

## Rośnie eksport polskiego mleka i artykułów mleczarskich

data aktualizacji: 2019.10.07



**Polak wypija i zjada średnio w postaci przetworów ok. 225 litrów mleka rocznie, czyli więcej niż pół litra dziennie. Mimo to wytwórcy, by sprzedać surowiec, muszą eksportować około jednej trzeciej produkcji. Jak podkreślają eksperci, udaje się to dzięki wysokiej jakości wyrobów i wsparciu Funduszu Promocji Mleka, choć nie brak konsumentów, którzy rezygnują ze spożywania produktów pochodzących od zwierząt.**

- Polscy hodowcy radzą sobie świetnie z utrzymaniem jakości mleka. Najpierw dostarczane jest ono do zakładów przetwórczych czy spółdzielni mleczarskich, później sprzedawane na krajowym rynku oraz część z tych produktów są zmuszeni eksportować na rynki trzecie, ponieważ w Polsce mamy nadprodukcję - mówi agencji informacyjnej Newseria Biznes Radosław Iwański, rzecznik prasowy Polskiej Federacji Hodowców Bydła i Producentów Mleka. - Od dłuższego czasu blisko 1/3 produkcji sprzedajemy poza granice naszego kraju, to świadczy o tym, że sobie na tym rynku dobrze radzimy. Hodowcy jednak zawsze uważają, że ich praca powinna być lepiej wynagradzana i ceny za mleko powinny być bardziej stabilne. Obecnie cena mleka kształtuje się na poziomie około 1,3-1,4 zł, większe gospodarstwa mają 1,5 zł netto za kilogram mleka, które sprzedają ze swojego gospodarstwa.

Od stycznia do maja 2019 roku polscy producenci wyprodukowali 50,06 mln hl mleka, o 3,1 proc.

więcej niż w takim samym okresie 2018 roku. Ceny od lutego powoli spadają, ale i tak są wyższe niż przed rokiem – średnio w ciągu pierwszych pięciu miesięcy roku wynosiły 1,37 zł za litr, o 2,2 proc. więcej niż rok wcześniej.

Eksport artykułów mleczarskich zwiększył się w I kwartale br. o 3,3 proc. do 1,13 mld l w przeliczeniu na mleko surowe. Pod wpływem wysokich cen światowych i wzrostu krajowej produkcji znacznie zwiększył się eksport mleka w proszku (o 40,2 proc.). Większy niż w I kwartale 2018 r. był także eksport jogurtów i innych napojów mlecznych, mleka płynnego i śmietany (o 13,6-14,3 proc.) oraz lodów (o 36,1 proc.). Znacząco zmniejszył się natomiast eksport masła (o 28,2 proc.), mimo wzrostu produkcji, gdyż niższe ceny detaliczne spowodowały powrót polskich konsumentów do tego produktu. Jak podaje Instytut Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej, wpływy ze sprzedaży przetworów mlecznych wzrosły o 4,9 proc. do 559,1 mln euro, o czym zadecydowały wyższe niż przed rokiem ceny uzyskiwane w eksporcie mleka w proszku i suszonej serwatki, a także masła, serów i twarogów oraz lodów.

- Naszym głównym odbiorcą są kraje Unii Europejskiej, ale oczywiście dotyczy to również rynków trzecich – mówi Radosław Iwański. - Różnego rodzaju kampanie przeciwko producentom i spożyciu mleka traktujemy jako taką dość ohydłą grę, którą stosuje się przeciwko nam. Ponieważ od dawna dobrze wiemy, że mleko jest świetnym produktem białkowym, uzupełnia niedobory wielu składników w organizmie człowieka i tak naprawdę to mleko dotyczy bardzo wielu osób, które je spożywają i które sobie nie wyobrażają dzisiaj życia bez spożywania mleka czy też jego produktów. I te produkty uczestniczą w naszej diecie i nie ma wyjścia innego. Zresztą proszę spojrzeć na piramidę żywienia Instytutu Żywności chociażby w Polsce czy też wielu światowych organizacji, ona pokazuje wyraźnie, że te produkty muszą być obecne w naszej diecie, żeby zaspokajać potrzeby naszego organizmu i żebyśmy mogli żyć.

Największymi odbiorcami polskich produktów mleczarskich są kraje Unii, do których wysyłane jest niemal trzy czwarte całego wolumenu polskiego eksportu mleczarskiego. Na czele są Niemcy, następnie Czechy, Holandia i Wielka Brytania. Z krajów pozaunijnych istotnymi kupcami są Algieria, Chiny, Wietnam, Indonezja, Arabia Saudyjska czy Białoruś.

Zarówno polscy, jak i światowi konsumenci zwracają uwagę – a producenci starają się za tymi trendami nadążyć – na oznaczenia produktów "bez GMO", co oznacza, że mleko pochodzi od krów karmionych paszą niemodyfikowana genetycznie, czy też "bez laktozy", co umożliwi picie mleka alergikom. Część konsumentów odchodzi jednak w ogóle od produktów pochodzenia zwierzęcego, rezygnując nie tylko ze spożywania mięsa, ale też mleka, jaj czy miodu. Zdaniem przedstawiciela Polskiej Federacji Hodowców Bydła i Producentów Mleka, choć trend ten jest zauważalny, to ze względu na swą niszowość nie zagraża branży.

- Kampanie, które są organizowane przez chociażby wegan, którzy adresują je do konsumentów, przy okazji sprzedając swoje produkty, traktujemy mało poważnie i nie dostrzegamy zagrożenia z ich strony. Aczkolwiek jest to jakiś trend, który może niepokoić, dlatego też hodowcy stworzyli jakiś czas temu Fundusz Promocji Mleka. Ten fundusz został stworzony ustawą i środki z niego są adresowane m.in. na promocję spożycia produktów mlecznych – mówi Radosław Iwański. - Dzisiaj tak cały rynek jest zbudowany, nie tylko tego produktu, ale wielu innych, że bez środków na ten cel tak naprawdę moglibyśmy zapomnieć o istnieniu na niejednym rynku. Zresztą polskie mleczarnie, jeżeli wchodzi na jakiś rynek światowy, to takie kampanie były np. adresowane również do konsumentów chińskich, do zmiany ich trybu życia. Oczywiście to jest bardzo długi proces, który jest realizowany, ale dzięki temu tam też polskie produkty się znajdują.

źródło: Newseria

Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/rosnie-eksport-polskiego-mleka-i-artykulow-mleczar,57467>