływu towarów z krajów trzecich przez GB. Mówił, że jest to obecnie kraj w pełni suwerenny, który będzie zawierał własne umowy handlowe, które zapewne będą w pełni wykorzystywać, by zmieniać swoje modele żywieniowe, aby w ten sposób stawać się krajem o maksymalnej niezależności żywnościowej. Podczas spotkania koledzy ze Szkocji i Irlandii podkreślali szereg utrudnień, m.in. tych, które wiążą się z wielotygodniowym oczekiwaniem na dokumentację wywozową i wwozową. Mówiono o mocno zauważalnym spadku wymiany handlowej ze Szkocją. Jednak Michel Barnier podkreślał, że dokumentacja jest dość ważnym elementem, ponieważ KE zależy na tym, by nie wprowadzić na rynek UE towarów z krajów trzecich bez pewności, że spełniają one wszelkie normy i zalecenia. Podkreślił, że KE dokłada wszelkich starań do tego, by uprościć te procedury. Według pierwszych sprawozdań wewnętrznych, niektóre z europejskich spółdzielni mleczarskich odnotowały wzrost kosztów związanych z obciążeniami administracyjnymi o 8%. W sektorze owoców i warzyw odnotowano dodatkowy koszt w wysokości 400-500 euro na ciężarówkę. Dodatkowa warstwa złożoności kosztów związana jest z przesyłkami mieszanymi. COPA COGECA wzywa rząd Wielkiej Brytanii i Komisję Europejską do zajęcia się tym problemem, aby utrzymać niezakłócone przepływy handlowe.

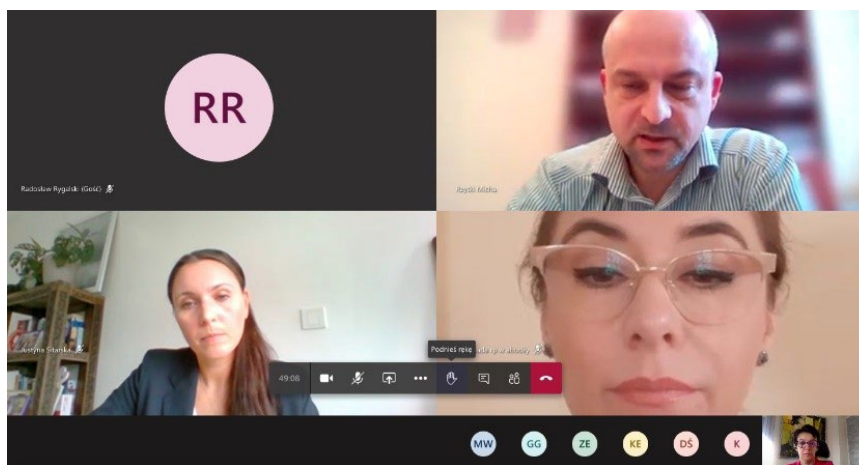
Certyfikaty przedeksportowe dla produktów powrotnie wywożonych do Zjednoczonego Królestwa (zakłady), zapewnienie spójności podejścia w różnych punktach kontroli granicznej, potrzeba usprawnienia wymiany danych elektronicznych między UE, a Wielką Brytanią – administracja i niezawodność niektórych systemów informatycznych, punkty wejścia i wyjścia są bardzo zatłoczone (obawy COVID-19), potrzeba wyjaśnienia niektórych aspektów dotyczących handlu z Irlandią Północną, w szczególności w odniesieniu do wygaśnięcia obowiązujących okresów karencji. Musimy zbadać wszystkie możliwości ułatwienia kontynuacji handlu opartego na równoważności środków w odniesieniu do sadzeniaków ziemniaka produkowanych w Wielkiej Brytanii i UE-27.

COGECA o WPR i umowach handlowych

W dniu 18 marca 2021 r. odbyło się posiedzenie Prezydium COGECA. Spotkanie odbyło się w formie wideokonferencji i było okazją do wymiany poglądów dotyczących aktualnej sytuacji na europejskim rynku rolnym i spółdzielczym. W spotkaniu uczestniczyła Agnieszka Maliszewska pierwsza wiceprezydent COGECA.

Kilkugodzinne spotkanie zdominowała dyskusja na temat nowej Wspólnej Polityki Rolnej, skutków Brexitu i umów handlowych. Negocjacje trójstronne w sprawie reformy WPR nadal trwają. COPA COGECA kontynuuje swoją działalność lobbystyczną, przedstawiając swoje stanowiska i obawy instytucjom UE. Dotyczy to przede wszystkim warunkowości (normy GAEC i SMR), warunkowości społecznej, ekoprogramów i artykułów związanych z inwestycjami w ramach rozwoju obszarów wiejskich. Działania te są prowadzone w ramach przygotowań do negocjacji trójstronnych.

Z inicjatywy Agnieszki Maliszewskiej - Dyrektor Polskiej Izby Mleka dnia 5 lutego 2021 r. odbyło się spotkanie online, zorganizowane przez Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi ws. możliwości eksportowych produktów mleczarskich do Nigerii.



W spotkaniu uczestniczyli Joanna Targońska - Ambasador RP w Abudży, Joanna Sitarska - Biuro Handlowe PAIH w Lagos, Ewa Kordys -MSZ oraz Michał Rzytki i Ewelina Zdrodowska z MRiRW. Export na rynek nigeryjski wiąże się też z licznymi barierami. Na prośbę Agnieszki Maliszewskiej zarówno Ambasada RP w Abudży jak i PAIH miały przygotować rozeznanie w zakresie możliwości eksportowych.

ZAPROSZENIE – KONFERENCJA ONLINE PT. „SEKTOR MLECZARSKI W NIGERII”

Polska Izba Mleka we współpracy z Ambasadą Rzeczypospolitej Polskiej w Abudży, Ministerstwem Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Polską Agencją Inwestycji i Handlu zorganizowała konferencję pt. „Sektor Mleczarski w Nigerii”, która odbyła się dnia 22 kwietnia 2021 r. w formie online.



Polska Agencja
Inwestycji i Handlu
Grupa PFR



MINISTERSTWO
ROLNICTWA
I ROZWOJU WSI

ZAPROSZENIE

KONFERENCJA ONLINE pt. „Sektor Mleczarski w Nigerii”

Polska Izba Mleka we współpracy z Ambasadą Rzeczypospolitej Polskiej w Abudży, Ministerstwem Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Polską Agencją Inwestycji i Handlu ma ogromną przyjemność zaprosić Państwa do uczestnictwa w konferencji pt. „Sektor Mleczarski w Nigerii”, która odbędzie się w dniu 22 kwietnia 2021 roku o godz. 11:30 w formie online.

Eksport na rynek nigeryjski wiąże się z licznymi barierami, jednak Nigeria jest rynkiem o rosnącym potencjale, posiadającym duże możliwości w zakresie sprzedaży mleka w proszku, szczególnie tzw. fat milk. W 2020 r. zanotowano 21% wzrost eksportu sera, 19% wzrost eksportu pełnego mleka w proszku (PMP) oraz 59% wzrost eksportu odtuszczonego mleka w proszku (OMP) z UE. Również Polska eksportuje do Nigerii produkty mleczne takie jak: mleko i śmietanę, maślanke, serwatke, masło, sery i twarogi. Największy wzrost eksportu w 2020 r. w porównaniu do 2019 r. dało się zauważyć przy eksporcie mleka i śmietany, było to o ok. 144%. Polska posiada 3,15% udział w wartości eksportu OMP na ten rynek.

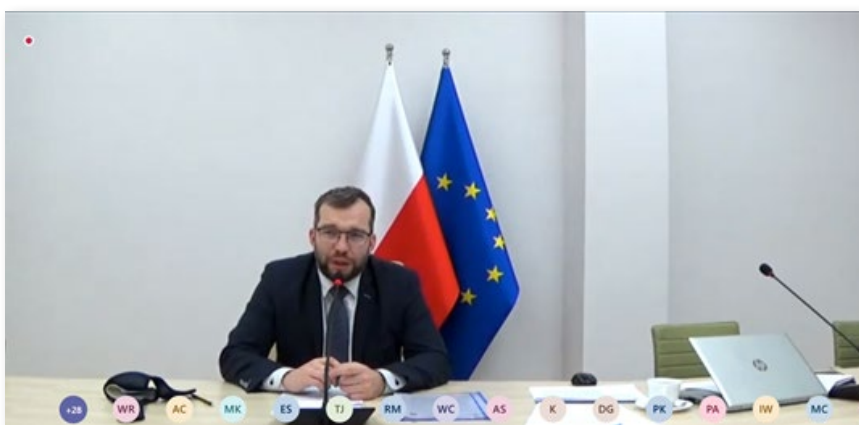
Obecnie 60% mleka Nigeria importuje, gdyż krajowa produkcja mleka jest niewielka. Nie ma też krajowej produkcji pasz. Dziś na rynku nigeryjskim dominują Arla i Nestle.

Wszystkich zainteresowanych uczestnictwem prosimy o przesłanie zgłoszenia na adres
e-mail: szkolenia@izbamleka.pl
do dnia 08.04.2021
ze wskazaniem osoby uczestniczącej.*

*Ilość miejsc jest ograniczona. Pierwzeństwo dla członków PIM.

EKSPORT ROLNO-SPOŻYWCZY DO KRAJÓW TRZECICH – WSPARCIE ZE STRONY ADMINISTRACJI I PLACÓWEK ZAGRANICZNYCH RP

W dniu 9 lutego 2021 r. roku Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi we współpracy z Ministerstwem Spraw Zagranicznych zorganizowało spotkanie pt. „Eksport rolno-spożywczy do krajów trzecich – wsparcie ze strony administracji i placówek zagranicznych RP”.



W spotkaniu uczestniczył Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi Grzegorz Puda, Minister Spraw Zagranicznych Paweł Jabłoński, przedstawiciele ambasad, radcowie rolni oraz ponad 20 przedstawicieli organizacji rolno-spożywczych, w tym Agnieszka Maliszewska – dyrektor Polskiej Izby Mleka, pierwsza wiceprezydent COGECA. Na wstępie zostały przedstawione bariery eksportowe, z którymi borykają się przedsiębiorcy. Zaliczyć do nich możemy m.in. brak znajomości rynku, brak informacji społeczeństwa na temat produktu czy też liczne wymogi formalne.

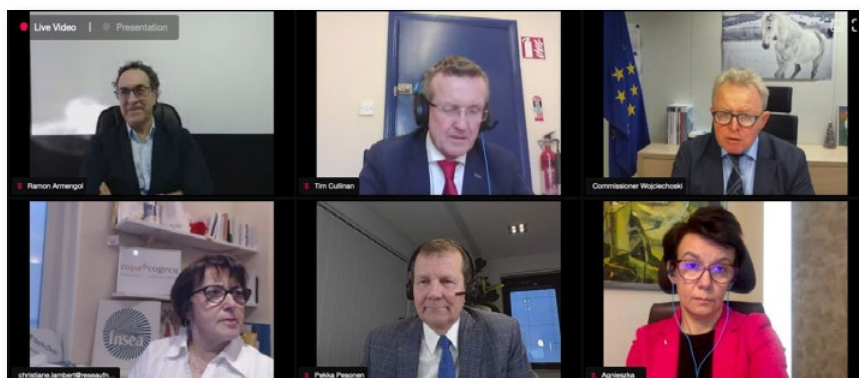
Na wstępie Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi przywitał uczestników i przedstawił krótko cel spotkania, którym było pozyskanie informacji od przedstawicieli organizacji rolno-spożywczych na temat barier, z którymi borykają się podczas eksportu do krajów trzecich, a następnie podjęcie działań przez MRiRW oraz MSZ by ułatwić możliwości eksportu na rynki poza unijne.

Minister Paweł Jabłoński zauważył, iż Ministerstwo Spraw Zagranicznych mogłoby w wielu sprawach działać lepiej i aktywniej, a dzięki temu spotkaniu będziemy wiedzieli na czym powinni się skupić.

Następnie przedstawiciele organizacji rolno-spożywczych mówili o problemach z jakimi przedsiębiorcy muszą się mierzyć podczas eksportu do krajów trzecich.

Agnieszka Maliszewska – Polska Izba Mleka – Dla branży mleczarskiej istotny jest każdy rynek trzeci. Wszystko jest istotne w zdobywaniu nowych rynków, świadectwa również. Organizacja misji gospodarczych z udziałem Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi oraz administracji rządowej wraz z przedstawicielami firm byłoby dobrym rozwiązaniem. Tego typu wyjazdy umożliwiają bezpośredni kontakt z kontrahentem i pokazują wsparcie rządu.

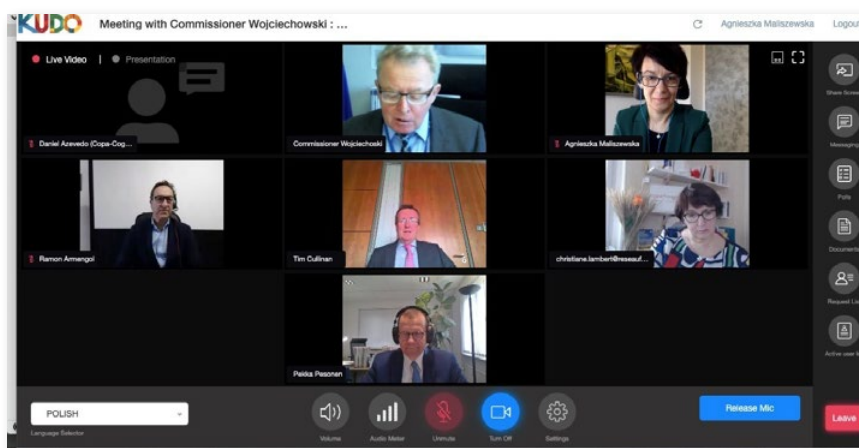
POSIEDZENIE PREZYDIUM COPA I COGECA 17-19.02.2021



Na spotkaniu nastąpiła wymiana poglądów z Marią do Céu Antunes (ministra rolnictwa Portugalii, przewodnicząca Rady ds. Rolnictwa i Rybołówstwa) na temat priorytetów portugalskiej prezydencji (reforma WPR, strategie „od pola do stołu” i różnorodności biologicznej, zmiany klimatu, środowisko, negocjacje handlowe itd.) Wymiana poglądów z Michelelem Barnier (specjalny doradca przewodniczącej Ursuli von der Leyen) na temat umowy o handlu i współpracy ze Zjednoczonym Królestwem. Wymiana poglądów z Ulrike Müller, Erikiem Andrieu i Peterem Jahrem (członkowie Parlamentu Europejskiego, Komisja Rolnictwa i Rozwoju Wsi) na temat negocjacji w sprawie przyszłej WPR, rozmów trójstronnych i Zielonego Ładu.

25 LUTEGO AGNIESZKA MALISZEWSKA, JAKO VICE PREZYDENT COGECA, UCZESTNICZYŁA W SPOTKANIU Z KOMISARZEM DS. ROLNICTWA JANUSZEM WOJCIECHOWSKIM

Spotkanie dotyczyło umów o wolnym handlu pomiędzy Unią Europejską, a krajami trzecimi. Najwięcej uwagi w dyskusji poświęcono umowie MERCOSUR, która zdaniem COPA i COGECA zagraża europejskiemu rolnictwu. Komisarz Wojciechowski wskazał na 11 umów, będących w trakcie negocjacji, m.in. z Japonią, Nową Zelandią czy Australią, gdzie bilans dodatni dla unijnych producentów i przetwórców zapowiadany jest na wysokim poziomie. Zgodził się, że umowa MERCOSUR przyniesie bilans negatywny na poziomie - 2,2 mld Euro. Zaznaczył, że umowa ta negocjowana była przez poprzednią KE i zdecydowanie jest to umowa polityczna.



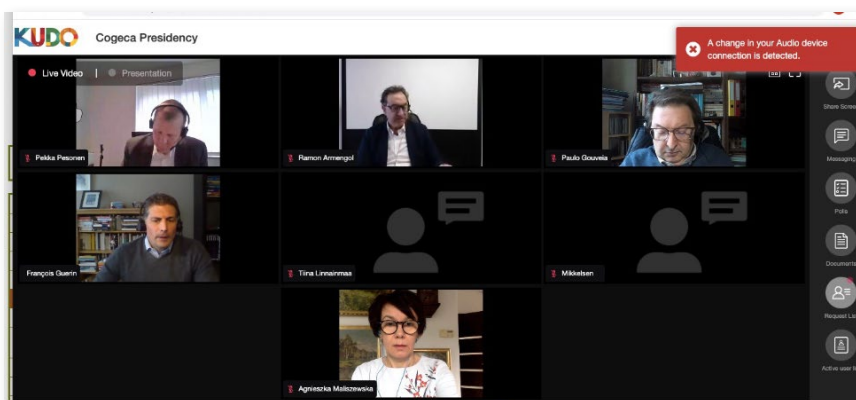
COPA COGECA wielokrotnie podkreślała, że nie może poprzeć umowy z MERCOSUR ze względu na konkurencję oraz sposób, w jaki rolnictwo było wykorzystywane jako karta przetargowa w celu uzyskania dostępu do rynków MERCOSUR przez inne sektory gospodarki.

Szczególnie w obecnym momencie, kiedy na unijnych rolników i spółdzielnie nakładane są tak ogromne zobowiązania wynikające z ambicji Zielonego Ładu i strategii „Od pola do stołu”. Warto zaznaczyć, że weryfikowalność, ograniczenia środowiskowe oraz wymogi w zakresie dobrostanu zwierząt wiążą się z dodatkowymi kosztami ponoszonymi przez rolników i spółdzielnie. Podczas spotkania z komisarzem Wojciechowskim wyraźnie wybrzmiał głos obawy podwójnych standardów i nieuczciwej konkurencji w sytuacji zawarcia tej umowy.

Komisarz zobowiązał się do przekazania wszystkich przedstawionych uwag podczas dyskusji komisarzy nad umową MERCOSUR.

COPA COGECA I EDA O SEKTORZE MLEKA

Dnia 23 marca 2021 r. za pośrednictwem internetu odbyło się spotkanie kierownictwa COPA COGECA z EDA. W spotkaniu uczestniczyli Michel Nallet, przewodniczący EDA; Alexander Anton, sekretarz generalny EDA, COPA-COGECA reprezentowali Christine Lambert, przewodnicząca COPA; Ramon Armengol, przewodniczący COGECA; Agnieszka Maliszewska, wiceprzewodnicząca COGECA oraz Pekka Pesonen sekretarz generalny COPA-COGECA.



Spotkanie było okazją do wymiany poglądów na temat najważniejszych zagadnień dotyczących sektora mleczarskiego, istotnych z punktu widzenia obu organizacji. Warto zaznaczyć, że obecnie europejskie spółdzielnie skupiają ponad 60% unijnego rynku mleka.

W grudniu 2020r. Komisja Europejska otworzyła sześciotygodniowe konsultacje publiczne w sprawie przeglądu pewnych elementów rozporządzenia (UE) nr 1169/2011 w sprawie przekazywania konsumentom informacji na temat żywności, ze zwróceniem szczególnej uwagi na oznaczanie wartości odżywczej z przodu opakowania, oznaczanie pochodzenia pewnych rodzajów żywności, w tym mleka i mleka wykorzystywanego jako składnik, a także oznaczanie dat („termin przydatności do spożycia” i „najlepiej spożyć przed”). Wstępna ocena skutków objęła również profile składników odżywczych w kontekście oświadczeń żywieniowych i zdrowotnych (rozporządzenie (UE) nr 1924/2006).

W poprzednich rozmowach większość nie opowiedziała się za obowiązkowym oznaczaniem pochodzenia. Debata na ten temat trwa, a decyzja w tej sprawie leży w rękach grupy roboczej „Mleko i produkty mleczne”. COPA-COGECA nie przyjęła jeszcze oficjalnego stanowiska.

EDA sprzeciwia się obowiązkowi oznaczania pochodzenia. W rzeczy samej, Lactalis jest jednym z głównych podmiotów odrzucających francuski plan krajowy.

W ramach strategii „Od pola do stołu” w styczniu 2021 r. Komisja oficjalnie rozpoczęła prace nad „Kodeksem postępowania dotyczącym odpowiedzialnych praktyk w zakresie biznesu i marketingu”, który ma zachęcić do wprowadzania praktyk o zrównoważonym charakterze i przyjmowania zobowiązań przez „środkowe” ogniwa łańcucha żywnościowego t. j. przetwórców żywności. Prace nad Kodeksem mają zakończyć się do końca maja 2021r. Począwszy od lutego 2021r. są organizowane warsztaty dla stron zainteresowanych.

Strony zainteresowane wielokrotnie rozmawiały z Komisją Europejską na temat oparcia Kodeksu na trzech filarach zrównoważoności (gospodarczym, społecznym i środowiskowym). Jego obecna struktura skupia się jednak wyłącznie na:

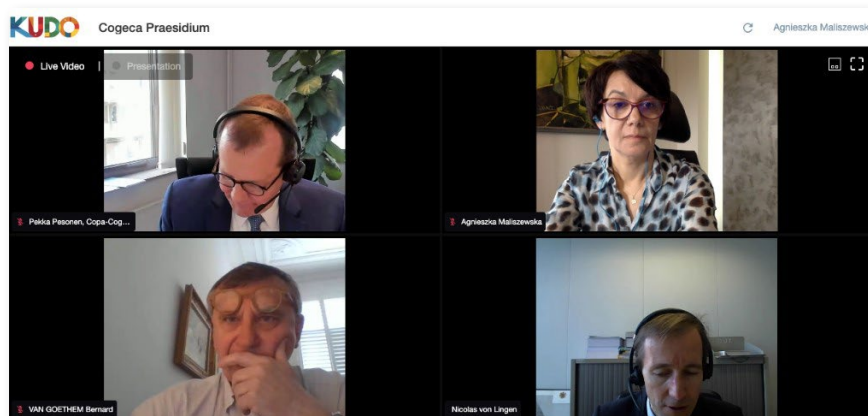
- I. Wzorcach konsumpcji żywności (zdrowy i zrównoważony sposób odżywiania);
- II. Poprawie wpływu działań własnych przetwórców żywności, sprzedaży detalicznej i gastronomii na zrównoważoność;
- III. Poprawie zrównoważoności łańcucha wartości żywności - w odniesieniu do producentów pierwotnych i innych podmiotów łańcucha.

Komisja będzie monitorować zobowiązania przyjmowane w ramach Kodeksu, by sprawdzić czy są one spójne z ustalonymi celami, a także rozważy wprowadzenie środków prawnych podczas przeglądu strategii „Od pola do stołu” - jeśli postępy okażą się niewystarczające.

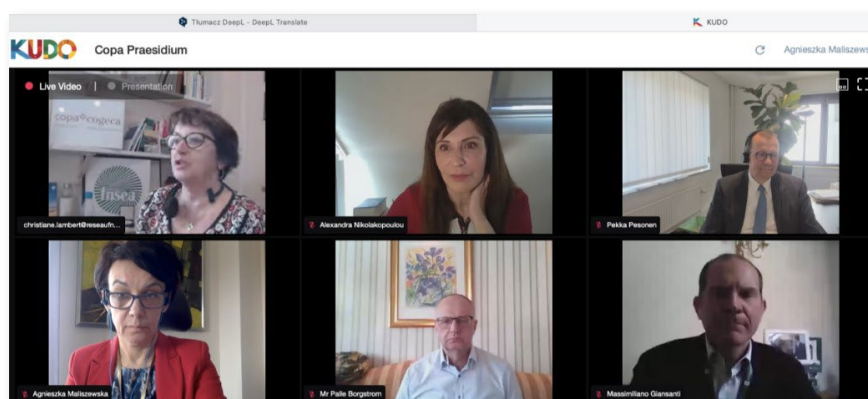
Podczas spotkania wszyscy byli zgodni, że należy wspólnie pracować na rzecz europejskiej spółdzielczości mleczarskiej, wspólnie podejmować działania i wysiłki w kierunku promocji zrównoważonej diety z zawartością mleka i produktów mlecznych, chronić interesów sektora mleczarskiego.

O WPR, KODEKSIE I BREXICIE NA UNIJNYCH SZCZEBŁACH

W dniach 21-23 kwietnia 2021 r. miały miejsce posiedzenia prezydium COPA i COGECA, w których uczestniczyła Agnieszka Maliszewska, pierwsza wiceprzewodnicząca COGECA. Podczas trzech intensywnych dni posiedzeń wideo odbyło się wiele spotkań, w tym z komisarzem ds. rolnictwa Januszem Wojciechowskim. Spotkania zdominowały tematy związane z nową WPR, Brexitem oraz Kodeksem Dobrych Praktyk, który jest jednym z ważniejszych dokumentów omawianych obecnie na brukselskich spotkaniach, a który bez wątpienia zostawi poważny ślad w działalności europejskich spółdzielni rolniczych. Brexit stał się faktem, Zjednoczone Królestwo stało się krajem trzecim. Głównym powodem, dla którego do tej pory nie odnotowaliśmy poważnych zakłóceń w handlu, są po pierwsze przygotowania poczynione przez przedsiębiorstwa w celu zgromadzenia zapasów w miarę możliwości w danym kraju, a po drugie Zjednoczone Królestwo nie wprowadziło jeszcze pełnej kontroli granicznej i ograniczeń - w niektórych przypadkach ich wprowadzenie zostało opóźnione do października lub stycznia 2022 r.



Ważne jest, aby UE i Wielka Brytania wykorzystały ten czas na omówienie tego, co można zrobić w perspektywie długoterminowej, aby zmniejszyć wpływ tych kontroli i ograniczeń oraz ułatwić przepływ handlu między obiema jurysdykcjami. Choć prawdą jest, że te nowe bariery handlowe powstały z powodu nieprzemyślnych działań Zjednoczonego Królestwa w zakresie współpracy regulacyjnej, to ich wpływ na przedsiębiorstwa w UE będzie znaczny, gdy wejdą w życie. W szczególności uciążliwe i kosztowne procesy certyfikacji zdrowotnej i wstępnego powiadamiania nie pasują do naszej bliskości ze Zjednoczonym Królestwem i są bardzo szkodliwe dla naszych zintegrowanych łańcuchów dostaw. Biorąc pod uwagę, że Wielka Brytania odroczyła wprowadzenie nowych kontroli, jasne jest, że zdaje sobie sprawę z poważnego wpływu, jaki będą one miały na handel. Widać to już dziś po spadku eksportu z Wielkiej Brytanii na rynek UE. Podczas spotkania z Bernardem van Goethemem (DG ds. Zdrowia i Bezpieczeństwa Żywności) oraz Nicolasem von Lingenem (sekretariat generalny Komisji Europejskiej) rozmawiano na temat aktualnej sytuacji po obu stronach oraz omawiano sprawę irlandzkiego protokołu. Przypomnijmy, że do 30 kwietnia 2021 r. umowa stosowana jest na zasadach tymczasowych, po 1 maja 2021 r. wejdzie w życie w pełnej wersji i zasadach. Parlament Europejski otrzymał rekomendacje ratyfikowania umowy Brexit i powinien ją przegłosować na sesji plenarnej w tym tygodniu. Pomimo faktu, że Irlandia Północna znajduje się na jednolitym rynku UE produktów rolno-spożywczych, produktów, które zawierają składniki pochodzące z Irlandii Północnej lub które są wytwarzane w ramach łańcuchów dostaw obejmujących całą wyspę, produkty te są obecnie wyłączone z umów o wolnym handlu UE z państwami trzecimi oraz z unijnych narzędzi wspierania rynku. Sprawia to, że są one bardzo narażone i znajdują się w bardzo niekorzystnej sytuacji w stosunku do naszych kolegów - co podważa wartość tej produkcji, ze szkodą dla naszych rolników i społeczności wiejskich - zwłaszcza tych w przygranicznych hrabstwach Irlandii, których gospodarki opierają się na handlu transgranicznym w sektorze rolno-spożywczym.



Podnoszono też kwestie przewozu zwierząt hodowlanych. We Francji brak jest przejść granicznych, w celu przywozu zwierząt gospodarskich, z wyjątkiem przejść do przewozu piskląt, do UE z Wielkiej Brytanii. Brak przejścia granicznego we Francji, Belgii i Holandii oznacza, że nie można przywozić ze Zjednoczonego Królestwa wysokiej jakości zwierząt hodowlanych. Administracja francuska jest obecnie w bliskim kontakcie z prywatnym podmiotem gospodarczym, który poszukuje w Calais (Francja) specjalnego miejsca na założenie obiektów dla świń i przeżuwaczy. Podczas rozmowy z Komisarzem Januszem Wojciechowskim rozmawiano głównie o sprawie Wspólnej Polityki Rolnej, prowadzonej przez KE ocenie strategii promocyjnej oraz Eko programach. Komisarz odniósł się też do swoich wpisów w mediach społecznościowych, gdzie prowadzi dość szeroki dialog w zakresie „hodowli przemysłowej”.

Zdaniem Komisarza wszyscy jesteśmy odpowiedzialni za wdrażanie ambitnych planów Zielonego Ładu, a jednocześnie podkreślał, że nie możemy zgadzać się na intensywne rolnictwo lub inaczej na rolnictwo przemysłowe, jakie widoczne jest w wielu krajach UE. Podkreślał znaczenie planów strategicznych opracowywanych przez państwa członkowskie UE, które muszą zawierać unijne ambicje EZŁ. Jako przykład hodowli przemysłowej, skoncentrowanej Komisarz podawał chowy klatkowe kurcząt. Wskazywał, że codziennie z mapy rolnej znikają 4 mln gospodarstw. Dlatego KE bardzo mocno postawiła na wsparcie gospodarstw ekologicznych, podkreślając, że dla wielu gospodarstw jest to jedyna alternatywa na przetrwanie. W kwestii głosów dotyczących ograniczenia promocji mięsa czy mleka, Komisarz jasno wyraził zdanie KE, że nie planuje ona ograniczania promocji tych produktów. Podczas tych intensywnych dni odbyło się także spotkanie z Aleksandrą Nikolakopoulou z Dyrekcji Generalnej ds. Zdrowia i Bezpieczeństwa Żywności na temat Kodeksu postępowania dotyczącego odpowiedzialnych praktyk w zakresie biznesu i marketingu. Kodeks jest aktualnie omawiany, głównie z organizacjami NGO, a nie z rolnikami i przetwórcami. Zdaniem DG w centrum zainteresowania kodeksu znajduje się konsument, jednakże zapomniano o tym, że to rolnik i przetwórca odpowiadający za wyprodukowanie i wprowadzenie do obrotu produktu powinien znajdować się w centrum uwagi, szczególnie w obszarze konsultacji nad tym dokumentem. I choć ciągle w czasie dyskusji powtarzano, że kodeks ma być dobrowolnym aktem prawnym, to jednak praktyka wskazuje, że dość szybko unijne dobrowolne regulacje zostają uznane jako obowiązkowe.

Po raz pierwszy od 1,5 roku w Brukseli spotkało się Prezydium COGECA

W dniach 22 i 23 września 2021 r. w Brukseli odbywały się posiedzenia Prezydencji COGECA, w których uczestniczyła Agnieszka Maliszewska, pierwsza wiceprzewodnicząca tej organizacji. Spotkania zdominowała tematyka Wspólnej Polityki Rolnej oraz strategii „Od pola do stołu” i przedstawione w ostatnim czasie oceny skutków tej strategii jako mało korzystne dla unijnego sektora rolniczego.

Podczas spotkania podkreślano, że w obecnej sytuacji nowej polityki rolnej oraz bardzo ambitnej strategii, wiodąca rola spółdzielni w zakresie przemian i zachowana ciągłości pracy w terenach wiejskich jest nie do przecenienia. Dlatego prace COGECA w ostatnim okresie skupiają się także na wzmocnieniu pozycji spółdzielni w możliwości pozyskiwania przez nie wsparcia finansowego.

W Parlamencie Europejskim głosowane będą propozycje poprawek do F2F. Warto przy tej okazji zaznaczyć, że do chwili obecnej opracowanych zostało pięć niezależnych ocen skutków strategii F2F. Każda z nich jednoznacznie wskazuje na wzrost kosztów produkcji oraz spadek produkcji, zwłaszcza w obszarze zwierząt hodowlanych. Ponadto badania wskazują, że obserwować będziemy ucieczkę emisji CO₂ z UE do krajów trzecich, co w efekcie w żaden sposób nie przyczyni się do zmian klimatu, tylko zwiększenia emisji z jednych obszarów globu na inne.

Raport techniczny opracowany przez organy KE także wskazuje na zmniejszenie produkcji, w tym także w sektorze mleka. Jednakże zdaniem komisarza Janusza Wojciechowskiego, nie można przeprowadzić pełnej oceny skutków strategii zanim nie będzie planów strategicznych Państw Członkowskich. Podczas posiedzenia COPA COGECA przedstawiciele ministerstwa rolnictwa Francji przedstawili prezentację dotyczącą zachowań konsumenckich, diet oraz tzw. mięsa z próbówki. Z przedstawionej analizy wynika, że najwięcej konsumentów deklaruje przejście na dietę wegańską w Unii Europejskiej - 3,2% badanych. Znaczną grupę stanowią też flexitarianie - osoby deklarujące ograniczenie konsumpcji mięsa.

Dietę wegańską chcą wprowadzać najczęściej młode osoby w wieku 18-24 lat, głównie kobiety z dużych miast, pochodzące z wyższych klas społecznych z dobrą sytuacją finansową.

Pierwszy stek in vitro powstał w Holandii w 2013 r. Dziś rynek ten rozwija się w ogromnym tempie, dzięki potężnym inwestycjom. Obecnie najwięksi inwestorzy w rynek mięsa sztucznego to USA, Izrael i Europa. Ogromne pieniądze w ten przemysł inwestują Nestle czy Coca Cola oraz fundusze inwestycyjne. Największa firma produkująca sztuczne mięso to Good Meat z USA. Dziś na zalegalizowaną produkcję i sprzedaż mięsa in vitro (drobiowego) zezwolił tylko Singapur. Japonia i Izrael są w trakcie procedowania aktów prawnych.

Podczas rozmów i prezentacji podnoszono też kwestie zamienników mleka. Niektóre badania mówią wprost o upadku sektora mleczarskiego w perspektywie kilkudziesięciu lat. Inne o znacznym zmniejszeniu światowej produkcji. Jednoznacznie z przedstawionych scenariuszy wynika, że produkcja mleka będzie ograniczana (10-20% mniej niż obecnie). To w konsekwencji poważnie zachwieje rynkiem mleka. Zmieniać się będą także nawyki konsumenckie.

Inne ważne kwestie dla sektora mleczarskiego: Komisja ENVI Parlamentu Europejskiego przyjęła swoje sprawozdanie w sprawie strategii Komisji dotyczącej metanu. Chociaż COPA i COGECA popierają wiele z przyjętych poprawek, żałujemy, że po raz kolejny debata skupiła się na „wiążących celach i środkach” jako jedynym rozwiązaniu. Ostatnie badania na temat „Od pola do stołu” wyraźnie pokazały, że cele nie przewidują niezbędnych środków lub narzędzi, ani nie uwzględniają złożonych compromisów. W uzupełnieniu do istniejących celów, propozycja Komisji ENVI może jeszcze bardziej zaszkodzić zwierzętom gospodarskim w UE i zagrozić bezpieczeństwu żywnościowemu, jednocześnie nieuchronnie powodując ucieczkę emisji do krajów trzecich.

Komitety COPA i COGECA przyznają, że rola sektora rolniczego w ograniczaniu emisji biogenego metanu ma ogromne znaczenie. Wysiłki w rolnictwie muszą być kontynuowane z zastosowaniem sprawiedliwego, międzysektorowego podejścia, zgodnego z Europejskim Zielonym Ładem i zobowiązaniami Europy w ramach porozumienia paryskiego. Z zadowoleniem przyjmujemy fakt, że w sprawozdaniu komisji ENVI doceniono wysiłki europejskich rolników, o czym świadczy spadek emisji metanu w UE-28 o 22% w latach 1990-2018. Popieramy również apel od/do posłów do PE o zwiększenie upowszechnienia praktyk zarządzania obornikiem, a także rozwój biogazu w celu waloryzacji odpadów i pozostałości.

Żałujemy, że w debacie na temat wiążącego celu pominięto kilka kluczowych kwestii, zwłaszcza dotyczących sposobu pomiaru emisji metanu w sektorze rolniczym. Komitety COPA i COGECA nie mogą poprzeć wezwania do obowiązkowego monitorowania, publicznego raportowania i weryfikacji dla wszystkich sektorów emitujących metan, ponieważ gromadzenie i dokładność danych na poziomie gospodarstw lub MŚP może być skomplikowane i potencjalnie niesprawiedliwe.

Łańcuch rolno-spożywczy i produkty rolno-spożywcze zostały silnie dotknięte wzrostem kosztów transportu morskiego i pogorszeniem jakości usług przewozowych. Jak podają agencje, w ciągu ostatnich dwóch lat koszty transportu morskiego gwałtownie wzrosły. Pod koniec października ubiegłego roku stawki na szlaku handlowym Azja - Europa Północna, odnotowane przez Shanghai Containerised Freight Index, przekroczyły 1000 USD za teu. Do połowy czerwca bieżącego roku stawki wzrosły do ponad 6.300 USD za teu. Z raportów branżowych wynika, że niektórzy załadownicy płacą nawet 20 000 USD za przewóz kontenera 40-stopowego z Szanghaju do Rotterdamu. Wdrożenia statków w IV kwartale 2020r. dodały tylko 4% dodatkowej pojemności na trasach Wschód-Zachód w porównaniu do IV kwartału 2019 r. Wzrost handlu wzrósł w tym samym okresie o 9,5%, co prowadzi do napięć na rynku.

Sytuacja ta stała się wysoce krytyczna dla handlu rolno-spożywczego, w szczególności w odniesieniu do towarów łatwo psujących się, wpływając na konkurencyjność wszystkich unijnych sektorów rolnych i spożywczych. W perspektywie długoterminowej może ona zakłócić funkcjonowanie rynków UE i wpłynąć na dochody europejskich rolników i innych podmiotów uczestniczących w łańcuchu. Obecnie brak zdolności przewozowych prowadzi do wzrostu kosztów, których nie mogą wchłonąć europejskie przedsiębiorstwa handlowe, ponieważ pracują one na podstawie umów długoterminowych. Dla wielu z nich koszt transportu kontenerowego oznacza ryzyko wykluczenia ich z rynku. Dotyczy to w równym stopniu europejskich spółdzielni i przemysłu spożywczego docierających na rynki międzynarodowe. Jako wiodący importer środków produkcji i eksporter produktów rolno-spożywczych (których wartość w 2020 r. wyniesie 184,3 mld euro) zagrożona jest również reputacja UE jako zaufanego partnera handlowego.

Chociaż początkowo zakładano, że zakłócenia spowodowane były głównie pandemią COVID-19 i szybkim ponownym wzrostem zachorowań w Chinach, nic nie wskazuje na to, że brak zdolności przewozowych w transporcie morskim zostanie wchłonięty w sposób naturalny, gdy sytuacja sanitarna powróci do normy. Będzie to miało prawdopodobnie wpływ na długoterminową konkurencyjność łańcucha rolno-spożywczego UE, zagrażając jego wiodącej pozycji.

Jednocześnie ze strony komisarza ds. rolnictwa Janusza Wojciechowskiego otrzymujemy jasny komunikat o konieczności skracania łańcuchów dostaw w obszarze sektora rolnego. Niestety nie ma jednoznacznej odpowiedzi jak w takim razie rozwiązać problem eksportu europejskiej żywności do krajów trzecich. Przypomnijmy, że dziś UE jest największym eksporterem żywności, a Polska wśród tych krajów ma znaczący udział, w tym polski sektor mleczarski.

Mając na uwadze tak wiele niewiadomych i trudnych kwestii ustalono, że COGECA nadal monitorować będzie aktualną sytuację prawną, prowadzić będzie spotkania z MEP oraz instytucjami UE, aby w jak największym stopniu zabezpieczyć interesy unijnych rolników i spółdzielni rolniczych.

WAŻNA UNIJNA DEBATA Z UDZIAŁEM AGNIESZKI MALISZEWSKIEJ

W dniu 1 czerwca 2021 r. redakcja EUROACTIV zorganizowała ogólnoeuropejską debatę z udziałem wpływowych polityków unijnych, przedstawicieli parlamentu Europejskiego i Komisji. Sektor spółdzielczy i rolniczy podczas tej debaty reprezentowała Agnieszka Maliszewska pierwsza wiceprezydent COGECA, dyrektor Polskiej Izby Mleka.

Debata odbyła się zaledwie kilka dni po, zakończonych brakiem porozumienia, rozmowach na temat przyszłości Wspólnej Polityki Rolnej. Prezydencja Portugalska zakładała, że uzgodnienia w ramach tzw. Super Trialogu zakończą się sukcesem do 31 maja 2021 r. Niestety nie osiągnięto porozumienia w tak kluczowych sprawach jak na przykład ekosystemy i wysokość dopłat.

- Przez ostatni tydzień uwaga rolników i spółdzielni była skierowana na Brukselę. Oczekiwaliśmy informacji, że rozmowy zakończą się sukcesem i będziemy mieli osiągnięte porozumienie.

To jest ważne dla spółdzielni rolniczych i milionów rolników w całej unii europejskiej - mówiła podczas debaty Agnieszka Maliszewska. - Przez ostatnie 60 lat CAP stanowiła fundament i link do stabilności produkcji rolnej. Łączyła projekt Europa z rolnictwem. Zapewniała stabilizację pracy rolników, a tym samym wspierała wymianę generacji na wsi. Nam konsumentom gwarantowała, że na europejskich stołach nadal będziemy mieć dobrej jakości, bezpieczną żywność.



Podczas dyskusji Agnieszka Maliszewska podkreślała znaczenie spółdzielni - Musimy pamiętać, że 22 tysiące europejskich spółdzielni rolniczych jest stworzone przez miliony rolników, którzy są dziś w bardzo trudnej sytuacji. Nie wiedzą jak będzie wyglądała ich przyszłość. Dlatego kluczowe elementy to zapewnienie mechanizmów wsparcia finansowego rolników. Wiemy, że czeka nas wiele zmian dotyczących klimatu, środowiska, szanujemy te wysokie ambicje. Ale musimy mieć zapewnione wsparcie finansowe, które pomoże rolnikom i spółdzielniom te wymagania osiągnąć. Czekają nas ogromne inwestycje w nowe technologie, sztuczną inteligencję, rolnictwo precyzyjne. To są wyzwania wielkie. Chcemy się z nimi zmierzyć, ale musimy mieć stabilną sytuację i wsparcie finansowe.

Dziś konsument oczekuje dobrej, organicznej, ekologicznej żywności. Taką żywność już dajemy, ale trzeba w końcu to jasno powiedzieć, kto za to będzie płacił. Rolnicy i rolnicze spółdzielnie w czasie Covid-19 poradziły sobie doskonale. Na stołach europejskich była żywność. To był wielki test i wyzwanie dla całej rolniczej społeczności. Poradziliśmy sobie z tym doskonale. Takie wyzwania jeszcze będą. Musimy to w naszych strategiach zaplanować. Ale nie możemy zapomnieć o tym, że to jest wielkie wyzwanie dla rolników. To oni dali temu radę. Ponadto uważnie przyglądamy się wszystkim środkom rynkowym w ramach drugiego filaru, w szczególności inwestycjom, które należy udostępnić w celu zwiększenia konkurencyjności sektora rolnego i poprawy rentowności gospodarstw. Nasze przedsiębiorstwa odgrywają kluczową rolę w zwiększaniu wartości dodanej produktów, a także w przechodzeniu na bardziej zrównoważone rolnictwo. Odnosząc się do roli i oczekiwań spółdzielni wskazywała, że podstawowe znaczenie mają jednak inwestycje w infrastrukturę, ale także w zasoby ludzkie, transfer wiedzy, innowacje, efektywne gospodarowanie zasobami. Elementy związane z jakością, promocją są niezwykle istotne dla naszych przedsiębiorstw, które z jednej strony wspierają potrzeby rolników, z drugiej zaś muszą zaspokajać i konsekwentnie dostosowywać swoją ofertę do oczekiwań konsumentów.

Ponadto, biorąc pod uwagę, że nasz model biznesowy oparty jest na strategiach długoterminowych, nie mogliśmy pominąć ważnej kwestii wymiany pokoleniowej. Potrzebujemy odpowiednich narzędzi, aby zaangażować nowe podmioty w sektorze. Musimy włączyć ich do naszych spółdzielni, nie tylko w zakresie dostaw, ale także w zakresie uczestnictwa w demokratycznym zarządzaniu, które nas charakteryzuje i odróżnia od innych podmiotów gospodarczych z branży rolno-spożywczej.

UDZIAŁ AGNIESZKI MALISZEWSKIEJ DYREKTOR PIM W TARGACH CHINA-CEEC

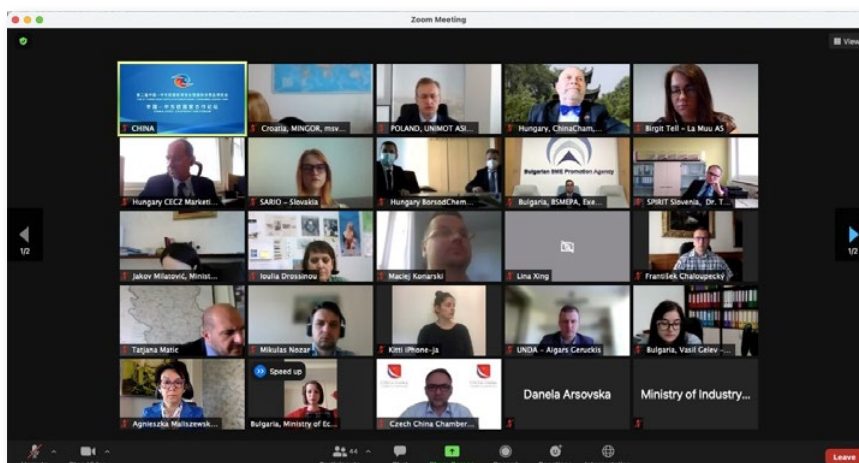
W chińskim Ningbow w prowincji Zhejiang rozpoczęło się 2. China-CEECEXPO. Podczas Ceremonii Otwarcia, Polskę - w formie online, reprezentowała m.in. dyrektorka Polskiej Izby Mleka - Agnieszka Maliszewska. Targi są wielkim wydarzeniem, których celem jest zbadanie możliwości zwiększenia handlu towarami i usługami konsumenckimi pomiędzy Chinami, a krajami Europy Środkowej i Wschodniej.

Targi China-CEEC podzielone są na trzy kategorie:

- wystawa CEEC,
- międzynarodowa wystawa towarów konsumpcyjnych, oraz
- stała wystawa towarów importowanych.

Łączna powierzchnia wystawy to 200 000 metrów kwadratowych. W wydarzeniu weźmie udział ponad 2000 wystawców.

Targi są ważną platformą pogłębiania więzi gospodarczych i handlowych między Chinami a gospodarkami państw Europy Środkowo-Wschodniej. Według danych chińskiego Ministerstwa Handlu i Administracji Celnej handel bilateralny między stronami wzrósł o 50,2 procent w pierwszym kwartale tego roku, a Polska, Czechy oraz Węgry uplasowały się na pozycji trzech największych partnerów handlowych Chin.



SEMINARIUM ONLINE W SPRAWIE POLITYKI UE W ZAKRESIE PROMOWANIA PRODUKTÓW ROLNYCH

W dniu 9 czerwca 2021 r. przedstawiciel Polskiej Izby Mleka uczestniczył w wideokonferencji pt. Perspektywy Sektora Owoce&Warzywa i innych produktów rolnych w odniesieniu do reformy polityki promocyjnej (en. Perspectives from the F&V sector and beyond on the reform of the promotion policy).

COPA COGECA i Freshfel Europe zorganizowały seminarium online w sprawie polityki UE w zakresie promowania produktów rolnych. Europejska i dobrze finansowana polityka pomaga rolnikom i innym podmiotom gospodarczym promować produkcję UE na świecie poprzez uzyskiwanie większej wartości dodanej. W interaktywnym spotkaniu wzięli udział decydenci z instytucji europejskich, państw członkowskich i przedstawiciele biznesu, m.in. w spotkaniu uczestniczył Komisarz ds. Rolnictwa Janusz Wojciechowski.

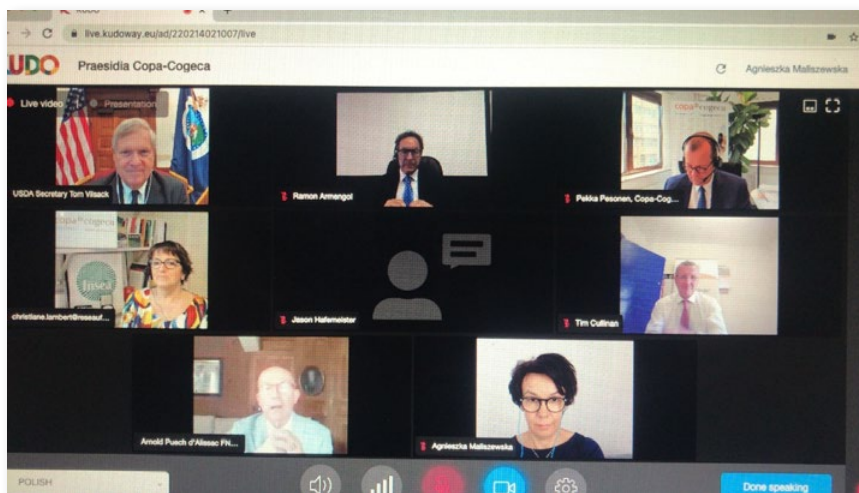


AGNIESZKA MALISZEWSKA NA SPOTKANIU Z SEKRETARZEM DS. ROLNICTWA USDA

W dniach 17-18 czerwca 2021 r. odbyły się spotkania online Prezydencji COGECA w sprawie najważniejszych kwestii związanych z dyskutowaną nową Wspólną Polityką Rolną oraz z bieżącymi tematami europejskiej spółdzielczości. W spotkaniach uczestniczyła Agnieszka Maliszewska pierwsza wiceprezydent COGECA.

W dniu 24 lutego 2021 r. Komisja przedstawiła nową strategię UE w sprawie adaptacji do zmian klimatu. Nowa strategia wzywa europejskie zainteresowane strony do systemowego podejścia do adaptacji, które obejmuje rozwiązania oparte na naturze, koncentrując się na spójności z innymi politykami dotyczącymi sektorów związanych z gruntami, podkreślając odporność upraw poprzez zaktualizowane prawodawstwo dotyczące nasion i materiałów rozmnożeniowych oraz wzywając do zaangażowania się w ścisłą współpracę międzynarodową. COPA-COGECA podkreśla potrzebę dostępu do już dostępnych i bezpiecznych technologii w celu zwiększenia odporności całego sektora rolnictwa, leśnictwa oraz uznania ich roli w dostosowaniu się do zmian klimatycznych, wspieranego przez sprzyjającą politykę, czy też zachęty finansowe.

Chociaż w strategii słusznie uwzględniono szereg obszarów, takich jak udoskonalone metody sekwestracji dwutlenku węgla, technologie precyzyjnego rolnictwa oszczędzającego wodę, to toczące się obecnie na szczęblu UE dyskusje na temat roli zintegrowanej ochrony przed szkodnikami oraz nowych technik genomicznych muszą zostać lepiej odzwierciedlone jako filary adaptacji do zmian klimatu.



Inicjatywa rolnictwa węglowego została ogłoszona w ramach strategii Farm to Fork oraz planu działania na rzecz gospodarki cyrkularnej wiosną ubiegłego roku i zostanie zaprezentowana pod koniec bieżącego roku. Trwają dyskusje na temat praktyk w zakresie rolnictwa opartego na węglu oraz kierunków jego finansowania. Kamieniem węgielnym przyszłych ram UE w zakresie rolnictwa opartego na dwutlenku węgla jest finansowanie, podczas gdy plany strategiczne WPR są rozważane jako źródło finansowania. Głównym filarem będą rynkowe systemy kredytowania emisji dwutlenku węgla. W dniu 27 kwietnia 2021 r. Komisja opublikowała wytyczne techniczne dotyczące rolnictwa opartego na węglu, które przewidują podejście hybrydowe, obejmujące ramy WPR i systemy rynkowe.

W projekcie dokumentu, do rozważań na forum COPA-COGECA, położono silny nacisk na wspieranie rolnictwa opartego na węglu, w celu zapewnienia długoterminowej rentowności. Rolnictwo, oprócz swojej podstawowej roli w produkcji żywności, może przyczynić się do łagodzenia skutków zmian klimatu.

Wymiana poglądów z Thomasem Vilsackiem, Sekretarzem Rolnictwa USA, na temat kluczowych wyzwań stojących przed rolnikami po obu stronach Atlantyku, była okazją do dobrych rozmów. Spotkanie nie miało charakteru oficjalnego, wobec czego strony uzgodniły, że nie będzie sporządzona oficjalna informacja po spotkaniu. Agnieszka Maliszewska, pierwsza wiceprezydent COGECA miała okazję udziału w tej dyskusji oraz wskazania kilku istotnych elementów z punktu widzenia europejskich spółdzielni i rolników.

Rolnicy jako pierwsi muszą zmierzyć się z konsekwencjami zmian klimatycznych. Obecny cykl polityczny w Europie i jej ambicje, aby stać się pierwszym na świecie kontynentem neutralnym klimatycznie, ukształtują przyszłość europejskiego modelu rolnictwa na najbliższe dziesięciolecie.

Polityka rolna będzie miała kluczowe znaczenie dla wdrażania zmian klimatycznych i zrównoważonego rozwoju. Komunikat Komisji w sprawie europejskiego podejścia do Zielonego Ładu ma kilka osi, które są nierozdzielnie związane z sektorem rolniczym, a w szczególności z WPR. Wśród tych, które są ściśle powiązane z obecnym procesem reformy WPR, znajduje się przejście na gospodarkę obiegową oraz strategię „Od pola do stołu” i różnorodności biologicznej.

Stany Zjednoczone przystąpiły do paryskiego porozumienia klimatycznego. Administracja prezydenta Bidena pracuje nad praktycznymi, zorientowanymi na rynek i dobrowolnymi inicjatywami dotyczącymi zmian klimatycznych.

Negocjacje w ramach WTO powinny nadal stanowić podstawę strategii negocjacji handlowych UE w sektorze rolnym. Z perspektywy UE istotne jest, aby rozmowom na temat norm produkcji i wszystkich aspektów zrównoważonego rozwoju (gospodarczych, środowiskowych i społecznych) towarzyszyły jasne mechanizmy egzekwowania. Dotyczy to w szczególności sposobu włączenia porozumienia paryskiego w sprawie klimatu do systemu handlu.

COPA-COGECA zawsze popierała handel wewnątrz UE i z krajami trzecimi, o ile jest on sprawiedliwy, zrównoważony i przejrzysty. Ograniczenia i obowiązki, których muszą przestrzegać europejscy producenci, powinny mieć również zastosowanie do importu do UE. Jeśli mamy do czynienia z bardziej restrykcyjnymi ograniczeniami upraw i wyższymi standardami produkcji ze względu na ramy UE (Zielony Deal, F2F, strategia bioróżnorodności, WPR), oczekujemy sprawiedliwego traktowania.

W przeszłości unijni rolnicy i agropodsiębiorstwa wspierały proces negocjacji TTIP. Nawet jeśli realia polityczne są teraz inne, nasze podejście do stosunków handlowych USA-UE polega na ich dalszym rozwijaniu. Widzimy pewne korzystne zmiany po obu stronach i z pewnością chcielibyśmy kontynuować ten postęp. Dla COPA i COGECA ruch ten ma szczególne znaczenie dla sektorów rolniczych UE i USA. Europejscy rolnicy i spółdzielnie rolnicze zachęcają obu partnerów do wykorzystania tych czterech miesięcy na znalezienie trwałego rozwiązania, unikając jednocześnie sytuacji, w której rolnictwo musiałoby płacić wysoką cenę za konflikt, w który nie jest zaangażowane.

W rolnictwie konflikt Airbus/Boeing nie jest jedynym tarcim handlowym między oboma partnerami. Istnieje ryzyko podobnego rozwoju Airbusa/Boeinga w ramach podatku cyfrowego. Ponadto hiszpańscy producenci czarnych oliwek nadal borykają się z 35% podatkiem importowym w wyniku decyzji administracji USA z 2018 r. Zachęcamy UE i USA do współpracy nad wzajemnie korzystnymi rozwiązaniami.

WEBINARIUM PT. „WYMAGANIA WIELKIEJ BRYTANII PRZY EKSPORCIE Z UNII EUROPEJSKIEJ”

Polska Izba Mleka we współpracy z Głównym Inspektoratem Weterynarii w dniu 21.09.2021 r. zorganizowała webinarium pt. „Wymagania Wielkiej Brytanii przy eksporcie z Unii Europejskiej”, które cieszyło się ogromnym zainteresowaniem.

Wielka Brytania opuściła Unię Europejską (UE) 1 lutego 2020 r. po zawarciu przez obie strony Umowy o wystąpieniu stając się tym samym państwem trzecim. Obowiązujący od 1 lutego br. okres przejściowy w relacjach Unia Europejska - Wielka Brytania to czas, w którym Wielka Brytania nadal traktowana jest jako państwo członkowskie z zachowaniem zasadniczo, wszelkich praw i obowiązków. Upiływający w dniu 31 grudnia br. okres przejściowy stanowi nie tylko czas na ustalenie warunków przyszłej współpracy pomiędzy Unią Europejską złożoną z 27 państw a Wielką Brytanią, ale i moment na właściwe przygotowanie przedsiębiorców na nadchodzące zmiany. Od 1 stycznia 2021 roku Wielka Brytania znalazła się poza jednolitym rynkiem i unią celną UE bez względu na to czy obecne negocjacje dotyczące przyszłych relacji zakończą się sukcesem czy nie. Od tego też dnia Wielka Brytania przestała być związana unijnym prawem, a eksport na rynek Wielkiej Brytanii wiąże się z licznymi barierami.

Podczas webinarium przedstawiciele GIW starali się odpowiedzieć na pytania branży mleczarskiej dot. wymagań Wielkiej Brytanii przy eksporcie do Chin.



DEBATA DOTYCZĄCĄ POLSKO-CHIŃSKICH RELACJI HANDLOWYCH W SEKTORZE ROLNYM

W listopadzie 2021 r. Dyrektor PIM wzięła udział w debacie poświęconej polsko-chińskim relacjom handlowym w sektorze rolnym, organizowanej przez Instytut Gospodarki Rolnej.

Polscy rolnicy obawiają się działania polskiego rządu mogą doprowadzić do objęcia krajowych artykułów rolno-spożywczych chińskim embargiem. Rynek Chin jest szalenie istotny dla polskich producentów rolnych. W samym tylko roku 2020 eksport mleka i jego przetworów do Chin zwiększył się aż o 70 proc. Polski sektor mleczarski bardzo intensywnie działa na rynku chińskim, pomimo nawet tego pandemicznego okresu, trudnego, kiedy wydawałoby się, że zastopowane zostaną działania związane z promocją. Nic bardziej mylnego, ten okres wykorzystaliśmy bardzo dobrze. Pragnę przypomnieć, że gdy rozpoczynaliśmy naszą pracę na rynku chińskim po to, żeby pomóc naszym firmom – a był to 2012 rok – rzeczywiście było dziewicze pole do zagospodarowania. Mogliśmy tam dopiero małymi krokami prowadzić rozeznanie rynku i sprawdzać, czy w ogóle nasze polskie produkty mleczarskie się tam sprawdzają. Należy również pamiętać, że Polska ma na tamtym rynku wielu konkurentów – w tym większość krajów Unii Europejskiej – powiedziała Agnieszka Maliszewska, wiceprezydent COGECA, Dyrektor Polskiej Izby Mleka. W debacie wzięli udział także: Dorota Gorzkowska, CEO Poland Food; Jacek Strzelecki, ekspert ds. chińskiego rynku rolno-spożywczego; Jacek Zarzecki, Prezes Zarządu Polskiego Związku Hodowców i Producentów Bydła Mięsnego; Witold Choiński Prezes Zarządu Związku Polskie Mięso i Wiktor Szmulewicz, Prezes Krajowej Rady Izb Rolniczych.



9.2. TARGI I WYSTAWY CZ. 1

Zadanie pt. „Targi i wystawy cz. 1” zakładało udział w międzynarodowych targach Sial Paris oraz targach Anufood Shenzhen, jednak udział w targach SIAL PARIS ze względu na sytuację związaną z Pandemią COVID-19 nie był możliwy. W ramach zadania zostały zaplanowane do zrealizowania koszty wynikające m.in. z dzierżawy powierzchni wystawienniczej wraz z obowiązkowymi opłatami oraz przygotowania zabudowy stoiska wystawienniczego. W dniach 21-23 kwietnia 2021 r. przedstawiciele polskiej branży mleczarskiej tj. Mlekovita, OSM Łowicz, Bartex, Alima Bis, Polish Dairy uczestniczyli w targach Anufood Shenzhen.

W związku z ograniczeniami w podróży dla osób przyjeżdżających do Chin, targi Anufood 2021 odbyły się w formie hybrydowej. Chińscy kontrahenci mogli odwiedzić stoisko Polskiej Izby Mleka, zapoznać się z ofertą i wymienić dane kontaktowe z lokalnymi przedstawicielami poszczególnych firm. Równolegle będzie możliwość nawiązania kontaktu B2B z firmami na platformie online targów i umówienia bezpośredniego spotkania wirtualnego z polskim reprezentantem firmy. Platforma wirtualna była czynna do dnia 31 maja 2021 r. Oferta polskich firm branży mleczarskiej spotkała się z dużym zainteresowaniem ze strony chińskich kontrahentów. Podczas targów na stoisku Polskiej Izby Mleka odbyło się kilkadziesiąt spotkań chińskich kontrahentów zarówno z przedstawicielami polskich firm obecnymi na targach w Shenzhen, jak i za pośrednictwem platformy internetowej B2B.



9.3. CZŁONKOSTWO W ORGANIZACJACH MIĘDZYNARODOWYCH

Polska Izba Mleka kontynuowała członkostwo w European Dairy Association, największej europejskiej organizacji, działającej na rzecz mleczarstwa. Członkostwo zapewniło dostęp do wiedzy i bieżących informacji z rynku mleka, udział w europejskich konsultacjach dot. zmian na rynku mleczarskim oraz reprezentowanie interesów polskich producentów i przetwórców mleka na wspólnym rynku Unii Europejskiej.



PIM już od kilku lat jest również członkiem stowarzyszenia International Dairy Federation (FIL/IDF), niezależnej oraz apolitycznej organizacji, której celem jest przekazywanie informacji ze świata nauki, techniki oraz ekonomii przy wykorzystaniu międzynarodowej współpracy. Tak, aby światowy sektor mleczarski mówił jednym głosem wobec organizacji międzyrządowych.

9.4. UDZIAŁ W SPOTKANIACH MIĘDZYNARODOWYCH

Zadanie ma na celu umocnienie wizerunku polskiego mleczarstwa na arenie międzynarodowej. Uczestnictwo w spotkaniach dotyczy światowego mleczarstwa, ale także obszarów, które łączą się z branżą mleczarską m.in. polityki rolnej i handlowej, WPR, klimatu, środowiska i innych. Zadanie pozwoli na pozyskanie fachowej wiedzy w zakresie branży mleczarskiej oraz sytuacji na rynku mleka. W szczególności cenne są informacje dotyczące nowych, perspektywicznych rynków zbytu oraz światowego handlu produktami mlecznymi. Informacje te będą przekazywane przedstawicielom polskiego sektora mleczarskiego.

Ze środków zadania „Udział w międzynarodowych spotkaniach sfinansowano także przelot Członka Zarządu Polskiej Izby Mleka oraz Członka Zarządu w European Dairy Association EDA Pawła Pasternaka.

Sprawozdanie z posiedzenia Zarządu EDA, 31 września 2021 r.:

1. Przywitanie i otwarcie przez nowego Prezydenta EDA – Giuseppe Ambrosi
 - (posiedzenie odbywało się w Brukseli, natomiast część członków uczestniczyła zdalnie). Prezydent EDA Giuseppe Ambrosi otworzył spotkanie i przywitał wszystkich uczestników w pokoju oraz gości uczestniczących zdalnie via teams.
2. Zatwierdzenie porządku obrad
 - przedstawiono projekty protokołu z ostatniego posiedzenia zarządu, które odbyło się w formie wideokonferencji w dniu 25 marca 2021 r.
 - protokół z marcowego posiedzenia oraz porządek spotkania przyjęto bez uwag.
3. Oświadczenie antytrustowe

Uczestnikom posiedzenia Zarządu EDA przypomniano o zakazie wymiany informacji mogących spowodować złamanie przepisów antytrustowych i pouczone ich, że podpisanie listy obecności oznacza zgodę na przestrzeganie regulacji obowiązujących w tym zakresie - Alexander Anton (sekretarz generalny EDA). Przedstawiono również aktualnych członków zarządu EDA.
4. Potwierdzenie przez Zarząd kandydata na nowego Prezydenta EDA oraz nowych członków zarządu do zaakceptowania przez walne zgromadzenie EDA

Alexander Anton (sekretarz generalny EDA) wraz z prezydentem EDA, przywitali i przedstawili nowych członków zarządu EDA, którzy będą przedstawieni jako kandydaci na zebraniu przedstawicieli w dniu następnym:

 - Paweł Pasternak – Polska, MLEKPOL, PIM, CFO
 - Vittorio Fiore – Włochy, Lactalis Italia
 - Rui Baptista – Portugalia, BEL Portugal
 - Peter Kofoed – Szwecja, LRF
 - Peter Novorolnik – Słowacja, Rajo Meggele, CEO

Wszyscy kandydaci zostali zaakceptowani przez zarząd EDA.

Alexander Anton wspomniał jeszcze o opuszczeniu zarządu przez Riitta Brandt (Finlandia) w związku z emeryturą, po kontakcie z przedstawicielami w Finlandii, uzyskał on informację, że trwają prace nad wyłonieniem nowego kandydata. Ponadto Zarząd EDA opuścił Dalibor Janda (Chorwacja) -dotychczasowo obserwator w zarządzie i poinformował, że jego federacja przestała istnieć. Ponadto jego rezygnacja jest spowodowana rozpoczęciem pracy w ministerstwie rolnictwa oraz przystąpieniem Chorwacji do organizacji CroMilk.

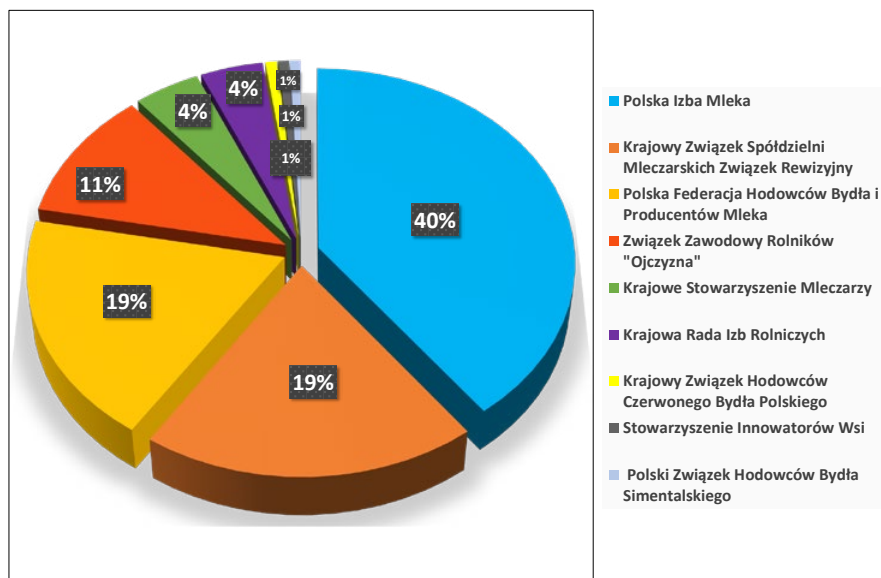
10. FINANSE POLSKIEJ IZBY MLEKA

Polska Izba Mleka od lat działając na rzecz swoich Członków wspiera ich oraz branżę mleczarską realizując różnego rodzaju kampanie skierowane do dzieci i dorosłych. Kampanie miały na celu informowanie o walorach i wartościach mleka kształtując nawyki żywieniowe, a tym samym podnosiły poziom spożycia mleka. Istotnym elementem była organizacja szkoleń, by podnosić kwalifikacje kadry sektora mleczarskiego oraz umożliwienie udziału zrzeszonym firmom w najbardziej prestiżowych targach.

Polska Izba Mleka stara się także na bieżąco dostarczać najświeższych informacji i analiz z rynku mleczarskiego w trzech wydawnictwach: Tygodniowy Insider, Analiza Miesięczna czy Analiza Skupowa. Nie lada wyzwaniem są zmieniające się przepisy i zasady eksportowe, które są tłumaczone na język polski, by ułatwić kontakty handlowe polskim przedsiębiorcom.

Działania te są możliwe dzięki uzyskanym środkom z Funduszu Promocji Mleka, którego PIM jest jednym z największych beneficjentów. W 2021 roku łączna kwota FPM wynosiła 14 981 587,31 zł z tego Polska Izba Mleka uzyskała kwotę 5 848 952,00 zł.

FUNDUSZ PROMOCJI MLEKA



Z przyznanych środków udało się zrealizować następujące projekty:

Ja Cię SERniczę	1 147 979,00 zł
Targi i wystawy	1 110 144,00 zł
Mamy kota na punkcie mleka	1 000 000,00 zł
Trade Milk - Mleczne Skarby 2	534 481,00 zł
Dzieciaki Mleczaki	357 000,00 zł
XIV Ranking Spółdzielni Mleczarskich	147 530,00 zł
Akademia dobrostan+	140 175,00 zł
Analiza miesięczna: rynek mleka i produktów mleczarskich	135 009,00 zł
Opłata składki członkowskiej w EDA i uczestnictwo w grupach roboczych	133 350,00 zł
Pokaz kulinarny	131 250,00 zł
Fakty i mity o mleku	128 100,00 zł
Tygodniowy Insider	119 989,00 zł
Wolne od GMO	119 700,00 zł
Opłata składki członkowskiej w FIL/IDF i uczestnictwo w spotkaniach	104 550,00 zł
Cykl Konferencji: Fakty i mity o mleku	100 000,00 zł
Mleczne spotkania	100 000,00 zł
Konferencje szkoleniowe i szkolenia	100 000,00 zł
#wspieramy polskie mleczarstwo	59 850,00 zł
Serwis IPIM	57 120,00 zł
Analiza skupowa: skup i ceny mleka	51 000,00 zł
Konferencje Szkoleniowe i szkolenia cz. II	46 725,00 zł
Tłumaczenia na potrzeby branży mleczarskiej	25 000,00 zł

Składki członkowskie Polskiej Izby Mleka

Wpłaty od naszych Członków pozwalają Polskiej Izbie Mleka na realizację wielu zadań statutowych m.in.: sporządzanie ocen, opinii z zakresu produkcji mleczarskiej i rynku mleczarskiego, promowanie eksportu produktów mleczarskich, świadczenia Członkom Izby pomocy doradczo – konsultacyjnej, usług prawnych, reprezentowanie interesów Członków Izby w pracach organów i instytucji krajowych oraz zagranicznych - mających wpływ na rozwój polskiego sektora mleczarskiego.

W 2021 roku tak jak w latach poprzednich wysokość składki była uzależniona od przychodu za ostatni rok obrotowy i kształtowała się w następujący sposób:

Przychód za ostatni rok obrotowy	Wysokość składki
Przychody do 5 mln PLN	3 000,00 PLN
Przychody do 50 mln PLN	9 000,00 PLN
Przychody 50 mln-100 mln PLN	12 000,00 PLN
Przychody powyżej 100 mln PLN	24 000,00 PLN
Całkowity przychód ze składek wyniósł	710 700,00 zł

Pomimo trwającej pandemii Covid – 19 i ograniczeń z nią związanych Polska Izba Mleka wypracowała w 2021 roku zysk w wysokości 1 671 514,52 zł. Do uzyskania takiego wyniku przyczyniły się przychody z tytułu opłat za standard PIM „Bez GMO”.





11. DZIAŁANIA POLSKIEJ IZBY MLEKA NA 2022 ROK

Zgodnie z zapisami statutowymi, Polska Izba Mleka, w 2022 roku będzie działać na rzecz polskiego mleczarstwa oraz firm zrzeszonych w naszej organizacji.

Polska Izba Mleka skupia się na reprezentowaniu interesów branży mleczarskiej zarówno na arenie krajowej, jak i międzynarodowej. Działa na rzecz podnoszenia jakości, transferu wiedzy i technologii. Pełni funkcję doradczą i służy fachową pomocą w trudnych sytuacjach, z jakimi spotykają się Członkowie PIM. Dokłada wszelkich starań, by promować polskie produkty mleczarskie zarówno w kraju jak i za granicą. Dbą o interesy podmiotów zrzeszonych w PIM na poziomie legislacyjnym w kraju, jak i na forum Komisji Europejskiej oraz Parlamentu Europejskiego.

W 2022 roku Zarząd PIM planuje podjęcie następujących działań:

Sporządzanie analiz, ocen i opinii oraz informacji na rzecz branży mleczarskiej

- **Kontynuacja publikacji „Tygodniowy Insider”**
- w Tygodniowym Insiderze będą publikowane wydarzenia z branży mleczarskiej oraz analiza rynku mleczarskiego m.in.: wiadomości makroekonomiczne, ceny tygodniowe wybranych produktów mleczarskich na rynku polskim, UE i światowym podane w EURO i PLN oraz aktualne oferty eksportowe. Będzie to przegląd wydarzeń tygodniowych w Polsce i na świecie, wiadomości z rynku konsumenckiego, wiadomości prawne, działania agencji i ministerstw, działania komisji europejskiej i innych instytucji wspólnotowych. **Projekt finansowany ze środków Funduszu Promocji Mleka.**
- **Kontynuacja publikacji „Analiza Miesięczna: Rynek Mleka i Produktów Mleczarskich”** – stanowi obszerny zbiór danych dotyczących podsumowania ostatnich miesięcy na polskim oraz zagranicznych rynkach mleczarskich. Stanowi pewny fundament przy analizowaniu oraz prognozowaniu przyszłych trendów na rynku. **Projekt finansowany ze środków Funduszu Promocji Mleka.**
- **Kontynuacja publikacji „Analiza Skupowa: Skup i ceny mleka”** – projekt ma na celu dostarczać branży mleczarskiej najświeższych informacji dotyczących rynku mleczarskiego w szczególności: skup i ceny mleka, skup i cena netto skupu mleka (jednostki skupujące), skup i cena netto skupu mleka (jednostki produkujące), różnice w cenie ilości skupionego mleka w zeszłym miesiącu, skup mleka na rynku UE.

Wcześniejsze wydania Analizy Skupowej stanowiły doskonałe źródło wiedzy dla obiorców w podejmowaniu decyzji biznesowych z branży mleczarskiej oraz dostępu do aktualnych informacji dotyczących rynku mleczarskiego. **Projekt finansowany ze środków Funduszu Promocji Mleka.**

- **Realizacja prowadzenia projektu „Serwis IPIM”** - stworzonego w 2016 r. unikalnego w skali kraju serwisu, prezentującego najświeższe dane rynkowe dot. rynku mleka. Portal posiada wiele funkcjonalności m.in. wykresy, tabele, mapy Polski, Unii Europejskiej i świata, możliwość dodawania analiz oraz selektywnej prezentacji danych. **Projekt finansowany ze środków Funduszu Promocji Mleka.**
- **Przygotowywanie analiz i opinii** na potrzeby Członków PIM w zależności od zaistniałych sytuacji.
- **Opracowywanie analiz celowych** dotyczących bieżącej sytuacji na rynku mleka i produktów mlecznych w oparciu o dokumenty z EDA i inne zakupione materiały źródłowe oraz badania zlecane przez PIM na rzecz Członków naszej organizacji.
- **Organizacja „XV Rankingu Spółdzielni Mleczarskich”**. Ranking oceniający spółdzielnie, firmy mleczarskie i podmioty skupujące mleko - produkcję, skup surowca, rozwój kadr i technologii, potencjał i efektywność w kontekście podnoszenia konkurencyjności branży i jakości produktu finalnego (mleko i jego przetwory), innowacyjność stosowanych rozwiązań, konkurencyjność oferty oraz czynniki o charakterze ekonomiczno-finansowym. Działanie opiera się na organizacji rankingu spółdzielni i firm mleczarskich ze szczególnym uwzględnieniem perspektyw ich rozwoju oraz na przekazaniu każdej uczestniczącej firmie indywidualnego raportu. Wykonawcami opracowania metodologii i badań będą specjaliści z zakresu ekonomii oraz innych niezależnych ośrodków badawczych i centrów audytorskich. **Projekt finansowany ze środków Funduszu Promocji Mleka.**

Współpraca z organami administracji rządowej RP

- **Kontynuacja współpracy z Ministrem Rolnictwa i Rozwoju Wsi** w obszarze rynku mleka i produktów mlecznych, w tym udział w spotkaniach organizowanych przez MRiRW w kraju i poza jego granicami.
- **Współpraca z Krajowym Ośrodkiem Wsparcia Rolnictwa (KOWR) w zakresie Funduszu Promocji Mleka**, promocji eksportu i innych aspektów, mogących mieć wpływ na sektor mleczarski.
- **Kontynuacja współpracy z podmiotami odpowiedzialnymi za podnoszenie jakości artykułów mleczarskich w tym:** Głównym Lekarzem Weterynarii, Lekarzami Wojewódzkimi i Powiatowymi, Państwowym Instytutem Weterynaryjnym – Państwowym Instytutem Badawczym w Puławach, Głównym Inspektorem Sanitarnym, Głównym Inspektorem Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych i jego zastępcami, kierownikami biur oraz Punktem Kontaktowym Komisji Kodeksu Żywnościowego FAO/WHO.
- **Współpraca z Sejmową i Senacką Komisją Rolnictwa i Rozwoju Wsi.**

Działania lobbingsowe na rzecz Członków PIM oraz całej polskiej branży mleczarskiej na arenie międzynarodowej i krajowej

- **Interwencje** Polskiej Izby Mleka w kluczowych kwestiach dla branży mleczarskiej, które są przedmiotem działania organów administracji krajowej, organów UE.
- **Prowadzenie działań lobbingsowych** na arenie międzynarodowej w ramach działalności COPA-COGECA.
- **Kwartalne konferencje prasowe** z udziałem dziennikarzy, poruszające najważniejsze kwestie dotyczące branży mleczarskiej i działań Polskiej Izby Mleka. Ze względu na epidemię koronawirusa istnieje możliwość przeprowadzenia konferencji prasowych online.
- **Współpraca z innymi organizacjami mleczarskimi** w ramach – „Porozumienia dla mleczarstwa”.
- **Wzmocnienie wizerunku i pozycji Polskiej Izby Mleka** w kraju i za granicą oraz pozyskiwanie nowych Członków Polskiej Izby Mleka dzięki współpracy podczas organizacji Międzynarodowego Forum Spółdzielczości Mleczarskiej.
- **Opinie eksperckie i doradztwo dla Członków PIM - kontynuacja.** Bieżące udzielanie odpowiedzi na zapytania zgłaszane przez Członków PIM (m.in.: dotyczące znakowania produktów mleczarskich, wymagań higienicznych, weterynaryjnych i innych).
- **Opiniowanie aktów prawnych**, które mogą mieć wpływ na branżę mleczarską i wychodzenie z inicjatywą ustawodawczą.
- **Monitorowanie zmian** w zakresie uregulowań dotyczących sektora mleczarskiego.
- **Promocja** marki Izby i jej Członków, sukcesów i projektów realizowanych w ramach Izby.

Reprezentowanie interesów członków Izby w pracach organów i instytucjach doradczych i opiniodawczych mających wpływ na rozwój polskiego sektora mleczarskiego

- **Praca w Komitecie Technicznym 35 ds. Mleka i Przetworów Mlecznych** przy Polskim Komitecie Normalizacyjnym w zakresie m.in. wymagań, jakości handlowej, wymagań odnośnie metod badań laboratoryjnych niezbędnych przy produkcji i kontroli.
- **Współpraca** z Komisją Zarządzającą Funduszem Promocji Mleka.
- **Współpraca** z jednostkami badawczymi oraz naukowymi.

Promocja i umocnienie polskiego mleczarstwa za granicą

- **Zapewnienie zaakcentowania stanowiska polskiego mleczarstwa** na arenie międzynarodowej, w szczególności poprzez udział w konferencjach i seminariach roboczych oraz spotkaniach z kluczowymi osobami mającymi wpływ na branżę mleczarską.
- **Kontynuacja współpracy** z polskimi placówkami dyplomatycznymi na świecie.
- **Kontynuacja współpracy** z Radcami Rolnymi i przedstawicielami zagranicznych firm, instytucji, organizacji działających na terenie RP i za granicą, w celu promocji polskich produktów mleczarskich.
- **Umocnienie relacji i zacieśnienie współpracy z jednostkami dyplomatycznymi znajdującymi się na terenie naszego kraju**, które są kluczowe promocji i eksportu polskich produktów mleczarskich za granicą.
- **„Opłata składki członkowskiej w EDA i uczestnictwo w Grupach Roboczych”** - kontynuacja członkostwa w European Dairy Association – EDA, organizacji działającej na rzecz mleczarstwa. Członkostwo daje dostęp do wiedzy o nowych rynkach zbytu ale również umożliwia pozyskiwanie informacji na temat rynku mleka, zapewnia udział w europejskich konsultacjach oraz reprezentuje interesy polskich producentów i przetwórców mleka na unijnym rynku. **Projekt finansowany ze środków Funduszu Promocji Mleka.**
- **„Opłata składki członkowskiej w International Dairy Federation (FIL/IDF)”**, organizacji działającej na rzecz światowego mleczarstwa. Członkostwo zapewnia dostęp do wiedzy i bieżących informacji z rynku mleka, zapewnia udział w konsultacjach dotyczących zmian na rynku mleka oraz reprezentowanie interesów polskich producentów i przetwórców mleka na światowym rynku co umożliwia wzrost rozpoznawalności polskiej branży mleczarskiej, przedstawienie oczekiwań sektora mleczarskiego i propozycji rozwiązań na arenie międzynarodowej (światowej), a także pozyskania nowych, interesujących kontaktów biznesowych. Dzięki tym kontaktom i wiedzy o nowych rynkach możliwe jest zwiększenie ekspansji na danym rynku oraz wzrost eksportu produktów mleczarskich. **Projekt finansowany ze środków Funduszu Promocji Mleka.**
- **Kontynuacja realizacji projektu „Udział w Międzynarodowych Spotkaniach”** - przedstawiciele PIM będą uczestniczyć w spotkaniach międzynarodowych dot. światowego mleczarstwa, ale także obszarów, które łączą się z branżą mleczarską m.in. polityki rolnej i handlowej, WPR, klimatu, środowiska i innych. Informacja jest obecnie niezwykle cennym towarem. Dzięki uczestnictwu w spotkaniach międzynarodowych polski głos na temat sytuacji na rynku mleka ma znaczenie. W ramach spotkań pozyskiwane są kontakty oraz niezbędna wiedza na temat nowych rynków zbytu. **Projekt finansowany ze środków Funduszu Promocji Mleka.**
- **„Udział w misjach wysokiego szczebla”** - Zadanie polegać będzie na udziale przedstawiciela Polskiej Izby Mleka w misjach wysokiego szczebla unijnego komisarza ds. Rolnictwa do krajów trzecich oraz w spotkaniach przygotowawczych przed misjami w Belgii lub innym kraju UE. Przedstawiciel Polskiej Izby Mleka będzie reprezentował polską branżę mleczarską podczas tych misji oraz spotkań. Jest to doskonała okazja do promocji polskich produktów mleczarskich na kluczowych rynkach krajów trzecich. **Projekt finansowany ze środków Funduszu Promocji Mleka.**

Promocja polskich produktów mleczarskich na rynkach UE i rynkach krajów trzecich

- **Umocnienie relacji z Ambasadą Chińskiej Republiki Ludowej w Polsce**, w tym organizacja przez PIM spotkania noworocznego z udziałem przedstawiciela Chin w celu promocji polskich produktów mleczarskich, które na terenie tego kraju cieszą się dużym zainteresowaniem.
- **Realizacja projektu „Trade Milk”** – jest on kontynuacją projektu z lat ubiegłych. Zakłada informowanie społeczeństwa chińskiego o wysokiej jakości i walorach zdrowotnych polskiego mleka i produktów mleczarskich. Dzięki temu zostanie wzmocniony pozytywny wizerunek przetworów mlecznych, zwiększy się ich rozpoznawalność, nawiązane zostaną kontakty handlowe - co przełoży się na wzrost sprzedaży tych produktów. Informacje te będą przekazywane poprzez stronę internetową, z której potencjalny konsument będzie mógł czerpać sprawdzone informacje: na temat jakości i walorów mleka i produktów mlecznych oraz działań PR, które są jednym z najskuteczniejszych form poszerzania wiedzy chińskich konsumentów na temat polskich produktów mleczarskich i powodują częstsze ich wybieranie. W ramach projektu zostanie zorganizowana misja dla 8 przedstawicieli polskiej branży mleczarskiej co umożliwi bezpośredni kontakt z potencjalnymi partnerami, nawiązanie nowych kontaktów biznesowych oraz promocję polskiego mleczarstwa w Chinach. **Projekt finansowany ze środków Funduszu Promocji Mleka.**
- **Realizacja projektu „Pokaz Kulinarny”** - organizacja pokazu kulinarnego na żywo przez kucharzy z wykorzystaniem mleka i produktów mlecznych to typowy element marketingu sensorycznego, który przez zmysłowe doświadczenia pozytywnie wpływa na postrzeganie produktów przez konsumentów i cieszy się ogromnym zainteresowaniem odwiedzających stoisko. Uczestnicy będą mieli okazję zobaczyć jak wygląda proces przygotowania dań: od przygotowania składników przez kolejne etapy procesu po ostateczne podanie potrawy. W ramach zadania będą realizowane następujące działania: organizacja pokazu kulinarnego w tym zapewnienie kucharza, koszty zakupu towarów, obsługa techniczna (np. sprzęt kulinarny), itp. **Projekt finansowany ze środków Funduszu Promocji Mleka.**
- **Realizacja projektu „Promocja produktów mleczarskich wśród społeczności ukraińskiej”** - Mając na uwadze sytuację przebywania na terenie Polski obywateli Ukrainy branża podjęła działania dotyczące promocji produktów mlecznych skierowanych do określonych grup docelowych. Działania obejmują przygotowanie dostaw mlecznych produktów rolno – spożywczych do punktów docelowych (miejsc dystrybucji). **Projekt finansowany ze środków Funduszu Promocji Mleka.**

Działania na rzecz rozwoju branży

- **Standard PIM „Bez GMO” - kontynuacja prac.** Polska Izba Mleka wychodząc naprzeciw rosnącym oczekiwaniom swoich Członków, opracowała System Zarządzania Jakością i Bezpieczeństwem Żywności „Bez GMO”, umożliwiającą certyfikację różnych systemów, zarówno zarządzania jakością i bezpieczeństwem żywności, jak i systemów oceniających czy realizowana produkcja może być określana jako wolna od GMO, alergenów czy glutenu.
- **Projekt „Akademia Dobrostan +”** - zadanie to będzie polegało na przeprowadzeniu szkoleń praktycznych (m.in. w formie wizyt w gospodarstwach dla zainteresowanych stron zarówno producentów jak i przetwórców) oraz szkoleń teoretycznych dla producentów oraz przetwórców (uczestników sektora mleczarskiego), w formie stacjonarnej i/lub online. Szkolenia będą stałym elementem podnoszenia kwalifikacji zarówno dostawców mleka jak i kadry z branży przetwórstwa mlecznego oraz niezbędnym narzędziem do umocnienia pozycji polskich produktów mleczarskich. Uczestnicy będą poszerzali swoją wiedzę w zakresie dobrostanu plus. Szkolenia praktyczne i teoretyczne będą prowadziły do spełnienia warunków i wymagań w ramach dobrostanu plus przez producentów, jak i spójnego podejścia przez przetwórców mleka, którzy będą kontrolowali producentów (stosując ten sam katalog wymagań). W ramach zadania zostaną wykonane takie działania jak: organizacja szkoleń praktycznych i teoretycznych (zapewnienie trenera, który przekaze wiedzę zgodnie z zakresem tematycznym, zapewnienie materiałów szkoleniowych, cateringu, sali, itp.). **Projekt finansowany ze środków Funduszu Promocji Mleka.**
- **Realizacja projektu „Tłumaczenia na potrzeby branży mleczarskiej”** – dzięki tłumaczeniom materiałów obcojęzycznych na język polski zrealizowanych w poprzednich projektach - polska branża mleczarska uzyskała dostęp do istotnych informacji i opracowań związanych z europejską i światową branżą mleczarską co miało wpływ na wzrost wiedzy wśród pracowników sektora mleczarskiego. Planowane tłumaczenia na rok 2022 będą obejmowały: jakość, cechy oraz walory produktów mlecznych i związane z nimi regulacje prawne, jak i opinie, badania, stanowiska, które będą istotnymi informacjami dla polskiej branży mleczarskiej. Materiały dla podmiotów z branży mleczarskiej zostaną przekazane drogą elektroniczną. **Projekt finansowany ze środków Funduszu Promocji Mleka.**

Działania o charakterze promocji, edukacji i informacji na temat walorów spożycia mleka i produktów mlecznych

- **Realizacja projektu „Mamy kota na punkcie mleka”** – kontynuacja projektu promocyjno-informacyjnego z lat 2012-2016, który funkcjonował pod nazwą „Mam kota na punkcie mleka” oraz kampanii „Mamy kota na punkcie mleka” z lat 2016-2021, dzięki którym uczestnicy programu zdobyli wiedzę na temat mleka i produktów mleczarskich, co przyczyniło się do zmiany nawyków żywieniowych oraz zdrowego stylu życia. W roku 2022 program również został zaprojektowany jako wielonarzędziowa kampania promocyjno-informacyjna, której przekaz oparty jest na wartościach i pozytywnych skojarzeniach związanych ze spożywaniem mleka i jego produktów mleczarskich. Dominującą formą programu jest edukacja poprzez zabawę, jako najczęściej spotykana forma przekazu do grupy docelowej, do której skierowany jest program. W ramach projektu „Mamy kota na punkcie mleka” zostaną wykonane n.w. działania takie jak:
 - działania reklamowe - poprzez wykupienie powierzchni reklamowych np. artykuły sponsorowane, spoty radiowe, kinowe, filmy promujące spożycie mleka, bannery, inne formy promocji w internecie, radiu, prasie, itp.;
 - gadżety promujące spożycie mleka w postaci drobnego upominku;
 - strona www, Facebook, aplikacja poprzez prowadzenie strony www.kochammleko.pl, fanpage na Facebooku projektu gdzie będą zamieszczane m.in. materiały informacyjno-promocyjne oraz przepisy, itd. Obsługa techniczna aplikacji wraz z utrzymaniem i administrowaniem strony będącej sprawozdaniem zrealizowanych działań i sprawozdaniem z efektywności wprowadzonych materiałów;
 - materiały informacyjno – promocyjne - m.in. drukowane książeczki promocyjno-informacyjne dla dzieci, karty pracy, itp.;
 - działania w szkołach - pozyskiwanie szkół do programu; placówka, która zarejestruje się w programie otrzyma przesyłkę obejmującą odpowiednie ilości materiałów przeznaczonych dla grup odbiorców - do wyczerpania zapasów. **Projekt finansowany ze środków Funduszu Promocji Mleka.**
- **Realizacja projektu „Dzieciaki Mleczaki”** – projekt edukacyjno-informacyjny adresowany do dzieci w wieku przedszkolnym i ich rodziców oraz opiekunów, który od wielu lat cieszy się olbrzymią popularnością szczególnie wśród placówek przedszkolnych. Głównym jego założeniem jest zwiększenie świadomości na temat mleka i jego produktów, a dzięki spotkaniom w przedszkolach prowadzona jest edukacja poprzez zabawę aby uwrażliwić najmłodszych na dbanie o właściwe żywienie i fakt, iż mleko i jego produkty mają w tym ogromne znaczenie.

W ramach projektu zaplanowano m.in. realizację takich działań jak:

- prowadzenie strony www.dzieciakimleczaki.pl, fanpage na Facebooku
- opracowanie materiałów informacyjnych (np. kart pracy oraz mlecznych zeszytów dla dzieci, itp.);
- działania w przedszkolach (spotkania w przedszkolach, rekrutacja placówek, itd.); **Projekt finansowany ze środków Funduszu Promocji Mleka.**

- **Kampania „Wolne od GMO”** - celem projektu jest informowanie o produktach mleczarskich „wolnych od GMO”. Coraz częściej konsument zwraca uwagę na jakość żywności i dokonuje świadomych zakupów. Wiedza na temat produktów bez GMO wzrasta poprzez działania biura prasowego wspieranego przez opinię eksperta, który stanowi wiarygodne źródło informacji oraz poprzez reklamy w mediach. Zadanie zakłada przygotowanie kampanii promocyjno - informacyjnej skierowanej do konsumentów w zakresie informacji o produktach mleczarskich wolnych od GMO.

W ramach tego zadania będą wykonane następujące działania:

- działania reklamowe, np. wykupienie powierzchni reklamowych w celu poszerzenia świadomości na temat produktów „wolnych od GMO”, m.in. prasa, Internet, itp.
- działania PR (przygotowywanie materiałów, grafik, prowadzenie Facebooka, profilu na LinkedIn). Projekt finansowany ze środków Funduszu Promocji Mleka.

Działania o charakterze szkoleniowym i konferencyjnym

- **Kontynuacja projektu „Konferencje szkoleniowe i szkolenia”** – zadanie polegać będzie na organizacji konferencji i szkoleń, w razie konieczności także w formie on-line, o tematyce związanej z branżą mleczarską. Głównym celem jest budowanie przewagi konkurencyjnej i promocji branży mleczarskiej poprzez podnoszenie kwalifikacji zawodowych pracowników firm, którzy bezpośrednio i pośrednio uczestniczą w operacjach mających bezpośredni wpływ na zwiększenie kluczowych czynników sukcesu firmy, a co za tym idzie całej branży mleczarskiej. Uczestnicy szkoleń będą kształtowali swoje umiejętności w różnych dziedzinach działalności firmy takich jak np.: zarządzania, promocji i marketingu, handlu i sprzedaży, jakości i bezpieczeństwa żywności, obsługi klienta, logistyki i innych zgodnie z zapotrzebowaniem branży mleczarskiej. **Projekt finansowany ze środków Funduszu Promocji Mleka.**
- **Realizacja projektu „Fakty i mity o mleku”** – w ramach projektu odbędą się 4 spotkania na temat wartości mleka i produktów mlecznych w codziennej diecie człowieka oraz mające na celu zwiększenia świadomości oraz zwrócenia uwagi na niewłaściwe mody lub nawyki w kwestii odżywiania. Projekt jest skierowany do osób dorosłych mających wpływ na ochronę i promocję zdrowia: od lekarzy poprzez pielęgniarki po osoby dbające o promocję zdrowia oraz nauczycieli, pedagogów, wychowawców, intendentów oraz osoby mające wpływ na edukację i dietę dzieci, młodzieży, ludzi dorosłych, seniorów, kobiet w ciąży. **Projekt finansowany ze środków Funduszu Promocji Mleka.**
- **Realizacja projektu „Ja Cię Serniczę”** – głównym celem projektu jest budowanie dobrego PR wokół mleka i produktów mlecznych poprzez wypromowanie sernika – najbaradziej znanego ciasta w Polsce. W ramach zadania zostaną podjęte następujące działania:
 - działania reklamowe - wykupienie czasu antenowego w radio, w telewizji, w serwisach internetowych o tematyce kulinarnej lub prozdrowotnej w tym artykuły sponsorowane oraz banery z grafikami.
 - aktywne prowadzenie FB poprzez: przygotowywanie treści i ich zamieszczanie oraz zakup grafik na FB.

- organizacja eventu - zorganizowanie eventu dla dziennikarzy i blogerów zajmujących się tematyką kulinarną i/lub prozdrowotną wraz z pokazem kulinarnym promującym sernik (w tym zakup surowca/catering, kucharze), wynajem miejsca wraz z niezbędnym sprzętem, materiały promocyjne, follow-up po konferencji, itp.
- organizacja 5 wydarzeń promujących ser twarogowy w postaci słodkiej za pomocą znanego ciasta w Polsce – sernika, w które będą zaangażowane restauracje. Działanie to będzie opierało się m.in. na wyborze restauracji (5 restauracji), opracowaniu regulaminu konkursu, nadzorze nad przebiegiem konkursu, zapewnieniu i przyznaniu nagrody w konkursie za najlepszy sernik (z wyłączeniem nagród pieniężnych).
- każde z 5 wydarzeń odbędzie się w różnych miastach w Polsce (zapewniony będzie wynajem miejsc w celu przeprowadzenia wydarzeń, organizacja przestrzeni, dostarczenie produktów/surowców, obsługa wydarzenia).
- w trakcie wydarzenia z każdej z tych restauracji w danym mieście kucharz będzie przygotowywał sernik, a uczestnicy akcji samplingowej wytypują najlepszego. Zwycięska restauracja otrzyma nagrodę.
- zorganizowanie 5 akcji samplingowych będzie miało na celu rozpropagować sernik jako pożądane i smaczne ciasto oraz umożliwić oddanie głosu uczestnikom biorącym udział w akcji, tak aby można było wyłonić zwycięzcę. Akcje samplingowe będą powiązane z organizacją 5 wydarzeń promujących ser w postaci słodkiej za pomocą znanego ciasta w Polsce – sernika. W celu wypromowania sera w postaci słodkiej i uświadamiania społeczeństwa jak można wykorzystać ser przygotowując różne rodzaje sernika - ekipy samplingowe będą częstowały sernikami, biorącymi udział w konkursie w danym mieście.
- prowadzenie biura prasowego, przygotowywanie informacji prasowych dystrybuowanych wśród dziennikarzy. Przygotowywanie materiałów backgroundowych wykorzystywanych w pracy biura prasowego z mediami, e-pr, monitoring mediów, reagowanie na komentarze, itp. Materiały powinny być wzbogacone o wypowiedzi ekspertów, co będzie stanowić wsparcie projektu. **Projekt finansowany ze środków Funduszu Promocji Mleka.**

Dziękujemy za zaufanie

Zarząd i biuro Polskiej Izby Mleka



RAPORT PIM 2021