

# MIĘSNY BIULETYN INFORMACYJNY

Wydanie 6, 29.12.2023



## WSTĘP DO WYDANIA

Przed Wami Noworoczne wydanie „Mięsnego Biuletynu Informacyjnego”. Jest wyjątkowe nie tylko ze względu na to, że zbliżamy się do końca 2023 roku. Wyjątkowa jest również jego treść.

Nie chcemy być przesadnie poważni, ponieważ koniec starego i początek nowego roku to okres, który powinien być radosny. To również czas podsumowań i postanowień noworocznych.

Życzymy Wam aby rok 2024 nie był gorszy od 2023, przyniósł więcej radości, szczęścia, a przede wszystkim abyście spełnili wszystkie plany i marzenia – te zawodowe i prywatne.

### Postanowienia noworoczne

Nowy Rok kojarzy się z noworocznymi postanowieniami. Uznaliśmy więc, że branża mięsna też powinna wystosować kilka noworocznych postanowień. Nie są one jednak skierowane do nas samych, ale do tych, których decyzje będą miały wpływ na to jak będziemy się rozwijać.

### Zapobiegamy zamiast leczyć

Sytuacje kryzysowe będą miały miejsce zawsze. Dlatego też nazywają się sytuacjami kryzysowymi. Część z nich naprawdę nas zaskakuje, a część zaskakuje nas dlatego, że daliśmy się zaskoczyć. Chcielibyśmy, aby w 2024 roku współpraca branży mięsnej oraz Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi była stała i bardziej przewidywalna. Chcemy rozmawiać częściej i z wyprzedzeniem. Przetwórcy i hodowcy doskonale wiedzą co w trawie piszczy i warto wysłuchać naszego zdania zanim podejmowane będą decyzje mające znaczenie dla przyszłości branży.

### Szybsza administracja

Eksport polskiego mięsa rozwija się bardzo dynamicznie. Tu mamy nie tyle życzenie, ale nadzieję, że będzie działać tak dalej. Mamy prośbę, że biurowy zaopatrzeniowiec kupi więcej dobrej kawy dla urzędników odpowiedzialnych za wydawanie świadectw i pozwoleń niezbędnych do eksportu polskiego mięsa. Chcemy sprzedawać jeszcze więcej i jeszcze szybciej.

### Przetwórstwo

Przetwórstwo, nie tylko mięsne, to bardzo istotny element polskiej gospodarki. Czasem jednak czujemy się jak piąte koło u wozu. W otoczeniu rolników jesteśmy postrzegani jako przedsiębiorcy, zaś w pozostałych gałęziach gospodarki, jako element sektora rolnego. Silne rolnictwo to połączenie wysiłku i współpraca rolników oraz przetwórców. Działajmy więc wspólnie, sami i w konflikcie nie mamy szansy przetrwać.

### Inwestycje

Sporadycznie prosimy o środki na inwestycje, częściej prosimy o to, abyśmy mogli je przeprowadzać. Chcemy budować nowe zakłady, chcemy realizować inwestycje wykorzystujące odnawialne źródła energii. Dla jasności dodajemy, że nasze zakłady są zlokalizowane na terenach wiejskich, a tam prym powinna wieść właśnie produkcja rolna, a nie działki wakacyjne czy domy jednorodzinne. Tu też przydałby się duży zapas dobrej kawy dla urzędników wydających pozwolenia na budowę. Wydaje nam się, że czasem nad tymi pozwoleniami po prostu przysypiają.



## KONFERENCJA „BRANŻA MIĘSNA – SZANSE I WYZWANIA”

Konferencja UPEMI „Branża mięsna – szanse i wyzwania”, która odbyła się 8 grudnia, to polska branża mięsna w pigułce.



Organizatorzy postawili połączyć ze sobą opinie polityków i ekspertów. Zabieg ten udał się nadspodziewanie dobrze, ponieważ konferencję rozpoczęto właśnie od wypowiedzi dwóch parlamentarzystów, a rozwinięciem i pogłębieniem tematyki zajęli się eksperci. Bohaterami pierwszej części konferencji byli Jan Krzysztof Ardanowski i Michał Kołodziejczak. Były minister rolnictwa skupił się przede wszystkim na zagrożeniach jakie niesie ze sobą zwiększająca się produkcja syntetycznej żywności. W jego opinii ta tania żywność będzie stanowić największe zagrożenie dla tradycyjnego rolnictwa i wysoko jakościowych produktów rolnych.

Michał Kołodziejczak zwrócił uwagę, że jednym z największych wyzwań będzie doprowadzenie do konstruktywnego dialogu pomiędzy przedstawicielami branży rolnej, a osobami i instytucjami, których głównym celem jest poprawa stanu środowiska naturalnego. Według niego rozwiązaniem jest pogodzenie interesów obu stron, co nie będzie procesem łatwym, ale koniecznym, ponieważ jakiegokolwiek ekstremalne rozwiązania, nie tylko nie przyniosą efektu, ale będą szkodliwe i niebezpieczne dla obu stron.



Druga część konferencji skupiała się już w 100% na aspektach praktycznych. Grzegorz Rykaczewski analityk banku Pekao S.A podsumował sytuację na polskim i międzynarodowym rynku mięsa.



Zwrócił uwagę na to, że Europa, praktycznie w każdej kategorii musi mierzyć się z wysokimi cenami, które sprawiają, że europejskie produkty stają się mniej konkurencyjne nie tylko poza rynkiem wspólnotowym, ale także wewnątrz niego. Na uwagę zasługiwało też podkreślenie rosnącej roli Brazylii i Rosji na rynkach międzynarodowych, które to kraje odnotowują stały wzrost produkcji oraz sprzedaży.

Kolejny z prelegentów, Ryszard Gudaj z firmy MITMAR, dokonał bardzo ciekawej, praktycznej analizy sytuacji polskich eksporterów mięsa. Analiza ta była bardzo interesująca, szczególnie w zestawieniu z oficjalnymi danymi statystycznymi, które wskazują, że ekspert

polskiego mięsa, jest jednym z kół zamachowych branży. Przedstawiciel MITMAR podkreślił, że szybszy rozwój eksportu polskiego mięsa jest uzależniony od zwiększenia efektywności pracy, jaką wykonują instytucje publiczne, poczynając od weterynarii, na ambasadach kończąc. Gudaj zauważył, że niezbędne jest nasilenie działań lobbujących za całą branżą, a także stworzenie rozpoznawalnej poza granicami marki polskiego mięsa. Podkreślił też, że bardzo często sukces eksportowy zależy od nawiązania efektywnej współpracy z pośrednikami, którzy znają lokalne rynki i potrafią się po nich poruszać.

Ściśle związane z tematyką eksportu było kolejne wystąpienie dotyczące nowoczesnych produktów ubezpieczeniowych, które zwiększają bezpieczeństwo transakcji na rynkach międzynarodowych.



Ostatnia trzecia część konferencji, wybiegała w przyszłość i dotyczyła nowoczesnych technologii, jakie są lub będą wykorzystywane w branży mięsnej. Automatyzacja produkcji może stać się odpowiedzią na wiele wyzwań, z jakimi mierzy się obecnie branża mięsna. Coraz doskonalsze rozwiązania technologiczne w ocenie prelegentów mogą obniżyć koszty produkcji, a także pomóc w odwieczną bolączką branży, którą jest duża rotacja pracowników.

Warto zauważyć, że konferencja skupiała się przede wszystkim na szansach jakie stoją przed polską branżą mięsną. Wyzwania zaś są ich immanentną częścią, z którymi zawsze przyjdzie się mierzyć.

## Z PAMIĘTNIKA MŁODEGO ROLNIKA

Zastanawiam się bardzo intensywnie nad przeprowadzką do Stanów Zjednoczonych. Moja motywacja nie wynika z chęci nabyciem drogą kupna ogromnego rancza, którego obejście zajęłoby mi dwa tygodnie, ale tym, że USA to jednak niekwestionowana stolica rozrywki.



Na pewno wiecie, że Amerykanie słyną z zamiłowania do sądów. Pozywają się za wszystko, wszędzie, o każdej porze. Dla nie przyzwyczajonych do tego faktu, podkreślam, że według mnie, żaden z tych pozwów nie może zostać uznany za głupi, albo delikatniej mówiąc dziwaczny.

Wyobraźcie sobie, że jeden z klientów sieci restauracji w Atlancie „Buffalo Wild Wings” pozwał ją za, jak stwierdził oszukańcze i wprowadzające w błąd praktyki, dotyczące promocji skrzydełek (na pewno pikantnych)...muszę dodać, że chodzi o „bezkostne” skrzydełka. Nie piszę specjalne filetowane, ale „bezkostne”. Klient stwierdził, po analizie organoleptycznej, że skrzydełka nie są skrzydełkami, tylko mięsem z piersi z kurczaka, tak sprytnie uformowanej, że po usmażeniu w głębokim tłuszczu przypominają kształtem skrzydełka. W pozwie napisał również, że gdyby wiedział to przed zakupem, na pewno by ich nie kupił. Restauracja wykazała się dużym poczuciem humoru i odpowiedziała, że ich „hamburgery” nie zawierają „ham” czyli szynki, a potrawa Buffalo wings, nie zawiera ani jednego procenta bizona. Krótko i treściwie.

Teraz wracam do mojej przeprowadzki do USA. Zanim to zrobię, a wizy już mieć nie muszę, postanowiłem z okazji świąt przeprowadzić eksperyment na najbliższych. Uprzedzam, że jestem naprawdę bardzo podekscytowany tym, że będę mógł pozwać moją żonę, teściową, a może nawet dzieci. Przygotowałem się bardzo starannie. Przez ostatni tydzień robiłem notatki ze wszystkich dostępnych w Internecie i bibliotekach przepisów na wigilijne i świąteczne dania. Mam bardzo szczegółową listę. Jeśli zauważę jakiegokolwiek odstępstwo od oryginału od razu składam pozew, ponieważ poczuje się bardzo oszukany. Na pierwszy ogień, to wiem już bez sprawdzania, pójdzie bigos mojej teściowej. Moja determinacja jest więcej niż uzasadniona, ponieważ ja klinicznie nie znoszę kminku i kiełbasy w bigosie, a mimo moich prośb, nalegań i ostentacyjnej odmowy spożywania takiej wersji bigosu, mamusia przygotowuje go od ponad 10 lat. Dość już tego. Pozew gotowy, a uzasadnię go tym, że spodziewałem się w nim wołowinki, wieprzowinki, dużo suszonych grzybów i czerwonego wina. I gdybym wiedział, że jest tam kminek i kiełbasa, to na pewno bym go nie spróbował. Poczuję się oszukany. Zapobiegliwie pozew zawiązałem już w ozdobny papier z kokardką i położyłem pod choinką.

Podejrzewam, że mój postępek spotka się z natychmiastową retorsją w postaci pozwu mojej małżonki i jej mamy, w stosunku do mnie i mojego teścia. Na pewno będzie chodzić o tą wiśniową nalewkę, którą robi mój teść. Od dziesięciu lat przekonujemy, że to sok, a nie alkohol, ale żeńska strona stołu nie chce w to uwierzyć i zwykle kończy się to awanturą, a mogłoby przecież skończyć się wesołym i ekscytującym pozwem.

Mam też inny pomysł. Po świątach pójde do sklepu i kupię sobie kotlet sojowy....już wiecie co się stanie?



## DLACZEGO SZYNKA POWINNA POZOSTAĆ SZYNKA

Projekt rozporządzenia dotyczący nazewnictwa produktów rolnych, a tak naprawdę projekt zabezpieczający branżę mięsną przed wykorzystywaniem nazw tradycyjnie zarezerwowanych dla produktów mięsnych, przez producentów



roślinnych zamienników mięsa, przeszedł praktycznie bez echa. Największe zainteresowanie oczywiście wzbudziło to w przedstawicielach producentów roślinnych zamienników mięsa. Zastanawiać może bardzo skąpa liczba komentarzy samych przedstawicieli branży mięsnej.

Postanowiliśmy podejść do tej tematyki nieco przewrotnie i z przymrużeniem oka i powiedzieć to, co wszyscy wiedzą, ale boją się powiedzieć. Na pierwszy rzut oka można stwierdzić, że to spełnienie marzeń wszystkich tych, którzy do tej pory głośno krytykowali branżę roślinnych zamienników mięsa. Tegoroczny Mikołaj był hojny, przeczytał list i zostawił w skarpecie prezent. Po odpakowaniu prezentu na początku pojawił się uśmiech, trochę marudzenia, że prezent mógłby być fajniejszy i regulować nazewnictwo większej liczby produktów.

Następnego dnia zaczęliśmy się zastanawiać czy ten prezent naprawdę był fajny i szukać ewentualnych minusów. Jeśli mocniej się zastanowimy to okazuje się, że mimo całej burzy i oburzenia na producentów roślinnych zamienników mięsa lepiej się nie odzywać. Potraktujmy więc ten problem czysto akademicko i z marketingowego punktu widzenia. Wszystko można sprowadzić do rozmowy Czerwonego Kapturka z Wilkiem.

- Wilku, a dlaczego ty masz w ogóle jakąś nazwę?

- Nazwę mam po to, żeby każdy wiedział kim jestem i z czym można mnie kojarzyć. Każdy kogo nazwiesz wilkiem, będzie kojarzył się ze mną, a więc z zębami, pazurami i żarłocznością. Jestem więc wyznacznikiem dla każdego typu spod ciemnej gwiazdy.

- Wilku, a jeśli pójdę sama do lasu i poznam dajmy na to sarenkę, która jak wiadomo jest uznawana za miłą, ale ona nie będzie miała humoru i kopnie mnie tylną raciczką, to czy mogą nazwać ją wilkiem?

- Kapturku pewnie, że możesz. Wszyscy łatwiej rozumieją, że ta z pozoru miła sarenka, ma wilcze cechy i wszyscy miłośnicy wilczego sposobu postępowania będą wiedzieć czego się spodziewać. Nazwanie jej „bardzo niemiłą sarenką” będzie kłopotliwe i trudne do zrozumienia dla wszystkich.

- Wilku, ale jeśli coś jest zaprzeczeniem wilka, ale chce nazywać się wilkiem, a mało tego sprzeciwia się wilczemu postępowaniu, to jak powinno się nazywać?

- Antywilk najlepiej.

Taka rozmowa może ciągnąć się w nieskończoność. Widzimy wyraźnie, że wszystko opiera się na tym, z czym dana nazwa tradycyjnie się kojarzy i jakie budzi skojarzenia. Teraz należy zadać sobie kolejne pytania. Tym razem już nie wilkowi, ale może puścić je w eter. Skoro producenci roślinnych zamienników mięsa oskarżają branżę mięsną o wszelkie nieszczęścia, koklusz, przemarz wojska i słabe wyniki narodowej reprezentacji, to po co z takim uporem chcą stosować nazwy produktów zarezerwowane tylko dla branży mięsnej?

Odpowiedzią znów jest wilk, choć może lepiej wilk w owczej skórze. Otóż producenci roślinnej kiełbasy, nie mają skutecznego sposobu na nazwanie swoich produktów, więc wykorzystują te, które są już popularne. To obłudne owszem, ale skuteczne. Marka lub produkt i jego nazwa niosą ze sobą ładunek emocji i wartości, które pomagają w jego sprzedaży. Jest to więc kwestia skuteczności marketingu i pójdźcia na skróty. Wyobraźmy sobie, że chiński producent samochodów bierze sobie nazwę Audi i mówi, że będzie jej używał, ponieważ jego produkty są trochę podobne, a poza tym mimo takiej samej nazwy, klienci rozpoznają prawdziwe Audi od jego zamiennika. Podobnie jest z tonerami. Toner HP to toner HP każdy inny, choć ma swoją markę nie jest tonerem HP i jest jego zamiennikiem.

Drodzy producenci roślinnej żywności, która ma przypominać mięso. Z okazji zbliżającego się Nowego Roku życzymy Wam więcej kreatywności i mniejszej tendencji do wykorzystywania nazw, tylko po to, żeby łatwiej było przekonać klienta do zakupu swoich produktów. Osiągnijcie sukces sami, a nie na barkach branży, którą powszechnie pogardzacie, a jednak w jakiś magiczny sposób jesteście chyba nią zafascynowani.

## RAPORT RABOBANK

Rabobank opublikował najnowszy raport „Global animal protein outlook 2024”. Najważniejszy wniosek jaki z niego płynie to informacja, że produkcja mięsa w 2024 roku nadal będzie wzrastać. To bardzo pozytywne, ponieważ 2023 rok stał głównie pod znakiem dużej rynkowej niepewności, której najlepszym wyznacznikiem była obserwowana na całym



świecie inflacja, rosnące koszty produkcji i ciągłe zagrożenie epidemiami takimi jak grypa ptaków lub ASF. Autorzy raportu podkreślają, że kluczem dla branży mięsnej będzie wypracowanie nowych, trwałych strategii rozwoju, które zawierać będą rozwiązania istotne dla funkcjonowania w sytuacji bardzo niskich marży, zwiększenia produktywności oraz inwestowania w rozwój nowych produktów.

Raport zawiera prognozy rozwoju i opis warunków rynkowych dla największych światowych graczy.

### **Ameryka Północna**

W produkcji wołowiny nie zostaną odnotowane znaczące zmiany. Drób będzie zyskiwał i korzystał z przychylnego nastawienia konsumentów. Produkcja trzody chlewnej będzie ulegać powolnej stabilizacji.

### **Europa**

Konsumpcja wołowiny i wieprzowiny nieznacznie spadnie. Wzrost natomiast będzie dotyczył drobiu. Sytuację w Europie określać będą przede wszystkim zmiany zachodzące w zwyczajach konsumenckich, prawodawstwie i niższym niż zakładano eksporcie.

### **Chiny**

Nadal obserwować będziemy relatywnie niski poziom konsumpcji. Najlepsze perspektywy rysują się dla drobiu. Z uwagi na wysokie nasycenie rynku duża presja dotyczyć będzie rynku wieprzowiny i wołowiny, co najwyraźniej zaznaczy się w I kwartale 2024 roku.

### **Brazylia**

Brazylia jest jedynym krajem, w którym 2024 rok będzie stał pod znakiem zwiększenia produkcji wołowiny, wieprzowiny i drobiu. Jest to wynikiem dynamicznie rosnącego eksportu.

### **Południowa Azja**

Stabilizująca się sytuacja gospodarcza oraz zmniejszenie ryzyka epidemii wśród drobiu i trzody chlewnej sprawią, że produkcja będzie stopniowo rosła. Liderem będzie tu wieprzowina. Na drugim miejscu znajdzie się drób. W przypadku wołowiny sytuacja nie ulegnie zmianie w porównaniu do roku 2023.

### **Australia i Nowa Zelandia**

W Australii będziemy mieć do czynienia ze wzrostem produkcji i eksportu wołowiny. W Nowej Zelandii oczekuje się nieznacznego spadku produkcji wołowiny.

## Branża mięsna w przyszłym roku skupi się na jakości i bezpieczeństwie

28 grudnia 2023 20:00 Redakcja



Koniec roku to okres, który sprzyja podsumowaniom i planom na przyszłość. W przypadku branży mięsnej ostatni rok można podsumować w nieco przewrotny sposób. Z jednej strony dane statystyczne potwierdzają to, że globalnie jemy coraz więcej mięsa. Z drugiej strony poszczególne kraje, a przede wszystkim Unia Europejska, wprowadza lub planuje wprowadzić coraz więcej przepisów, których celem jest sprawienie, by produkcja mięsa stawała się coraz bardziej przyjazna środowisku.

Z wizerunkowego i marketingowego punktu widzenia to właśnie ten ostatni element budzi najwięcej emocji. Co więcej dotyczy to obu stron barykady – zwolenników i przeciwników jedzenia mięsa.

Prezes Wiesław Różański o wyzwaniach dla branży mięsnej w 2024 roku

<https://tiny.pl/c61r4>