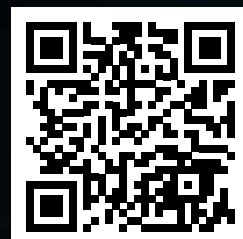


1/2015

Polandfruits

TRADE COOPERATION PLATFORM



www.polandfruits.com

Swojce INTERESY





NOWE PRODUKTY FIRMY FILOCAL POLSKA

PrimaPhos

płynny wieloskładnikowy nawóz dolistny

Zwilżacz ProAgro

- jeden z najskuteczniejszych produktów w swojej grupie w uprawach rolniczych
- poprzez niwelowanie napięcia powierzchniowego zapewnia doskonałą przyczepność
- zapewnia równomierne rozprzestrzenianie oprysku, dzięki czemu ciecz robocza dociera w miejsca trudno dostępne oraz bezpośrednio nieopryskiwane

Generalny Dystrybutor i Bezpośredni Importer

FILOCAL POLSKA Monika Gajewska

Bikówek 12, 05-600 Grójec

tel. 503 345 888, e-mail: info@filocal.pl

www.filocal.pl

Investment in the future

WITH THE HELP OF „POLAND FRUITS”, we aim to explain the issue of modern technological solutions in fruit farming, at the same time paying attention to pro-ecological behaviour.

We follow with great interest and attention the latest trends and changes taking place in business at home as well as on the international market. We also do not forget about the conscious promotion and creative approach to the customer. We dedicate a lot of space to practical information gained straight from the market.

Going beyond the traditional frameworks, some articles are published in English as „POLAND FRUITS” magazine is present at various international trade fairs.

We hope that the rich and differentiated range of issues raised will become an inspiration and motivation for further intensive work, while the magazine will not only bring you enjoyment but will also be an investment in the future.

Enjoy your reading

Inwestycja w przyszłość

ZA POŚREDNICTWEM MAGAZYNU „POLAND FRUITS”, przybliżamy Państwu tematykę zastosowania nowoczesnych rozwiązań technologicznych w sadownictwie, zwracamy również uwagę na zachowania proekologiczne.

Z ciekawością i uwagą śledzimy aktualne trendy oraz zmiany zachodzące w handlu, zarówno na rynku krajowym jak i światowym. Nie zapominamy też o świadomej promocji produktu i kreatywnym podejściu do klienta.

Wiele miejsca poświęcamy praktycznym informacjom pozyskanym prosto z rynku.

Wychodząc poza tradycyjne ramy, część artykułów publikujemy w języku angielskim ponieważ magazyn POLAND FRUITS obecny jest na zagranicznych imprezach targowych.

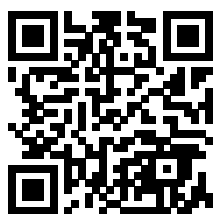
Mamy nadzieję, że bogaty i zróżnicowany zakres podejmowanych przez nas zagadnień stanie się dla Państwa inspiracją a zarazem motywacją do dalszej wyłożonej pracy, zaś lektura magazynu - nie tylko mile spędzonym czasem, ale też inwestycją w przyszłość.

Zapraszamy do lektury

W numerze



- 6.** Owocne interesy
- 17.** Optymistyczny Hongkong
- 18.** Europejski Kongres Gospodarczy 2014
- 22.** Polskie jabłka są wyjątkowe
Polish apples are extraordinary
- 24.** Szanse na sukces
- 26.** Przezorny zawsze ubezpieczony
- 29.** Rośnie znaczenie polskich jabłek
Aboard marketing of Polish apples gains significance
- 30.** Misje handlowe wsparciem ekspansji zagranicznej
Trade missions support foreign expansion
- 34.** Jakość to podstawa
- 40.** Wartościowe z natury
- 42.** GMO organizm genetycznie zmodyfikowany
- 46.** Kuchnia molekularna
- 50.** Informia *Informia*
- 52.** Technologia przyszłości
Technology of the future
- 55.** Inteligentna sonda
Intelligent probe
- 56.** Urządzenia sterujące
Steering devices
- 58.** Drony *Drones*
- 60.** Marwit świeże soki
- 62.** Winnica po polsku
- 65.** Cydr Lubelski prosto z jabłka
- 66.** Nowa jakość polskiego eksportu
New quality of Polish export
- 68.** Gospodarstwo szkółkarskie
Nursery farm
- 70.** Różnokolorowe ziemniaki i unikatowe warzywa
- 72.** MCMS Warka *MCMS Warka*
- 74.** Potencjał azjatyckiego rynku
- 76.** Trendy przyszłości
- 78.** Szlakiem egzotycznych owoców
- 86.** Biblioteczka



FRUIT 2015
LOGISTICA
BERLIN
4|5|6 LUTEGO
WWW.FRUITLOGISTICA.COM



**FRUIT
LOGISTICA**

in cooperation with

FRUCHTHANDEL
MAGAZINE

ProMesse
Baśniowa 3 lok. 410
02 349 Warszawa
Tel +48 22 215 47 69
Fax +48 22 823 82 10
www.fruitlogistica.com
promesse@targiberlinskie.pl

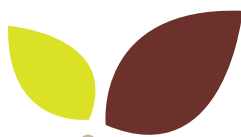


Messe Berlin

15th International
Food & Drink Exhibition

worldfood

UZBEKISTAN



25 - 27 March 2015

Uzexpocentre • Tashkent • Uzbekistan



Reserve your stand today!

T: +44 (0) 20 7596 5086 E: fm@ite-exhibitions.com

www.worldfood.uz

Owocne interesy

Targi, wystawy, konferencje stanowią istotny element pracy każdego przedsiębiorcy. Oto przegląd wybranych prestiżowych imprez w branży owocowej zapowiedzianych na rok 2015.

WORLDFOOD UZBEKISTAN

25-27.03.2015

Taszkent, Uzbekistan



Już 25-27.03.2015 roku w Taszkencie odbędzie się kolejna edycja międzynarodowych Targów Spożywczych WorldFood Uzbekistan. Jest to największa tego typu impreza w kraju. Centrum targowe staje się co roku miejscem spotkań dla ponad 5000 wielu najważniejszych osób zaangażowanych w rozwój przemysłu spożywczego: dostawców, przedsiębiorców, kupców. Obecni są też najważniejsi przedstawiciele rodzimego i zagranicznego przemysłu spożywczego. Podczas targów odbywają się specjalne konkursy, w ramach których przyznawane są nagrody m. in. dla najlepszego napoju alkoholowego, najlepszego produktu spożywczego i najlepszego stoiska.

W 2014 roku na powierzchni 2141 m² swoje produkty zaprezentowało 151 wystawców z 22 krajów (m. in. z Austrii, Belgii, Chin, Niemiec, Polski, Turcji, Uzbekistanu). Swoje stoiska miały też grupy narodowe Belgii, Niemiec i Korei Południowej. Aż 40% wystawców planuje uczestniczyć w WorldFood Uzbekistan 2015.

Uzbekistan to jedna z najszybciej rozwijających się gospodarek w Centralnej Azji, a przemysł spożywczy zajmuje w niej kluczowe miejsce. W zeszłym roku, zatwierdzony został specjalny program rozwoju przemysłu spożywczego w Uzbekistanie, który realizowany jest w latach 2012-2015. Program wspomaga wzrost produkcji 16 typów produktów. Na ten cel przeznaczone jest 74,8 milionów Euro.

Przemysł spożywczy i przetwórczy mają ogromny potencjał rozwojowy, a ich najważniejsze osiągnięcia co roku prezentowane są podczas targów WorldFood Uzbekistan.

WORLDFOOD WARSAW

14-16.04.2015

Warszawa, Polska



W dniach 14-16.04.2015 roku w Warszawie po raz drugi odbędą się Międzynarodowe Targi WorldFood Warsaw. Wydarzenie to jest szansą dla branży spożywczej i stwarza możliwość zapoznania się z szeroką ofertą produktów z Polski, Europy i świata, jak również rozwiązaniami dostępnymi w branży produkcji żywności. Honorowy patronat nad imprezą objął prezes Agencji Rynku Rolnego.

Na targi WorldFood Warsaw 2015 zapraszamy profesjonalistów związanych z branżą produkcji żywności. Wystawcami są zarówno przedsiębiorcy oferujący gotowe produkty rolno – spożywcze, jak również przedstawiciele podmiotów związanych z procesem produkcji. Podczas trwania targów osoby związane z branżą będą miały możliwość nawiązania nowych kontaktów i poszerzenia obecnych, oceny zapotrzebowania rynku na ich produkty czy usługi oraz śledzenia globalnych trendów.



MIĘDZYNARODOWE TARGI ŻYWNOSTI I NAPOJÓW



WorldFood Warsaw dla branży owocowo-warzywnej

Nowe kontakty handlowe
Nowi partnerzy biznesowi z kraju i zagranicy
Możliwość prezentacji oferty firmy
Matchmaking i spotkania B2B
Ciekawe konferencje

14 -16 kwietnia 2015
Warszawa | EXPO XXI

www.worldfood.pl

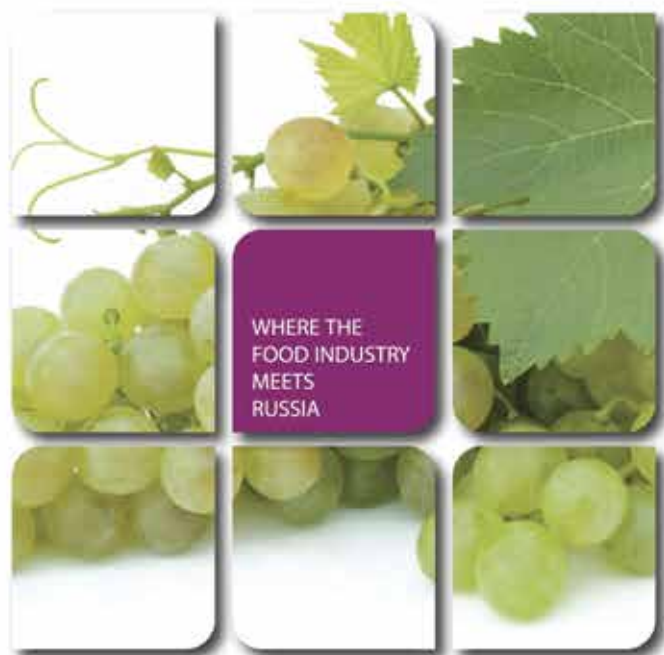
4th Exhibition for food
and drink products



interfood

KRASNODAR

April 15-17, 2015 | 5, Zipovskaya st., Krasnodar, Russia



EXHIBITION SECTIONS:

- CONFECTIONERY AND BAKERY
- GROCERY
- FROZEN PRODUCTS, PREPARED FOOD
- MEAT PRODUCTS
- TINNED FOOD
- MILK PRODUCTS
- BEVERAGES
- FISH PRODUCTS

www.inter-food.su

INTERFOOD KRASNODAR

15-17.04.2015

Krasnodar, Rosja



W dniach 15-17.04.2015 roku odbędzie się osiemnasta edycja międzynarodowych targów spożywczych InterFood Krasnodar. To kluczowe na terenie południowej Rosji wydarzenie biznesowe dla wiodących rosyjskich i międzynarodowych producentów żywności. Daje wspaniałą okazję do zaprezentowania swoich unikatowych produktów i usług. InterFood Krasnodar odbywa się równolegle z czterema innymi imprezami dedykowanymi przemysłowi spożywczemu.

Unikalna kombinacja powiązanych ze sobą wydarzeń wspiera współpracę między różnymi podsektorami przemysłowymi i gwarantuje przedsiębiorcom możliwość spotkania nowych klientów, jak również nawiązania obiecujących kontaktów biznesowych.

W 2014 roku na targach promowało się 84 przedsiębiorców z 12 krajów (Rosja, Białoruś, Bułgaria, Niemcy, Dania, Włochy, Litwa, Polska, USA, Turcja, Ukraina, Szwajcaria).

Powierzchnia targowa podzielona była na trzy części: technologie dla żywności, składniki, opakowania. Wydarzenie przyciągnęło ponad 6000 profesjonalnych zwiedzających. Wśród nich obecni byli sprzedawcy detaliczni, hurtownicy, producenci żywności i napojów, restauratorzy i właściciele hoteli. Targi oferowały możliwość uczestnictwa w różnorodnych konferencjach, seminariach i wykładach.

W przeprowadzonych konkursach zostały przyznane specjalne nagrody w sektorze mlecznym, winiarskim i mięsnym. Zainteresowani mogli wziąć także udział w dedykowanych im warsztatach kulinarnych.

InterFood Krasnodar to forum wymiany idei pomiędzy profesjonalistami w swojej dziedzinie. Różnorodne powiązane tematycznie ekspozycje targowe budują obraz południowo-rosyjskiego rynku jako solidnego gruntu dla inwestycji zagranicznych.

Organised by



WORLD FOOD AZERBEJDŻAN

21-23.05.2015

Baku, Azerbejdżan



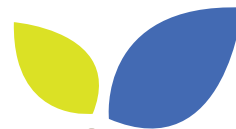
W dniach 21-23.05.2015 roku odbędzie się dwudziesta pierwsza edycja międzynarodowych Targów spożywczych WorldFood Azerbejdżan – wiodących targów w rejonie Morza Kaspijskiego. Miejsce wystawy to Baku Expo Center – nowoczesny i uniwersalny obiekt zaprojektowany zgodnie z najaktualniejszymi standardami. Wystawcy prezentują swoje produkty na powierzchni 20 000 m². WorldFood Azerbejdżan, w tym samym czasie, skupia pod jednym dachem cztery imprezy targowe: WorldFood, WorldFoodTech, WorldFoodDrink, HalalFood.

Przez dwie dekady targi zyskały miano rzetelnej platformy spotkań ekspertów w swojej dziedzinie. Są również unikatową ekspozycją produktów i usług dla przemysłu spożywczego. Targi łączą producentów krajowych i zagranicznych, dają możliwość pozyskania nowych klientów, wzmocnienia istniejących relacji biznesowych i wejścia na nowe rynki sprzedaży. Dzięki nim międzynarodowa uwaga skupiła się na ważnych segmentach gospodarki Azerbejdżanu, która ma coraz większe znaczenie na arenie rynków rozwojowych.

W 2014 roku na imprezie targowej spotkało się 251 wystawców z 36 krajów, między innymi z Holandii, Polski, Niemiec, Turcji, Japonii, Kazachstanu i Belgii. Stoiska obejrzało ponad 6950 profesjonalnych zwiedzających. Wielu wystawców, będących dziś liderami w swojej dziedzinie przyznaje, że swoje pierwsze kroki stawili właśnie na targach WorldFood Azerbejdżan.

Dodatkowo warto wspomnieć, że Azerbejdżan to jeden z rynków, które Ministerstwo Gospodarki RP wybrało jako perspektywiczny dla rozwoju polskiego eksportu. Prócz misji przyjazdowych do Azerbejdżanu i szeroko zakrojonej kampanii w mediach azerskich, w Baku odbędzie się konferencja promująca ofertę eksportową polskich producentów.

21st Azerbaijan International
Food Industry Exhibition



worldfood
AZERBAIJAN

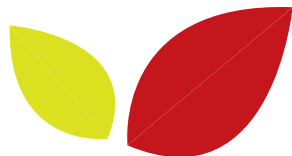
21 - 23 May 2015

Expo Centre • Baku • Azerbaijan



E: fm@ite-exhibitions.com
www.worldfood.az

17th Kazakhstan International Food Industry Exhibition

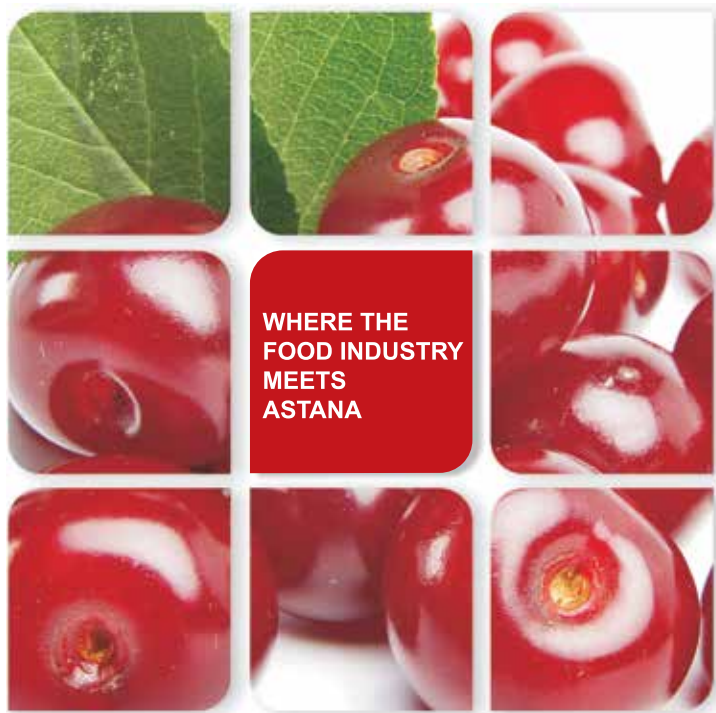


interfood

ASTANA

28-30 May 2015

Exhibition Centre «Korme» • Astana • Kazakhstan



Iteca Astana: Tel.: +7 (7172) 58 02 55
E-mail: astanafood@iteca.kz



ITE Group Plc: Tel: +44 207 596 5020
andrew.burman@ite-exhibitions.com

www.interfoodastana.kz



INTERFOOD ASTANA

28-30.05.2015

Astana, Kazakhstan



W dniach 28-30.05.2015 r. w Centrum Wystawieniczym „Korme” odbędzie się już siedemnasta edycja targów InterFood Astana. Są to największe i najważniejsze targi spożywcze w stolicy Kazachstanu.

W 2014 roku na powierzchni 1400 m² spotkali się przedsiębiorcy reprezentujący 71 firm z 12 krajów (Białoruś, Niemcy, Włochy, Chiny, Kazachstan, Korea, Łotwa, Litwa, Rosja, Uzbekistan, Kirgistan i Ukraina). Oczekuje się, że w 2015 roku na targach obecnych zaprezentuje się ponad 100 firm z 15 krajów świata.

Na przestrzeni lat, impreza stała się profesjonalną platformą, na której przedsiębiorcy mogą przedstawić produkty spożywcze, najnowsze technologie i sprzęt stosowany do produkcji żywności. Istotną cechą wystawy jest zintegrowane podejście do prezentacji osiągnięć przemysłu spożywczego. Na imprezie demonstrowane są także najnowsze trendy z obszaru cateringu i przemysłu opakowaniowego.

Wystawa InterFood Astana wspiera proces lokowania na półkach kazachstańskich sklepów lokalnych i zagranicznych produktów najwyższej jakości. Co roku, targi pomagają uczestnikom zwiększać swój udział na rynku, promować nowości i nawiązywać nowe relacje biznesowe.

Dynamiczny wzrost kazachstańskiego przemysłu spożywczego i handlu detalicznego daje szerokie pole do działania rodzimym i zagranicznym dostawcom. Co roku, targi pozwalają na spotkanie pod jednym dachem producentów żywności, dystrybutorów, managerów, inżynierów produkcji, ekspertów ds. rozwoju rynku, hurtowników, detalistów, właścicieli centrów handlowych oraz sklepów, a także restauratorów. W 2014 roku aż 48 % firm biorących udział w imprezie targowej podpisało umowy handlowe i nawiązało istotne kontakty handlowe.

INTERFOOD ST. PETERSBURG

3-5.06.2015

St. Petersburg, Rosja



W dniach 3-5.06.2015 roku w centrum wystawienniczym „EXPOFORUM” odbędzie się dziewiętnasta edycja Targów Produktów Żywności, Napojów i Wyposażenia dla Przemysłu Spożywczego

InterFood St. Petersburg impreza targowa to wyspecjalizowana platforma promująca produkty spożywcze, napoje i nowoczesne technologie na rynku północno-zachodniej Rosji. Targi wspierają lokowanie jakościowych produktów rodzimej, jak i zagranicznej produkcji w rosyjskich sklepach. Co roku, impreza pomaga uczestnikom w poszerzaniu rynku zbytu i nawiązaniu nowych kontaktów handlowych. W 2014 roku wystawę odwiedziło ponad 4500 specjalistów: właścicieli przedsiębiorstw, technologów, menadżerów ds. marketingu, hurtowników, właścicieli centrów handlowych, sklepów i restauracji. Impreza obfituje w atrakcje dla zwiedzających. Cyklicznie organizowane jest forum importerów, profesjonalny konkurs połączone z degustacją, matchmaking oraz warsztaty sprzedaży. Na wystawie wyróżnia się następujące sektory: żywność - produkty spożywcze i wypieki, mięso i drób, ryby i owoce morza, tłuszcze, mrożonki i konserwy, produkty mleczne, lody, owoce i warzywa, żywność dla dzieci, zdrowa żywność, alkohole i napoje, wyposażenie do przemysłu spożywczego

Wystawa InterFood St. Petersburg 2015 odbędzie się w nowo otwartym centrum kulturowym „EXPOFORUM”. Posiada ono rozwiniętą infrastrukturę niezbędną dla sprawnej i szybkiej komunikacji, wznoszącą targi na najwyższy poziom doskonałości. Impreza połączona jest z wystawą Prodtex. Jest to jedyne wydarzenie targowe w północno-zachodniej Rosji prezentujące sprzęt, technologie i opakowania dla przemysłu spożywczego i przetwórczego.

19th International exhibition
of food products,
drinks and food
processing equipment

interfood
ST. PETERSBURG



3-5 June 2015

**CEC EXPOFORUM,
St. Petersburg, Russia**



Organisers:



primexpo



+7 (812) 380 6010
food@primexpo.ru

BOOK YOUR STAND

www.interfood-expo.ru

WorldFood



23rd International Food Products & Processing Technologies Exhibition

03–06 September 2015
Istanbul Fuar Merkezi,
Istanbul, Turkey

Find out more at
www.worldfood-istanbul.com

Where
the food
industry
meets
Turkey

WORLDFOOD ISTAMBUL

03-06.09.2015

Istambuł, Turcja



WorldFood Istanbul

Między 03-06.09.2015 roku w Expo Center w Istambule odbędzie się 23. Międzynarodowa Wystawa Produktów Spożywczych i Technologii dla Żywności - WorldFood Istanbul 2015, której częścią będzie Wystawa Ingredients Turkey. Równolegle odbędzie się także 30. Międzynarodowa Wystawa Opakowań i Systemów Obróbki Żywności IPACK 2015.

WorldFood Istanbul to największa i najbardziej spektakularna wystawa produktów spożywczych i opakowań w Turcji, z ponad 3000 wystawców uczestniczących w niej co roku. Impreza zbliża międzynarodowych i lokalnych producentów. Wystawcy spotykają się na platformie, która umożliwia dzielenie się swoim produktem, a także rozwój i wzmocnienie własnej marki. Co roku, w bardzo krótkim czasie, targi wprowadzają uczestników na ścieżkę biznesu i oferują możliwość dotarcia do wielu specjalistów oraz świadomych konsumentów.

Turcja to kraj liczący ponad 76 mln ludzi (17. miejsce na świecie). Ceny żywności są wysokie i aktualnie kraj importuje o 20% więcej żywności niż w roku ubiegłym. Szczególny popyt można zauważyć na napoje energetyczne, zdrową żywność i produkty gotowe, ponieważ coraz więcej kobiet pracuje. Jako, że niewielu jest rodzimych producentów wymienionych towarów, otwiera to szerokie pole do działania dla zagranicznych przedsiębiorców.

Impreza jest kluczową platformą spotkań dla reprezentantów biznesu spożywczego z kraju i zagranicy. Udostępnia szerokiemu gronu zwiedzających możliwość zapoznania się z najnowocześniejszymi produktami i innowacyjnymi technologiami przemysłu spożywczego. Targi mają strategiczną lokalizację i doskonały międzynarodowy potencjał. Są również łącznikiem pomiędzy krajami śródziemnomorskimi, Południowym Wschodem, Bałkanami a rynkiem rosyjskim. WorldFood Istanbul 2015 to doskonałe miejsce i czas dla rozwoju biznesu i podjęcia dyskusji na temat istotnych kwestii dotyczących globalnego przemysłu spożywczego.

In conjunction with



WORLDFOOD MOSCOW

14-17.09.2015

Moskwa, Rosja



Już we wrześniu 2015 roku w Moskwie po raz kolejny spotkają się przedstawiciele branży spożywczej z całego świata, żeby wymienić informacje, poznać nowinki rynku spożywczego oraz spotkać się z potencjalnymi klientami.

Ostatnia, 23. edycja targów WorldFood Moscow odbyła się w dniach 15-18 września 2014 w centrum wystawienniczym Expocentre i zakończyła się spektakularnym sukcesem.

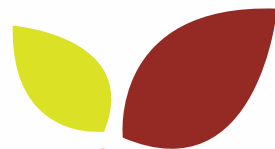
Mimo trudnej sytuacji na rynku spożywczym Rosji, w targach wzięło udział 1 674 firmy z 72 krajów świata. Były wśród nich firmy z Niemiec, Anglii, Włoch, Australii, Argentyny, USA, Kanady, Grecji, oraz duża grupa firm z Polski. Warto zwrócić uwagę, że podczas tegorocznych targów WorldFood Moscow Grupa ITE zanotowała rekordową liczbę zwiedzających. W sumie targi odwiedziło 44 355 osób ze 100 krajów, z czego ponad 30 000 stanowili profesjonalni zwiedzający.

Targi WorldFood Moscow są największymi targami sektora owocowo - warzywnego po targach Fruit Logistica w Berlinie. Swoje stoiska narodowe miały tam między innymi firmy z Włoch, Hiszpanii, Belgii, Francji, Chorwacji, Grecji oraz duża grupa przedsiębiorców z Polski zebrana na stoisku Związku Sadowników Polskich. Na tegorocznych targach można było odwiedzić stoiska narodowe Grecji (19 firm), Hiszpanii (25 firm), Włoch (28 firm) czy Polski (52 firmy) pod opieką Agencji Rynku Rolnego oraz Agencji Rozwoju Mazowsza.

Targom co roku towarzyszą dodatkowe wydarzenia branżowe. W roku 2014 wystawcy mieli możliwość uczestniczenia w Forum Spożywczym. W ramach targów WorldFood odbyły się również liczne konferencje, czy Retail Center – seria spotkań przedsiębiorców z przedstawicielami sieci rosyjskich supermarketów.

24th International exhibition
for food and drink products

worldfood
MOSCOW



ufi
Approved
Event

14 – 17 September 2015

Expocentre • Moscow • Russia



www.world-food.ru

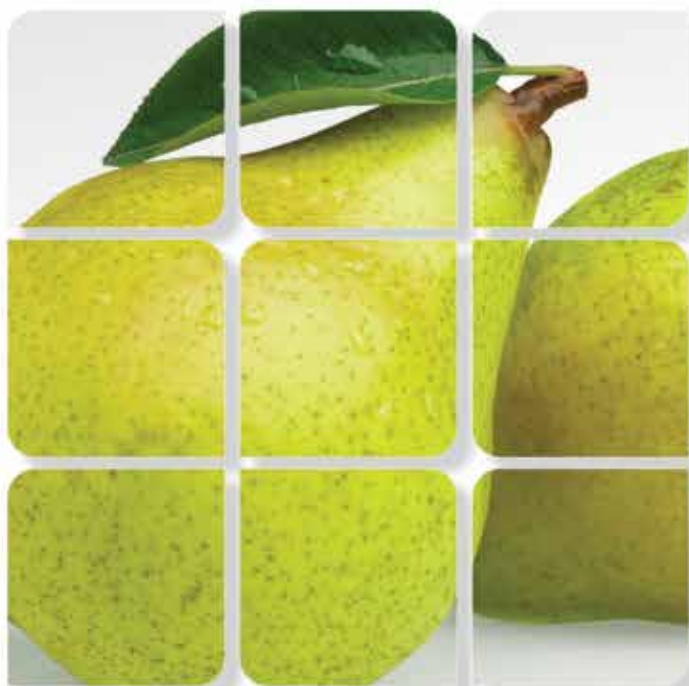
Exhibition for food, drinks,
ingredients and equipment

interfood

SIBERIA

21 – 23.10.2015

Russia • Novosibirsk • "Novosibirsk Expo Centre"



WHERE THE FOOD INDUSTRY MEETS RUSSIA



ITE Siberia

www.interfood-siberia.ru

Contact person for companies from Poland:
ITE Poland Anna Karnas karnas@ite-poland.com Tel: +48 61 662 66 92

INTERFOOD SIBERIA

21-23.10.2015

Nowosybirsk, Rosja



InterFood Siberia

W dniach 21–23.10.2015 roku w nowoczesnym centrum wystawienniczym w Nowosybirsku odbędą się największe za Uralem targi przemysłu spożywczego, produktów spożywczych, napojów, dodatków do żywności i technologii dla żywności – targi InterFood Syberia. Wydarzeniu będą towarzyszyć targi opakowań iPack Siberia.

W ostatnich latach obserwujemy znaczny rozwój tego obszaru Syberii, którego centrum mieści się w Nowosybirsku i gdzie koncentruje się 80% przemysłu regionu. Olbrzymią rolę w gospodarce syberyjskiej pełni przemysł spożywczy. Prawie połowa regionu Syberii to tereny rolnicze, dlatego właśnie tutaj powinien przyjechać każdy, kto rozważa rozwój swojego biznesu na terenie Syberii. Okazją do zapoznania się z rynkiem są odbywające się jesienią targi

Wśród prezentowanych na targach sektorów znajdują Państwo między innymi: produkty mleczne, produkty spożywcze, napoje, kawa herbata, mrożonki, owoce i warzywa, słodczyce, mięso i drób, ryby i owoce morza, technologie dla żywności

InterFood Syberia jest docenianym przez wystawców z Rosji i z zagranicy forum promocji nowych produktów, miejscem spotkań profesjonalistów branży spożywczej oraz oknem na rynek syberyjski.

W ubiegłorocznych targach brali udział między innymi przedsiębiorcy z Argentyny, Grecji, Francji, Kazachstanu czy Turcji.

WORLDFOOD UKRAINE

27-29.11.2015

Kijów, Ukraina



W dniach 27-29.11.2015 roku na terenie Międzynarodowego Centrum Wystawienniczego w Kijowie odbędzie się 18. edycja targów World Food Ukraine. Są to największe targi spożywcze na terenie kraju. Co roku goszczą szerokie grono dostawców żywności i napojów, którzy demonstrują swoje najnowsze produkty. Impreza stała się ważną platformą spotkań biznesowych umożliwiającą kontakt lokalnych kupców, producentów, dystrybutorów, hurtowników, detalistów i restauratorów z międzynarodowymi dostawcami. WorldFood Ukraine to impreza, podczas której swoje produkty demonstrują firmy z różnych sektorów spożywczych.

Ukraina jest coraz bardziej perspektywicznym rynkiem dla inwestycji międzynarodowych. Znacznie wzrosła na nim liczba super- i hipermarketów, a klienci stają się coraz bardziej wymagający. Stąd, dynamicznie rozwija się sektor zdrowej żywności, produktów wysokiej klasy i produktów niestandardowych. Stałym punktem imprezy jest Tasting Contest, podczas którego nagradzane są najlepsze produkty prezentowane na wydarzeniu.

W 2014 roku na imprezie obecnych było 83 wystawców z 16 krajów (Ukraina, Belgia, Czechy, Dania, Gruzja, Niemcy, Grecja, Litwa, Indie, Polska, Singapur, Korea Południowa, Hiszpania, Tajlandia, Turcja i USA). W Centrum Wystawienniczym, na powierzchni 2488 m² gościło 4 319 profesjonalnych zwiedzających.

Najnowszej generacji kompleks targowy posiada doskonałą infrastrukturę i dogodny dostęp do środków transportu miejskiego i prywatnego. Nowoczesna przestrzeń wprost idealnie spełnia warunki dla skutecznej i efektywnej komunikacji biznesowej. Podczas targów odbywają się także interesujące seminaria tematyczne, które pozwalają zrozumieć specyfikę lokalnego rynku.

 **WorldFood**
Ukraine
GreenProduce

WorldFood GreenProduce

UFI
Approved
Event

Meeting place of professionals
of food industry and retail

27-29 October 2015
IEC, Kyiv, Ukraine

www.worldfood.com.ua



 **WorldFood**
Ukraine

In the frames of the
International exhibition
for food and drinks

ORGANIZED BY PREMIER EXPO
PREMIER 
PART OF THE ITC GROUP



Tel.: +38 044 496 8645 (ext. 245)
e-mail: food@pe.com.ua

18th Central Asian International Food Industry Exhibition



worldfood KAZAKHSTAN

4 - 6 November 2015

IEC „Atakent” • Almaty • Kazakhstan



For more information about participating, please apply:
Tel: +44 (0) 207 596 5097
email: Andrew.Burman@ite-exhibitions.com
Tel: +7 727 258 34 41
email: food@iteca.kz in Almaty, Kazakhstan

www.worldfood.kz



WORLDFOOD KAZACHSTAN

4-6.11.2015

Atma-Ata, Kazakhstan



W dniach 4-6.11.2015 roku odbędzie się osiemnasta edycja międzynarodowych targów spożywczych WorldFood Kazakhstan. W Centrum Wystawienniczym Atakent na powierzchni 10 409 m² zaprezentowane zostaną najwyższej jakości produkty rynku spożywczego Kazachstanu i wielu innych krajów. Z roku na rok wydarzenie ma coraz bardziej dynamiczny charakter i przyciąga uwagę szerszego grona inwestorów. Wiele przedsiębiorców przyznaje, że to właśnie podczas tej imprezy targowej nawiązały lukratywne kontrakty biznesowe. WorldFood Kazakhstan odkrywa przed zwiedzającymi niepowtarzalne zasoby i jest miejscem spotkań najlepszych profesjonalistów w swojej dziedzinie m. in. producentów, dystrybutorów, hurtowników, detalistów oraz restauratorów. W zeszłorocznej Ceremonii Otwarcia uczestniczyli przedstawiciele instytucji państwowych najwyższego szczebla. Targi otwierał m.in. Minister Rolnictwa RP, Marek Sawicki.

W 2014 roku w Atma-Acie spotkali się przedstawiciele 456 firm z 36 krajów m.in. z Polski, Bułgarii, Belgii, Niemiec, Węgier, Indii, Japonii i Korei. Największą grupę firm, bo aż 33 stanowili polscy przedsiębiorcy. Obecnych było również 11 grup narodowych. Wystawę odwiedziło 4637 profesjonalnych zwiedzających, czyli aż o 9% więcej niż w roku poprzednim. Targi dynamicznie się rozwijają.

Podczas dwóch ostatnich edycji uruchomione zostało specjalne Retail Center, gdzie wystawcy mogli przeprowadzić bezpośrednie spotkania biznesowe z kluczowymi kazachstańskimi dystrybutorami.

W roku ubiegłym odbyło się również specjalne seminarium poświęcone zasadom funkcjonowania i specyfice gospodarki spożywczo-rolnej w Kazachstanie. Znajomość niuansów i mechanizmów działania lokalnego rynku znacznie ułatwia wprowadzanie na niego swoich produktów.

Na podstawie materiałów: ITE Poland

Optymistyczny Hongkong

ASIA FRUIT LOGISTICA to organizowane w Hongkongu międzynarodowe targi owocowo-warzywne. Jest to najważniejsza azjatycka impreza targowa poświęcona rynkowi świeżych owoców i warzyw, pochodzących z całego regionu.

W ofercie wystawców znajdują się: świeże owoce i warzywa, suszone owoce, orzechy, produkty mrożone i puszkowane, owoce i warzywa egzotyczne, uprawy organiczne, zioła i przyprawy, kwiaty i rośliny doniczkowe, technologie sortowania, pakowania, przechowywania i przetwarzania, transport i logistyka, zarządzanie produkcją i sprzedażą, kontrola jakości, doradztwo, rozwiązania informatyczne dla branży, usługi techniczne, systemy uprawy, materiał roślinny i nasiona. W tym roku owoce w swojej ofercie miało 374 firm, warzywa – 186, a produkty organiczne – 52. W tegorocznej imprezie, w dniach 3-5 września, udział wzięło 478 wystawców z 38 krajów (wzrost o 28% w stosunku do poprzedniej edycji) w tym: 34% z Azji, 25% z Europy, 15% z Ameryki Łacińskiej, 11% z Australii i Oceanii, 7% z Ameryki Północnej, 8% z Afryki i Bliskiego Wschodu. Odnotowano 8110 zwiedzających z 68 krajów (wzrost o 24% w stosunku do zeszłorocznej edycji). 58% z Azji, 9% z Australii i Oceanii, 7% z Ameryki Północnej, 9% z Ameryki Łacińskiej, 8,5% z Europy, 6,5% z Afryki i Bliskiego Wschodu. Targom towarzyszyła międzynarodowa impreza Asiafruit Congress. Całodzienne spotkanie przyciągnęło uwagę ponad 400 przedstawicieli branży z 33 krajów. Głównym tematem konferencji była rola marki w segmencie świeżych produktów z Azji. Inną ważną, poruszoną kwestią było rozważenie umocnienia roli Ameryki Łacińskiej, jako dostawcy do krajów azjatyckich. Zastanawiano się też nad penetracją rynku chińskiego i potrzebą współpracy z regionalnymi dystrybutorami. Dyskutowano o azjatyckiej potrzebie zapewnienia bezpieczeństwa żywnościowego, trendach w regionalnych uprawach warzyw, wzroście wpływu rynku indonezyjskiego oraz możliwościach promocji gruszek w Azji.

Opr.: AZ

Na ASIA FRUIT LOGISTICA nie zabrakło polskich akcentów - Grupy SadExport z Magnuszewa oraz magazynu Poland Fruits, jedyne polskiego czasopisma fachowego, dystrybuowanego podczas targów w Hongkongu.

Wszystkie jabłka świata

Międzynarodowy rynek jabłek niewątpliwie zmienia się. Tak podsumowano I Kongres pt. "The Apple in the World" towarzyszący 9. edycji międzynarodowych targów Interpoma 2014.



W targach udział wzięło 423 wystawców z 20 krajów. Imprezę odwiedziło prawie 18 tys. gości branżowych z ponad 70 państw. Osoby przybywające na targi Interpoma to niezwykle wyspecjalizowani fachowcy. W przeważającej mierze (55%) są to producenci jabłek, producenci innych owoców (17%), dystrybutorzy owoców i warzyw (11%) oraz producenci maszyn rolniczych (12%). W tym roku w centrum zainteresowania znalazły się kwestie dotyczące nowych trendów na rynku, rozwoju organizacji światowego marketingu w sektorze jabłek, zrównoważonej uprawy jabłek, nowych rozwiązań naukowych i adaptacja do zmieniających się warunków klimatycznych. Podczas kongresu podkreślono w szczególności spadek konsumpcji jabłek oraz rosyjskie embargo, które zmieniło kształt i płynność rynku. W obliczu tej sytuacji w centrum zainteresowania producentów pojawiają się nowe rynki zbytu. Eksperci z Europy, Północnej Ameryki i Nowej Zelandii zadawali kluczowe pytania: jak w przyszłości będzie kształtowała się konsumpcja? Gdzie szukać rynków zbytu? Jak będzie się kształtował rynek? W tej chwili w Europie produkowanych jest rocznie między 10 i 12 mln ton jabłek. Trend ten cały czas zwężkuje. Szczególnie we Wschodniej Europie wielkość produkcji jabłek będzie sukcesywnie rosła przy jednoczesnym spadku popytu. Europejskie rynki są nasycone, a granice rosyjskie dla europejskich jabłek zostały zamknięte. Ta sytuacja spowoduje poszukiwania nowych rynków zbytu na południu, w Północnej Afryce, na Bliskim Wschodzie i w Azji. Zdaniem ekspertów istotną kwestią jest potrzeba zastępowania innych produktów jabłkami np. jako przekąski. Eksperci zauważają, że rosyjskie embargo stanowi nie lada wyzwanie, zwłaszcza dla polskich producentów, gdyż ich główny klient zerwał kontakty handlowe. Z trudną sytuacją i licznymi wyzwaniami borykają się również USA. Wielu rodzimych producentów obserwuje ostry trend spadkowy w konsumpcji jabłek od 1997 roku. Tereny uprawne zmniejszyły się o jedną czwartą przy produkcji pozostającej na niezmiennym poziomie. Ameryka odczuwa podobny spadek konsumpcji jabłek jak Europa, choć istnieją odmiany cieszące się stałym, wysokim zainteresowaniem, jak choćby Honey Crisp, Pink Lady i Ambrosia, stanowiąc nadal znaczny potencjał. Jednym z najważniejszych wyzwań na najbliższe lata jest budowanie lojalności wśród klientów oraz świadomości konsumenckiej.

Opr.: AZ



European
Economic
Congress
2014

Europejski Kongres Gospodarczy 2014

Europa potrzebuje nowego otwarcia – na świat, na rynek, na problemy z integracją. Musi mierzyć się z populizmem i euro sceptycyzmem poprzez skuteczność swoich działań dowodzących, że Unia Europejska – mimo problemów – ma przyszłość.

Konkurencyjność, wykorzystanie wiedzy i kompetencji, efektywność wydawania wspólnych środków mających tworzyć warunki dla wzrostu gospodarki – to drogowskazy na czasy trudne dla idei europejskiej wspólnoty. Przed dekadą doszło do największego w historii rozszerzenia Unii Europejskiej o dziesięć państw, w tym o kraje Europy Centralnej i republiki nadbałtyckie. Wniosły one do Wspólnoty głód sukcesu, a teraz stanowią wzór dla innych rozwijających się gospodarek, także w Afryce i Azji. To jeden z ważniejszych kontekstów VI Europejskiego Kongresu Gospodarczego, o którym dobitnie przypomniano już w trakcie inauguracji.

Przestanie Kongresu obejmuje jednak – jak co roku – szeroki kompleks spraw dotyczących polityki i współpracy gospodarczej, konkurencyjności, koniunktury, handlu i wolnego rynku, strategii wykorzystania paliw energetycznych, inwestycji w przemyśle, transporcie i infrastrukturze, polityki regionalnej, a także społecznych aspektów zmian w gospodarce (rynek pracy i migracje, ochrona zdrowia, rozwój regionów i miast, odpowiedzialność biznesu).

Europa i świat

Obecność krajów przyjętych 10 lat temu do Unii, wbrew wstępnym obawom, pokazała, że siłą Europy jest różnorodność, a w starciu globalnym – partnerstwo. Europa potrzebuje dziś nowych modeli współpracy z krajami trzecimi – to jeden z obszarów, w których kraje Europy Centralnej mogą wnieść swoje doświadczenie i energię. W zasadzie żaden jej kraj, może poza Niemcami, nie

ma szansy na samodzielną rywalizację na światowych rynkach. Razem, gospodarki Polski, regionu Europy Centralnej, nie obciążone kolonialną przeszłością, mogą odnaleźć się w tej konkurencji międzynarodowej, oferując swoje doświadczenie z transformacji krajom Afryki i Azji. Z tego dorobku i kompetencji mogą też korzystać kraje Zachodu, by skutecznie rozwijać współpracę gospodarczą na rynkach odległych. Powinniśmy – jak zauważali goście II Forum Współpracy Gospodarczej Afryka Europa Centralna, zorganizowanego w ramach VI EEC – rozwijać partnerstwo oparte na zaufaniu, byśmy czuli, że inwestorzy z Europy przyjeżdżają po to, aby zyskać, ale także, aby Afryka zyskała. Zauważano, że we współczesnym świecie znikają proste relacje („ja mam towar, ty pieniądze”). W łańcuchu współpracy gospodarczej każdy kraj chce, by część wartości powstawała na miejscu, przynosiła profity, tworząc miejsca pracy i nowe szanse rozwojowe. Ważnym kierunkiem europejskiej współpracy i ekspansji zagranicznej pozostają Chiny. Jednak zanim obie strony zdążyły zagospodarować potencjał współpracy, zaczęły zmieniać się realia. Chiny zmieniają bowiem model gospodarczy, koncentrując się na budowie rynku wewnętrznego. W najbliższych latach pozostaną motorem napędowym globalnej gospodarki i „fabryką świata”, stając się jednocześnie chłonnym rynkiem. Globalne aspiracje Unii Europejskiej sprawiają, że oba organizmy gospodarcze rywalizują ze sobą na światowych rynkach, ale rywalizacja nie wyklucza współpracy, a ta – chociaż jej zakres jest dla obu stron nadal niesatysfakcjonujący – wciąż się rozwija. – Wymiana handlowa między Unią Europejską a Chinami to około 1 mld euro dziennie. Obaj partnerzy mogą prowadzić owocną współpracę gospodarczą, muszą jednak więcej o sobie wiedzieć i zrewidować wzajemne wyobrażenia o kształcie tej współpracy. Pora od politycznych deklaracji przejść do konkretów. W trakcie obrad dotyczących otwarcia Europy na świat stawiano pytanie, czy jako Europejczycy umiemy się mądrze dzielić, szanować partnera, korzystać

wspólnie z koniunktury, budować na tej podstawie zaufanie, które jest naturalną odpowiedzią na ryzyko wynikające z niepewnej, nie w pełni przewidywalnej sytuacji politycznej w wielu regionach świata.

Najważniejszy sojusz

TTIP, negocjowane obecnie transatlantyckie porozumienie w sprawie wolnego handlu, będzie – o ile negocjacje zakończą się sukcesem – największym tego typu traktatem, a jego znaczenie można określić jako globalne. Ożywienie wymiany handlowej, zwiększenie inwestycji da nowe impulsy rozwojowe gospodarkom po obu stronach Atlantyku, pojawią się jednak także problemy wynikające choćby z faktu, że nie wszystkie kraje (gospodarki, firmy) w równym stopniu i równie szybko będą mogły wykorzystać szanse związane z paktem. Unia Europejska i Stany Zjednoczone już teraz stosują w praktyce zasady wolnego rynku i konkurencji, więc na pozór mogłoby się wydawać, że wynegocjowanie takiego traktatu nie będzie skomplikowane. Dotychczasowy przebieg negocjacji pokazuje, że jest jednak inaczej. Nawet niewielka zmiana we wzajemnych relacjach UE i USA może przekształcić się na konkretne efekty ekonomiczne. O te niewielkie zmiany, a ściślej mówiąc setki, jeśli nie tysiące niewielkich zmian, toczy się obecnie intensywny negocjacyjny spór.

Nieskrępowany handel transatlantycki to wielka szansa dla Europy na wzrost gospodarczy, ale przy wspólnie przyjętych standardach pracy i ochrony środowiska. Nie można konkurować z podmiotem, który pomija koszty środowiskowe. W niektórych branżach stanowią one 30 proc. lub więcej kosztów. Opór USA przed redukcją CO₂ może być bardzo istotną przeszkodą w finalizacji rozmów na temat umowy o wolnym handlu. Istotnym aspektem współpracy transatlantyckiej są kwestie związane z energią i jej ceną – ważnym czynnikiem konkurencyjności. Firmy w Europie płacą blisko trzy razy więcej za energię elektryczną i cztery razy więcej za gaz. W tej sytuacji USA może wpływać na ceny energii na świecie, a więc i w Europie – jednak prawdopodobnie nie bezpośrednio poprzez (problematiczny na razie) import gazu skroplonego do Europy, lecz poprzez zmiany na globalnym rynku surowców energetycznych wywołane amerykańskim boorem związanym z wydobywaniem gazu łupkowego. Niemal każda dyskusja na temat przyszłości przemysłu w Unii Europejskiej i bezpieczeństwa dostaw energii w pewnym momencie zaczyna być debatą o polityce klimatycznej, co potwierdza jej ogromne oddziaływanie na życie gospodarcze.

Energia, klimat, bezpieczeństwo

Polityka klimatyczno-energetyczna UE jest w fazie szukania nowej tożsamości. Cele klimatyczne tracą

znaczenie na rzecz konkurencyjności i bezpieczeństwa energetycznego. KE zrezygnowała z celów dotyczących udziału OZE i efektywności energetycznej, ale postawiła cel 40-proc. redukcji CO₂ do roku 2030. To cel zbyt ambitny dla wielu krajów członkowskich – bardzo trudny do osiągnięcia. Trwają bardzo intensywne prace nad kształtem polityki energetyczno-klimatycznej UE w średnim i długim okresie. W tej dyskusji pojawiają się nowe pojęcia – koszty, konkurencyjność i bezpieczeństwo dostaw. Na nich buduje swoje stanowisko negocjacyjne m.in. Polska.

Kolejnym czynnikiem bezpieczeństwa w systemie energetycznym na szczeblu regionu i Europy powinien być gaz łupkowy. Polski rząd wyraźnie podkreślił, że nie dopuści, aby KE zablokowała czy utrudniała możliwość eksploatacji gazu łupkowego. Dlatego Polska proponuje, aby unia energetyczna opierała się na sześciu filarach: rozwoju infrastruktury energetycznej łączącej państwa UE i sąsiadów; mechanizmach solidarnościowych na wypadek kryzysu dostaw; wykorzystaniu siły przetargowej UE w negocjacjach z dostawcami; wykorzystywaniu rodzimych źródeł energii; dywersyfikacji dostaw (np. otwarcie na gaz z USA) oraz wzmocnieniu bezpieczeństwa energetycznego sąsiadów Unii.

UE powinna dbać o to, żeby unijne firmy energetyczne były traktowane na rynkach trzecich w taki sam sposób, jak firmy z zewnątrz na unijnym rynku.

Wyzwania i motory wzrostu

Wspólnota europejska znalazła się na zakręcie – nadal zmagają się ze skutkami kryzysu, wyparował optymizm i zapanowała niepewność co do przyszłości, a politycy nie są gotowi na reformy. A jednak wspólna Europa ma przyszłość. Unia Europejska potrzebuje reform strukturalnych powiększających konkurencyjność. Ważna jest również poprawa funkcjonowania jednolitego rynku. Potrzebne są bardziej skuteczne regulacje, które nie będą obciążeniem dla biznesu.

Motorami wzrostu gospodarczego – tak potrzebnego zagrożonej przez stagnację Europie – muszą być też technologie i innowacyjność. To dlatego na ożywienie współpracy nauki z przemysłem i komercjalizację wyników badań przeznaczają się w nowej perspektywie finansowej UE tak duże kwoty. W Europie, a szczególnie w krajach, które pod względem innowacyjności swoich gospodarek odstają od unijnej średniej, trzeba pamiętać, że z innowacjami mamy do czynienia dopiero wtedy, kiedy wiedza przekłada się na konkretne technologie, produkty czy usługi. Innowacje to cały proces, który wymaga współpracy i wspierania integracji środowisk biznesu i nauki na rzecz realizacji konkretnych programów badawczych oraz wdrożeniowych.



Jerzy Buzek

poseł do Parlamentu Europejskiego
i przewodniczący Parlamentu
Europejskiego w latach 2009-12,
przewodniczący Rady Europejskiego
Kongresu Gospodarczego

Europa sformułowała program reindustrializacji w 2010 roku przy okazji tworzenia strategii Europa 2020. W porównaniu z „przestarzałą strategią lisbońską, która nam nie wyszła”, w strategii Europa 2020 priorytetem jest innowacyjność. W punkcie polityka klimatyczna poszukujemy równowagi. Preregulowaliśmy UE, wszyscy o tym wiedzą (...) Udało nam się stępić ostrze polityki klimatycznej, ale niewystarczająco. Przed nami wielkie zadanie w tym zakresie. Konieczne jest zrównoważenie spraw ekonomicznych i ekologicznych. Nie możemy pod ideologicznym hasłem ochrony klimatu zwalczać przemysłu w UE. Naszym celem jest mało emisji CO₂, a nie mało węgla w energetyce.



Ignacio Garcia Bercero

główny negocjator Unii Europejskiej
ws. Transatlantyckiego Partnerstwa
w zakresie Handlu i Inwestycji (TTIP)

To chyba najważniejsze negocjacje, jakie prowadzi UE. Dlaczego zdecydowaliśmy się na ich rozpoczęcie? Po pierwsze jesteśmy przekonani,

że wynegocjowanie umowy zaowocuje wzrostem zarówno w UE, jak i USA. Z naszych szacunków wynika, że PKB dzięki wynegocjowaniu umowy może się zwiększyć o 3 proc. Musimy się postarać, żeby od pierwszego dnia obowiązywania umowa przynosiła wymierne korzyści ekonomiczne. To historyczna szansa dla UE i USA. Razem oba systemy mogą pracować lepiej. Pogodzenie ich interesów nie będzie łatwe. Współpraca może jednak zaowocować tym, że jakość stanowionego prawa wzrośnie. USA i UE dzięki podpisaniu umowy będą mogły wywierać globalny wpływ na tworzenie standardów i przepisów prawa. Wszystko to jest ważne, biorąc pod uwagę sens globalnego ładu gospodarczego. Możliwość wspólnego oddziaływania będzie także znacząca ze względu na interesy gospodarcze USA i UE.



Janusz Piechociński

wicepremier
i minister gospodarki Polski

W gospodarce mamy zrozumienie dla starego polskiego przysłowia: „Dobra gospodyni chce mieć jajka w kilku koszykach”. Dlatego ważne są dla nas takie kraje jak Togo, Etiopia i Pakistan, a nie tylko wielcy partnerzy – w rodzaju Japonii, Korei czy Chin. Dziś nie należy lekceważyć żadnego rynku. Na te niewielkie możemy wchodzić nawet z niezbyt dużymi kapitałami. Warto! Tym bardziej że na współpracy z bardziej oddalonymi od Polski krajami można zyskiwać większą wartość dodaną, urzeczywistniając wyższe marże. Trzeba jednak podchodzić do wspomnianych państw po partnersku.



Howard Chase

Director of Government Affairs,
Dow Europe

Jesteśmy bardzo zainteresowani wynikiem negocjacji UE-USA. Taryfy celne nie są wprawdzie wysokie, ale przy dużym wolumenie sprzedaży stają się istotnym elementem kosztów. Istotna jest także możliwość uniknięcia podwójnej certyfikacji. Zaoszczędzone dzięki temu środki możemy wykorzystać na rzeczy bardziej produktywne.



Ian Brzezinski

Rada Atlantycka

Jednym z rezultatów kryzysu na Krymie będzie to, że powstaną nowe poziomy współpracy w zakresie energetycznym. Myślę, że w tej kwestii propozycja Donalda Tuska (unia energetyczna – red.) jest bardzo ważna. Może to być początek dyskusji w Europie na temat tego, jak możemy lepiej koordynować politykę energetyczną i jak KE jako rząd europejski może odgrywać większą rolę w formułowaniu i realizacji wspólnej polityki energetycznej.(...)W Stanach Zjednoczonych istnieje konsensus co do tego, że należy usunąć obostrzenia w eksporcie gazu LNG. Trwa dyskusja nie o tym, czy gaz eksportować, ale na jakich warunkach ma się to odbywać. Mam nadzieję, że wkrótce Kongres zezwoli na eksport gazu przez Stany Zjednoczone.



Essossimna Legzim-Balouki

minister handlu i promocji sektora prywatnego Togo

Możemy zaoferować duże możliwości inwestycyjne np. w przemyśle górniczym, rolnictwie, ale też komunikacji. Dziś w Togo zagraniczny inwestor może w ciągu doby stworzyć przedsiębiorstwo, a my oferujemy wszelkie zabezpieczenia dla takiego przedsiębiorstwa.



Mari Kiviniemi

premier Finlandii w latach 2010-11

Zachęcam do wprowadzenia przepisów i regulacji, które są uzgodnione, ale których jeszcze nie udało się w całości wdrożyć. Gdyby państwa członkowskie UE w pełni wdrażały dyrektywy i przepisy Unii Europejskiej, to Europa byłaby dziś w lepszej sytuacji. Konflikt Rosji i Ukrainy jest znakiem ostrzegawczym mówiącym, że należy przyspieszyć wprowadzenie tych regulacji na rynku energetycznym. (...) Dla bezpieczeństwa energetycznego UE wszystkie państwa powinny m.in. zwiększyć wydajność energetyczną i oszczędność energii – to leży w rękach państw członkowskich. Należy także promować wykorzystanie OZE i badania nowych technologii w tym obszarze.



Pierre Bruhler

ambasador Francji w Polsce

Byliśmy w forpoczcie pisania europejskiej konstytucji, ale obywatele otworzyli nam oczy, kiedy odrzucili projekt w referendum. Obowiązujący obecnie Traktat Lizboński nie jest idealny, ale wciąż daje europejskim politykom duże pole do działania. Te zapisy nie zostały jeszcze w pełni wdrożone. Może zamiast rozpoczynać debatę nad nowym traktatem, najpierw należałoby w pełni wykorzystać możliwości, jakie daje obecny?



Jaroslav Neverovič

minister ds. energii Litwy

Polityka klimatyczna jest oczywiście bardzo ważna i powinniśmy robić to, co robimy, natomiast nie kosztem konkurencyjności, nie kosztem tego, że nie robimy wystarczająco dużo, aby zabezpieczyć dostawy energii. (...) Powinniśmy się zabrać do roboty, od słów przejść do czynów, zacząć budować naprawdę wspólny rynek energii w UE. Powinniśmy dokończyć realizowanie trzeciego pakietu energetycznego, wydzielić operatorów przesyłowych, żeby wszystkie firmy miały równy dostęp do rynku, powinniśmy zharmonizować reguły funkcjonowania tych rynków, zwiększyć efektywność energetyczną, wykorzystać zasoby naturalne, które posiadamy w Europie.



Zoltán Cséfalvay

minister stanu w ministerstwie gospodarki Węgier

Podzielam stanowisko rządu polskiego, że każdy kraj członkowski UE powinien stworzyć własny miks energetyczny, w zależności od uwarunkowań wewnętrznych. Kraje Europy Środkowej mają silną bazę przemysłową. Dla jego rozwoju i utrzymania miejsc pracy niezwykle istotne jest więc zapewnienie dostępu do taniej energii. Jeżeli chcemy być konkurencyjni, jako region i UE, to musimy rozwiązać problem pozyskiwania tanich źródeł energetycznych.



Hongjian Cui

dyrektor China International Studies Institute

Chiny są krajem, który będzie w najbliższych latach raczej szeroko inwestował na zewnątrz, bo największym wyzwaniem dla naszego kraju jest to, jak zarządzać swoim kapitałem. Chińskie inwestycje zagraniczne, ich struktura, będą się stopniowo zmieniały. Obecnie największym wyzwaniem dla Chin jest wejście na rynek europejski. Mamy deficyt zrozumienia wzajemnych oczekiwań (...) Chiński rząd uznaje istnienie utrudnień dla biznesu, ale żeby je usunąć, potrzebne są dalsze reformy. Nadzieje na to dają właśnie zmiany strukturalne w chińskiej gospodarce. Trzeba tylko na nie poczekać.

Materiały: EEC Poland 2014



Mirosław Maliszewski

Polskie jabłka są wyjątkowe

Rozmowa z postem Mirosławem Maliszewskim, prezesem Związku Sadowników Rzeczypospolitej Polski

Polish apples are extraordinary

Interview with Mirosław Maliszewski, Member of the Polish Parliament and President of the Republic of Poland's Union of Fruit Growers



Jak dużym producentem owoców jest Polska, jakie ilości owoców możemy eksportować?

Polska jest jednym z największych na świecie producentów jabłek, wyprzedzają nas tylko Chiny i Stany Zjednoczone. W 2013 roku byliśmy największym ich eksporterem. Wszystko wskazuje, że w najbliższych latach możemy tę pozycję utrzymać, a nawet ją umocnić. Podobnie jest w przypadku malin, porzeczek, truskawek i borówek amerykańskiej.

Jakie owoce możemy zaproponować zagranicznym importerom?

Najważniejszą pozycję w naszym eksporcie stanowią jabłka. Rok temu sprzedaliśmy prawie 1200 tys. ton. Także inne owoce uprawiane w naszej strefie klimatycznej stanowią poważną ofertę. Odnotowujemy wzrost eksportu truskawek i borówek. Mamy też do zaoferowania duże ilości śliwek, malin i gruszek.

Z którymi krajami nawiązaliśmy już współpracę, nad którymi rynkami wciąż pracujemy?

Tradycyjnymi rynkami zbytu są kraje europejskie, szczególnie wschodnie. Mamy na nich dominującą pozycję. Wzrost rozmiarów produkcji i jej rosnąca jakość, przekonały odbiorców w wielu innych krajach. Szczególnie w minionych 2-3 latach obserwujemy zakupy z nowych krajów. Widzimy wyraźnie rosnący eksport do Afryki Północnej, krajów Zatoki Perskiej i na bardziej odległe, azjatyckie rynki. Myślimy poważnie o sprzedaży do Indii, Chin, czy Wietnamu. Zainteresowanie naszymi produktami wyrażają także kontrahenci z wielu innych państw. Nasza oferta skierowana jest do wszystkich chcących nabyć nasze owoce.

Jakie inne produkty oprócz owoców proponujemy?

Mamy w ofercie także przetworzone owoce - dżemy, musy, chipsy, krajanki. Dużą popularnością na świecie cieszy się polski sok jabłkowy, zarówno w formie tradycyjnego koncentratu, jak też w postaci coraz popularniejszej wersji NFC (naturalnie mętnej). Gusta coraz większej grupy konsumentów podbija polski cydr - napój orzeźwiający o niskiej zawartości alkoholu powstały z fermentacji jabłek.

How big Poland is in terms of fruit production? How much of them are we capable of exporting?

Poland is one of the biggest apple producers in the world, second only to China and the United States. Moreover, in 2013 we were the biggest apple exporter. It seems that in the years to follow we are capable of holding and strengthening these ranks. The situation is similar for the raspberries, currants, strawberries and the American blueberry.

What fruits are we capable of providing the importers abroad with?

Without a doubt the strongest position in our export is occupied by apples. A year ago we sold almost 1.2 million metric tonnes of them. However, other species cultivated in our climatic zone can also be a serious offer. We are noting an increase in strawberry and blueberry export. We can also provide large amounts of plums, raspberries, and pears.

What countries have we already established a cooperation with? What are the markets yet to obtain?

Traditional markets for export include European countries, especially Eastern ones. We are dominant on those markets. However, increases in production amounts and quality have already convinced recipients in many other countries. Especially in the past 2-3 years we have observed purchases from new regions and countries. There is a visible growth in export aimed for the North Africa, Persian Gulf and even for more distant Asian markets. We seriously consider selling to India, China and Vietnam. Contractors from many other countries also show interest in our products. Our offer is aimed at everyone interested in purchasing our fruits.

Apart from fruits, what other products can we offer?

We also offer processed fruits - jams, mousses, chips. Polish apple juice is very popular in the world, both as a traditional concentrate and as an increasingly popular NFC (Not From Concentrate) natural juices. A growing number of consumers is also attracted to Polish cider - a refreshing beverage with low alcohol percentage made using apple fermentation.

Jak wygląda kwestia dostępności towaru i możliwości transportu?

W minionych latach dokonaliśmy ogromnych inwestycji w przechowywanie owoców i przygotowanie ich do sprzedaży. Nasz towar jest dostępny w dużej części sezonu, a jabłka nawet przez cały rok. Nie jest dla nas problemem przygotowanie dużych partii owoców i ich transport nawet w najbardziej odległe części świata. Dostęp do dróg międzynarodowych, linii kolejowych, rozwinięta infrastruktura, porty morskie, do których zawijają kontenerowce, pozwalają na szybkie dostarczenie towaru do odbiorcy.

Dlaczego każdy wymagający klient powinien zdecydować się na jabłka z Polski?

Mówiąc najkrócej, dlatego, że robi się na nich świetny biznes. Nasze sukcesy eksportowe to potwierdzają. Poza tym spełniamy oczekiwania najbardziej wymagających konsumentów.

Jakie nowe smaki, odmiany możemy zaproponować?

W opinii wielu ekspertów nasze odmiany mogą rozszerzyć gamę dotychczasowych odmian o nowe walory i wzbogacić ofertę skierowaną do konsumentów. To z kolei daje nadzieję na wzrost sprzedaży. W niektórych krajach o ustabilizowanym rynku, polskie produkty, nieco odróżniające się od ustalanych standardów, kupowane są z ciekawości. Zainteresowany klient najczęściej sięga po nie po raz kolejny. Coś w tym jest.

Jakiej jakości jest to towar, jakie spełnia normy?

Spełniamy wszystkie światowe normy bezpieczeństwa żywności. Posiadamy międzynarodowe certyfikaty gwarantujące jakość. Niskie zużycie środków chemicznych w całym procesie produkcji daje nam wyraźną przewagę nad konkurentami. Jest to coraz bardziej dostrzegane przez odbiorców.

Jak przedstawia się cena jabłek z Polski w stosunku do ceny jabłek z innych krajów?

To chyba nasza największa przewaga. Osiągamy dobre plony i jakość przy niższych od innych kosztach. Między innymi dzięki temu jesteśmy krajem, który coraz więcej produkuje i sprzedaje. To dziś rzadkie zjawisko.

Czym różni się jabłko polskie od innych?

Polskie jabłka są wyjątkowe ze względu na swój ładny wygląd i wspaniały smak. W testach konsumenckich wypadają świetnie. Ci, którzy mieli okazję je jeść, mówią wprost: „Te jabłka w odróżnieniu od wielu innych pachną świeżością i naturą, mają wspaniały aromat”. To najlepsza z możliwych rekomendacja, która przy połączeniu ze stosunkowo niską ceną, daje nam rynkową przewagę. Kupowanie i jedzenie naszych owoców, to dobra decyzja!

How would you describe product availability and transportation?

In the past years we made huge investments for storing fruits and preparing them for trading. Our products are available throughout most of the season, with apples available even the entire year. It is not a problem for us to prepare large shipments of fruits and transport them even to the most distant destinations in the world. Access to the international routes, developed infrastructure of railways, seaports serving container ships - these advantages add up to the possibility of rapid delivery of the fruits to the recipient.

Why should any demanding customer turn towards Polish apples?

To be brief - because one can build a great business upon them. Our export success supports this. Besides, we meet expectations of even the most demanding consumers.

What new flavors/varieties are we able to offer?

Experts claim that our varieties provide a possibility to extend our range with new types and widen the offer for consumers. This in turn could benefit sales. In some countries with already stabilized markets, Polish products are being bought out of curiosity, as they differ from standards established there. Customers that found interest in these products would often buy them again.

What are the quality standards of these products?

We are compliant with every global normative concerning food safety. We have international certificates. Low use of chemicals in the whole production process gives us a strong advantage over the competition. This becomes more and more important for aware consumers.

How does the price of Polish apples compare to those from other countries?

This seems to be our biggest advantage. We manage to get good crops and quality with costs lower than competition's. Among other reasons, this is why we are a country that produces and sells more and more each year.

How is the Polish apple different from other apples?

Polish apples are special due to their nice appearance and great taste. In consumer tests they perform extraordinarily. Those who had an opportunity to eat them, say it simple: „These apples, unlike others, smell. They smell like freshness, like nature, the aroma is astounding.” This is the best possible recommendation, and in combination with relatively low price it gives us a market advantage. Buying and eating our fruits is a good decision!

Rozmawiała: Anna Dąbrowska

Szanse na sukces

1 grudnia 2014 r. w Ministerstwie Gospodarki w Warszawie odbyło się Polsko-Białoruskie Forum Inwestycyjne „Inwestycje szansą wzrostu”. W spotkaniu uczestniczyli wicepremierzy Polski – Janusz Piechociński i Białorusi – Michaił Russyj. Forum poprzedziło dwustronne spotkanie polityków.

Omówili oni m.in. kwestie przystąpienia Białorusi do Światowej Organizacji Handlu, obecności Białorusi w Unii Celnej i współpracy transgranicznej. Przedyskutowali też aktualną sytuację na Ukrainie, ograniczenia w eksporcie z Polski towarów rolno-spożywczych na Białoruś i współpracę między firmami polskimi i białoruskimi. Forum poświęcone było atrakcyjności inwestycyjnej obu krajów i nowym warunkom współpracy między nimi, wynikającymi m.in. z członkostwa Białorusi w Euroazjatyckiej Unii Gospodarczej. Do udziału w forum zaproszono firmy sektorów przetwórstwa rolno-spożywczego, budownictwa, energetyki, ICT, transportu i logistyki a także przemysłu. Podczas forum podpisano porozumienie o współpracy między Polską Agencją Inwestycji i Informacji Zagranicznych oraz Narodową Agencją Inwestycji i Prywatyzacji (NAIP) Białorusi, umowę o współpracy pomiędzy Centrum Kształcenia Ustawicznego i Zawodowego w Poznaniu a Krajowym Instytutem Kształcenia Zawodowego i porozumienie o współpracy w dziedzinie normalizacji pomiędzy Polskim Komitetem Normalizacyjnym i Państwowym Komitetem ds. Normalizacji Republiki Białorusi. Białoruś jest 3. partnerem gospodarczym Polski wśród krajów wschodnich. Wymiana handlowa między oboma



krajami systematycznie wzrasta. W pierwszych 9 miesiącach 2014 r. wyniosła 2 mld dol. Polska eksportuje na Białoruś przede wszystkim wyroby przemysłu maszynowego, chemiczne, hutnicze i produkty rolno-spożywcze. Z Białorusi pochodzą produkty mineralne i chemiczne, wyroby przemysłu drzewno-papierniczego i hutnicze.

W strukturze polskiego eksportu na Białoruś jedną z ważniejszych ról odgrywa eksport (dane za 9 miesięcy 2014 r.) artykułów rolno-spożywczych (wartość eksportu: 277,6 mln USD, udział w eksporcie ogółem: 16,7%) – w szczególności w tej grupie towarów istotną rolę ogrywa eksport jabłek i gruszek świeżych (wartość eksportu: 96,3 mln USD, udział w eksporcie ogółem: 5,8%), pomidorów i pozostałych warzyw świeżych (wartość eksportu: 36,2 mln USD, udział w eksporcie 2,1%) oraz moreli, wiśni i czereśni świeżych (wartość eksportu: 14,4 mln USD, udział w eksporcie 0,9%).

W okresie I-IX 2014 r. utrzymywał się wzrost eksportu na Białoruś m.in. w sekcji produktów pochodzenia roślinnego (m.in.: jabłka, morele, wiśnie, czereśnie, warzywa jadalne, kapustne schłodzone lub świeże) – wzrost o 63% do wartości 188 mln USD, zwiększenie udziału w eksporcie ogółem z 7,7 do 12,7% (w tym przyrost dostaw jabłek i gruszek – o 86%, pomidorów – o 80%, moreli, wiśni, czereśni, brzoskwiń, śliwek – o 122%, kapusty, kalafiorów – o 256%).

Z kolei największe spadki zakupów z Białorusi wystąpiły m.in. w sekcji produktów pochodzenia roślinnego – zmniejszenie o 59% z 11,4 mln USD do 4,7 mln USD. Organizatorami Forum, ze strony polskiej byli – Ministerstwo Gospodarki, Polska Agencja Informacji i Inwestycji Zagranicznych, Polsko-Białoruska Izba Handlowo-Przemysłowa, zaś ze strony białoruskiej: Ministerstwo Spraw Zagranicznych Białorusi, Narodowa Agencja Inwestycji i Prywatyzacji oraz Białoruska Izba Handlowo-Przemysłowa.

Opr.: Anna Ziędarska

Źródło: Departament Promocji i Współpracy Dwustronnej Ministerstwa Gospodarki



Zdjęcia: Ministerstwo Gospodarki, www.mg.gov.pl

BMW ConnectedDrive
Rozwiązania, które dają wolność.

Nowe BMW X6

www.bmw-bawariamotors.pl



Radość z jazdy



BEZGRANICZNIE MOCNE.

NOWE BMW X6.

Nie boi się oczekiwań, ponieważ przerasta nawet te najwyższe. Muskularna sylwetka i ogromna moc nowego BMW X6 budzą jednogłośny respekt. Wszechstronne, a przy tym majestatyczne, pozwala postrzegać świat z nieznanej dotąd perspektywy. Teraz czeka na wyzwania, które u innych wywołają jedynie świadomość własnych ograniczeń. Umów się na jazdę próbną u Dealera BMW Bawaria Motors.

Dealer BMW Bawaria Motors

al. Krakowska 5

05-090 Falenty k/Warszawy

Tel.: +48 22 250 60 00

www.bmw-bawariamotors.pl



Agnieszka Żółtowska

Przezorny zawsze ubezpieczony

Rozmowa z Agnieszką Żółtowską,
głównym specjalistą w Biurze
Marketingu i Rozwoju Produktów KUKE S.A.

Proszę powiedzieć, czy istnieje możliwość ubezpieczenia transakcji od zmiennych kursów walut?

Na tym polu działa głównie rynek bankowy, jego aktywność jest wyjątkowo duża. Z naszego doświadczenia wynika, że tego typu ubezpieczenie jest bardzo skomplikowane. Dlatego też przedsiębiorcy wolą korzystać z prostszych instrumentów zabezpieczających.

My, konstruuując naszą ofertę ze wsparciem Skarbu Państwa, oczywiście uwzględniamy wahania kursów walut, z jakimi borykają się przedsiębiorcy eksportujący swoje towary i usługi. I tak: eksporterzy dóbr konsumpcyjnych do krajów podwyższonego ryzyka (takich jak Ukraina, Rosja czy Białoruś), odraczający termin płatności poniżej 2 lat korzystają z zabezpieczenia swoich cyklicznych transakcji w postaci Polisy na Wschód. Warunkuje ona, że wypłata odszkodowania będzie dokonana po kursie zaksięgowanym przez przedsiębiorcę w jego księgach rachunkowych, czyli najczęściej z dnia wystawienia faktury.

Dla eksportu inwestycyjnego, zarówno krótkoterminowego (z okresem płatności poniżej 2 lat) jak i średnio- i długoterminowego (z terminem spłaty 2 lata i więcej) wypłata odszkodowania nastąpi w walucie, w jakiej zawarto kontrakt. We wszystkich tych przypadkach

ryzyko walutowe jest niwelowane w momencie, kiedy kontrahent naszego przedsiębiorcy nie zapłaci w terminie a środki zaradcze, zastosowane przez KUKE nie przyniosą oczekiwanego efektu. Są to zatem ewidentne przykłady, że bierzemy pod uwagę potrzeby polskich firm i w miarę możliwości staramy się uwzględnić zmienne warunki prowadzenia działalności w tym obszarze.

Na jakie warunki ubezpieczenia mogą liczyć firmy handlowe? Czy istnieje zróżnicowanie ze względu na formy prawne przedsiębiorstw? Czy występują różnice warunków ubezpieczenia w przypadku towaru wysyłanego na wschód (do Kazachstanu, na Białoruś, Ukrainę), do krajów arabskich (Arabii Saudyjskiej, Indii, Maroka, Algierii), krajów zachodnich oraz do obu Ameryk i Kanady?

Dla ubezpieczenia należności forma i okres prowadzenia działalności gospodarczej, w tym handlowej, przez naszych klientów nie będą miały znaczenia.

W zależności jednak od rodzaju ubezpieczenia oferta uwzględnia wielkość firmy oraz kierunki jej sprzedaży a całkowity koszt ochrony będzie zależał w największej mierze od wartości ubezpieczonego obrotu, terminów

Przykład stawek przy ubezpieczeniu eksportu owoców do Białorusi:

Termin płatności	Stawka podstawowa		Stawka po zastosowaniu preferencyjnej stawki		Stawka po obniżce 20% dla towarów objętych rosyjskim embargiem (ostateczna)
	udział własny 5%	udział własny 10%	udział własny 5%	udział własny 10%	
do 30 dni	1,100%	0,983%	0,841%	0,752%	0,673%
do 60 dni	1,198%	1,068%	0,916%	0,817%	0,733%
do 90 dni	1,291%	1,147%	0,988%	0,878%	0,790%

Mieszkania Warszawa-Ochota Gotowe do obioru!

1,2,3,4 pokoje z widokiem
na centrum



TRITON[®]
DEVELOPMENT

tel: 22 393 62 00

mail: kontakt@tritondevelopment.pl

płatności, struktury należności płaconych w terminie i tych przeterminowanych, portfela kontrahentów, branży itp. Dlatego też im dłużej firma istnieje na rynku i aktywniej prowadzi swoją działalność handlową, tym oferta będzie bardziej dostosowana do jej potrzeb.

Kierunki geograficzne mają decydujące znaczenie przy doborze ubezpieczenia. Kraje, które zgodnie z klasyfikacją ryzyka OECD, uważane są za stabilne, można ubezpieczyć w ramach dostępnej oferty komercyjnej. W tej grupie znajduje się ponad 160 krajów, w tym USA, Kanada, Argentyna, Brazylia, Arabia Saudyjska, Indie, Chiny, Maroko itp.

Warunki ochrony w przypadku cyklicznych dostaw i realizacji usług będą w pełni negocjowalne a podejście do klientów niezwykle elastyczne, uwzględniające specyfikę niemal każdego przedsiębiorstwa, zaś koszt ubezpieczenia nie przekracza najczęściej promila obrotu firmy.

Drugą grupę krajów reprezentują te, gdzie niepewna sytuacja polityczna i/lub gospodarcza stanowi o ich podwyższonym ryzyku. Transakcje z kontrahentami z takich krajów nie znajdują ochrony na rynku prywatnym, zatem państwo przejmuje rolę reasekuratora, wspierając narodowy eksport specjalną ofertą ubezpieczeń, którą KUKE w jego imieniu udostępnia polskim przedsiębiorstwom. Do krajów tych należą m.in. Rosja, Ukraina, Białoruś, Kazachstan i Algieria. Cała lista obejmuje obecnie 59 państw.

Warunki ubezpieczenia transakcji do krajów podwyższonego ryzyka są zatwierdzane przez Ministra Finansów, co do zasady nie daje możliwości negocjacji jego parametrów. Jednakże, co ważne, w ubiegłym roku dokonaliśmy modyfikacji produktu wprowadzając kilka rozwiązań,

które pozwalają klientom na swobodniejsze dopasowanie warunków do ich potrzeb i kształtowanie kosztów ubezpieczenia. Warto wspomnieć, że w tym przypadku stawka za ubezpieczenie będzie zależna od kraju eksportu i jego ryzyka wg klasyfikacji OECD, terminu płatności i udziału ubezpieczającego w szkodzie.

Bardzo ważne jest, że ubezpieczenie krótkoterminowych należności w każdej formule oferowanej przez KUKE, to narzędzie do właściwej kontroli nad płynnością finansową firmy. W sytuacji bowiem, gdy kontrahent nie zapłaci, wszelkie ubezpieczone należności windykowane są bezpłatnie a w momencie braku oczekiwanych efektów działań interwencyjnych, wypłacane jest odszkodowanie.

Czy indywidualni sadownicy oraz zrzeszeni w grupach producenckich mogą się ubezpieczyć na wypadek załamania rynkowego?

Wsparcie państwa dla naszego eksportu regulowane jest przez stosowne dyrektywy Unii Europejskiej oraz porozumienia OECD, których Polska jest członkiem. Oznacza to, że w obszarze ubezpieczeń gwarantowanych przez Skarb Państwa obowiązują nas ściśle określone zasady, identyczne dla wszystkich systemów ubezpieczeń kredytów eksportowych na świecie.

Polskie przedsiębiorstwa mogą więc korzystać z zabezpieczenia transakcji handlowych w porównywalnym zakresie, jaki otrzymują przedsiębiorstwa zagraniczne, co powoduje zrównanie ich konkurencyjności na rynku międzynarodowym w obszarze możliwości oferowania najkorzystniejszych warunków finansowych transakcji.

Od lat reagujemy na negatywne sygnały, płynące z otoczenia rynkowego polskich przedsiębiorstw i włączamy się w działania ograniczające ich skutki. Dla przykładu, zamknięcie rynku rosyjskiego dla polskich owoców odbiło się negatywnie na sadownikach, pozostawiając w ich magazynach spore zapasy niesprzedanych towarów. Wspierając zatem ich działania eksportowe dajemy jasny sygnał, aby łaskawym okiem spojrzeć na inne, nie mniej atrakcyjne rynki. W tym celu dla produktów objętych rosyjskim zakazem wwozu obniżyliśmy o 20% stawki ubezpieczeniowe do 12 krajów objętych ubezpieczeniami gwarantowanymi przez Skarb Państwa tj.: Algierii, Azerbejdżanu, Białorusi, Bośni i Hercegowiny Czarnogóry, Iranu, Kazachstanu, Macedonii, Mongolii, Serbii, Wietnamu i Turkmenistanu. Dodatkowo indywidualni sadownicy i grupy producenckie mogą skorzystać z podwójnej obniżki w przypadku eksportu do Białorusi, gdyż dla tego kraju stosujemy preferencyjne stawki ubezpieczeniowe.

Rozmawiała: Anna Ziędarska

Przykład obliczenia składki za ubezpieczenie eksportu owoców do Białorusi:

Termin płatności: 30 dni
Wartość faktury: 100.000 zł
Stawka ubezpieczeniowa:
 udział własny 5% - 0,673%
 udział własny 10% - 0,602%

Składka wyniesie:
 udział własny 5% - 673,- zł
 udział własny 10% - 602,- zł



Marcin Wroński

Rośnie znaczenie promocji polskich jabłek za granicą

Rozmowa z Marcinem Wrońskim prezesem Instytutu Rozwoju Rolnictwa im. Władysława Grabskiego

Abroad marketing of Polish apples gains significance

Interview with Marcin Wroński, President of the Władysław Grabski Institute for Agriculture Development



Trudny rok dla branży sadowniczej oznacza pewien niepokój. Jaka jest Pana opinia na ten temat?

Nie upatrywałbym tylko samych problemów. Ująłbym to inaczej, mianowicie jest to rok nowych wyzwań i wyjątkowej pracy w poszukiwaniu nowych rynków. Do tej pory nie było aż takiej motywacji, ponieważ Rosja była odbiorcą większości wyprodukowanych w Polsce jabłek.

Jakie możliwości widzi Pan na wyjście z impasu?

Należy wykorzystać wszystkie możliwe kanały promocji, aby umocnić pozycję polskiego jabłka w oczach zagranicznych kontrahentów. Doskonałą możliwością wzmacniania marki polskich jabłek stwarzają zagraniczne targi branżowe. Niewątpliwie istotne są też misje handlowe organizowane dla zagranicznych kontrahentów do Polski, jak również dla polskich producentów do krajów, gdzie chcieliby ulokować na tamtejszym rynku swoje owoce. Nie jest to proces łatwy, ani krótkotrwały, ale zabiegi warte są trudu, ponieważ otwarcie nowych kanałów sprzedaży może być może zaowocuje w przyszłości zwiększonym popytem na jabłka.

Czy są to wszystkie możliwości?

Ależ nie. Stawiam na współpracę między sobą grup producenckich, wykorzystanie agencji zajmujących się promocją polskich produktów poza granicami. Istnieją również programy „Go China” i „Go Africa”, które należy wykorzystać. Administracja rządowa musi stanąć na wysokości zadania. Nie zapominajmy również, że jabłka to nie tylko owoce świeże, ale też produkty wyprodukowane na ich bazie. Należy do nich choćby popularny tak ostatnio cydr i może na promocję tego napoju warto zwrócić szczególną uwagę.

Jak ocenia Pan wsparcie unijne? Czy jest ono wystarczające i może zaspokoić potrzeby sadowników?

Wsparcie zaproponowane przez Unię Europejską nie wychodzi w pełni naprzeciw producentom owoców i jest niewystarczające. Przekazanie jabłek na cele charytatywne oraz rekompensaty za niszczenie zbiorów nie wyczerpują wszystkich możliwości. Można byłoby chociaż rozważyć utylizację owoców poprzez produkcję biogazu. Jestem przekonany, że w takim przypadku środki ze wsparcia unijnego byłyby wykorzystane bardziej efektywnie. Jabłka zakwaszają glebę i powinno znaleźć się taką metodę utylizacji, która do minimum ograniczyłaby skutki uboczne niszczenia zbiorów.

Tough year for the orchard business causes some concerns. What is your opinion on that matter?

I wouldn't see trouble only. On the other side, this year marks new challenges and extensive endeavors for finding new markets. Until now, there hasn't been this much motivation, as Russia was the recipient of most apples grown in Poland.

What chances for escaping this stalemate do you see?

Every possible channel of marketing should be taken advantage of to strengthen the position of Polish apples in the eyes of foreign contractors. An excellent opportunity for bolstering the Polish apple brand are the apple business fairs that take place abroad. Equally important are trade missions conducted by Polish producers to the countries they consider to be target markets for their fruits. This process is not easy, neither it is brief, but those endeavors are certainly worth the trouble, as opening new trading channels could profit in increased demand for apples in the future.

Are those all the opportunities present?

Certainly not. I would also bet on maximizing the cooperation between apple vendor organizations and taking advantage of agencies that deal with promoting Polish products abroad. Moreover, we should employ programs such as „Go China” and „Go Africa”. Government administration must rise to the challenge. Also, let's not forget that apples are not only what is considered „fresh fruits”, but also other products made from those fruits. These include cider, that has been extremely popular recently, and to marketing cider we should pay special attention.

How would you rate the support from EU? Is it sufficient enough to meet the needs of apple growers?

European Union's support proposals don't fully meet fruit vendors' needs. It is not sufficient. Donating apples for charity and reimbursements for destruction of crops are only few of many possible solutions. For instance, those fruits could be utilized in the process of biogas production. I'm confident that in such case the financial support from the EU would be used more effectively. Apples acidify the soil, and therefore a method of utilization that minimizes side effects of crop destruction should be found.

Rozmawiała: Anna Dąbrowska



Dr Mikołaj Pindeliski

Misje handlowe wsparciem ekspansji zagranicznej

Rozmowa
z dr Mikołajem Pindeliskim
kierownikiem podyplomowych
studiów Zarządzania Sprzedażą
oraz Zarządzania Produktami
i Usługami w Szkole Głównej
Handlowej w Warszawie
oraz ekspertem w krajowych
i zagranicznych projektach
doradczych IMMOQEE

Trade missions support foreign expansion

An interview with
Dr. Mikołaj Pindeliski,
director of the post-graduate
studies on Sales Management
and post-graduate studies
on Products and Services
Management at the Warsaw
School of Economics, and an
expert in domestic and foreign
IMMOQEE advisory projects.

Co to są misje handlowe?

Misje handlowe służą wspieraniu przedsiębiorstw, które chcą rozpocząć ekspansję na rynki zagraniczne. Mogą być prowadzone przez firmy świadczące takie usługi, ale także przez rządy państw, czy organizacje pozarządowe. Mogą być finansowane przez klientów zlecających usługi związane z wyjściem na rynki zagraniczne, z grantów, bądź z darowizn. Nie ma tu jednej reguły. Misją handlową jest każde działanie służące kompleksowej pomocy udzielanej przedsiębiorstwom i przedsiębiorcom w celu zaistnienia za granicą.

Do kogo adresowana jest oferta misji handlowych?

W zasadzie do każdego, kto chciałby podjąć działania związane z zaistnieniem na rynku zagranicznym. Misje handlowe służą przede wszystkim nawiązywaniu pierwszych kontaktów z lokalnymi kontrahentami. Mogą stać się statym pośrednikiem w łączeniu partnerów biznesowych z różnych krajów. Zanim firma urzeczywistni swoją obecność za granicą, musi nawiązać wiele kontaktów. Wtedy doskonałym rozwiązaniem są właśnie misje, które pomagają zebrać wiedzę potrzebną do zorganizowania dystrybucji, marketingu, czy wręcz znaleźć lokalnych partnerów. Dzięki misjom handlowym można poznać choćby uwarunkowania prawne, zasady współpracy z urzędami, lokalne uwarunkowania kulturowe itd.

Na jakie korzyści mogą liczyć zagraniczni kontrahenci biorący udział w misjach handlowych organizowanych w Polsce?

What are trade missions?

Trade missions are supporting enterprises that want to extend their activity to foreign markets. They can be conducted by companies providing this kind of services, but also by the country governments or non-government organizations. These missions can be financed by customers requiring service regarding foreign markets expansion, but also with grants and donations. There is no single rule here. Trade mission can be defined as every endeavor aimed at providing complex support for enterprises and entrepreneurs to help them mark their presence abroad.

Who can benefit from trade missions?

Essentially everyone who wants to mark their presence on the foreign market. Trade missions are suited mainly for establishing first contacts with local contractors. They can become a permanent broker, connecting business partners from different countries. Prior to becoming recognizable abroad, a company must establish various contacts. Here come the trade missions, that will help collect insight crucial for organizing distribution, marketing, and will even help find local contractors. Thanks to trade missions one can learn about legal requirements, rules concerning cooperation with local authorities, local culture, etc.

What benefits can foreign contractors get when participating in trade missions in Poland?

Misje służą przede wszystkim inicjowaniu kontaktów pomiędzy eksporterem do Polski, a lokalnymi podmiotami. Udostępniają miejsce na spotkanie, aranżują je, organizują targi, stoiska i imprezy branżowe. Pomagają tworzyć relacje oraz je podtrzymywać. Misja handlowa rozwiązuje wiele z tych problemów związanych z weryfikacją i analizą rynku, tłumaczeniem dokumentów itd. Obecni na miejscu pracownicy oferują nie tylko zweryfikowane bazy danych, ale także są obeznani z szeregiem uwarunkowań, wyszukują kontrahentów posługując się lokalnym językiem i pomagają w szeregu kwestii organizacyjnych. Od wyjazdu, przez samo spotkanie, po monitorowanie i rozliczanie realizacji zawartych umów.

Na co powinni zwrócić uwagę zagraniczni importerzy chcący uczestniczyć w misjach handlowych?

Przed wszystkim powinni dobierać misję do zakresu swojej oferty. Część misji specjalizuje się w niektórych branżach, inne działają przede wszystkim na ograniczonych geograficznie rynkach, jeszcze inne są nastawione na wyszukiwanie partnerów handlowych, podczas gdy jeszcze inne starają się kojarzyć działalności komplementarne. Można też, w zależności od misji, liczyć na wsparcie finansowe, a przynajmniej zwolnienie z niektórych kosztów, które misja przejmie na siebie. Misje mogą też być partnerami w pozyskiwaniu funduszy rządowych, czy np. z Unii Europejskiej na wsparcie eksportu.

Dlaczego rosną szanse na nawiązanie kontaktów handlowych poprzez uczestnictwo w misjach?

Obcy rynek, kultura i kraj, nieznane warunki i jednocześnie nieznany lub niejasny wizerunek kontrahenta z zagranicy powodują, że bez właściwej wiedzy trudno podjąć decyzje biznesowe. Misja w pewien sposób świadczy za podmioty, które reprezentuje, pomaga im swoją marką. Misja ma wiele do stracenia, gdyby oferowała kontakty z niesprawdzonymi, nie dość prześwieتلonymi i niewiarygodnymi firmami.

Czy firmy otwarte na nowe rynki mogą pozwolić sobie na zrezygnowanie z misji, licząc na dostępność oferty w Internecie?

Internet służy przede wszystkim do poszukiwania informacji, albo usprawnienia komunikacji, rzadziej jest miejscem podejmowania ryzykownych decyzji. Biznes, zwłaszcza ten nieco większy, bardzo lubi osobiste kontakty i bezpieczeństwo działania. Internet tego komfortu nie zapewnia. Do tego dochodzi morze informacji i wyświeتلień w wyszukiwarkach na dowolnie zadane pytanie. Misja może nie tylko aranżować spotkania, ale także, gdyby pozostać tylko w sferze wirtualnej,

Missions serve mostly for establishing contacts between an exporter to Poland and domestic entities. They provide venues for meetings, arrange them, organize fairs, stands and business events. They help establish relationships and sustain them. A trade mission solves many issues concerning market verification and analysis, translation of documents, etc. Employees present at site cannot only offer verified databases, but also know about various conditions, can look for contractors speaking local language and help with organizational matters — from the departure through the meeting itself and then apprise on the realization of the concluded agreements.

What in particular should foreign importers pay attention to, if they wish to participate in trade missions?

First of all, they should select a mission that suits their offer best. Some missions specialize in certain businesses, others operate mostly on geographically constrained markets, deal mostly with finding trade partners, or attempt to attract complementary activities. One can also benefit, depending on the mission, from financial support or at least a partial exemption from the costs, that will be covered by the mission. Missions can also be a partner in raising government funding or those from the EU, that are allocated for export support.

Why are the chances for establishing trade contacts through missions constantly growing?

Foreign market, culture and country, unknown conditions and at the same time unknown or unclear image of a foreign contractor can make business decisions difficult if without appropriate insight. In a certain way, a mission vouches for the entities it represents, helping them with its brand. Missions would have a lot to lose if they offered dealings with unverified and unreliable companies.

Can enterprises opening to new markets pass on missions, relying on the Internet marketing of their offer?

The Internet, that serves mostly as a source of information and a tool for simplifying communication, rarely is a place where risky decisions are made. Businesses, especially larger ones, favor personal contacts and safe dealings. The Internet does not provide this kind of comfort. Then we have the abundance of information and search engines results for every possible query. A trade mission cannot only arrange meetings, but also, if we were to stay in the virtual realm, attest for quality, history or for other examples of a contractor's collaboration. If this is not sufficient

może zaświadczyć o jakości, historii, czy innych przykładach współpracy danego oferenta. Jeśli nie załatwia wszystkich kwestii, to przynajmniej udostępnia bazę w miarę sprawdzonych kontrahentów. Redukuje to czas potrzebny do ich poszukiwania i pozwala znacząco obniżyć ryzyko.

Jak przekłada się kalkulator korzyści wynikający z uczestnictwa w misjach i kosztów poniesionych na ich sfinansowanie?

Sfinansowanie misji w odniesieniu do ich kosztów to w zasadzie temat nie wart nawet dyskusji. Koszty są doprawdy niewielkie, a korzyści mogą być przeogromne. To nie tylko wymierne, mierzone handlem i obrotami wartości, ale też te mniej widoczne, marketingowo – wizerunkowe korzyści. Nagle bowiem ktoś zaczyna w innym kraju informować na bieżąco o biznesie zagranicznego podmiotu, możliwościach współpracy itd. Bywa na spotkaniach, jest widoczny i nie pozwala zapomnieć. Jeśli nawet nie dojdzie do spektakularnych transakcji od razu, to lokalne firmy, ale też jednostki publiczne, zaczynają realnie rozważać współpracę z potencjalnym partnerem zagranicznym.

Jak polscy eksporterzy powinni przygotować się do takich misji w odległych krajach o innej kulturze?

Misja sama w sobie może już pozwolić na zrozumienie i przybliżenie się do lokalnej kultury, zwłaszcza kultury prowadzenia biznesu. Bez wątpienia pierwszym i podstawowym krokiem jest pozbycie się wszelkich uprzedzeń oraz otwartość wobec tego, co nowe i inne. Sokratejskie „wiem, że nic nie wiem” nabiera tu szczególnego znaczenia. W przygotowaniach mogą pomóc kursy, czy szkolenia organizowane przez izby handlowe danych państw, spotkania z przedstawicielami biznesu zagranicznego, książki i prasa. Można skorzystać również z pomocy doradców, działających przy misjach handlowych.

Do kogo adresowana jest oferta misji handlowych?

Od pojedynczego, drobnego przedsiębiorcy, po gigantyczne korporacje, które jeszcze na danym rynku zagranicznym są nieobecne. To po prostu relatywnie tania i w miarę bezpieczna forma nawiązywania pierwszych kontaktów z lokalnym biznesem i sektorem publicznym. Dla jednych będzie to wszystko, czego od danego rynku oczekują, dla innych pierwszy krok w poważniejszej ekspansji. Nie każdy chce i może od razu powoływać lokalne oddziały handlowe, czy budować zagraniczne magazyny, centra dystrybucyjne i fabryki. Tu misje sprawdzają się świetnie i spełniają także ważną rolę społeczną. Można oczekiwać więc od nich naprawdę wszelkiej pomocy i merytorycznej obsługi.

to deal with all of the matters, a mission will at least provide a database of moderately verified contractors. This is to reduce time necessary for finding them and lower the risk significantly.

How do profits from participating in trade missions relate to the costs of financing them?

Financing trade missions is a topic not even worth discussing. Costs are honestly tiny, but the benefits can be enormous. These are not only benefits measurable with trade volumes and revenues, but also those less visible, concerning contractor's PR and marketing. Suddenly, someone in a foreign country starts to continuously discuss business of a foreign entity and possibilities of cooperation. He/she is present at the meetings, becomes visible and wouldn't be easily forgotten. Even if there are no spectacular transactions at once, local companies, but also public entities, start to consider partnerships with the contractor abroad.

What preparations should Polish exporters undertake to participate in missions to countries with different cultures?

A mission itself can enable understanding and coming closer with the local culture, especially when it comes to the culture of business-making. Without a doubt, the first and essential step is to get rid of any prejudices and be open about what is new and different. The Socratic phrase „I know that I know nothing” is especially meaningful here. These preparations can be aided by courses or trainings organized by respective countries' chambers of commerce, but also by meetings with foreign business representatives, books, or press. Consultants working with trade missions can also help a lot.

At whom trade missions are mostly aimed?

At everyone, starting with a single, small entrepreneur, all the way to huge corporations, that have not yet marked their presence on a given market. This is simply a relatively inexpensive and safe way of establishing first contacts with local businesses and with the public sector. For some this will cover everything they anticipate on the market, while for others this can only be a first step towards serious expansion. Not everyone intends and is able to momentarily establish local trade departments or build foreign warehouses, distribution centers and factories. This is what missions excel at, while at the same time serving an important social role. Every help necessary and businesslike service can be required from them.

Rozmawiała: Anna Dąbrowska

MÓWISZ PRACA. MYŚLISZ TRANSIT.



TRANSIT **COURIER**

już od

375 PLN /mies.*

TRANSIT **CONNECT**

już od

469 PLN /mies.*

TRANSIT

już od

699 PLN /mies.*

TRANSIT **CUSTOM**

już od

630 PLN /mies.*

FORD **TRANSIT**. NOWA RODZINA SAMOCHODÓW DOSTAWCZYCH.

Ładujesz. Przewozisz. Dowozisz. Pracujesz.

Transit. Transit Custom. Transit Connect i Transit Courier.

Nieważne, co jeszcze przed Tobą - nowe Fordy Transit pomogą Ci zrobić więcej.

SPRAWDŹ PREMIEROWĄ OFERTĘ FORD LEASING.

*Oferta leasingowa na nowy samochód. Podana miesięczna rata leasingu jest kwotą netto. Okres umowy 84 miesiące, opłata wstępna 25%, wartość końcowa 15%, WIBOR 2,72%. Niniejsza oferta dotyczy przedsiębiorców i nie stanowi oferty w rozumieniu Kodeksu Cywilnego. Na zdjęciu samochody z wyposażeniem opcjonalnym.



Auto Plaza. Centrum Transita.

ul. Popularna 70, Warszawa; tel.: 22 447 0000

autoplaza.com.pl



Jakość to podstawa *Quality* is the basis

*Jedyna rzecz,
której nie można
skopiować, to jakość.*

*The only thing
which can not be
copy, it's the quality.*

Znany jest od ponad 20 lat. Stosowany jest w około 30 krajach m.in. w Chinach, Kanadzie, Maroku, Nowej Zelandii oraz większości krajów europejskich, np. we Francji, Niemczech i Wielkiej Brytanii. Sprawdza się w różnych warunkach klimatycznych - można go stosować niezależnie od panującej temperatury i wilgotności

It has been known for over 20 years. Used in 30 countries, including China, Canada, Morocco, New Zealand and most European countries, like France, Germany and the UK, as it is suited for various climatic conditions and can be applied invariant of air temperature and humidity. What are we talking

powietrza. O czym mowa? O FiloCal'u, nawozie dolistnym, stworzonym i wciąż udoskonalanym z myślą o uprawach sadowniczych, rolniczych i szklarniowych.

Warto wiedzieć, że ten pełnowartościowy nawóz dolistny został stworzony przez fizjologów roślin.

Ciągle zmieniające się warunki klimatyczne powodują, że nawóz testowany jest wciąż od nowa, a próby na nim wykonywane są w różnych regionach świata. FiloCal występuje w postaci płynnej, zawiera makro- i mikroelementy uzupełniające zapotrzebowanie roślin na substancje odżywcze.

Nawóz korzystnie wpływa na przyrost masy owoców, co daje efekt w postaci większych zbiorów. Dzięki FiloCal'owi jabłka lepiej się wybarwiają. Ogranicza on też powstawanie chorób m.in. GPP, czyli gorzkiej plamistości podskórnej. Stosowanie produktu pozytywnie wpływa również na jędrność owoców, znacznie poprawia kondycję roślin sadowniczych, podnosząc jakość i wydajność produkcji. Stosując FiloCal oszczędza się czas i pieniądze. Nawozy FiloCal (czarny, czerwony, niebieski) mieszają się ze sobą. Można je stosować z fungycydami i insektycydami. FiloCal zapewnia cieczy roboczej właściwy poziom pH 6,5, idealny dla większości stosowanych



about? FiloCal, a foliar fertilizer, created and constantly perfected, with orchards, agriculture and greenhouses in mind.

It is worth knowing that this fully featured foliar fertilizer has been developed by plant physiologists.

Nawóz FiloCal tworzą trzy produkty:



1. Filocal Foliar Feed (czarna nakrętka) azot, potas, fosfor, bor, żelazo, miedź, mangan, molibden i cynk



2. FiloCal Calcium (czerwona nakrętka) wapń i magnez



3. FiloCal Mikro (niebieska nakrętka) bor, miedź, mangan, molibden i cynk

FiloCal fertilizer is available in three sorts:



1. Filocal Foliar Feed (black cap) — nitrogen, potassium, phosphate, boron, iron, copper, manganese, molybdenum and zinc



2. FiloCal Calcium (red cap) — calcium and magnesium



3. FiloCal Mikro (blue cap) — boron, copper, manganese, molybdenum and zinc



Zastosowanie:	Rates:	L/ha	L/ha	L/ha
jabłonie/grusze	apples/pears			
od pojawienia się liści (2 zabiegi)	1st leaf (2 treatments)	3	3	1
2 tygodnie po kwitnieniu	2 weeks after blossom	3	3-6	1
stosowanie co 7-10 dni	every 7-10 days	3	6	0,5
2 tygodnie przed zbiorem	2 weeks before harvest	0	6	1
na lepsze wybarwienie	to improve color			
2 zabiegi co 7 dni	2 treatments 7 days apart			
2 zabiegi po zbiorach	after harvest 2 times	3	6	1
wiśnie	cherries			
od pojawienia się liści	1st leaf, 2 times before bloom	4	4	1
2 tygodnie po kwitnieniu	2 weeks after blossom	4	4	1
stosowanie co 7-10 dni	every 7-10 days up to harvest			
tydzień przed zbiorem	last spray before harvest	0	8	1,5
2 zabiegi po zbiorach	after harvest, 2 times	4	8	1
śliwy/brzoskwinie/morele	prunes/peach/apricot			
na pierwszy liść	1st leaf	0	0	1
przed kwitnieniem, 2 zabiegi	before blossom, 2 times	5	6	1
2 tygodnie po kwitnieniu	2 weeks after blossom and	5	8	1
stosowanie co 14 dni	every 2 weeks up to harvest			
tydzień przed zbiorem	last spray before harvest	0	8	2
2 zabiegi po zbiorach	after harvest 2 times	5	8	1,5
winogrona	grapes			
od pierwszych liści	once sufficient leaf area has			
stosowanie co 7-10 dni	developed, every 7-10 days	5	5	1
6 tygodni po kwitnieniu 3 zabiegi	6 weeks after blossom, 3 times	5	5	1
aż do zbiorów	continue up to harvest	5	5	1
jeżyny/truskawki/porzeczki	berries			
od pierwszych liści	once sufficient leaf area has			
stosowanie co 7-10 dni	developed, every 7-10 days	4-6	2-3	1-2
po zbiorach co 14-20 dni	continue after harvest to 14-20 days			
ziemniaki/kapusta/marchew	potato/cabbage/carrots			
od pierwszych liści	1st leaf	2	2	
po 6-ciu tygodniach	after 6 weeks	3	3	
po 4., 8. i 12. tygodniu	after 4., 8. i 12. weeks			1



PEŁNOWARTOŚCIOWE ODŻYWIANIE W UPRAWACH



FiloCal® to pełnowartościowy nawóz dolistny z pełną gamą makro- i mikroelementów, który doskonale uzupełnia zapotrzebowanie roślin w substancje odżywcze.

**Generalny Dystrybutor
i Bezpośredni Importer**

FILOCAL POLSKA Monika Gajewska
Bikówek 12, 05-600 Grójec
tel. 503 345 888
e-mail: info@filocal.pl
www.filocal.pl

Wyłączny
przedstawiciel
na Polskę firm:



Przedstawiciel
firmy:



środków ochrony roślin. Drobne wyjątki stanowią ATS, preparat Regalis oraz nawozy wapniowe. Stosując nawóz FiloCal nie ma potrzeby stosowania żadnych dodatkowych nawozów dolistnych.

Produkt FiloCal dostosowany jest do nawożenia we wszystkich fazach wzrostu roślin.

Dotyczy to również czasu kwitnienia.

Dzieje się tak dlatego, że FiloCal jest bezpieczny w stosowaniu zarówno przy wysokich, jak i niskich temperaturach również w przypadku, gdy istnieje ryzyko wystąpienia przymrozków oraz zarówno przy niskiej, jak i wysokiej wilgotności powietrza.

Według zaleceń producenta stosowanie nawozu dobrze jest rozpocząć od momentu pojawienia się pierwszego liścia (faza mysiego ucha). Następnie należy kontynuować stosowanie nawozu co 7-10 dni przez cały okres wegetacyjny, aż do zbiorów. Gdy aura daje taką możliwość, dobrze jest również po zbiorach przeprowadzić przynajmniej dwa zabiegi.

Nawóz przynosi bardzo dobre efekty nie tylko w produkcji jabłek i gruszek, sprawdza się też we wszystkich rodzajach upraw. O pozytywnym działaniu nawozu przekonali się już producenci malin, wiśni, śliw, brzoskwiń, moreli, pomidorów, winogron, jeżyn, truskawek oraz porzeczek, a także producenci drzewek owocowych.

Opracowała: Anna Wierzbicka



Still changing climatic conditions requires the fertilizer to be constantly tested with trials conducted in various parts of the world. FiloCal is offered in the form of a fluid, containing macro-elements and micro-elements that complement plants' need for nourishing substances.

The fertilizer has a positive influence on the fruit mass growth, effecting in larger crops. Thanks to FiloCal apples get better coloring. It also prevents diseases, such as the bitter pit. Applying FiloCal has good effect on the firmness of the fruits and increases vitality of the plants, contributing to increases in production quality and efficiency. Using FiloCal saves you time and money. FiloCal fertilizers (black, red and blue) can be mixed with one another. They can be used in combination with fungicides and insecticides. FiloCal ensures that the spray reaches pH = 6,5 that is perfectly suited for most plant protection products with few exceptions, namely the ATS, Regalis and calcium-based fertilizers. When using the FiloCal fertilizer there is no need for any additional foliar fertilizers.

The FiloCal product is suited for fertilizing in all stages of the plant growth. This also applies to the blossom phase.

FiloCal is safe to use in both high and low temperatures, when there is a chance of frost, and both in high and low humidity conditions. According to the producer's advice, it is best to start using the fertilizer when first leaves appear. After that, it should be deployed every 7 to 10 days throughout the entire vegetation period, until harvesting. Whenever possible, it is wise to also perform fertilizing twice after the harvesting.

The fertilizer gives excellent results not only for apple and pear production - it performs well for all kinds of crops. Raspberry, cherry, plum, peach, apricot, tomato, grape, blackberry, strawberry and blackcurrant producers, together with fruit trees growers, have already known about positive aspects of the fertilizer.

*Article by Anna Wierzbicka
(originally in Polish)*

Zdjęcia: archiwum własne



Skład produktu FiloCal Mikro Niebieski/Blue:

Bor(B)	0,380%	rozpuszczalny w wodzie, (0,380% B w postaci sodku boru)
Miedź (Cu)	0,700%	rozpuszczalny w wodzie (0,700% Cu w postaci Cu-EDTA)
Mangan(Mn)	0,513%	rozpuszczalny w wodzie (0,513% Mn w postaci Mn-EDTA)
Molibden(Mo)	0,028%	rozpuszczalny w wodzie (0,028% Mo w postaci molibdenianu sodu)
Cynk (Zn)	4,200%	rozpuszczalny w wodzie (4,200% Zn w postaci Zn-EDTA)



Skład produktu FiloCal Calcium Czerwony/Red

Tlenek wapnia (CaO)	18%	rozpuszczalny w wodzie
Wapń (Ca)	12%	rozpuszczalny w wodzie
Tlenek magnezu (MgO)	0,15%	rozpuszczalny w wodzie



Skład produktu FiloCal Foliar Feed Czarny/Black

Azot(N)	8,1%	
- azotan	1,6%	
- mocznik	6,5%	biuret 0.00325%
Potas (K ₂ O)	6,5%	rozpuszczalny w wodzie
Fosfor(P ₂ O ₅)	1,7%	rozpuszczalny w wodzie
Bor(B)	0,009%	rozpuszczalny w wodzie
Żelazo(Fe)	0,034%	rozpuszczalny w wodzie 0,034%, Fe w postaci Fe-EDTA
Miedź(Cu)	0,003%	rozpuszczalny w wodzie 0,003%, Cu w postaci Cu-EDTA
Mangan (Mn)	0,072%	rozpuszczalny w wodzie 0,072%, Mn w postaci Mn-EDTA
Molibden (Mo)	0,007%	rozpuszczalny w wodzie
Cynk (Zn)	0,02%	rozpuszczalny w wodzie 0,02%, Zn w postaci Zn-EDTA



FiloCal Fe

Chelat żelaza w ofercie nawozów FiloCal
Zastosowanie: 2-3 l/ha co 7-14 dni

Azot (N)	2%	
Żelazo (Fe)	1%	(Fe- EDTA)
Bor	0,09%	(w postaci sodku boru)
Mangan	0,22%	(Mn-EDTA)
Molibden	0,006%	(w postaci molibdenianu sodu)
Cynk	0,50%	(Zn-EDTA)

Co to jest pelet?

W języku angielskim słowo „pellet” oznacza kulkę, granulkę. W przypadku peletów organicznych jest to naturalny, skoncentrowany, wysokiej jakości nawóz występujący w formie twardych i suchych granulek, pakowanych w bigbale o wadze od ok. 1 do 1,2 tony.

Wartościowe z natury

W czasach dużej konkurencji na rynku liczy się jakość oferowanych produktów przy jednoczesnym zachowaniu dbałości o środowisko naturalne. Nie bez znaczenia jest też oszczędność czasu i pieniędzy. Są tego świadkami m.in. rolnicy, ogrodnicy i sadownicy, do których adresowany jest produkt występujący pod nazwą „pelety organiczne”.

Pelety składają się w przeważającej mierze z przetworzonego nawozu świńskiego lub kurzego, są bogate w pierwiastki takie jak azot, wapń, fosfor, magnez i potas. Dobór odpowiedniego rodzaju nawozu powinien być podyktowany potrzebami konkretnej gleby.

Pelet kurzy zawiera kg w 1 tonie:

N 45, P (P_2O_5) 34, K (K_2O) 25, Mg (MgO) 10, Ca (CaO) 100

Pelet świński zawiera kg w 1 tonie:

N 30, P (P_2O_5) 45, K (K_2O) 75, Mg (MgO) 30, Ca (CaO) 50

Charakterystyka i właściwości

To, co charakteryzuje pelety, to stabilność fizyczna i stały, zrównoważony skład. Wysoka zawartość substancji organicznych i odżywczych zapewnia glebie zdrową strukturę i żyzność. Mikroorganizmy wraz z substancjami aktywnymi biologicznie uruchamiają wzrost i rozwój pędów oraz korzeni. Pelety organiczne posiadają właściwości chłonne i buforowe, a to pozwala im przeciwdziałać niekorzystnym skutkom stosowania nawozów sztucznych oraz pestycydów.

Jak to działa?

Dużą zaletą granulatu jest łatwość i wygoda stosowania. Z wysianiem peletów doskonale poradzi sobie jedna osoba, wykorzystując do tego dowolny siewnik. Zaleca się wysianie nawozu w pasy herbicydowe. W pierwszym roku zaleca się zastosować, w zależności od gleby, średnio od 1 do 1,2 tony nawozu na hektar. W kolejnych latach należy zmniejszyć dawkę. Specjaliści zalecają stosowanie nawożenia

organicznego raz do roku. Do tych zaleceń stosują się m.in. Francuzi, Holendrzy, Belgowie i Niemcy. Zalety peletów organicznych docenili również Chińczycy. Nawóz przeznaczony jest do stosowania przez cały okres wegetacyjny roślin, jednak najlepsze efekty przynosi wysianie peletów wczesną wiosną.

Komfort i bezpieczeństwo stosowania

Pelety organiczne są uznawane za nawóz bezpieczny, ponieważ został on dokładnie przebadany. Nie zawierają nasion chwastów oraz larw owadów. Przeciwdziała temu obróbka termiczna. Ponadto pelety nie wydzielają nieprzyjemnego zapachu. Wszystkie te zalety dają ogromną przewagę peletom nad obornikiem.

Korzyści

Wśród korzyści płynących ze stosowania nawozu organicznego w postaci peletów specjaliści wymieniają uregulowanie gospodarki wodnej, magazynowanie wilgoci oraz ochronę przed erozją. Ponadto wprowadzane przez nawóz kwasy huminowe przeciwdziałają występowaniu szkodników roślin. Nie bez znaczenia są też czynniki ekonomiczne. W porównaniu z obornikiem ilość stosowanych peletów jest kilkunastokrotnie niższa, przy wyższej zawartości substancji odżywczych.

Opr.: Małgorzata Walewska

Dla kogo?

Pelety polecane są w nawożeniu upraw rolniczych, ogrodniczych, sadowniczych i szkółkarskich. Specjaliści podkreślają, że ważne jest zróżnicowane nawożenie, ponieważ konsekwencją jednostronnego stosowania jedynie nawozów sztucznych jest zniszczenie struktury gleby.

zdjęcia: archiwum własne

ASIA FRUIT LOGISTICA



ASIA
FRUIT
LOGISTICA

www.asiafruitlogistica.com

Inter-
national
trade
exhibition

国际
贸易
展览会

Hong Kong
2-4
September
2015

2015年9月
2-4 日,
中国香港

Asia's
Fresh
Produce
Hub

亚洲新鲜
果蔬行业
聚集点



together
with
同期举办

ASIAFRUIT
CONGRESS

ProMesse
Bałniowa 3 lok. 410 • 02 349
Warszawa
Tel +48 22 215 47 69
Fax +48 22 823 82 10
promesse@targiberlinskie.pl



GLOBAL PRODUCE EVENTS
a Messe Berlin and Fruitnet Ltd company



prof. dr hab. Tadeusz Żarski

GMO

organizm genetycznie zmodyfikowany

Rozmowa z prof. dr hab. Tadeuszem Żarskim,
Przewodniczącym Komisji
przy Ministrze Rolnictwa ds. GMO

Co kryje się pod nazwą GMO?

Skrót GMO pochodzi od pierwszych liter angielskiej nazwy Genetically Modified Organism, czyli organizm genetycznie zmodyfikowany.

Według definicji zawartej w Ustawie o GMO z dnia 22 czerwca 2001 roku: „Organizm genetycznie zmodyfikowany to organizm inny niż organizm człowieka, w którym materiał genetyczny został zmieniony w sposób, który nie wystąpiłby w warunkach naturalnych, stosując do tego krzyżowanie lub naturalną rekombinację.” Ogólnie mówiąc modyfikacja polega na wprowadzeniu do informacji genetycznej (genomu) organizmu, fragmentu DNA z innego organizmu, który odpowiedzialny jest za pewną cechę, lub też na modyfikacji funkcji genu, lub usunięciu go z organizmu.

Żadne współczesne osiągnięcie człowieka nie wzbudziło tak powszechnego zainteresowania, emocji i skrajnych opinii jak możliwość ingerencji człowieka w informację genetyczną roślin, zwierząt i samego człowieka. Pierwsze GMO zostało stworzone w 1973 roku i była to bakteria *Escherichia coli*, której wprowadzono sztuczny plazmid oporności na streptomycynę oraz sulfonamid. Pierwszą rośliną transgeniczną był tytoń,

otrzymany w 1984 roku. W 1994 roku do sprzedaży na terenie USA dopuszczono pomidory *Flavr Savr*, w których zmniejszono aktywność genu odpowiadającego za rozkład ściany komórkowej, co spowalniało proces dojrzewania i mięknięcia pomidora.

Obce geny wprowadzane są do komórek za pomocą wirusów, bakterii (*Agrobacterium tumefaciens*) lub poprzez „wstrzeliwanie” za pomocą specjalnych tzw. „strzelb genowych” i innych mniej lub bardziej skomplikowanych metod. Działania te są nieprecyzyjne i tylko kilka procent komórek ulega modyfikacji. Powstaje zatem konieczność oddzielenia ich od niezmodyfikowanej reszty. Aby można było tego dokonać wprowadza się dodatkowy gen tzw. markerowy, na przykład uodparniający zmienianą komórkę na antybiotyk. Następnie wszystkie komórki zmodyfikowane i niezmodyfikowane hoduje się w pożywce z antybiotykiem. Przeżywają tylko te zmienione, które wyposażono w geny odporności na antybiotyki. Tak zmienione organizmy są zdolne do rozmnażania i przenoszenia swych zmienionych cech na kolejne pokolenia.

Genetycznie modyfikowane organizmy (GMO) są bardzo rozległym

obszarem badawczej i gospodarczej działalności człowieka, obejmującym zarówno mikroorganizmy (bakterie, pleśnie, drożdże), rośliny (zboża, jarzyny, kwiaty ozdobne, drzewa owocowe, drzewa leśne) jak i zwierzęta (gryzonie, zwierzęta gospodarcze, ptaki, ryby, zwierzęta domowe).

W jakim celu tworzy się GMO?

Wiele współczesnych produktów będących w powszechnym użyciu pochodzi z GMO, głównie mikroorganizmów i roślin. Obecnie możemy wytwarzać wiele biopreparatów za pomocą rekombinowanych bakterii, roślin czy zwierząt. Udało się już w taki sposób uzyskać cenne grupy leków, m.in. interferon, interleukiny, czynnik martwicy nowotworów, preparaty przeciwzakrzepowe, czynniki krzepnięcia krwi, rekombinowane hormony, przede wszystkim swoisty gatunkowo ludzki hormon wzrostu, insulinę i szereg innych. Produkty uzyskane drogą modyfikacji genetycznych wykorzystywane są również w różnych gałęziach przemysłu, w tym także w przemyśle spożywczym np. podpuszczka, amylaza, bromelaina, lipazy itp.

Wspomniane wyżej biopreparaty czy związki chemiczne a nawet

zwierzęta czy rośliny, wykorzystywane w tych badaniach powstają w warunkach zamkniętego użycia GMO, tzn., że genetycznie zmodyfikowany organizm, znajduje się pod pełną kontrolą i nie ma możliwości dostania się do środowiska.

Stosowanie analogicznych modyfikacji genetycznych u roślin i zwierząt wykorzystywanych w rolnictwie, rodzi wiele nowych pytań i możliwych zagrożeń. Najpoważniejsze wątpliwości dotyczą GM roślin uprawnych i zwierząt hodowlanych – przede wszystkim dlatego, że GMO wkracza do produkcji żywności, oraz z tym, że produkcja ta odbywa się w warunkach otwartych poza laboratorium. Obawy dotyczą zarówno bezpieczeństwa zdrowotnego jak i zagrożeń środowiskowych.

Rodzaj modyfikowanych genetycznie roślin uprawnych jest bardzo skromny. Są to cztery rośliny: soja, kukurydza, rzepak i bawełna. Nie ma w sprzedaży genetycznie modyfikowanych pomidorów, truskawek ani sałaty. Także owoce takie jak nektarynki, bezpestkowe winogrona czy pszenżyto, często mylnie określane, jako GMO, nie są produktami inżynierii genetycznej – zostały otrzymane za pomocą tradycyjnych metod hodowli roślin uprawnych lub krzyżówek międzygatunkowych.

Rośliny GM odporne na suszę i inne zmiany klimatyczne, mogące rosnąć na glebach zasolonych, jak również słynny „złoty ryż” wzbogacony w karoteny – wciąż pozostają w sferze badań laboratoryjnych i nie są dopuszczone do uprawy ani do spożycia. Przemysł biotechnologiczny reprezentowany przez wielkie koncerny chemiczne, nie jest zainteresowany komercjalizacją takich odmian, które byłyby odporne na suszę, zasolenie gleby, chłód itp., ze względu na ich „niedostateczny potencjał marketingowy.”

Czy śledzi się i kontroluje wpływ genów roślin i zwierząt zmodyfikowanych za pomocą inżynierii genetycznej na organizm ludzki? Jeżeli tak, to co z tych badań wynika?

W powszechnej opinii największe obawy budzi kwestia czy żywność pochodząca z roślin GM jest zdrowa i czy nie zagraża przyszłym pokoleniom. W chwili obecnej mamy stosunkowo niewiele udokumentowanych doniesień o zagrożeniach dla zdrowia samych modyfikacji genetycznych. Warto jednak pamiętać, że w USA, gdzie ta żywność najdłużej jest obecna na rynku (pierwszy transgeniczny produkt, pomidor Flavr Savr dopuszczony na rynek w 1994 r.), nigdy nie była znakowana. Założono, że GM i naturalne odmiany roślin różnią się tylko i wyłącznie obecnością transgenów i są pod każdym innym względem „zasadniczo równoważne”, czyli takie same. Dzięki temu sprytnemu zabiegowi, dopuszczenie odmian GMO do obrotu nie wymaga przeprowadzenia klasycznych badań toksykologicznych, tak jak w przypadku każdej innej substancji, która ma być dodawana do żywności, a także ich oznakowania.

Dlatego nie ma możliwości przeprowadzenia jakichkolwiek badań epidemiologicznych. Jeżeli zaś chodzi o badania laboratoryjne, to naukowcy sceptycznie nastawieni do stosowania w żywieniu produktów pochodzących z GMO przestrzegają, że stosowane dziś schematy doświadczeń w ocenie ryzyka, nie pozwalają wykryć odległych skutków stosowania takiej diety. Większą uwagę powinno się więc zwracać na potencjalne ryzyko chorób hormonozależnych, a schematy doświadczeń powinny zostać odpowiednio zmodyfikowane i dostosowane do detekcji efektów chronicznej ekspozycji oraz wpływu na następne pokolenia.

Oczywiście badań eksperymentalnych na ludziach się nie prowadzi. Są jednak symptomy, które wskazują, że nie wszystko jest tak dobrze z żywnością GM w królestwie GMO, tj. w USA. Sprawozdania Centrum Kontroli Chorób (CDC) pokazują, że związane z jedzeniem zachorowania, m.in. otyłość, cukrzyca i alergie pokarmowe, zwiększyły się w populacji amerykańskiej od 1994 r. a czasami współczesnymi (tj. tuż przed komercjalizacją żywności GM) 2-10-razy.

Na poziomie Unii Europejskiej nie istnieją przepisy, które regulowałyby zasady znakowania produktów pochodzenia zwierzęcego informacją, że w trakcie chowu zwierząt stosowano bądź nie stosowano pasz genetycznie zmodyfikowanych i/lub genetycznie zmodyfikowanych produktów leczniczych. W tej sytuacji obowiązują ogólne zasady dotyczące znakowania środków spożywczych. Jak dotąd nie zostały uregulowane również kwestie znakowania żywności informacjami takimi jak „bez GMO”, „non GMO”, „GMO- free”, „wyprodukowano z (nazwa składnika) non-GM” i każdym innym określeniem, które może mieć taki sam sens dla konsumenta. Również polskie przepisy nie regulują tej kwestii.

(informacja ze strony www.gis.gov.pl/ckfinder/userfiles/files/.../GMO%206.pdf)

Czy ma to związek z żywnością GM? Nikt nie wie, gdyż badania na ludziach nie są wykonywane a obserwacje epidemiologiczne są niemożliwe, ponieważ żywność ta nie jest etykietowana.

O ile nie ma 100% niepodważalnych dowodów naukowych, że stosowanie w żywieniu produktów pochodzących z GMO może być przyczyną szkodliwych efektów u ludzi, to coraz więcej pojawia się informacji o szkodliwości pestycydów stosowanych w uprawie roślin modyfikowanych genetycznie.

Coraz więcej danych wskazuje, że herbicydy mogą powodować wady rozwojowe i problemy z płodnością, co potwierdzają badania na modelach zwierzęcych. Ukazały się liczne raporty informujące o szkodliwym działaniu preparatu na hodowle komórek ludzkich oraz obserwowane w badaniach na zwierzętach.

Od kilku lat z Ameryki Południowej napływa wiele sygnałów o pojawianiu się wad rozwojowych u niemowląt, których rodzice mieszkają w sąsiedztwie pól opryskiwanych herbicydem. Dla przeciwników preparatu to koronny argument, że glifosat ujawnia toksyczny potencjał, nie tylko w badaniach laboratoryjnych na zwierzętach, ale także szkodzi ludziom. Jest to o tyle niepokojące, że większość znajdujących się obrocie roślin jest modyfikowana w kierunku oporności na herbicyd.

Jakie są korzyści, a jakie zagrożenia wynikające z obecności GMO?

W tym przypadku również musimy oceniać organizmy GM w sytuacji ich użycia zamkniętego tj. w warunkach pełnej kontroli nad procesem biotechnologicznym i uwolnieniem do środowiska, kiedy to GM organizm: mikroorganizm roślina czy zwierzę polegające na

zamierzonym wprowadzeniu do środowiska organizmów genetycznie zmodyfikowanych albo ich kombinacji, w celach doświadczalnych lub uprawy, bez stosowania zabezpieczeń mających na celu ograniczenie ich kontaktu z ludźmi i środowiskiem.

Biotechnologia przemysłowa usprawnia procesy produkcji poprzez zastosowanie enzymów, uzyskiwanych także z modyfikacji bakterii. Są one wykorzystywane w przemyśle mleczarskim, piekarniczym i przetwórstwie mięsa, w produkcji substancji stabilizujących lub polepszających wartości odżywcze i walory smakowe.

Inną sprawą jest uwalnianie do środowiska organizmów GM w tym przede wszystkim roślin GM, ponieważ jeżeli chodzi o zwierzęta, jedynym komercyjnie dostępnym w USA zwierzęciem jest rybka akwaryjna danio pręgowany z genem fluorescencyjnego białka i oczekujący na dopuszczenie szybko rosnący łosoś AquAdvantage. Oczywiście wprowadzeniu upraw roślin GM towarzyszyły nośne hasła humanitarne, że: poprzez uprawę roślin GM uzyskamy wyższe plony, zwiększenie plonów zlikwiduje głód na świecie, zmniejszając zużycie pestycydów uzyskamy czystą zdrową żywność, zwiększy się zysk rolnika i jednocześnie spadną ceny żywności, wprowadzenie upraw GM roślin doprowadzi do zmniejszenia presji i degradacji ekosystemów, złoty ryż wyleczy chore na ślepotę zmierzchową i kserofthalmię dzieci w III świecie, żywność pochodząca z roślin modyfikowanych genetycznie jest przebadana i w pełni bezpieczna, itp. Jak wygląda rzeczywistość w odniesieniu do roślin GMO? Jest ona całkowicie odmienna a dostępne informacje naukowe fakty te potwierdzają.

Nie jest prawdą, że poprzez uprawę roślin GM uzyskamy większe

plony. Już w samych założeniach zmian genetycznych roślin uprawnych nie prowadzono modyfikacji w tym kierunku.

Uprawy roślin GM zamiast przyczyniać się do rozwiązania problemu głodu na świecie, dodatkowo powodują jego pogłębienie. Rzeczywisty problem głodu nie tkwi w braku żywności; na świecie produkuje się ją w wystarczającej ilości. Głód jest wynikiem niewłaściwej polityki rolnej i niewłaściwej dystrybucji żywności. Według tych danych FAO od 2007 roku liczba głodujących wzrosła o 40 milionów, a od lat 2003-2005 - o 115 milionów. Większość uzyskanych plonów roślin GM jest przeznaczana na biopaliwa i pasze dla zwierząt w krajach nie doświadczających głodu.

Wprowadzenie do uprawy roślin transgenicznych nie spowodowało zmniejszenia zużycia pestycydów, a wprost przeciwnie zgodnie ze stosowaną technologią uprawy tych roślin wzrosło zużycie totalnych pestycydów np. w USA w latach 1996- 2011 o 239 milionów kilogramów. W związku z powstaniem populacji chwastów opornych nie zmniejszyło się zużycie klasycznych herbicydów.

Długofalowe skutki wpływu GMO na ludzkie zdrowie są trudne do przewidzenia. Jednak każdego roku pojawia się coraz więcej dowodów wskazujących na to, że mogą mieć one wpływ negatywny.

Czy raz wprowadzone do środowiska naturalnego zmodyfikowane genetycznie organizmy można później z tego środowiska usunąć?

Usunięcie GMO ze środowiska, co w dzisiejszych realiach dotyczy roślin GM, nie stanowi problemu, po prostu można zaprzestać ich wysiewu i uprawy. Zagadnieniem ważniejszym jest krzyżowanie się roślin odmian tradycyjnych z modyfikowanymi genetycznie. Nie ma bowiem możliwości bezpiecznych upraw zbóż GM obok upraw zbóż tradycyjnych. Praktycznie na nieograniczoną skalę dochodzi do krzyżowania między roślinami transgenicznymi a uprawami tradycyjnymi tego samego gatunku. Zanieczyszczenie obejmuje przeniesienie się cech roślin GM na rośliny tradycyjne na drodze przepyleń, ale też rozsiewanie się GM nasion przeniesionych na sąsiednie pola przez wiatr, zanieczyszczone maszyny rolnicze itp. Proponowane pasy ochronne, rozdzielające oba typy upraw są niewystarczającym zabezpieczeniem. Praktyka pokazuje, że koegzystencja między zbożami GM i konwencjonalnymi nie jest możliwe. W krajach, gdzie uprawia się odmiany GM zakup czystego ziarna siewnego odmian tradycyjnych staje się problematyczny. Na przykład w Kanadzie i Indiach pola właścicieli upraw tradycyjnych sąsiadujące z uprawami roślin GM już doświadczają na wielką skalę „zanieczyszczenia genetycznego”. Światowy rejestr przypadków kontaminacji tradycyjnych upraw i żywności zarówno legalnymi, jak i nieautoryzowanymi odmianami GMO notuje rocznie po kilkadziesiąt przypadków. Przykłady: transgeniczna kukurydza rozprzestrzenia się w środowisku powodując skażenie genetyczne naturalnych odmian w Meksyku, który jest kolebką tego zboża. W Japonii,

gdzie nie uprawia się w ogóle odmian GM, znaleziono transgeniczny rzepak rosnący w pięciu z sześciu głównych portów i wzdłuż dwóch z czterech badanych poboczy dróg. Prawdopodobnie zanieczyszczenie pochodzi z importowanych nasion, zgubionych podczas transportu do zakładów olejarskich. Udokumentowano także zjawisko krzyżowania się transgenicznego rzepaku (*Brassica napus*) ze dziczącymi populacjami blisko spokrewnionych gatunków z rodzaju krzyżowych.

Czy farmy GMO mogą stać się zagrożeniem dla gospodarstw ekologicznych?

Zdecydowanie tak. W badaniach prowadzonych w USA analizowano zanieczyszczenie nasion konwencjonalnych przez DNA pochodzące z roślin modyfikowanych genetycznie. W badanych próbach zanieczyszczenie ziarna sojowego i kukurydzy wyniosło 50% badanych porcji ziaren rzepaku 100%. Badacze wnioskują, że rolnicy kupujący konwencjonalne nasiona tych trzech roślin nie mogą wcale być pewni, że ich nasiona są wolne od GMO.

Czy konsument robiąc zakupy, jest w stanie rozpoznać produkt zmodyfikowany genetycznie? Czy jest obowiązek umieszczania na produktach informacji o modyfikacji genetycznej?

Obowiązek znakowania wszystkich produktów zawierających GMO funkcjonuje na terenie całej Unii Europejskiej. Żywność znajdująca się w Unijnym Rejestrze Genetycznie Zmodyfikowanej Żywności i Paszy może znajdować się na rynku Unii Europejskiej, w tym Polski, pod warunkiem, że jest oznakowana zgodnie z przepisami rozporządzenia (WE) nr 1829/2003.

Zgodnie z art. 13 ww. rozporządzenia, na etykiecie produktu spożywczego, który zawiera lub składa się

z GMO, jest wyprodukowany lub zawiera składniki wyprodukowane z GMO powinna być zamieszczona jedna z następujących informacji: „genetycznie zmodyfikowany”, „wyprodukowany z genetycznie zmodyfikowanego (nazwa składnika)”, „zawiera genetycznie zmodyfikowany (nazwa organizmu)”, „zawiera (nazwa składnika) wyprodukowany z genetycznie zmodyfikowanego (nazwa organizmu)”.

Dla nieopakowanych jednostkowo produktów spożywczych, oferowanych konsumentowi końcowemu lub w miejscach zbiorowego żywienia (restauracjach, szpitalach, stołówkach itp.), informacja o tym, że dany produkt spożywczy jest genetycznie zmodyfikowany musi znajdować się przy produkcie w miejscu widocznym dla konsumenta.

Z obowiązku znakowania zwolnione są produkty zawierające GMO na poziomie nieprzekraczającym 0,9% (składników rozważanych osobno lub pojedynczego składnika)

pod warunkiem, że obecność ta jest niezamierzona lub nieunikniona technicznie (w innym przypadku znakowanie jest obowiązkowe). W celu ustalenia, czy występowanie materiału GM jest przypadkowe lub nieuniknione technicznie, przedsiębiorca musi być w stanie przedstawić organom kontrolnym dowód, że zostały podjęte wszystkie właściwe kroki mające na celu uniknięcie występowania GMO w danym produkcie.

Rozmawiała: MW

Kuchnia *molekularna* czyli KULINARNY FUTURYZM



Jeszcze nie tak dawno
nie wiedzieliśmy co to jest smartfon,
tablet, a teraz większość z nas
nie wyobraża sobie życia bez tych urządzeń.
Czy z kuchnią molekularną będzie tak samo?

Filet z prosiaka ze szpinakiem, makaronem z dyni i sosem czekoladowym



Monsieur Jean Bos

Tu również nowe techniki mają ogromne znaczenie: pianki, gotowanie metodą sous vide, mrożenie ciekłym azotem, anty-grill i wiele innych metod, dzięki którym powstają wyrafinowane,

wyjątkowe potrawy, ograniczone jedynie wyobraźnią mistrza kuchni. Polędwiczka wieprzowa otulona makaronem wiśniowym, podawana na sferycznej soczewicy, z makaronem z dyni i sosem czekoladowym, wulkan z Batida de Coco na świeżych owocach, jadalna ziemia i kwiaty, lizaki molekularne, drinki w postaci galaretki i kawior molekularny. Te niezwykle dania mogą sprawić, że będziemy wychodzić do restauracji nie tylko po to, żeby coś zjeść, ale przeżyć niepowtarzalny spektakl kulinarny, który angażuje wszystkie zmysły. Czy tak będzie wyglądać przyszłość? Restauracja stanie

się teatrem dla naszych zmysłów, kuchnia sterylnym laboratorium, a kulinaria będą nam się kojarzyć z molekułami? Wszystko to brzmi pięknie i nieco niepokojąco. Mistrz kuchni Monsieur Jean Bos założył Akademię Molekularną w Polsce, w przeszłości m.in. szef kuchni Króla Belgii i Księcia Monako, obecnie szef kuchni restauracji „Glamour” w hotelu Binkowski, obali mity i rozwieje obawy związane z tworzeniem potraw według nowych technologii. Jednocześnie opowie, co jest tak wyjątkowego w kuchni molekularnej, że zyskuje ona coraz większą popularność i staje się taka modna.

Zdjęcia: Akademia Molekularna Jean Bos

Pracował Pan jako szef kuchni króla Belgii i księcia Monaco. Jest Pan dyplomowanym Mistrzem Kucharzem Belgii i Francji. Był Pan wyróżniony jako „Najlepszy Kucharz Świata”. Mając tak spektakularne sukcesy, dlaczego zapragnął Pan przenieść się do Polski i sprowadzić tu kuchnię molekularną?

Dzięki kontaktom z Polakami za granicą odkryłem, że Polska to nowy, chłonny rynek kulinarny, który, pomimo przywiązania do tradycji, chce wdrażać innowacje. Odniosłem wrażenie, że postępuje to bardzo nieśmiało, dlatego podjąłem decyzję o przeprowadzeniu się tutaj i edukowaniu młodych kucharzy. Okazało się, że zainteresowanie kuchnią molekularną jest ogromne i wciąż rośnie. Szkolenia, które prowadzę, cieszą się bardzo dużym zainteresowaniem, a ja za każdym razem jestem pełen podziwu dla zaangażowania uczestników.

Co to jest kuchnia molekularna zwana kuchnią kreatywną lub kuchnią przyszłości? Co sprawia, że jest ona tak wyjątkowa?

Kuchnia molekularna to fuzja nauki i sztuki kulinarnej. Naszym celem jest wydobyć ze składników, których używamy, jak najlepszego smaku, nadania im wyjątkowej konsystencji, aromatu, a także idealnej temperatury i wielu innych. W celu wykonania dania idealnego, bierzemy pod uwagę fizyczną i biologiczną współzależność użytych produktów, a wszystko to wspieramy nutą filozofii. Dbamy o to, aby konsument odczuwał przyjemność płynącą z jedzenia wszystkimi zmysłami. Do tego celu często używamy sprzętów, które wielu osobom niezwiązanym z tym nurtem kojarzą się bardziej z urządzeniami laboratoryjnymi, niż z kuchnią. Badamy połączenia smaków, opracowujemy nowoczesne techniki, a każde menu układamy z niezwykłą starannością.



Grillowane Matze Św. Jakuba galaretka Campari z emulsją z boczku

Kto był prekursorem kuchni molekularnej? Może Pan powiedzieć kilka słów o historii jej powstania?

Za prekursorów kuchni molekularnej uważa się Nicholasa Kurti i Hervé Thisa, których pierwsze osiągnięcia datuje się na lata 80-te XX w. Hervé This jest chemikiem i opracował między innymi idealną temperaturę gotowania jajek (w ok. 65 °C białko ścina się, a żółtko pozostaje płynne), oraz odkrył, że zastosowanie pola elektrycznego ułatwia wędzenie tososia. Odkrył również, że dodanie odrobiny zimnej wody w trakcie ubijania białek w znacznym stopniu zwiększa ilość wytwarzającej się w tym procesie piany.

Współcześnie, na arenie międzynarodowej, w dziedzinie kuchni molekularnej najwyżej ceni się trzech kucharzy: Ferrana Adrię, Hestona Blumenthala i Pierre'a Ganaire.

Czym różni się kuchnia molekularna od kuchni tradycyjnej?

Występuje dość silna zależność między nimi. Kuchnia molekularna bada zjawiska zachodzące podczas obróbki pożywienia, wyciąga wnioski z obserwacji i stara się maksymalnie ulepszyć oraz urozmaicić dotychczasowe osiągnięcia. Oznacza to, że nie byłoby kuchni molekularnej bez tradycyjnej, zaś tradycyjna również może skorzystać z nowych osiągnięć i zauważam, że coraz częściej właśnie tak się dzieje. Zarówno w kuchni tradycyjnej jak

i molekularnej zaobserwować można wiele eksperymentów. Różnica jest taka, że kucharze molekularni popierają swoje tezy wiedzą ściśle naukową. Każdy umie ugotować jajko na twardo, jednak niewiele osób zastanawia się, dlaczego wewnątrz jajka zmieniło konsystencję. Kucharz molekularny zadaje sobie to pytanie, szuka odpowiedzi, a gdy już ją zdobędzie, stara się wykorzystać tę wiedzę, aby stworzyć nowe, innowacyjne danie, które do tej pory uważano za niemożliwe do wykonania.

Czy może Pan podać przykładowe potrawy kuchni molekularnej?

Oczywiście. W trakcie pokazów organizowanych przez naszą Akademię Molekularną prezentujemy takie dania jak polędwiczka wieprzowa otulona makaronem wiśniowym, podawana na sferycznej soczewicy. Przyrządzamy również jadalną ziemię, sorbety alkoholowe, lody o różnych smakach (m.in. ogórkowe, musztardowe), bezy mrożone ciekłym azotem, drinki w postaci galaretki i wiele innych. W Internecie można znaleźć mój przepis na comber z królika faszerowany indykiem z makaronem tagliatelle z rzepy i galaretką z pietruszki. Możliwości jest mnóstwo. Kawior molekularny, lizaki czy makaron można przyrządzić w dowolnej wersji smakowej. Heston Blumenthal, który jest aktualnie uważany za jednego z czołowych kucharzy molekularnych,



Jadalna ziemia i kwiaty

przyszedła w swojej restauracji między innymi ślimakową owsiankę, gotowanego łosia w żelu lukrecjowym i gazpacho z czerwonej kapusty.

Kuchnia molekularna to praktycznie kuchnia bez użycia ognia, proszę powiedzieć coś więcej na temat sposobów przygotowywania dań? Ile przeciętnie trwa wykreowanie takiego dania?

To zależy od dania. Kuchnia molekularna wykorzystuje całą gamę technik, takich jak żelowanie, sferyfikacja, emulgacja, pianki, gotowanie metodą sous vide, mrożenie ciekłym azotem, anty-grill i tym podobne. Wytworzenie molekularnego kawioru czy pianki to kwestia kilku minut. Zdecydowanie więcej czasu zajmuje gotowanie metodą sous vide, którego istota polega na długim gotowaniu potraw, w temperaturze o wiele niższej niż przyjęło się używać

w kuchni tradycyjnej. Przyrządzenie niektórych potraw może trwać nawet kilka dni, jednak czasem warto poczekać, ponieważ danie końcowe rekompensuje ten czas.

Czy potrawy tworzone w ten sposób są zdrowe i dietetyczne?

Jak najbardziej. W kuchni molekularnej absolutną podstawą są składniki. Muszą być świeże, dobrej jakości. Jeśli zaś chodzi o różnego rodzaju odczynniki i tekstury, warto zwrócić uwagę na ich pochodzenie, gdyż są to w głównej mierze wyciągi z roślin. Często okazuje się, że używane przez nas produkty są zdrowsze niż te, z których każdego dnia korzystają zwolennicy kuchni tradycyjnej. Przykład? Żelatynę, pozyskiwaną ze skóry, chrząstek i kości zwierzęcych, zastępujemy agarem - substancją wytwarzaną z krasnorostów, które są glonami. Jest ona po pierwsze zdrowsza, a po drugie,

ma zdecydowanie szersze zastosowanie. Okazuje się więc, że kuchnia molekularna ma ludziom współczesnym bardzo dużo do zaoferowania. Wiele dań można przyrządzić zgodnie z regułami diety wegetariańskiej, wegańskiej, bezglutenowej i innych.

Czy jest wielu entuzjastów takich dań?

Aktualnie obserwuję w Polsce dynamiczny wzrost zainteresowania kuchnią molekularną. Oczywiście, nie brakuje osób, które obawiają się tego nurtu w gastronomii, ponieważ wydaje im się, że dania molekularne są naszpikowane chemią, ale ta tendencja maleje. Również głosy mówiące „kto by się najadł taką porcją?” stopniowo cichną, a ludzie zaczynają dostrzegać, że w dziedzinie kulinariów również jest miejsce na sztukę. Podziwiają i doceniają estetyczne walory dań kuchni molekularnej.



Polędwiczka wieprzowa otulona makaronem wiśniowym podawana na sferycznej soczewicy



Wulkan z Batida de Coco na świeżych owocach

W tej chwili jest to kuchnia bardzo elitarna i droga, z czego to wynika?

Elitarna to zdecydowanie za duże słowo. Jest to rzeczywiście wyższa szkoła jazdy, jednak każdy, kto chce zdobyć wiedzę na jej temat, ma ku temu wiele możliwości. Jeśli chodzi o kucharzy, przede wszystkim powinni najpierw zdobyć wiedzę w zakresie innych kuchni, a następnie nauczyć się procesów, jakie zachodzą podczas obróbki produktów. Wiedzę, w jakiej temperaturze ścinają się białka, kucharz molekularny musi mieć w małym palcu. Kolejnym czynnikiem, bardzo ważnym, jeśli chce się osiągnąć w tej dziedzinie sukces, jest fantazja. To właśnie dzięki pomysłowości i braku lęku przed podjęciem ryzyka, powstają najciekawsze dania.

Błędna jest opinia, że kuchnia molekularna jest droga. Należy spojrzeć na temat z innej perspektywy: kiedy wybieramy się do restauracji, w której zamawiamy kolację molekularną, często decydujemy się na zestaw degustacyjny. Porcje są niewielkie, ale klient otrzymuje ich większą ilość, na przykład dwanaście. Do tego dochodzi porcja odpowiednio dobranego wina do każdej z nich. Jeśli by sobie to dokładnie przeliczyć, biorąc pod uwagę, że wszystkie składniki są najwyższej jakości, okazuje się, że cena końcowa wcale nie jest wygórowana. Od czasu do czasu, warto zafundować

sobie taką przyjemność, gdyż wizyta w takiej restauracji to niezapomniana przygoda kulinarna.

Proszę powiedzieć coś więcej na temat „Akademii Molekularnej”, którą Pan prowadzi?

Akademia Molekularna powstała, aby uczyć polskich kucharzy techniki kuchni molekularnej. Każdego miesiąca organizujemy dwa szkolenia: jedno- i dwudniowe, na których uczestnicy poznają teorię i praktykę tego nurtu. Wszystkie szkolenia przeprowadzam osobiście, ponieważ lubię dzielić się wiedzą, którą sam zdobywałem. Chociaż akademia powstała z myślą o profesjonalnych kucharzach, na szkolenia zapraszamy również pasjonatów gastronomii, którzy nierzadko wprowadzają świeże spojrzenie na niektóre kwestie. Każdy uczestnik otrzymuje potwierdzenie ukończenia kursu w postaci certyfikatu Akademii.

Czy kuchnia molekularna to chwilowa fascynująca moda, czy tak

właśnie będzie się jeść za kilkanaście lat, a w każdym mieście będzie kilkadziesiąt tego typu restauracji?

Myślę, że osiągnięcia kuchni molekularnej pozostaną z nami na zawsze. Nie mówię tu o całkowitym porzuceniu dotychczasowej wiedzy kulinarnej na rzecz nowoczesnych rozwiązań, gdyż to byłaby ogromna strata. Poszczególne techniki kuchni molekularnej można stosować w połączeniu z kuchnią tradycyjną, dla urozmaicenia potraw. Warto jest badać wykorzystywane produkty pod wieloma względami, opracowywać nowe połączenia smakowe, niekoniecznie aby stworzyć coś nowego i „nie z tej ziemi” ale żeby np. ulepszyć coś, co doskonale znamy. Trudno jest określić trendy w dziedzinie gastronomii. Mam nadzieję, że restauracji serwujących dania molekularne będzie w Polsce coraz więcej, ale jednocześnie nie chciałbym, aby zastąpiły one tradycyjne lokale.

Rozmawiała:

Marta Ewa Wróblewska



Mojito na twardo



Lizaki molekularne z boczku i śliwek marchwi i imbiru daktyli i pomarańczy



Likier brzoskwiniowy w kapsułce puder z soku z limonki

INFORMIA

Your new IT alternative

INFORMIA is an IT service provider, implanted in several countries such as France, Poland and Morocco, specialized in the domains of fruit and vegetables from production to sales including the packaging. Our innovative software solutions are based on mobile IT achievements (mobile WI-FI radio terminals and barcodes).

Our products complete traditional systems of commercial or production management, or ERP, with which they integrate seamlessly. From 1998, our staff has reached a high expertise level, which made us commercialize our software solutions: ProdFlow®, TraceFlow® and EuroFlow®.

To manage your production: ProdFlow®

Informia created ProdFlow® - a professional innovative software for farm / orchards management. It allows to follow all sprays, to calculate their cost and to see which part of land is the most profitable. Moreover, the software manages Withholding Period (no harvesting period) which has to be respected after the



Printer with automatic deposite of label



Quality Module

application of spray chemicals. This helps you to reduce losses due to a recall or rejection of produce by your clients due to over passed chemical residue limits. In the context of more and more strict laws and regulations related to sprays, ProdFlow® is essential for each grower!

Essential link for supply chain: TraceFlow®

Our professional software solution for production, logistic and traceability - TraceFlow® - allows to manage location of goods in a storage area. At any time it's possible to know where exactly the product is located! Moreover, the system may assign the best location or storage area for each article. TraceFlow® allows optimizing of the picking process and track accurately goods throughout the storing and processing phase. All operations are done using a PDA Wi-Fi radio device, which saves time, eliminates much paper work, updates automatically and instantly stock and decrease risk of error. Our software is tailored for specific requirements of growers, packing houses, co-operatives, fruit and vegetables processing industry, wholesalers, importers and exporters.

Moreover, our system interfaces with pre-grading equipment or packing machine and takes from it all the necessary information. Besides, our software solution interfaces and cooperates with all other production equipment (weights, electronic boards, robots, automatic label printers,...) !

To drive your business: EuroFlow®

Informia presents EuroFlow® - professional software for sales and purchases management for the fruit and

Zdjęcia: archiwum INFORMIA Polska



vegetables sector. EuroFlow® covers the whole sales cycle, from purchasing to shipping, passing through an instant cost reporting, live at any time, margins and produce cost (where produce is from an external supplier). Moreover, due to tailor-made statistics, it is possible to analyze the company activity, discover its strong points, best products, most reliable buyers, etc. The EDI module of EuroFlow® allows to automatically edit and send invoices and delivery notes to clients.

From the very beginning, EuroFlow® has integrated GS1 norms, which guarantees companies a high standard process in accordance with international traceability rules and regulations.

*Anna Puzoń,
INFORMIA Polska*

Why choose our solutions?

We bring to our clients, traders, manufacturers or logisticians:

- optimization of productivity:
 - monitoring of stocks and of the flow of goods in real time,
 - minimization of manual data entry and of mistakes, due to automatic techniques of identification,
- improved quality:
 - traceability of actions and products,
 - labelling according to GS1 norms,
 - Electronic Data Interchange (EDI).

Informia's offer is complete and fast development of Informia is based on our clients' satisfaction.

That is why, the key factor of our strategy is to offer an excellent service:

- Detailed analysis of needs
- Adaptation of our products to specific needs
- Software and hardware installation
- Training users (Informia has an agreement for training)
- Assistance to Project Manager
- A support and availability which never stop, in particular not at the end of a project.



INFORMATYKA 100% DLA OWOCÓW I WARZYW PRODUKCJA, HANDEL, LOGISTYKA I TRACEABILITY

-  Specjalistyczne oprogramowanie dla sektora Owoców i Warzyw (ERP, WMS, CAPM).
-  Innowacyjne narzędzia pozwalające dostosować się w czasie rzeczywistym do potrzeb klienta.
-  Ergonomiczne i intuicyjne rozwiązania informatyczne.
-  Reaktywność i bezpośredni kontakt z ekipą profesjonalistów będących do Waszej dyspozycji.
-  Prowadzenie projektu i partnerstwo ukierunkowane na satysfakcję klienta.





Technologia *przyszłości*

Technology *of the future*

Od zarania dziejów o tym, jakie będą plony, współdecyduje pogoda. Jak świat światem rolnicy zajmują się jej obserwacją, wyciągają wnioski i podejmują odpowiednie działania. Dziś, nowocześni, patrzący w przyszłość gospodarze korzystają z nieocenionej pomocy elektronicznej aparatury kontrolno-pomiarowej.

Since the dawn of time the weather decided about the crops. Since time immemorial farmers have dealt with weather observation, they draw conclusions and undertake suitable actions. Today, modern, looking into the future, farmers make use of the electronic devices designed for control and taking measurements.

Elektronika przemysłowa Elmed jest kompetentnym sprzymierzeńcem przy unikaniu atmosferycznych niespodzianek, takich jak mroźne noce w okresie kwitnienia, czy wilgoć powodująca parcha drzew owocowych.

Dzięki całym dziesięcioleciom badań i prób, powstały zaawansowane systemy pomiarowe i transmisyjne, uzupełnione o oprogramowanie wytyczające nowe standardy. Bezpośrednie przetwarzanie zebranych danych umożliwia stworzenie rzetelnych prognoz oraz wygenerowanie alarmów i informacji, pozwalających podjąć działania zaradcze z odpowiednim wyprzedzeniem. Wieloletnie doświadczenia w ponad 100 stacjach badawczych pozwoliły potwierdzić klasę know-how oraz ugruntowały firmie Elmed pozycję rynkowego lidera

Elmed industrial electronics is a competent partner for predicting weather conditions such as cold nights during the bloom time or humidity causing scab of fruit trees.

Thanks to the examinations and trials over the decades, measurement and transmission advanced systems were created equipped with software with new standards. Direct processing of the collected data enables creation of reliable forecasts and generating information alarms, allowing to undertake precautionary measures in advance. Years of experience in more than 100 meteorological stations proved know-how and solidified the position of Elmed as the market leader in the area of the most professional orchard meteorological stations in Europe, configured according to the own needs.

w segmencie najbardziej profesjonalnych sadowniczych stacji pogodowych w Europie, konfigurowanych według indywidualnych potrzeb.

S jak stacja

Stacja meteorologiczna jest odporna na niekorzystne działanie pogody. Wszystkie przewody sondy umieszczone są wewnątrz obudowy. W efekcie kable nie są narażone na oddziaływanie promieni UV i przede wszystkim są zabezpieczone przed próbami wandalizmu.

Wszystkie sondy pomiaru temperatury zostały skalibrowane za pomocą hybrydowej techniki laserowej Elmedu, która eliminuje konieczność dokonywania corocznej kalibracji.

W skrzynce rozdzielczej znajduje się jednostka elektroniczna RES03 z komponentami, które są zamontowane w sposób umożliwiający przeprowadzenie, za pomocą dostarczonego schematu, połączeń i napraw. Gromadzenie danych w pamięci RAM umożliwia ich odtworzenie nawet po dłuższej przerwie. Dzięki zamontowaniu w stelażu stacji specjalnemu wejściu, możliwe jest podłączenie innych sensorów, jak choćby sensora pomiaru wilgotności gleby. W celu rozbudowania ilości nowych sensorów nie jest konieczne wykonywanie w skrzynce rozdzielczej nowych otworów. Ogromną zaletą stacji meteorologicznych firmy Elmed jest możliwość jej rozbudowy bez konieczności wykonywania dodatkowych otworów w desce rozdzielczej umieszczonej wewnątrz skrzynki. Konstrukcja skrzynki zapewnia jej wodoszczelność, a moduł solarny wraz z akumulatorem zapewniają stacji autonomiczne działanie. Stacje są używane od ponad 10 lat i do chwili obecnej nie wymagają

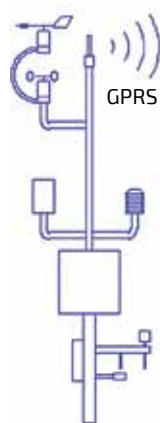
OPROGRAMOWANIE METEOROLOGICZNE



S like station

Meteorological stations are resistant to the adverse weather conditions. All the cables of the probe are placed inside of the structure. As a result the cables are not susceptible to UV radiation and above all are protected against vandalism. All probes responsible for temperature measurements were calibrated with the help of Elmed laser technique, which eliminates the necessity of annual calibration. In the distribution box there is an electronic unit RES03 with components which are installed in such a way that enable carrying out, using the provided schema, connections and repairs. Information gathering in RAM enables playing them back even after a long period of time. Thanks to the special sockets installed the station framework it is possible to connect new sensors like a soil humidity measurement

STACJA POGODOWA



SERWER



INTERNET

SADOWNIK



- Internet Explorer
- Mozilla Firefox
- Google Chrome
- Opera
- Safari

BEZPOŚREDNIE KOMUNIKATY (NP. ALARMY)
I SPRAWDZANIE AKTUALNYCH DANYCH



TELEFON

Schemat działania stacji meteorologicznej
Diagram of the meteorological station

justowania. To najbardziej profesjonalne sadownicze stacje pogodowe dostępne na rynku Europejskim. Gwarantują one precyzję pomiarów i eliminują potrzebę kalibracji sensorów. Niezawodność stacji meteorologicznych Elmed potwierdza kilkunastoletni okres użytkowania w Południowym Tyrolu. Mają one dopracowane, czytelne i łatwe w obsłudze oprogramowanie. Czujnik pomiaru wilgotności liścia opracowany przez Elmed, na tle konkurencyjnych czujników, został oceniony przez Instytut Badawczy w Hamburgu najwyższej.

Jedyną czynnością serwisową jest usuwanie osiadających zanieczyszczeń i wymiana raz w roku tkaniny w czujniku wilgotności liścia.

Stacje pomiarowe

Stacje pomiarowe zbierają dane na temat: temperatury mokrej i suchej, temperatury powietrza na wysokości 2 m, wilgotności względnej powietrza, temperatury gleby na głębokości 25 cm, wilgotności gleby na głębokości 10, 20, 50 i 80 cm, opadów, wartości objętościowej, długości opadu, a także siły i kierunku wiatru. Wszystkie wartości pomiarowe są zapisywane w lokalnej komputerowej bazie danych i przesyłane o określonych godzinach do centrali, gdzie są akumulowane i przetwarzane na prognozy.

Centrala danych

Tu zbierane są wartości pomiarowe ze stacji pogodowych. Wszyscy użytkownicy cały czas mają dostęp do danych i mogą je sprawdzać. Ponadto otrzymują za pośrednictwem SMS informacje alarmowe o: zagrożeniu parchem jabłoni, zarazą ogniową, mączniakiem i zagrożeniu wystąpienia przymrozków.

Obecnie na świecie użytkowanych jest około 300 stacji meteorologicznych, m.in. w Południowym Tyrolu, Austrii, Szwajcarii, Maroku, na Sycylii, w Rosji, Niemczech i Bułgarii.

Opr.: Ewelina Wiśniewska



sensor. In order to expand the number of new sensors there is not such a necessity of making new openings in the control panel. The great advantage of Elmed meteorological stations is a possibility of its expansion without the need for additional holes in the panel placed inside the box. The box framework ensures it is waterproof and its solar module together with a battery ensure the station automatic functioning. Stations have been used for over 10 years. These are the most modern orchard meteorological stations available on the European market. They ensure precise measurements and eliminate a need for sensors calibration. Reliability of Elmed meteorological stations is proven by a long time period of use in the south of Tirol. They have reliable, readable and easy to use software. Humidity sensor devised by Elmed was ranked the best by the Institute of Research in Hamburg when compared with competitors. One of the activities carried out by a service is removing the settling pollutants and exchange of a fabric in a leaf humidity sensor.

Meteorological stations

Meteorological stations gather information on humid and dry air temperature, at the altitude of 2 meters, relative air humidity, on soil temperature at the depth of 25 cm, the soil humidity at the depth of 10, 20, 50 and 80 cm, rainfalls and their volumes and length of precipitation, but also their strength and wind direction. All measured values are stored in the local computer database and sent at specific times to headquarters, where they are accumulated and processed for a forecast.

Data central

This is the place where the measurements from meteorological stations are gathered. All the users have a continuous access to the data and can check them. Furthermore, they receive via sms information about emergencies like: scab on apple trees, fire blight, powdery mildew, and the threat of frost. Currently there are about 300 meteorological stations among others in the South Tirol, Austria, Switzerland, Morocco, Sicily, Russia, Germany and Bulgaria.

Translation: Tomasz Smyk

Inteligentna sonda

Intelligent probe

Sonda pomiaru wilgotności gleby firmy ELMED to kolejne udogodnienie technologiczne wykorzystywane w uprawach rolniczych.

Może być używana oddzielnie lub współpracować ze stacją meteorologiczną i stanowić jej integralną część. Dostarczenie roślinom odpowiedniej ilości wody jest jednym z koniecznych zabiegów, a w nowoczesnym gospodarstwie nic nie powinno dziać się przypadkowo. Tę przypadkowość wyeliminuje zastosowanie sondy, która poinformuje dokładnie o zapotrzebowaniu gleby na wodę.

Stan wilgotności gleby na różnej głębokości można zmierzyć wykorzystując do tego celu łącze Bluetooth:

1. Pomiar wykonywany jest na głębokości 10, 20, 50 i 80 cm.
2. Długość sondy wynosi 100 cm, średnica 40 mm, sonda zasilana jest na baterię, którą umieszcza się w nasadce na górze sondy.
3. Transmisja danych odbywa się łączy Bluetooth lub przez połączenie szeregowe.
4. Sonda odznacza się natychmiastowym czasem reakcji.

Dane z sondy mogą być odbierane na miejscu za pomocą telefonu wyposażonego w łącze Bluetooth lub przenoszone z użyciem odpowiedniego oprogramowania na komputer. Zgromadzone informacje tworzą wraz z wykresami zmian wilgotności gleby bazę danych. Na przestrzeni czasu umożliwia ona prawidłową ocenę, czy gleba jest wystarczająco nawodniona lub czy należy nawodnienie uzupełnić.

A probe for measuring soil humidity made by ELMED is another technological facility used in agriculture.

It can be used separately or it can cooperate with a meteorological station and be its integral part. Providing plants with sufficient amount of water is one of the necessary treatments, and in a modern farm nothing should be random. This randomness will be eliminated by the use of the probe which will inform precisely about soil water saturation.

The soil humidity level at different levels of depth can be measured via Bluetooth.

1. The measurement is conducted at the depth of 10, 20, 50 and 80 cm,
2. The length of a probe is 100cm, the diameter 40mm, the probe is battery powered, which is placed in the cap at the top of the probe.
3. Data transmission is via Bluetooth or a regular connection.
4. The probe response time is very fast.

The data from the probe can be accessed on the site via telephone equipped in Bluetooth or read at home using suitable software. Collected information makes charts with changes of soil humidity. Over time it allows a correct assessment if the soil is watered enough or it needs to be watered.

URZĄDZENIA STERUJĄCE

Ciągła obawa o precyzyjną aplikację preparatów skłania sadowników do poszukiwania najlepszych rozwiązań.

Montując do opryskiwacza komputer ze sterownikiem można zapomnieć o problemie niedostarczenia roślinom odpowiedniej ilości oprysku. W szczególności jest to istotne w sadach przy nawrotach na końcach rzędów. Praca z tym urządzeniem to czysta przyjemność i wygoda.

Urządzenie sterujące i regulator SPG10

Sterownik oprysku SPG10 jest stosowany w sadownictwie i innych uprawach. Służy do sterowania i regulacji opryskiwaczy montowanych z tyłu ciągnika. Komputer SPG10 wraz z modułem sterującym SPG20 oraz podłączonymi czujnikami umożliwiają przeprowadzenie

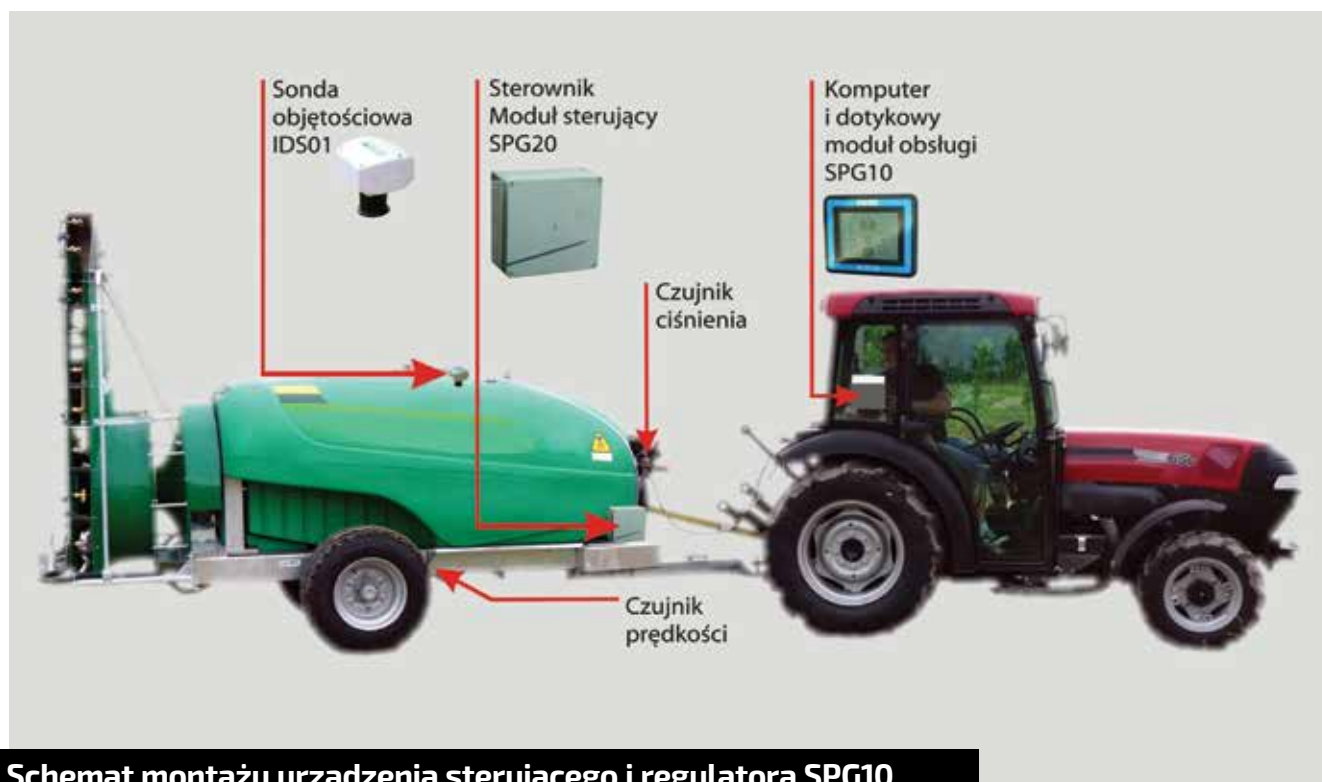
STEERING DEVICES

Continuous fear of precise preparations application makes fruit farmers seek the best solutions.

Installing a computer with a driver to a spraying machine allows us to forget about a problem of not providing enough of spray for plants. It is essential in particular at the reversals at the end of rows in orchards. Work with this device is a pure pleasure and comfort.

Steering device and SPG10 regulator

SPG10 spray driver is used in fruit farming and other cultivations. It serves for steering and regulation of spraying machines, installed at the back of a tractor. SPG10 computer together with a steering module and installed sensors enable conducting a precise spraying



Schemat montażu urządzenia sterującego i regulatora SPG10
Scheme of Installation Steering device and SPG10 regulator

Zdjęcia: ELMED

w nowoczesnym gospodarstwie precyzyjnego zabiegu opryskiwania. To urządzenie elektroniczne pozwala również na ekonomiczne i ekologiczne wykonanie oprysku. Układ regulacyjny zapewnia utrzymanie, przez cały czas wykonywanego zabiegu, stałego ciśnienia na zaworach dysz, co znacznie ułatwia dokładne dozowanie ilości rozpryskiwanego środka. Komputer składa się z modułu obsługi (SPG10), modułu sterującego (SPG20), silnika nastawczego zaworów i szeregu różnych czujników. Moduł obsługi posiada wyraźny, bardzo prosty, intuicyjny w obsłudze dotykowy ekran, który jest montowany w kabinie ciągnika. Ta funkcja gwarantuje wysoki komfort pracy i to wyróżnia komputery firmy ELMED od innych dostępnych na rynku. Dodatkowo komputer można rozbudowywać o dodatkowe funkcje. Moduł sterujący montowany na beczce połączony jest ze wszystkimi komponentami sterownika opryskiwacza. Sonda ciśnieniowa umieszczona wewnątrz beczki mierzy ciśnienie w dyszach, a sonda objętościowa ilość preparatu potrzebnego do wykonania zabiegu. Wszystkie zmierzone wartości przekazywane są do modułu regulatora.

Na podstawie: materiałów firmy ELMED

process in a modern farm. This electronic device enables also economic and ecological conducting of the spraying process. The regulatory mechanism ensures maintaining throughout the whole time of the spraying process a stable pressure in the nozzle valves which significantly enables a precise spray of an agent. The computer is composed of an operational module (SPG10), a steering module (SPG20), a mechanism regulating valves and a range of different sensors. The operational module has a visible, very simple, intuitive in operation touchscreen, which is installed in a tractor's cab. This function guarantees a high comfort of work which differentiates the computers made by ELMED company from others available on the market. Additionally, new functions can be added to the computer. The steering module installed on a barrel is linked with all components of the spraying driver. A pressure probe situated inside of the barrel measures the pressure in the nozzles and the volume probe measures the number of the agent needed for carrying out a spraying process. All the measured values are passed to the regulating module.

Translation: Tomasz Smyk



Nowoczesne i ekonomiczne sadownictwo!

- STACJE POGODOWE
- KOMPUTEROWE STEROWANIE OPRYSKIWACZA
- ZINTEGROWANY SYSTEM ZARZĄDZANIA CHŁODNIAMI
- SONDY DO BADANIA WILGOTNOŚCI GLEBY

WYŁĄCZNY PRZEDSTAWICIEL W POLSCE:

FILOCAL POLSKA Monika Gajewska

Bikówek 12, 05-600 Grójec, tel. 503 345 888, info@filocal.pl

www.elmedpolska.com

Drony

Wielu z nas wyobraża sobie bezzałogowe obiekty latające jako maszyny wojenne niosące śmierć terrorystom na Bliskim Wschodzie. Co niektórzy również słyszeli pewnie, że Unia Europejska zamierza wykorzystywać bezzałogowce do sprawdzania, czy rolnicy utrzymują uprawy w dobrej rolnej i środowiskowej kondycji, a przez to, czy przysługują im dopłaty unijne.

Jednak drony – jak popularnie nazywa się bezzałogowce – mają również wiele potencjalnie pożytecznych zastosowań. Jest to obecnie technologia szybko rozwijająca się i niemal każdego dnia pojawiają się nowe sposoby na jej wykorzystanie. Każdy czytelnik, a w szczególności ludzie zajmujący się na co dzień branżą rolniczą, sadowniczą, czy też warzywniczą, mogą przy odrobinie kreatywności i wyobraźni znaleźć zastosowanie dla tego typu maszyn. Poniżej zostanie omówione kilka przykładów zastosowań.

Obecnie użycie dronów rośnie lawinowo w takich krajach jak Francja, Niemcy, czy Stany Zjednoczone. Jednak również w Polsce coraz częściej są wykorzystywane w różnych branżach. Do najbardziej obiecujących zastosowań należą: rolnictwo, sadownictwo, przemysł wydobywczy, mapowanie terenu 3D, filmowanie i fotografia, przemysł petrochemiczny, logistyka i dostawa towarów, łączność z internetem oraz badania nad dziką przyrodą.

Bezzałogowce to tak naprawdę idealne platformy do zabrania różnego rodzaju czujników w powietrze. Są w stanie przenosić kamery, kamery podczerwone, radary czy też czujniki laserowe. Niektóre konstrukcje mogą przenosić ładunek płynny i rozpylać go. W dodatku, bezzałogowce są mało czułe na pogodę, w porównaniu do technologii satelitarnych czy tradycyjnego lotnictwa. Oferują zbliżoną dokładność zdjęć, a jednocześnie pod względem kosztów zakupu i eksploatacji są bezkonkurencyjne.

Dzięki możliwości wyposażenia w różne czujniki, drony mają możliwość zbierania bardzo zróżnicowanego pakietu danych. Mogą dostarczać podstawową dokumentację fotograficzną oraz filmową danego obszaru w bardzo wysokiej rozdzielczości. Takie zdjęcia można użyć do wykonania ortofotomap – czyli wiernych odwzorowań terenu. Dzięki fotografii z powietrza, można

Drones

The mainstream imagines drones as lethal war machines that bring justice to terrorists in the middle east. Some have also heard that European Union is to use Unmanned Aerial Vehicles (UAVs) to supervise farmers in maintaining good agricultural and environmental condition of their farms and if they qualify for subsidies.

However, drones also have tons of useful applications for every farm. It is one of the fastest growing technologies nowadays and everyday there appears new method to use it in agriculture. All readers, but in particular people concerned with agriculture can easily with a little use of creativity find new ways of employing this technology for the good of all of us. In the rest of this article, there will be some current applications presented.

The use of drones is drastically increasing in countries like France, Germany or the United States. However they are also more commonly used in a variety of industries in Poland recently. The most promising branches are agriculture, mining and resource extraction, 3D terrain mapping, filming and photography, oil&gas industry, delivery, internet connectivity and wildlife research.

UAVs are ideal platforms that can take a range of different sensors into the air. They can carry cameras, IR cameras, radars or lidars. Some of systems can also carry liquids and spray them. Moreover, drones are not as sensitive to weather as satellite technology or traditional aviation are. They offer similar resolutions of data, but are unparalleled if it comes to acquisition and exploitation costs.

Being able to be fitted with quite different sensors, UAVs offer a possibility to gather diversified set of advanced data. They can provide basic photographic dataset in high resolution for a given area. Such photos



Wielowirnikowiec SR-15 może być wyposażony w kamerę w paśmie widzialnym i podczerwonym. Jest w stanie zawisnąć w powietrzu na ponad 20 minut.



Samolot bezzałogowy S-210 oferuje znacząco większy zasięg niż wielowirnikowce, idealnie nadaje się do fotografowania większego terenu. Misję wykonuje w pełni automatycznie.

określić poziom nawodnienia upraw, co jest zwykle niemożliwe z poziomu gruntu, w szczególności w przypadku wysokich upraw jak np. kukurydzy. Zdjęcia mogą ukazać problemy roślin w miejscach zarówno zbyt bogatych, jak i zbyt ubogich w wodę. Dzięki temu możliwe staje się podjęcie właściwych działań w celu zwiększenia efektywności upraw. Bezzałogowce mogą również być stosowane do wykonywania zdjęć przed okresem żniw, tak aby określić czy dany plon jest gotów do zbioru. Fotografia powietrzna jest w stanie również ukazać zróżnicowanie urodzajności gleby, co może przełożyć się na uzyskanie optymalnych zbiorów. Na pokładzie drona może znajdować się także kamera podczerwona, z której materiał może posłużyć do wyliczenia znormalizowanego różnicowego wskaźnika wegetacji (NDVI), który stosuje się do określenia kondycji danej uprawy, a także do prognozowania plonów. Dzięki tej technologii jesteśmy także w stanie ocenić pokrycie ziemi przez rośliny, czyli precyzyjny obszar upraw, co może przyczynić się do bardziej optymalnego zagospodarowania terenów uprawnych i pomóc przy składaniu wniosków o dotacje. Bezzałogowce mogą pomóc także w wyznaczeniu optymalnego użycia nawozów. Dzięki zdobytym przez nie danym możliwe jest ograniczenie zużycia nawozów w miejscach gdzie nie są one potrzebne, co pozwala na znaczące oszczędności. Ponadto bezzałogowce pomogą znaleźć zastosowanie w opryskiwaniu roślin. Obecnie testuje się w Australii bezzałogowe śmigłowce przy opryskiwaniu winnic.

Precyzyjne rolnictwo przyszłości nie obędzie się bez użycia bezzałogowców. Technologia cały czas rozwija się i oferuje coraz to nowe rozwiązania. Każde z nich pozwala na znaczące zredukowanie kosztów i poprawę efektywności upraw. Dzięki temu właściciele upraw mogą zwiększyć swoje zyski.

W Polsce, jedną z firm rozwijających technologię bezzałogowych obiektów latających jest UAVionics z siedzibą w Warszawie. Obecnie firma posiada w ofercie kilka typów tych urządzeń – począwszy od wielowirnikowców wyposażonych w kamerę GoPro, aż po duży bezzałogowy samolot o udźwigu do 10kg, zasięgu 500km i długotrwałości lotu 5h. Urządzenia takie mogą świetnie spisywać się w wyżej wymienionych zadaniach.

Firma nie tylko sprzedaje obiekty latające, ale także świadczy usługi oraz wykonuje zlecenia, prowadzi konsultacje, przeprowadza testy, serwisuje, a także pomaga wdrożyć swoje systemy do użytkowania u klientów. **Dystrybutorem UAVionics dla branży sadowniczej jest firma Filocal Polska.**

Zdjęcia i opr.: Paweł Woźniak

can be used to create orthophotomaps – precise terrain mappings. Aerial photos can also provide information on the level of crops hydration which is rather impossible from the ground, especially in the case of high crops like corn. They can show plants' problems in places too abundant and too scarce in water. This allows to quickly undertake precise actions in order to increase effectivity of the farm. Aerial photography can also provide information as to whether crop is ready for harvesting or not. It is useful for assessing ground fertility which can help in planning optimal harvesting as well. Drones can also be equipped with infrared cameras. Data from them can be used to obtain Normalized Difference Vegetation Index (NDVI) which is used to assess condition of a given farm as well as to project yields. Thanks to this technology, one is able to evaluate plants coverage and give precise area of the farm which can help in making more use of the agricultural lands as well as applying for public subsidies. Next use of drones is to evaluate optimal use of fertilizers. Given the aerial data, it is fairly straightforward to limit their use in places that do not require them. It immediately turns into savings. Moreover, bigger UAV platforms can also find application in crop dusting. Currently, there are tests underway of unmanned helicopter being used for that purpose in Australia.

Precise agriculture of the future will make a heavy use of the new technology. It is a quickly growing sector and offers a lot of advantages. Each of them turns into cost savings or increased productivity and therefore higher yields for the farmers.

One of the UAV technology providers is UAVionics. The company currently has a wide range of products in their portfolio, starting from multicopter platforms equipped with GoPro, to large unmanned aircraft with payload capacity of 10kg, 500 km range and 5h endurance. Such systems can perfectly suit the applications enlisted above.

UAVionics is not only a manufacturer of UAVs. It also offers services related to aerial photography, e.g. drones rental. **The distributor of UAVionics in Poland is the company Filocal Polska.**



Wielowirnikowiec SR-25 może przenosić cięższe oczujnikowanie, nawet do 2,5kg na stabilizowanym elektronicznie gimbalu.

MARWIT

świeże soki i nie tylko

Rozmowa z Anną Pawłowską-Kruzińską,
Kierownikiem Marketingu w firmie Marwit

Często sięgamy w sklepach po świeże niepasteryzowane soki MARWIT, obecne na polskim rynku od lat. Przede wszystkim, po soki ze świeżej marchwi, łączone z warzywami, a także po soki z polskich jabłek oraz cytrusów zmieszanych z innymi rodzimymi owocami. Marwit kojarzy się z marchewką. Jaka jest aktualna oferta firmy?

Marchewka - nasz świeży sok marchewkowy jest sztandarowym produktem firmy. Od niego wszystko zaczęło się 21 lat temu. Obecnie Marwit produkuje znacznie więcej zdrowych produktów. W ofercie mamy 8 smaków świeżych soków: sok z jabłek i owoców granatu, ananasowy, grejpfrutowy, pomarańczowy, jabłkowy, buraczkowo-jabłkowy, marchewkowo-selerowy i oczywiście sok marchewkowy. Ponadto 4 smaki orzeźwiającego musu owocowego, Smoothie Owocudo: Sunny, Funny, Happy, Greeny, 4 smaki zup kremowych: z buraczków z tymiankiem, z groszkiem z miętą, z pomidorów z bazylią, z marchewki z kolenandrą. Do tego oferujemy 13 rodzajów surówek: z marynowanej kapusty, w typie meksykańskim, z suszonymi pomidorami, z papryką, colesław, z kukurydzą, z porem, z buraczków, wiosenna, marchewka z chrzanem, z czerwonej kapusty, staropolska. Ofertę uzupełniają mixy świeżych sałat 1, 2, 3 i chrupiące marchewki - Marwitki.

Co zdecydowało o sukcesie firmy?

Może prostota i świeżość naszych produktów? Naszym przebojem jest sok marchewkowy, który od początku jest produkowany w ten sam sposób. Założyciel firmy na początku sam wyciskał sok i rozwoził autem po okolicznych miejscowościach. Teraz skala produkcji i dystrybucji jest nieporównywalnie większa, ale produkt został ten sam, prosty, świeży, zdrowy i smaczny.

Skąd pochodzą owoce i warzywa do produkcji?

Warzywa pochodzą z naszych rodzimych pól, gdzie uprawiamy je przy optymalnym użyciu nawozów i oprysków. Jak mówią nasi specjaliści od upraw używamy ich „Tak często jak to konieczne, tak mało jak to możliwe”. 80% surowca pochodzi z naszych upraw, reszta jest kupowana od wybranych dostawców.



Zdjęcia: archiwum Marwit

Dlaczego klienci powinni kupować produkty Marwitu?

Nieustanny pośpiech powoduje, że ludzie sięgają po szybkie i niezdrowe przekąski. Zawsze byliśmy i będziemy zwolennikami zdrowej, świeżej diety i takie jej składniki dostarczamy naszym konsumentom. Staramy się tworzyć produkty dopasowane do potrzeb naszych czasów, stąd nasz szybki posiłek - zupy kremowe, których przyrządzenie to zaledwie kilka minut, a są pełnowartościowym, zdrowym daniem bez konserwantów. Nasze niepasteryzowane soki z kategorii soków świeżych, dostarczają witamin i składników odżywczych, gasząc jednocześnie pragnienie. Dlaczego klienci powinni sięgnąć po nasze produkty? Dla zdrowia!

Jakie witaminy i składniki odżywcze zawierają przykładowe soki, musy, zupy, surówki...?

Nasz najważniejszy produkt - marchewka, zawiera witaminę A, witaminy z grupy B, wit. C, E, K i PP. Witamina A odpowiada za wzrost udzieli, u nastolatków korzystnie na cerę, a u osób starszych pozytywnie działa na wzrok. Nie sposób opisać wszystkich produktów, jednakże polecamy sok jabłko-granat, do niedawna dostępny w limitowanej ofercie. Owoce są bogatym źródłem witamin C, E, B, A oraz magnezu, fosforu, potasu, wapnia, krzemu i jodu. Znajdziemy w nich również duże ilości białka, błonnika, kwasu foliowego i beta karotenu. Wpływają one na proces regeneracji skóry. Warto też wspomnieć, że granat jest naturalnym afrodyzjakiem.

Państwa produkty nie zawierają konserwantów, dlatego mają krótki termin przydatności do spożycia. Gdzie można kupić Państwa produkty na bieżąco w pełnej ofercie?

Staramy się ciągle powiększać zasięg naszej dystrybucji. Obecnie nasze produkty dostępne są we wszystkich większych miastach. Świeże soki, każdego ranka, za wyjątkiem niedziel, dostarczają nasi kierowcy do sklepów, odbierając jednocześnie soki, które się nie sprzedały. W wielu punktach, szczególnie sieciowych, nasze produkty są dostępne oprócz lad chłodniczych w lodówkach MARWIT.

Rozmawiała: Marta Ewa Wróblewska

OWOCE I WARZYWA
Z EKOLOGICZNYCH UPRAW



WYCISKANE ZE ŚWIEŻYCH
OWOCÓW I WARZYW

KRAKOWSKI
KREDENS

TRADYCJA
GALICYJSKA

www.krakowskikredens.pl



WINNICA PO POLSKU

SPOSÓB NA ŻYCIE, CZY BIZNES?

W Polsce powstaje wiele nowych winnic, które oferują nie tylko wina, ale także spotkania, na których można zobaczyć, jak ono powstaje, degustować różne odmiany i spędzić miło czas. Jednym z takich miejsc jest Winnica Świdnicka. Trudno nie odnieść wrażenia, że polska winnica, jest równie zachwycająco malownicza, jak te we Włoszech i Francji. Jednak polskie wino przez lata było traktowane po macoszemu. Pan Ryszard Gut wraz z żoną Jolantą, realizują swoje marzenia o własnej winnicy i dobrym winie. Na początku stworzyli małą 40 arową, która z biegiem lat stała się dorodną, prawie 4 hektarową winnicą. Zasadzili 100 odmian, zarówno tych klasycznych, jak i tych mniej znanych, żeby wyselekcjonować te, z których powstanie najlepsze polskie wino. Teraz mogą poszczycić się kilkoma nagrodami i certyfikatami, a także miejscem, do którego przyjeżdża wielu entuzjastów wina i zjawiskowych, urokliwych pejzaży.



Skąd się wzięła i kiedy powstała u Państwa rodzinna pasja do produkcji wina? Co Państwa zainspirowało? Od ilu lat zajmują się Państwo uprawą winorośli?

Winorośl zawsze w jakiś sposób nam towarzyszyła, a to jako przydomowy krzew dający dobre owoce, cień letnią porą, czy też do produkcji domowego wina. Kiedy kupiliśmy niewielki kawałek ziemi na wsi, założyliśmy 40 arową winniczkę. Miała ona sprzyjać aktywności na świeżym powietrzu, dostarczać ulubionych owoców i dobrego domowego wina. Zachęceni wynikami postanowiliśmy powiększyć ją i tak od 10 lat winnica wciąż się rozwija.



Jak duża jest produkcja z Państwa winnicy?

Obecnie z winnicy 3,65 ha uzyskujemy kilka tysięcy butelek wina rocznie.

Czym w praktyce różni się uprawa winorośli w Polsce, prowadzona niewątpliwie w trudniejszych warunkach klimatycznych, od upraw w południowoeuropejskim klimacie?

Właściwie nie ma większych różnic. Z tym, że uprawiamy odmiany odporniejsze na niskie temperatury i wcześniej dojrzewające. Natomiast pielęgnacja i sposoby prowadzenia są takie same. Dokucza nam tylko pogoda, a szczególnie wiosenne przymrozki.

Jakie szczepy Państwo uprawiają i ile jest odmian?

Uprawiamy około 100 odmian winorośli. Zasadziliśmy tak dużo szczepów, gdyż w Polsce nie ma jeszcze wiedzy, które z odmian najlepiej pasują do danego środowiska. Teraz po



tyczki bambusowe

tyczki metalowe

drut sadowniczy

linka sadownicza

stebifix

inne akcesoria

Michał Skarzyński
Machnatka Parcela 9
05-620 Błędów
tel. +48 602 495 529
www.michalskarzynski@wp.pl



latach obserwacji wyłoniliśmy odmiany, które najlepiej spisują się w naszym środowisku. Najlepsze z nich to hybrydy takie jak - Hiberna, Seval blanc, Sibera, Muskat Odeski, Jutrzenka (polska odmiana), Pallatina itp. Mamy również odmiany klasyczne, jak Chardonnay, Riesling, Gewürztraminer, Zweigelt, Pinot Blac, Pinot Gris, Pinot Noir, chociaż nie każdego roku osiągają one pełną dojrzałość.

Nie poprzestajemy jednak wyłącznie na wspomnianych gatunkach, obserwujemy także inne obiecujące odmiany, jak Muscaris, Solaris, Johanniter i wiele innych hybryd.

Czy mogą Państwo powiedzieć coś więcej na temat win produkowanych w swojej winnicy? Przeważają wina wytrawne, czy słodkie? Jakie czynniki decydują o jakości wina?

Głównymi czynnikami wpływającymi na jakość wina są słońce, gleba i oczywiście odpowiednia dojrzałość owoców. Tylko z całkowicie dojrzałych i zdrowych owoców otrzymamy dobre wino. Wyrabiamy głównie wina wytrawne, a w latach bardzo słonecznych, gdy owoce osiągają wysoki poziom cukru, również półwytrawne i półsłodkie. Tym, co



różni nasze wina od powszechnie dostępnych win, jest ich smak, który pochodzi z niedawno wyhodowanych odmian, jak Regent, Rondo, Hiberna itp.

Dotychczas najlepszym naszym rocznikiem był 2012 z uwagi na sprzyjającą pogodę. Z dobrych i aromatycznych owoców powstały dobre wina.

Dlaczego warto kupować produkowane przez Państwa wina, a nie włoskie, francuskie, kalifornijskie? Czy zostali Państwo zauważeni, a może nagrodzeni na europejskim rynku winiarskim?

To indywidualna decyzja każdego smakosza wina, czy wybierze nasze czy np. włoskie wina. Na pewno warto spróbować jak smakują

wina z nowych, nie powszechnych jeszcze odmian, zwłaszcza, że są nasze, polskie.

Winnica jest za mała, aby wchodzić na rynki europejskie, ograniczamy się więc do działalności lokalnej. Tu mamy swoich wielbicieli. Uzyskaliśmy wiele wyróżnień, a nasze wina w formie prezentów pojechały już na wszystkie kontynenty (poza Antarktydą).

Jak Państwo sądzą, jaka jest pozycja polskich win na rynku krajowym i europejskim?

Polskie wino gronowe to nowość. Kilka lat temu mało kto przypuszczał, że w Polsce będziemy uprawiać winorośl i robić z niej wino. Tymczasem co roku przybywa winnic i wyrabianego w nich wina. Coraz więcej Polaków zaczyna doceniać polskie produkty i tym samym wspierać rodzimych producentów.

Czy posiadanie winnicy to nietypowe, wyrafinowane hobby, sposób na życie, czy dochodowy biznes?

Na pewno trzeba to lubić. Nie jest to dochodowy biznes, jako hobby zbyt kosztowne, a sposób na życie? - zobaczmy.

Rozmawiała:
Marta Ewa Wróblewska

Zdjęcia: archiwum Winnica Świdnicka

OGRODZENIA GABIONOWE



DRUT AluCynk

włoski drut sadowniczy



**METALLURGICA
LEDRENSE**

rociągliwość
3%



IMPORTER „Czajka” Szczekarków 39/1, 24-313 Wilków
tel. 504 988 888, 507 441 040, e-mail: filodrut@gmail.com

Cydr Lubelski prosto z jabłka

Rozmowa z Agatą Domaradzką,
Brand Manager w AMBRA S.A.

Co to jest cydr? Jak jest produkowany?

CYDR LUBELSKI to naturalny napój o niskiej zawartości alkoholu wytwarzany ze świeżo wyciśniętego soku z dojrzałych, polskich jabłek. W 1 litrze Cydru Lubelskiego znajduje się ponad kilogram jabłek, pochodzących z rejonu Lubelszczyzny. Wyróżnia go naturalny sposób produkcji, wykorzystujący technologię produkcji win musujących, fermentację w niskiej temperaturze prosto z wytłoczonych jabłek. Dzięki temu zachowane są naturalne aromaty, a to gwarantuje intensywny, orzeźwiający smak. Jest świeży, bardzo lekki, pełen przyjemnych, naturalnych bąbelków. Zawiera polifenole, błonnik i substancje charakterystyczne dla soku jabłkowego. Nie zawiera barwników ani aromatów. Nie jest wytwarzany z koncentratu. Jest produktem bezglutenowym.

Cydr był napojem zapomnianym. Skąd wziął się pomysł na wznowienie produkcji?

Jego ideę zdefiniował ustawodawca, obniżając stawkę akcyzową na cydr i nakładając wysokie restrykcje jakościowe stojące na straży smaku polskich jabłek. Cydr pojawił się w wielu miejscach i dobrze się sprzedaje. AMBRA - producent najpopularniejszego polskiego cydru - Cydru Lubelskiego rozpoczęła przygotowanie koncepcji produktowej wiosną 2012 r. O preferowany smak cydru zapytano samych konsumentów. Kilka miesięcy później przystąpiono do etapu przygotowań produkcyjnych, stawiając na świeże jabłka, naturalną metodę produkcji z soku, a nie z koncentratu. Cydr Lubelski jest w sprzedaży od połowy 2013 r. i wciąż zdobywa coraz więcej miłośników. Warto pamiętać, że jeszcze w 2012 roku mało kto wiedział, co oznacza słowo cydr, ale już w grudniu 2013 r. nowy napój znało wielu konsumentów.

Jakie walory smakowe cydru decydują o jego popularności?

Naturalność, lekkość i świeżość. Przyjemnie musujący Cydr Lubelski doskonale gasi pragnienie. Ma niską zawartość alkoholu. Powstaje ze świeżo wyciśniętego soku z dojrzałych jabłek, bez użycia konserwantów i sztucznych aromatów. Ma tak lubiany przez Polaków słodko-kwaśny smak aromatycznych, polskich jabłek.



Cydr Lubelski to lekki, orzeźwiający napój, produkowany wyłącznie z polskich jabłek. Nie zawiera sztucznych dodatków. Może być znakomitą polską alternatywą dla piwa smakowego i modnych w Europie owocowych drinków.

Na jakich rynkach zagranicznych jest już obecny polski cydr?

AMBRA nie rozpoczęła jeszcze eksportu cydru. Planuje to na rok 2015. Strategia marki zakłada bezpośrednie wejście na wybrane rynki zachodnie, np.: niemiecki, brytyjski lub skandynawski.

Jak duża jest produkcja roczna cydru?

Wszystko wskazuje na to, że mamy do czynienia z początkiem rozwoju segmentu cydrów. AMBRA prognozuje, że do końca roku sprzedaż wyniesie łącznie ok. 10 mln litrów cydru o wartości ok. 100 mln zł.

Jak zachęciłaby Pani zagranicznego klienta do spróbowania polskiego cydru?

Jedną z dwóch najbardziej wyrazistych cech marki Cydr Lubelski jest jej naturalny smak. I to on, obok kwestii pochodzenia (polska marka), jest głównym powodem, dla którego Polacy tak chętnie wybierają Cydr Lubelski spośród jego rodzimych i zagranicznych odpowiedników. Proces produkcyjny lubelskiego cydru jest całkowicie naturalny. AMBRA postawiła na fermentację Cydru Lubelskiego wyłącznie ze świeżo wyciskanego soku z jabłek, a nie z koncentratu, bez wykorzystania sztucznych dodatków czy gazowania dwutlenkiem węgla. Cydr Lubelski wpisuje się w najnowsze trendy.

Z jakimi napojami konkuruje cydr o gusta klientów?

Cydr wpisuje się w ogólnospołeczny trend poszukiwania nowych smaków. Ideę tę podchwycili polscy konsumenci, którzy coraz częściej poszukują naturalnego, orzeźwiającego smaku. Cydr okazał się propozycją dla osób, które po prostu lubią jabłka i jabłkowy smak.

Opr.: Marta Ewa Wróblewska

Nowa jakość

POLSKIEGO EKSPORTU

Appolonia sp. z o.o. powstała z połączenia pięciu grup producentów owoców. Inicjatorami tego projektu były: Applex sp. z o.o., La-sad sp. z o.o., Spółdzielnia Producentów „Sadeks”, Spółdzielnia Sadownicza „Polsad” w Lewiczynie oraz Twój Owoc sp. z o.o.

Dzięki połączeniu doświadczeń kilku grup producentów owoców powstał podmiot legitymujący się profesjonalizmem w wielu aspektach działalności związanej z dostawą owoców. Aktywność zrzeszonych spółek na rynkach międzynarodowych została zauważona przez ww, Agencję Rynku Rolnego, Instytut Wiedzy i Innowacji, Związek Grup Producentów Owoców i Warzyw, Związek Sadowników RP oraz wiele innych instytucji związanych z eksportem oraz sektorem sadownictwem w Polsce.

Największą część naszej produkcji stanowią jabłka (ponad 95%), choć w ofercie posiadamy również gruszki, śliwki, borówki, wiśnie oraz czereśnie. Owoce dostarczane przez naszą spółkę charakteryzują się zawsze wysoką jakością przygotowania przedsprzedażowego, które dopasowujemy

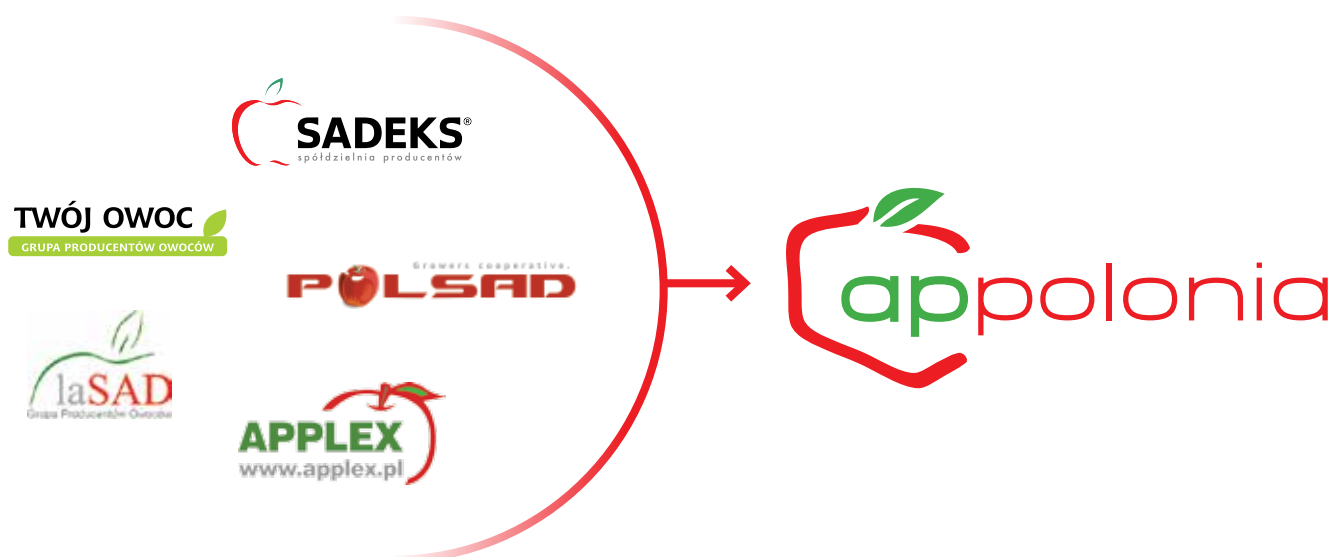
New quality of

POLISH EXPORT

Appolonia sp. z o.o. was established from the merger of five groups of fruit manufacturers. The project was initiated by: Applex sp. z o.o., La-sad sp. z o.o., the Producer Cooperative "Sadeks", the Fruit Growing Cooperative "Polsad" in Lewiczyn and Twój Owoc sp. z o.o.

The experience of a few groups of fruit manufacturers resulted in an entity characterised by professionalism in many aspects of the activity associated with the supply of fruits. The operations of the affiliated companies on international markets have been noticed by numerous institutions. Our activities have been appreciated and honoured, among others, by the Ministry of Economy, the Ministry of Agriculture, the Agricultural Market Agency, the Institute for Knowledge and Innovation, the Association of Fruit and Vegetable Manufacturers, the Fruit Growers Association of the Republic of Poland and many other institutions associated with export and the fruit growing sector in Poland.

Apples constitute the biggest part of our production (more than 95%), although our offer includes also pears, plums, blueberries, sour cherries and sweet





Zdjęcia: Appolonia

do zapotrzebowania naszych klientów. Umożliwia nam to rozległa baza przechowalniczo – sortownicza należąca obecnie do jednych z najnowocześniejszych na świecie.

W ramach współpracy konsorcjum oraz spółki Appolonia udało nam się na dzień dzisiejszy połączyć ofertę wielu grup producentów owoców, tworząc największy w Polsce podmiot zajmujący się sprzedażą wyprodukowanych przez swoich członków jabłek. Corocznie sprzedajemy kilkaset tysięcy ton owoców, dzięki czemu jesteśmy w stanie obsłużyć nawet najbardziej wymagających klientów.

Biorąc pod uwagę wygórowane wymagania klientów na całym świecie, maksymalizujemy specjalizację w ochronie oraz przygotowaniu owoców do sprzedaży. Produkcja odbywająca się w ramach grup producentów owoców zrzeszonych w Appolonii poddana jest fachowemu doradztwu agrotechnicznemu oraz ścisłej kontroli przez cały sezon produkcyjny. Pozwala nam to zapewnić dostawy najlepszych produktów charakteryzujących się brakiem pozostałości jakichkolwiek szkodliwych substancji chemicznych. Zdrowe jabłka na co dzień to misja, z jaką Appolonia działa na rzecz swoich odbiorców.

cherries. Our fruits are always characterised by high quality pre-sale preparation, matching our customer demand. This is possible owing to an extensive storage and sorting area – one of the most modern ones in the world.

Within the framework of cooperation between the consortium and the Appolonia company, we have managed to combine the offer of many groups of fruit manufacturers and create the largest entity in Poland that deals with selling apples made by its members. We sell hundreds of thousands of tonnes of apples annually, which is why we are able to serve even the most demanding customers.

Taking into consideration high-level customer requirements all over the world, we maximise specialisation in the protection and preparation of fruits for sale. The production taking place within the groups of fruit manufacturers affiliated in Appolonia is subject to expert agrotechnological counselling and strict control throughout the entire production season.

This allows us to guarantee that our products are free of residues of any harmful chemical substances. The mission of the Appolonia company is: healthy apples every day.



Oddz. Grójec
ul. Sportowa 4, 05-600 Grójec
tel. + 48 48 33 29 569
biuro@appolonia.pl
www.appolonia.pl

Appolonia Sp. z o.o.
ul. Grzybowska 5a
01-132 Warszawa

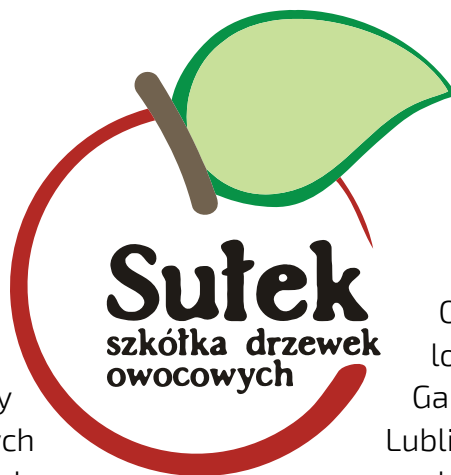
Gospodarstwo szkółkarskie

Gospodarstwo szkółkarskie położone jest w Ożarowie koło Garbowa pod Lublinem. Zajmujemy się głównie produkcją jednorocznych okulantów oraz dwuletnich drzewek owocowych typu knipboom z ukształtowaną na odpowiedniej wysokości koronką.

Staramy się zachować wysoką jakość produkowanego przez nas towaru. Cała nasza produkcja jest pod stałym nadzorem Wojewódzkiego Inspektoratu Ochrony Roślin i Nasiennictwa w Lublinie. Szkołka należy do Stowarzyszenia Szkółkarzy Polskich w Skierniewicach i ma prawo do rozmnażania wielu ciekawych odmian licencyjnych, między innymi jabłoni: Ariwa, Elise, Celeste, Gala Must, Jonagored Supra, Golden Delicious Reinders, Beni Shogun, Braeburn. Ponadto mamy duży wybór standardowych odmian jabłoni. W stałej ofercie mamy również drzewka wiśni, czereśni, gruszy, śliw, moreli i brzoskwini, w tym również licencyjne.

Posiadamy specjalistyczne chłodnie przystosowane do przechowywania materiału szkółkarskiego, co umożliwia wysadzenie drzewek w optymalnym dla odbiorców terminie.

Powierzchnia gospodarstwa wynosi 300 ha. Posiadamy mateczniki podkładek oraz sad zraźnikowy. Około 60% produkcji stanowią jabłonie, pozostała część to śliwy, wiśnie, grusze, morele, brzoskwinie i czereśnie. Podstawowe podkładowe dla jabłoni to wolne od wirusów: M9, M26 oraz M7, P14, P60; dla gruszy klony pigwy i siewka gruszy kaukaskiej, dla czereśni Colt, czereśnia ptasia i od dwóch lat Gisela 5 – drzewka na tej podkładce cieszą się ogromnym zainteresowaniem u sadowników w kraju i za granicą. Większość podkładek użytych w produkcji pochodzi z własnych mateczników, podobnie zrazy – z własnego zraźnika.



Nursery farm

Our nursery farm is located in Ożarów near Garbów which is near Lublin. We mainly produce annual inoculated saplings and biennial knip-boom trees with formed at an appropriate height crowns.

We try to maintain a high quality of our products. All our production is under constant supervision of the Regional Inspectorate of Plant and Seed Health in Lublin. The nursery belongs to the Association of Polish Nurserymen in Skierniewice and has the right to reproduce many interesting licensed varieties, among them are apples: Ariwa, Elise, Celeste, Gala Must, Jonagored Supra, Golden Delicious Reinders, Beni Shogun, Braeburn.

In addition, we have a large assortment of standard varieties of apple trees. In our constant offer there are also **cherry, sour-cherry, pear, plum, apricot and peach trees** including licensed ones.

We have special refrigerators designed to store nursery stock, allowing planting of the trees in optimal for customers time.

The farm area is 300 ha. We have a rootstock nursery and a cutting orchard. Approximately 60% of the production are apple trees, the rest are the plum, cherry, pear, apricot, peach and bird-cherry trees. The basic rootstock for apple trees are free from viruses: M9, M26 and M7, P14, P60; for pear trees are quince and Caucasians pear seedlings, for bird-cherry trees are Colt, wild cherry trees, and two years Gisela 5 – trees on this rootstocks are very popular among fruit growers in the country and abroad.

Most of the rootstocks used in the production come from our own nurseries, such as cuttings – from our own cutting orchard.



Dużą jednak część, szczególnie odmian nowych, licencyjnych kupujemy od hodowców z kraju i z zagranicy. Podobnie mateczniki były założone z materiału wolnego od wirusów. Eksportujemy drzewka na Ukrainę, Białoruś, do Rosji, Mołdawii, Azerbejdżanu, Uzbekistanu na Litwę i Łotwę, a także do krajów UE. **W tej chwili optaca się produkować tylko materiał dobrej jakości, bo taki dobrze się sprzedaje.** W ubiegłym roku połowa drzewek wyprodukowana w gospodarstwie została sprzedana w kraju, a drugą połowę wyeksportowano.

Wszystkie zabiegi i prace prowadzone w szkółce mają na celu wyhodowanie drzewka jednorocznego oraz dwuletniego z ładnie rozkrzewioną koronką na odpowiedniej wysokości. Aby uzyskać dobrą jakość drzewek na podkładce M9 wszystkie drzewka prowadzone są przy palikach bambusowych. Ten sposób produkcji podnosi jej koszty, ale daje doskonałe efekty. **Na takie drzewka czekają sadownicy.** Od kilku lat wzrasta sprzedaż naszych drzewek owocowych za granicę. Rosną już one w Niemczech, Włoszech, Francji, Rosji, Holandii na Węgrzech, Ukrainie, Białorusi i w Danii. Ale najważniejszymi odbiorcami drzewek są polscy sadownicy, których duża grupa to od wielu lat nasi wierni i stali klienci.

To również dzięki rozmowom i dyskusjom z polskimi sadownikami doskonaliliśmy produkcję, dostosowując ją do ich oczekiwań. Szkółka jest otwarta cały rok dla wszystkich zainteresowanych.

Materiał szkółkarski po wykopaniu jest przechowywany w chłodniach, jeśli więc ktoś nie miał czasu obejrzeć drzewek jak rosły w szkółce, a planuje wiosenne nasadzenia, może ocenić jakość drzewek zimą.

Serdecznie zapraszamy do odwiedzenia naszej szkółki!

But a large part, especially the new and licensed varieties we buy from growers in the country and abroad. Similarly, the nurseries were established with virus-free material. We export trees to Ukraine, Belarus, Russia, Moldova, Azerbaijan, Uzbekistan, Lithuania and Latvia, as well as to EU countries. At this time, it pays to produce only a good quality material, because that is sold well. Last year, half of the trees produced on the farm was sold in the country, and the other half was exported.

All procedures and the work carried out in the nursery are aimed at cultivating annual and biannual trees with pretty formed heads at the appropriate height. To get a good quality trees on M9 rootstock all trees should have bamboo supports. This method increases their production costs, but gives excellent results. **The fruit-growers are waiting for such trees.** It is also through dialogue and discussions with Polish fruit-growers we modernized our production, adapting it to their expectations. The nursery is open all year round for all concerned.

The nursery stock after the digging is stored in refrigerators, so if you do not have time to watch the trees grow in the nursery and plan a spring planting you can assess the quality of the trees in winter.

We invite you to visit our nursery!



www.sulekszkolka.pl

Adam Sułek Szkółka Drzewek Owocowych

Ożarów 122, 24-150 Nałęczów

BIURO ZAMÓWIENIA: 668 88 27 27

tel: 603 87 33 58, 601 36 65 19, 608 207 244

Zapraszamy po standardowe i licencyjne:
drzewka jabłoni, grusz, wiśni, śliw,
czereśni, brzoskwini i moreli

wiosną odbiór materiału szkółkarskiego z chłodni



Różnokolorowe ziemniaki i unikatowe warzywa

Czy w Polsce można uprawiać egzotyczne warzywa, których nazwy spotykamy jedynie w książkach podróżniczych? Krzysztof Wasilewski wraz z żoną Lidią postanowili sprawdzić to we własnym gospodarstwie. Postawili na warzywa rodem z Południowej i Północnej Ameryki oraz Chin, o walorach zdrowotnych, niezwyklej kolorystyce i smaku.



Ziemniaki kolorowe



Kucmerka



Apios



Ulluco

Jakie nietypowe odmiany ziemniaków uprawiać Państwo w swoim gospodarstwie?

Zajmujemy się uprawą ziemniaków o kolorowym miąższu i kolorowej skórce. W tym roku posadziliśmy Rote Emmalie - purpurowe, Salad Blue - fioletkowe, Violetta - ciemnofioletowe. Właściwie każda z odmian ma wszechstronne zastosowania kulinarne. Można je gotować, piec, smażyć. Wszystkie z racji koloru doskonale sprawdzają się w sałatkach i w zupach. Środowisko kwaśne powoduje, że kolory stają się bardziej intensywne. Ja szczególnie lubię je w sałatkach. Nawet najprostsza sałatka ziemniaczana tzw. niemiecka, kiedy użyjemy kolorowych ziemniaków w miejsce białych, zaczyna nie tylko świetnie smakować, ale i wyglądać. Podobny efekt jest w zupach. Codzienna zupa ogórkowa z fioletowymi i purpurowymi ziemniakami staje się wręcz wykwintna! Kulinarne zastosowania kolorowych ziemniaków są identyczne, jak odmian białych lub żółtych.

Które ziemniaki zawierają więcej, a które mniej skrobi i co z tego wynika?

Kolorowe mają wartość odżywczą podobną do odmian białych i żółtych. Dodatkowo zawierają antyoksydanty, które wspomagają leczenie wielu chorób - w tym nowotworów, miażdżycy, nadciśnienia. Charakteryzują się też niską zawartością tłuszczu i sodu. Amerykański Departament Rolnictwa podaje, że ciemne odmiany mają czterokrotnie silniejsze działanie antyoksydacyjne niż białe (Sharon Palmer, Environmental Nutrition „Healthy purple potatoes packed with antioxidants” Chicago



Cyklanter

Tribune 03.11.2010). Warto wprowadzić je na stałe do diety.

Czy kolorowe ziemniaki wymagają szczególnej uprawy?

Warunki uprawy są podobne jak innych odmian ziemniaków, tyle tylko, że są to odmiany mniej wydajne, często o mniejszej odporności na choroby.

Czy nietypowy kolor ma wpływ na smak?

Smakują jak smaczne ziemniaki! Opisać smak ziemniaka, to dla mnie zbyt trudne zadanie. Nie ma rady, trzeba spróbować.

Jakie inne oryginalne warzywa uprawiać Państwo?

Jest ich kilka, np. Yacon pochodzi z regionu Andów. Był uprawiany przez Inków dla smacznych i pożywnych bulw. Waży ok. 200-500 gr. Ma białe, krystaliczne bulwy o konsystencji arbuza, smak delikatny i słodki. Przypomina młodą marchewkę i winogrono. Można go gotować, dusić, piec, smażyć, ale surowy jest również dobry. Cyklanter to bardzo urodziwe pnącze. Wywodzi się z Peru. Jadana była już przez starożytnych Indian, czego dowodzą zdobienia na ceramice z wykopalisk. Uprawia się ją ze względu na owoce przypominające ogórki i zielone papryczki. Cyklanterę można spożywać na surowo, gotowaną, duszoną lub smażoną. Świetnie nadaje się do dań jednogarnkowych typu leczo. Można ją też marynować i kisić. Jadalne są młode pędy i liście, które dodaje się do sałatek. Apios rośnie dziko we wschodniej części Ameryki Północnej. Bulwy apiosa mają wysoką zawartość węglowodanów oraz białka (3 razy więcej

niż ziemniaki). Ugotowane są delikatne, o smaku orzechowym. Można je również suszyć, smażyć, robić z nich mąkę. Ulluco uprawia się w regionie andyjskim Ameryki Południowej. Jadalne bulwy są bardzo ozdobne. Uprawiane w dobrych warunkach osiągają wielkość małych ziemniaków. W zależności od odmiany mają różne kolory: żółty, czerwony, zielony, biały, fioletowy, pomarańczowy, są też nakrapiane w różnych barwach. Mają smak podobny do buraków czerwonych, tylko bardziej słodki z nutą orzechową.

Marek Kucmerka to zabawnie brzmiąca ciekawostka kulinarna. Warzywo to było spożywane w średniowieczu na dworach królewskich. Szkoda, że zniknęło z menu. Jest bardzo smaczne. Można je gotować, piec, smażyć, idealnie nadaje się na puree.

Dlaczego warto wzbogacić dietę o te nietypowe warzywa?

Wszystkie mają wartości odżywcze, np. Yacon jest wręcz wskazany dla diabetyków, cykintera również posiada właściwości lecznicze. Apios americana to warzywo przyszłości ze względu na bardzo wysoką zawartość białka. Ullucus tuberosus ma szerokie zastosowanie

kulinarne, a Marek Kucmerka jest polecany w schorzeniach przewodu pokarmowego i w diecie dziecięcej. Zawiera sporo białka i jest lekkostrawny.

Czy pielęgnowanie nietypowych warzyw wymaga skomplikowanych zabiegów?

Nie jest to proste, ale jak uczy doświadczenie, możliwe. Każde z warzyw ma inne wymagania. Jedne wymagają częstego, obfitego podlewania, bardzo dobrej gleby, inne wytrzymują zimowanie w gruncie a jeszcze inne, z uwagi na przymrozki, mogą być uprawiane tylko w pojemnikach. Przede wszystkim potrzebne są dobrej jakości sadzonki.

Czy te warzywa można kupić w polskich sklepach lub na targach i ile trzeba za nie zapłacić?

Nie są to jeszcze warzywa, które można kupić na każdym targu. Stosunkowo najłatwiej o kolorowe ziemniaki, które sporadycznie bywają nawet w hipermarketach po 20-30 zł za kilogram. Najczęściej pochodzą z importu. Te, które sprzedajemy, pochodzą z naszego pola i są tańsze.

Rozmawiała: Marta Ewa Wróblewska

LOCHMANN
sprayer innovation



- opryskiwacze uznane i naniesione na listę urządzeń redukujących straty środków ochrony roślin przez **Julius Kühn-Institut** w Niemczech
- bardzo dobre pokrycie środkami ochrony roślin przy minimalnym znoszeniu - **90% redukcji strat**
- stale unowocześniane wentylatory z tradycyjnym i odwróconym ciągiem umożliwiające wykonanie zabiegu z wysoką prędkością ok. **10 km/h**
- równomierny rozkład powietrza od dołu do góry wentylatora zarówno z lewej jak i prawej strony
- bardzo duża wydajność powietrza na całej wysokości z wysoką skutecznością w górnych partiach drzew przy niewielkich obrotach WOM ok. **320 obr./min.**
- bardzo małe zapotrzebowanie na moc przy bardzo niskim poziomie hałasu, **348 obrotów WOM = 8,1 kW = 11 KM**



Technologia
z Południowego Tyrolu





MCMS Warka

Firma MCMS Warka Sp. z o. o. oferuje w sprzedaży hurtowej i detalicznej kosiarki, glebogryzarki, świdry, sadzarki sadownicze, kosiarko-rozdrabniacze, podnośniki hydrauliczne, platformy i przyczepy sadownicze oraz inne maszyny i urządzenia dla sadownictwa i rolnictwa.

Początki firmy sięgają końca lat osiemdziesiątych, kiedy to zakład wytwarzał maszyny i urządzenia dla sadownictwa na indywidualne zamówienia klientów. Wychodząc z ofertą dla klientów, firma MCMS Warka Sp. z o.o. stara się, by była ona konkurencyjna zarówno pod względem cenowym, jak i jakościowym. W głównej mierze jest to możliwe dzięki ciągłemu unowocześnianiu oferowanych przez firmę maszyn oraz wprowadzaniu nowych dla przedsiębiorstwa produktów takich, jak np. przyczep rolniczych.

Dzięki ciągłej modernizacji parku maszynowego oraz kreatywności działu inżynierii firma systematycznie zwiększa swoje moce przerobowe, co sprawia, że jest zawsze otwarta na nawiązywanie nowych współpracy zarówno w kraju jak i za granicą.

Company MCMS Warka Sp. z o.o. offers wholesale and retail orchard mowers, rototillers, earth drills, field shredders, hydraulic loaders, orchard platforms, trailers and other agricultural and orchard machines.

The origins of the company date back to the late eighties, when the company produced machinery and equipment for fruit growing on the individual customer orders. Coming out of the range of products for customers, the company MCMS Warka Sp. z o.o. tries, that this should be competitive both in terms of price and quality. For the most part, this is possible by continuous modernization of equipment offered by the company and the introduction of new products for company such as. agricultural trailers.

Through continuous modernization of the machinery and creativity of engineering department company is steadily increasing its production capacity, which makes it always open to establishing new cooperation both at home and abroad.



Universal scratcher ZU-200/PT/H



Agricultural load-carrying trailer PD5692N

Orchard platform PSN-260/2

Czołowy produkt

Jednym z czołowych produktów firmy MCMS Warka jest platforma sadownicza. Jest to maszyna zaczepiana na trzypunktowym układzie zawieszenia (TUZ), przeznaczona do współpracy z ciągnikami rolniczymi klasy 0,6T i powyżej. Zastosowanie platformy sadowniczej do wspomagania zbioru owoców i prac pielęgnacyjnych w sadach zwiększa wydajność pracy oraz redukuje czas potrzebny na wykonanie danego zadania. Specjalna konstrukcja umożliwia podnoszenie płaszczyzny roboczej wraz z pracownikami, skrzyniopaletami i niezbędnym sprzętem na wysokość do 2,6 m nad poziom gruntu przy zachowaniu ładowności podestu roboczego wynoszącej 2000 kg.

Aktualnie najlepiej sprzedającym się modelem tej maszyny jest platforma sadownicza PSN-260/2 osadzona na podwoziu typu tandem, wyposażona w rozdzielacz, podesty ręczne z kratki oraz windę i rolki skrzyniopalet. Koszt takiego zestawu to 24100 zł brutto. Na zamówienie klienta istnieje możliwość doposażenia platformy w kompresor oraz zestaw pneumatyczny do cięcia.

Leading product

One of the leading products of MCMS Warka is the orchard platform. It is a trailed machine mounted on three-point linkage (PTO), designed to work with agricultural tractors 0,6T class and above. Application platform to support orchard fruit harvesting and maintenance works in orchards increases productivity and reduces the time required to perform a given task. The special design allows you to raise the working plane with staff, box pallets and necessary equipment to a height of 2.6 m above ground level while maintaining a working platform payload of 2000 kg.

Currently, the best-selling model of this machine is orchard platform PSN-260/2 mounted on a tandem chassis, equipped with a , hand-held platforms from grate and a lift and roll for box pallets. The cost of such a set is 24100 zł gross. At the customer's request it is possible to retrofit the platform and a set of air compressor to cut.

MCMS Warka Sp. z o.o.

MCMS Warka offers:
orchard mowers,
rototillers,
earth drills,
field shredders,
hydraulic loaders,
orchard platforms
trailers,

other agricultural and orchard machines.

Our address:

Gośniewska Street 160, 05-660 Warka

ph. +48 48 667 43 58, ph./fax +48 48 667 21 66, e-mail: mcms@mcms.pl, www.mcms.pl

Potencjał azjatyckiego rynku owoców

Rynek owoców sprowadzanych z różnych stref klimatycznych przeżywa regres i dotyczy w głównej mierze wysokorozwiniętych krajów Europy, Ameryki Północnej oraz innych krajów rozwijających się.

Zupełnie inaczej kształtuje się sytuacja na rynkach azjatyckich. W wielu prężnie rozwijających się krajach import owoców świeżych wręcz rośnie. Swoją szansę dostrzegli w tej tendencji wielcy eksporterzy świeżych jabłek, gruszek, czereśni i kiwi z takich krajów, jak USA, Chile i Nowa Zelandia. Uświadomili sobie, że istnienie reprezentowanej przez ich sektor gałęzi gospodarki, ściśle powiązane jest ze wzrostem sprzedaży świeżych owoców na rynki krajów azjatyckich.

Przyczyn wzrostu popytu na owoce z różnych stref klimatycznych należy upatrywać w zmianie struktury demograficznej. Coraz więcej ludzi żyje w miastach. Ich rosnące zarobki powodują dynamiczny przyrost dochodu na jednego mieszkańca. Wzrost zamożności wyzwala natomiast chęć i ciekawość do odkrywania nowych smaków. Kolejnym czynnikiem rokującym na wzrost importu owoców świeżych do Azji, jest rozwój i zasięg handlu detalicznego, który zapewnił dostęp do importowanych produktów praktycznie przez cały rok.

Spekulacje dotyczące możliwości eksportu świeżych jabłek, gruszek, czereśni i kiwi na rynki azjatyckie, nie stanowią dobrej podstawy do opracowania długoterminowych strategii rozwoju rynku. Dla ekspertów o wiele istotniejsze są dokładne prognozy dotyczące poszczególnych owoców i sytuacji gospodarczej w poszczególnych krajach. Już w latach 70-tych Artur Mackie, wówczas ekonomista w Amerykańskim Ministerstwie Gospodarki Rolnej, wykazał, że wzrost popytu na różne artykuły importowane w poszczególnych krajach zależy od tego, jak szybko wzrasta dochód na mieszkańca.

Firma Belrose Inc. mająca w USA biuro do Spraw Rozwoju Handlu Owocami, wykorzystała model Mackiego do porównania w 16-tu krajach azjatyckich związku między wzrostem dochodu na jednego mieszkańca, a spożyciem świeżych jabłek, gruszek, czereśni i kiwi na



Zdjęcie: archiwum własne

jednego mieszkańca. Badanie odbyło się w latach 1993-2010. Z powodu braku wcześniejszych danych przeprowadzenie badania dotyczącego spożycia czereśni możliwe było w 11 krajach, a kiwi tylko w 10 krajach azjatyckich. Na podstawie wyników z tych badań możliwe było opracowanie potencjalnej prognozy dotyczącej popytu w roku 2020. Przyjmuje się, że badania wykonane przez firmę Belrose miały dużą wartość i przyniosły miarodajne wyniki do badań statystycznych.

Dla każdego z 16 krajów i każdego z 4 owoców firma Belrose stworzyła model, za pomocą którego można przewidzieć zapotrzebowanie jednego mieszkańca na poszczególne importowane owoce. W odniesieniu do wzrostu dochodu brane są pod uwagę dwa aspekty. Pierwszy punkt odniesienia to założenie, że dochód na osobę w latach 2010-2020 będzie wzrastał w tym samym tempie, jak to miało miejsce w latach 2000-2010. Drugi punkt odniesienia zakłada, że konsumpcja będzie tylko w połowie tak szybko wzrastała jak w latach 2000-2010. Całkowity popyt na import został wyliczony na podstawie założenia, że w roku 2020 nastąpi

w Azji zakładany przez USA wzrost liczby mieszkańców. Jeśli w krajach azjatyckich nadal będzie wzrost PKB, wzrośnie równie szybko popyt na import wszystkich 4 rodzajów owoców. Zakłada się również, że import czereśni będzie dwa razy większy od importu jabłek. Idąc dalej tym tropem, nawet gdyby PKB wykazał słabszy wzrost, to import w roku 2020 będzie znacznie większy niż w roku 2010.

Większy wzrost importu jabłek odnotowuje się w krajach z relatywnie niskim dochodem na jednego mieszkańca, ale z wysoką liczbą ludności np.: w Indiach, Indonezji i Wietnamie. Według prognoz Indonezja i Wietnam zostaną również największymi importerami gruszek. W przeciwieństwie do wyżej wymienionych państw, import jabłek i gruszek w krajach małych i bogatych, takich jak Singapur, Hongkong i Tajwan, w nadchodzących 10 latach będzie rość nieznacznie lub będzie wręcz spadał. Przeciwnie tendencje zaobserwuje się w imporcie czereśni i kiwi. Największa część importu przypadnie na północno-wschodnią Azję, m.in. Chiny, Japonię, Koreę Południową i Tajwan. W Indiach, Indonezji i Wietnamie wzrost importu czereśni i kiwi będzie w roku 2020 mały. Przewiduje się, że Chiny będą ważnym importerem jabłek, jednakże będzie trudna sprzedaż gruszek do tego kraju.

Nawet, jeśli azjatyckie rynki będą oferowały w nadchodzących dziesięciu latach doskonałe możliwości eksportowe, importerzy, uwzględniając rodzaj owoców i kraj, muszą rozdzielić budżet na marketing i na reklamę. Rozstrzygające w podejmowaniu decyzji będą również ceny owoców. Np. przed 2010 rokiem w Chinach rość bardziej popyt na jabłka i gruszki, ponieważ na skutek prowadzonej w tym kraju strategii obniżania cen, spadały ceny na owoce. Przykład: przeciętne ceny importu świeżych jabłek w południowo-wschodniej Azji plasowały się w 1996 r. poniżej średniej światowej i zatrzymały się w kolejnych dziesięciu latach na tym samym poziomie. Niewielu dużych zachodnich importerów mogło sprzedawać z zyskiem owoce po tak niskich cenach. Alternatywną strategią dla zachodnich eksporterów może być więc skoncentrowanie się na tych rynkach azjatyckich, które mają dostępną metodę cenową Premium, polegającą na sztucznym utrzymywaniu wyższych cen. Jednakże różnica między ceną rynkową a ceną Premium jest w większości krajów relatywnie mała. W tych segmentach konkurencja między eksporterami jest też silna.

Opr.: Monika Gajewska

Na podstawie materiałów: Belrose Inc.,
EFM Spezialausgabe 1/2014. Opr. MG

V Targi Wyposażenia i Produktów dla Gastronomii

4-5 lutego 2015 r.
AmberExpo, Gdańsk

STREFY TEMATYCZNE:

- Deserowe Inspiracje
- Bezglutenowa
- Tradycyjne Smaki Pomorza

GOŚCIE SPECJALNI:

Tomasz Deker
Mistrz Cukiernictwa

Diana Volokhova
Finalistka programu „MasterChef”

Jola Słoma & Mirek Trybulak
Atelier Smaku

GO-TO-POLO

Zachęcamy do rejestracji ON-LINE,
która umożliwia bezpłatny wstęp na targi.
Szczegóły na www.easyfairs.com/pl/ftg2015

ORGANIZATOR:

easyFairs® Poland Sp. z o.o. / Targi w Krakowie Sp. z o.o.
tel. +48 12 651 95 30, +48 12 651 95 20
kom. + 48 509 926 640
e-mail: w.janusz@targi.krakow.pl

www.easyfairs.com/pl/ftg2015

Trendy przyszłości

W przyszłości wszystko może się zdarzyć. Zważywszy na obecne okoliczności, eksperci z różnych stron świata skłaniają się ku poniższym trendom, jakie mogą zapanować w imporcie w 2020 r.

Doświadczeni handlowcy z amerykańskich supermarketów uczynią wszystko, aby w każdy możliwy sposób dotrzeć i wyprzedzić trendy. Kto bowiem nie chciałby wiedzieć, które owoce będą w przyszłości cieszyć się największym powodzeniem? Czy czereśnie będą dostępne na rynku przez cały rok? Czy świeże owoce oraz warzywa z Chin mogą stać się konkurencją i występować w takim bogactwie jak np. te, pochodzące z Chile? Te i podobne pytania na temat produkcji, importu oraz rynku wewnętrznego w 2020 r. zadali sobie handlowcy ze Stanów Zjednoczonych. Według Dicka Spezzano, prezesa Spezzano Consulting Service, Inc. z siedzibą w Monrovia „Import owoców i warzyw będzie proporcjonalnie większy od konsumpcji tych produktów w Stanach Zjednoczonych”. Import rzeczywiście uzupełni krajową produkcję ogrodnictwa, jak wynika z raportu USDA „Agricultural Projections to 2022” opublikowanego w lutym 2013r. Szacuje się, że w ciągu kolejnej dekady import stanowić będzie większość (52%) krajowego spożycia owoców i orzechów oraz 24% spożycia warzyw. Wartość tego importu szacuje się na 64,5 mld dolarów w roku fiskalnym 2022, z czego 21,3 mld dolarów przypadnie na owoce i 15,8 mld dolarów na warzywa.



Szefowie kuchni i konsumenci, a wzrost importu

Jedną z przyczyn, systematycznie napędzających import jest sytuacja amerykańskich szefów kuchni, którzy renomę budują na bazie swoich popisowych dań. Ich ciągły lęk budzi brak dostępu do składników sezonowych. Drugi aspekt to konsumenci. Szacuje się, że Amerykanie będą coraz więcej podróżować i poznawać nowe smaki a co za tym idzie, będą oczekiwali różnorodności. Przykład? Podczas pobytu w Polsce zasmakują w tutejszych gatunkach jabłek i po powrocie do domu będą chcieli kupić je również w Ameryce. W efekcie handlowcy będą zmuszeni podążać za gustami i potrzebami swoich klientów, zapewniając im dostęp do produktów pochodzących

z zagranicy. Już teraz producenci owoców i warzyw na całym świecie starają się dopasowywać swoją ofertę do zmieniających się wymogów konsumentów. Zwłaszcza w odniesieniu do smaku i konsystencji. W Ameryce obserwuje się szczególną różnorodność owoców pochodzących z Chile. Konsumenci interesują się produktami niszowymi typu cytrynowa śliwka czy różowe bezpestkowe winogrona Muscat, uprawianymi właśnie w Chile. Przewiduje się kontynuację trendu poszerzania oferty smakowej jabłek pochodzących z Nowej Zelandii. Powodem tego są wymogi tzw. generacji Y (ludzi urodzonych w latach 80- i 90-tych ubiegłego wieku), dla której liczy się przede wszystkim wszystko to, co nowe, oryginalne i gotowe do wykorzystania w kuchni w innowacyjny, inny niż tradycyjny, sposób.



Szerszy asortyment z większej ilości krajów

Według ekspertów, Meksyk w ciągu kolejnej dekady umocni swoją pozycję głównego partnera handlowego Stanów Zjednoczonych. To z tego kraju Ameryka importuje najwięcej owoców i warzyw. W minionej dekadzie wyeksportowano do USA prawie 77% produkcji świeżych owoców i warzyw. Eksperci przewidują, że w 2020 r. import będzie prezentował się jeszcze dynamiczniej niż obecnie. Amerykanie zaobserwują stopniowe poszerzanie się asortymentu sprowadzanego z większej ilości krajów, które zdobędą dostęp do rynku USA. Już teraz obserwuje się obecność krajów Ameryki Południowej, które eksportują do USA owoce cytrusowe, dając zarówno handlowcom jak i konsumentom nowe możliwości i większy wybór. W ciągu ostatniej dekady eksport owoców z Ameryki Łacińskiej nieomal się podwoił z 45,7 mln ton do prawie 82 mln ton. Trend ten będzie się nadal umacniał. Wśród liderów plasują się Chile, Brazylia, Meksyk, Peru i Argentyna. Chile jest największym dostawcą winogron, jabłek, borówek, pomarańczy, kiwi, śliwek, klementynek, nektarynek, mandarynek,

brzoskwiń, gruszek, awokado, cytryn, czereśni i grana-
tów do USA. Z kolei z Argentyny pochodzą gruszki, jab-
łka, czereśnie i borówki. W przyszłości oferta ta ma po-
szerzyć się o cytrusy. Te ostatnie, a w szczególności po-
marańcze i mandarynki, ale też borówki, będą głównymi
świeżymi produktami sprowadzanymi w 2020 r. do USA
z Urugwaju. Stany Zjednoczone sprowadzają z Peru awo-
kado, cytrusy i winogrona. Z Ameryki Centralnej obec-
nie pochodzą banany i mango. W przyszłości ofertę tę
mają uzupełnić świeże kwiaty, głównie róże.

Rynek USA jest otwarty na import, zwłaszcza owo-
ców tropikalnych i egzotycznych. Coraz popularniej-
szy staje się pitaja, inaczej smoczy owoc (dragon fru-
it). Od 2008 r. był on sprowadzany z Wietnamu, od 2011
r. z Tajlandii, od 2012 r. z Nikaragui, od 2013 r. z Meksy-
ku. Obecnie pitaja uprawiany jest w Kalifornii i na Flory-
dzie. W ten sposób ten poszukiwany owoc dostępny jest
w USA przez cały rok. Ponadto przewiduje się wzrost za-
potrzebowania klientów preferujących zdrowy tryb ży-
cia na tzw. super food (jagody goji, acai czy kiwi). Wycho-
dzenie naprzeciw potrzebom klientów, a także zachęca-
nie ich do próbowania nowego i nieznanego, może stać
się kluczem do sukcesu w handlu.

W odniesieniu do importu owoców i warzyw z kra-
jów europejskich, USA uzależniają go od odległości oraz
kosztów związanych z przewozem. Rozważana jest np.
możliwość importu produktów statkiem z Europy do
Wschodnich Stanów, zamiast ciężarówką na Zachodnie
Wybrzeże. Duże znaczenie w handlu z Europą mają też
obostrzenia fitosanitarne. Toczono rozmowy z Włochami,
Belgią, Hiszpanią. Obecnie USA importują z Holan-
dii paprykę i oberżynę. Holandia sprzedaje też USA tech-
nologie szklarni. W Kanadzie i Meksyku powstały szklar-
nie według technologii holenderskich. Uprawia się w nich
paprykę, pomidory, ogórki, oberżynę, cukinię, sałatę, zioła
i truskawki. Eksperci czekają na rezultaty porozumienia
dotyczącego wolnego handlu między USA i UE, mające na
celu wzrost sprzedaży świeżych warzyw i owoców.



Całoroczny dostęp do borówek, cytrusów i czereśni

Import owoców do USA w 1960 r. w znacznym stop-
niu opierał się na bananach i ananasach. Obecnie do łask
wraca sezonowość. Do produktów tej kategorii nale-
żą jabłka, gruszki, melony, awokado, mango, borówki,
cytrusy i czereśnie. Możliwość importowania owoców

sezonowych z różnych krajów w różnych porach roku
zapewnia ciągły dostęp do nich. Dostępność czereśni
w USA przez cały rok jest tylko kwestią czasu.



Latynoski popyt a import mango i awokado

Latynoska populacja w USA wzrosła czterokrotnie
w latach 2000-2010. Do 2020 r. sięgnie 60 mln (stano-
wi to prawie 18% populacji USA). Wraz ze zmianami de-
mograficznymi wzrośnie popyt na produkty pochodzące
z Ameryki Łacińskiej – mango, awokado, paprykę. Man-
go eksportuje do USA Meksyk, Ekwador, Peru, Brazylia,
Gwatemala, Haiti, Australia. Z kolei awokado pochodzi
z Meksyku, Peru i Chile.



Globalna standaryzacja a sektor produkcji

Nic nie zapowiada, że do 2020 r. na świecie zapanuje
pokój, ale dostawcy są zgodni, że USA powinny rozważyć
import z takich krajów jak Izrael, Egipt i Afganistan. Nacisk
powinien zostać położony też na bezpieczeństwo żywnoś-
ciowe, identyfikowalność oraz standardy dotyczące żywno-
ści organicznej. Przewiduje się, że cały świat będzie dą-
żył do wypełniania swoich planów eksportowych, dla któ-
rych ułatwieniem ma być wdrożenie uniwersalnych, ujed-
noliconych systemów i standardów oceny bezpieczeństwa
żywnościowego. Kluczowe staną się regulacje Food Safe-
ty Modernization Act (FSMA) oraz wymogi stawiane kup-
com w USA. Wyśrubowane obostrzenia stawiane produ-
centom i sieciom handlowym, chcącym zaistnieć na rynku
amerykańskim, zmuszą do utrzymywania wysokich stan-
dardów, spowodują roszadę na rynku, pojawienie się no-
wych firm i powstawanie spółek liczących na długofalo-
wą współpracę z USA. Eksperci upatrują pewnych trud-
ności w obszarze ujednolicenia standardów dotyczących
żywności organicznej, gdyż konsumenci pod każdą szero-
kością geograficzną mają inne potrzeby. W przyszłości na-
dał nie bez znaczenia będzie ekorozwój, zarówno w pro-
dukcji jak i imporcie, kwestie fair trade, produkty certyfi-
kowane oraz opakowania.

*Na podstawie materiałów: USDA „Agricultural Proje-
ctions to 2022”, Business Produce. Opr.: Anna Ziędarska*

Szlakiem egzotycznych owoców

Polacy coraz częściej wyjeżdżają do Ameryki Południowej, Afryki czy Azji. Takie podróże pozwalają poznać przepiękne miejsca, inną kulturę oraz jedzenie.

Niecodziennych doznań smakowych mogą dostarczyć egzotyczne owoce, które wyglądają niekiedy bardzo oryginalnie. Potrafią łączyć w sobie orzeźwiającą słodkość, pobudzającą ostrość i zaskakującą cierpkość. Po prostu kuszą, żeby je spróbować.



Achacha

Achacha (aczacza), regionalnie achachairú, to owoc zwany także „honey kiss”, czyli słodki, miodowy pocałunek. Jego smak nie jest jednak wyłącznie słodki, jest jednocześnie kwaśny, pikantny i orzeźwiający. Achacha kształtem przypomina jajko o pomarańczowej barwie, wysokości 6 cm i średnicy 4 cm, ma biały miąższ o konsystencji sorbetu, o konsystencji sorbetu, który w środku zawiera jedno lub dwa ciemne nasiona. Jest korzystny dla zdrowia, ponieważ zawiera dużo kwasu foliowego, witaminy C i B2 oraz potas. Owoc pochodzi z Boliwii, uprawiany jest w dorzeczu Amazonki. Największą popularność na świecie achacha zawdzięcza Australii, gdzie sadzona jest na skalę przemysłową. Na europejskim rynku owoc pojawił się dopiero w 2011 r. na targach Fruit Logistica w Berlinie. Przykładowa cena w Wielkiej Brytanii to 2,5 £ za cztery sztuki.

Kiwano to w rzeczywistości ogórek kolczasty, rogaty lub afrykański. Nazwa kiwano powstała z połączenia słów kiwi i banana, a odnosi się do jego smaku i zapachu. Porównywany jest z ogórkiem, dynią i melonem. Ten wyjątkowy owoc, w niektórych krajach uznawany za warzywo, ma ponad 10 cm długości i owalny kształt pełen kolców. Kiwano pochodzi z Afryki, uwielbia ciepły klimat. W krajach narażonych na zimno musi być uprawiany w szklarni. Gdy zapewni mu się odpowiednie warunki, rośnie w błyskawicznym tempie. Obecnie uprawiany jest w Ameryce Południowej i w Australii. Jest niskokaloryczny, doskonale nadaje się jako dodatek do sałatek, deserów, ryb, owoców morza, koktajli. W Polsce kiwano można kupić za około 5 zł.



Kiwano



Karambola

Karambola, czyli oskoman pospolity, to żółty owoc, o długości około 10 cm, karbowany, z przejrzystym miąższem i małutkimi pestkami wewnątrz. Po pokrojeniu w plasterki, ukazują się zaskakująco piękne, dekoracyjne, pięcioramienne gwiazdki. Ozdobią one efektownie niemal każde danie, czy będzie to potrawa mięsna, rybna, sałatka czy deser. Karambole można spotkać w postaci suszonej lub kandyzowanej. Owoc używany jest także jako składnik sosów lub dżemów. Można ją jeść na surowo, ze skórą lub bez. Jej smak jest jednocześnie słodki i kwaśny, a miąższ - soczysty i chrupiący. Gwiazdzisty owoc ma dużo witaminy C, magnezu, żelaza oraz beta-karotenu. Pochodzi z Malezji i Indonezji, ale obecnie można go też spotkać w Afryce, Ameryce Północnej i Południowej. W polskich sklepach kosztuje około 6 zł.



Liczi

Liczi, nazywany także bliźniarką smaczną lub chińską śliwką, jest uprawiany w wielu krajach azjatyckich. Można go również spotkać w Australii i w Afryce. Owoce mają stwardniałą, czerwono-brązową skórę, właściwie skorupkę. Miąższ jest biały, słodki, nieco kwaskowaty i soczysty. Wewnątrz znajduje się duża, niejadalna pestka. Liczi zawiera bardzo dużo witaminy C, a także fosfor, magnez i wapń.

Pitaja, czyli smoczy owoc, przypomina wyglądem różne odmiany kaktusów. Nazywany jest też księżycowym kwiatem lub królową nocy. Pitaja ma piękną, różową, niejadłą skórę, a w środku, biały lub różowy miąższ z mnóstwem pesteczek. Można go jeść wyjmując łyżeczką lub kroić w plastry. Smoczy owoc ma niezbyt wyraźny, słodkawy smak, który staje się bardziej wyczuwalny po schłodzeniu. Pitaja zawiera witaminy C, A, B, fosfor oraz wapń. Owoc występuje również z żółtą skórą i białym miąższem. Smoczy owoc pochodzi z Meksyku i Ameryki Środkowej. Uprawiany jest również w wielu krajach azjatyckich, np.: w Wietnamie, na Filipinach, w Malezji, na Tajwanie oraz na Bliskim Wschodzie.



Pitaja

**SORTING
EXPO**

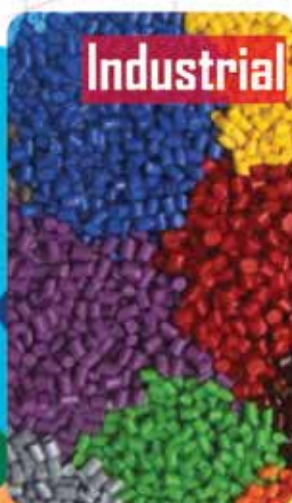
www.sorting-expo.com

15th-17th APRIL, 2015
SHANGHAI CHINA

FIND YOUR SORTING SOLUTION HERE



Food



Industrial



Fruits



Recycling

**FORTUNE
EXPO**

Tel: 0086 21 60514281/67822095
Email: info@fortunexpo.com.cn



Tamarillo

Tamarillo, inaczej pomidor drzewiasty, cyfomandra grubolistna, zgrabka grubolistna lub zgrabka burakowata. Smakiem i miąższem z licznymi pesteczkami przypomina lekko pikantnego, nieco cierpkiego pomidora. Tamarillo, występuje w kilku odmianach kolorystycznych. Najbardziej popularna jest czerwona. Z uwagi na gorzki smak skórki zaleca się obieranie owocu. Zawiera potas, witaminy z grupy B oraz A i E. Ten oryginalny owoc, zbliżony do warzywa, pochodzi z Ameryki Południowej, gdzie w niektórych krajach jak w Peru i Boliwii rośnie dziko, ale np.: w Argentynie i Wenezueli jest uprawiany. Najbardziej znany i lubiany jest w Nowej Zelandii, chociaż równie popularny jest w USA, Kenii czy Portugalii.

Yangmei, nazywany w Polsce chińskim drzewkiem truskawkowym ze względu na intensywną barwę i strukturę owoców przypominającą nasze ulubione truskawki. Często występuje w Chinach, ale tylko wyłącznie jako ozdoba parków i ogrodów. Owoce przykuwają uwagę jaskrawoczerwonym kolorem. Smakiem przypominają soczystą, słodką truskawkę. Niemal połowę wnętrza owocu wypełnia dość duża pestka. Yangmei zawiera dużo witaminy C.



Yangmei



Opuncja figowa

Opuncja figowa wyglądem przypomina kaktus, ma długie i grube liście pełne kolców. Owoc opuncji figowej na początku wegetacji ma kulisty kształt, który dojrzewając nieco się wydłuża, zawiera sporo nasion, a żółta, pomarańczowa lub czerwona skórka pokryta jest małymi wypustkami. Owoc ma soczysty, orzeźwiający, słodko-kwaskowaty smak. Bogaćta jest w witaminę C, fosfor i wapń. Opuncja figowa pochodzi z Meksyku. Obecnie uprawiana jest na południu Europy, w Ameryce Południowej i Północnej.

Marakuja pochodzi od indiańskiego słowa maraú-ya, co oznacza owoc i haust, czyli tak wyśmienity, przepyszny smak, że nie można się powstrzymać, by nie połknąć miąższu w jednej chwili. Druga nazwa określająca ten sam owoc to passiflora. Owoce występują głównie w dwóch formach, nieco większej żółtej o kwaśnym smaku oraz mniejszej purpurowo-fioletowej - o wiele słodszej. Mają galaretowaty i kleisty miąższ. Passiflora zawiera witaminy A i C oraz silne antyoksydanty. Pochodzi z Ameryki Południowej, żółta najczęściej z Brazylii, zaś fioletowa z Brazylii, Ekwadoru i Paragwaju. Uprawiana jest też w Australii i Afryce.



Marakuja

IDEALNY
DO KANAPEK
I WYPIEKÓW

Z DOJRZEWAJĄCYCH
W SŁOŃCU ŚLIWEK

MOCNO
OWOCOWY

JEST JEDZENIE I JEDZENIE.
Są markety i jest Alma.





Bajeczny wypoczynek

lato 2015



Mogan Princess & Beach Club, Hiszpania, Gran Canaria

Już pierwsze miesiące sprzedaży oferty Lato 2015 pokazały, że po raz kolejny kilka wiodących biur podróży zdecydowanie trafiło w oczekiwania rynku. Turcja, Grecja i Hiszpania to liderzy nadchodzącego lata.

Turcja Egejska jest jednym z wielu mocnych punktów. Dużym zainteresowaniem cieszą się nowości tureckie. Położony na wybrzeżu Morza Egejskiego Ayvalik to spokojna miejscowość z 13-kilometrową plażą. Cały

dzień spędza się tu nad morzem. Miasto ma niepowtarzalną atmosferę, wygląda jakby czas się tam zatrzymał dawno temu. Didyma to typowy ośrodek na rodzinne wakacje. Jego atuty to piaszczysta plaża, długi deptak, a także ruiny wielkiej starożytnej świątyni. Największym powodzeniem w okresie first minute cieszą się wysokiej klasy hotele, cztero- lub pięciogwiazdkowe, z rozbudowaną infrastrukturą sportowo-rekreacyjną i bogatymi pakietami all inclusive.

Najwięksi gracze wśród biur podróży dostrzegając coraz większą potrzebę dywersyfikacji oferty powiększyli liczbę oferowanych hoteli z ofertą dla dzieci (familijną), a także utworzyli bazę hoteli adresowanych



Armonia Holiday Village, Turcja, Bodrum



PODRÓŻE

Kakkos Bay, Grecja, Kreta



Aurum Spa & Beach Resort, Turcja, Didyma

do osób dorosłych. W wybranych hotelach będzie dużo dobrej zabawy i fantastyczne warunki wypoczynku dla całej rodziny. W ofercie pojawiło się kilka nowych wycieczek objazdowych, podczas których można połączyć zwiedzanie i edukację, z wizytami w parkach rozrywki i spotkaniami z baśniowymi postaciami.

Od niedawna, także w Polsce, coraz większą popularność zdobywają tzw. „hotele dla dorosłych”, które przyjmują osoby powyżej 16-18 roku życia. Są to starannie wyselekcjonowane hotele, które posiadają odpowiednią infrastrukturę.

Dla osób preferujących zwiedzanie w ofercie jest wiele ciekawych nowości: piękne trasy po Turcji, nowe

wycieczki na południe Włoch, wizyty w historycznych miejscach Francji, a także Australia z Nową Zelandią. Na szybkie wypadki idealne są city breaks: m.in. do Madrytu, Lizbony czy nawet Jerozolimy.

W odpowiedzi na rosnący popyt na aktywny wypoczynek w styczniu 2015 r. wchodzi do sprzedaży wyjątkowa oferta. Jest to oferta jednego z wiodących biur podróży: No limits by ITAKA. Klienci znajdą tu wyjazdy multiaktywne i fitness, ekspedycje, trasy rowerowe i wiele innych propozycji.

Opracowała: Elżbieta Szymaniak
Materiały dostarczyło: Biuro Podróży Itaka

MUZYKA

Poniżej prezentujemy produkcje muzyczne oraz koncerty, z którymi warto się zapoznać.

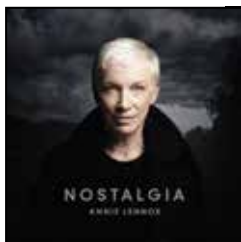
Cecilia Bartoli promuje St. Petersburg



Cecilia Bartoli, St. Petersburg
Universal Music Polska

Wszystkie utwory na nowym albumie Cecilii Bartoli to światowe premiery fonograficzne – nigdy wcześniej nienagrane utwory, skomponowane dla carskiego dworu XVIII – wiecznej Rosji. Artystka po raz pierwszy w swojej karierze sięga do archiwów Teatru Maryjskiego w Petersburgu prezentując arcydzieła barokowe pochodzące z czasów panowania wielkich caryc: Anny, Elżbiety i Katarzyny Wielkiej. Muzyka włoskich i niemieckich kompozytorów, działających wtedy dla rosyjskiego dworu, zebrana na tym albumie, rzuca nowe światło na ten niezwykły, jedyny w swoim rodzaju czas, kiedy polityka i kultura Rosji skierowane były ku Zachodowi. Większość utworów jest wykonywana w języku włoskim, ale jest to też okazja, aby usłyszeć Cecilie Bartoli śpiewającą po raz pierwszy po rosyjsku! Program albumu został niezwykle starannie wybrany przez samą artystkę, która z właściwą sobie pasją zagłębiła się w świat archiwów Petersburga, aby odkryć muzykę zapomnianą przez ponad 200 lat! Cecilii Bartoli towarzyszą specjaliści od muzyki barokowej: dyrygent Diego Fasolis i zespół I Barrochisti.

ANNIE LENNOX powraca z nowym albumem



Annie Lennox, Nostalgia
Universal Music Polska

Siódma solowa płyta Annie Lennox – „Nostalgia” – to zbiór najbardziej znanych, pełnych namietności, przebojów pochodzących z lat 30. i 40. spopularyzowanych przez takie gwiazdy jak Billie Holiday, Nina Simone, Jo Stafford i Louis Armstrong. Wybór utworów jest wynikiem wielogodzinnego studiowania starych nagrań ze zbioru Great

American Songbook, szczególnie tych zakorzenionych w bluesie. „Ciekawiło mnie po prostu jak mój głos sprawdzi się w takim repertuarze. To było pewnego rodzaju wyzwanie. Wybrałam utwory, następnie zaprzyjaźniłam się z nimi i muszę przyznać, że praca nad tym materiałem sprawiła mi wiele radości” – mówi artystka.

Annie Lennox należy do najbardziej cenionych artystek w historii muzyki pop. Otrzymała więcej nagród Brit Awards niż jakakolwiek inna wokalistka (w sumie 8), poza tym 4 nagrody Grammy, 4 Ivor Novello, Oscara oraz Złotego Globa za utwór „Into the West” do filmu „Władca Pierścieni: Powrót Króla” w kategorii Najlepsza Piosenka Oryginalna. Biorąc pod uwagę jej współpracę z zespołem Eurythmics Annie Lennox wydała 13 albumów i sprzedała ponad 80 mln płyt na całym świecie nagrywając ścieżki dźwiękowe do ogromnej ilości filmów oraz uświetniając swoimi występami wiele światowych wydarzeń, w tym zamknięcie letnich Igrzysk Olimpijskich w 2012. Annie Lennox jest także znaną aktywistką i działaczką humanitarną. Jako Ambasadorka UNAIDS Goodwill, która współpracuje z innymi organizacjami, takimi jak Oxfam i Amnesty International, otrzymała Nobel Peace Laureates za służbę dla ludzkości oraz nagrodę Humanity Award, którą przyznaje Czerwony Krzyż. W 2009 The Economist zaangażował się w kampanię SING, którą stworzyła i przeprowadziła Annie. Kampania miała na celu zbieranie funduszy dla kobiet i dzieci dotkniętych wirusem HIV. W 2011 w uznaniu za działalność humanitarną artystka otrzymała z rąk Królowej Elżbiety II Order of the British Empire.

GAROU koncertuje



Garou – tego nazwiska nie trzeba nikomu przedstawiać! Rewelacyjny kanadyjski piosenkarz i multiinstrumentalista. Jego mocny i pełen emocji głos znany jest z musicalu Notre Dame de Paris, gdzie wcielił się w postać szpetnego dzwonnika oraz ze słynnego duetu z Celine Dion, którego efekty można podziwiać na jego debiutanckim krążku z 2000 r. Jego płyty zarówno francusko, jak i angielskojęzyczne zdobywają statusy złotych, platynowych oraz diamentowych. Ostatni koncert Garou w Polsce zgromadził prawdziwe tłumy jego wiernych fanów. Wypełniona po brzegi warszawska Sala Kongresowa nie ustawała w owacjach, a koncert odbił się pozytywnym echem po całym kraju. W marcu 2015 r. Garou powraca do Polski! Piosenkarz odwiedzi aż sześć miast, dając występy, które na długi czas zapadną w pamięć publiczności. Garou zaprezentuje swoje największe hity, takie jak Gitan, Seul, Revien, a także piosenki ze swojej najnowszej płyty! Zapraszamy na wspaniałe koncerty do Wrocławia, Poznania, Szczecina, Gdyni, Krakowa i Warszawy.

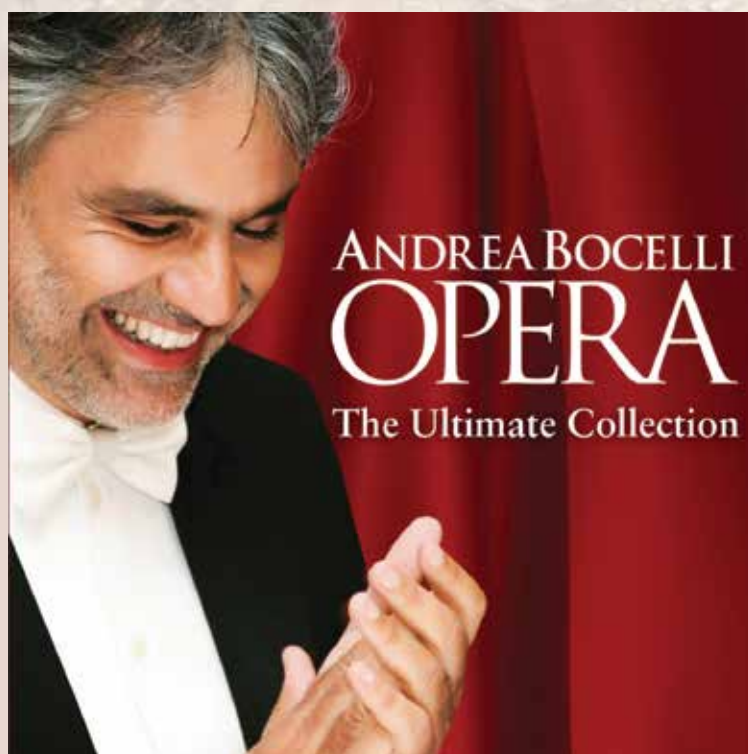
Już w marcu 2015 polska Publiczność będzie miała okazję na żywo usłyszeć największe hity Garou.

21.03 Wrocław, Hala Stulecia, godz. 19:00
22.03 Poznań, Hala Arena, godz. 18:00
24.03 Szczecin, Arena Szczecin, godz. 19:00
26.03 Gdynia, Gdynia Arena, godz. 19:00
28.03 Kraków, ICE Kraków, godz. 19:00
29.03 Warszawa, Hala Torwar, 18:00

Bilety w sprzedaży od 25.11 (wtorek) od godz. 12:00 na www.ebilet.pl, www.eventim.pl, www.makroconcert.pl oraz w salonach Empik. ZAPRASZAMY!

ANDREA BOCELLI OPERA

The Ultimate Collection



Najpiękniejsze arie operowe!
Album już w sprzedaży!



BIBLIOTECZKA

Poniżej prezentujemy publikacje, z którymi warto się zapoznać.

Układanka z pixeli



Krisztina Tóth, Pixel
Wydawnictwo:
Studio Emka
www.studioemka.com.pl

„Pixel” Krisztiny Tóth to jeden z najbardziej oryginalnych przykładów współczesnej prozy węgierskiej. Książka jest zbiorem krótkich, pozornie odrębnych opowiadań, w których w sposób ciekawy, miejscami wzruszający, zaskakujący

co trafnie opisane są perypetie zwykłych ludzi.

Składa się z trzydziestu rozdziałów (pixeli), zatytułowanych różnymi częściami ciała. Głowa, serce, ręka: z każdą częścią ciała związana jest jakaś historia. Opowiadania w luźny sposób łączą się ze sobą, krzyżują, przenikają, tworząc powieść.

Z bliska widać jedynie pixele, jednak gdy patrzymy z pewnej odległości, wszystko zlewa się w jedno ciało. „Fragmenty nieraz płowieją, z upływem czasu zmienia się ich barwa. Należy o tym pamiętać. Czasem ciemnieją i trzeba je poprzekładać. Na pierwszy rzut oka dzieło wygląda jak bezforemna pryzma, skupisko nieregularnych wypukłości. Lecz jeśli kilkakrotnie obejdziemy je dookoła, powoli, krok po kroku, nabierze ono wyraźnych kształtów.” To cytat z opowiadania „Historia kolana”, które idealnie zwieńcza cały zbiór.

Walcz słowami! TONGUE FU!

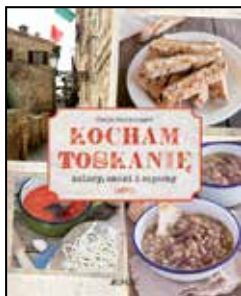


Sam Horn, TONGUE FU!
Sztuka walki językiem
Wydawnictwo: Studio Emka
www.studioemka.com.pl

Tongue-fu to sztuka walki językiem, kładąca nacisk na rozwój wewnętrzny. Jej celem jest złagodzenie i odparcie napaści psychicznej. To także słowna forma samoobrony, metoda konstruktywna wobec kłótni, bezproduktywnego „mielenia jęzorem” lub cichego cierpienia w milczeniu. Celem sztuki walki słowami jest

nauczenie jej adepta, jak się zachowywać, aby nie dopuszczać do słownych gwałtów. Jednak sprowokowany, adept tongue-fu ma umieć wykorzystać swoją sztukę walki umysłem i językiem tak, aby się skutecznie bronić. Po jej opanowaniu nikt nigdy nie poczuje się bezradny wobec słownej agresji. Sztuka walki językiem to doskonała pomoc w rozwiązywaniu konfliktów słownych, z którymi mamy do czynienia na co dzień. „Tongue Fu! Sztuka walki z językiem” to praktyczna i łatwa w lekturze książka, która porusza bardzo poważny i trudny temat dotyczący kontaktów międzyludzkich. Zawarte w niej rady uczą, jak się dogadywać i poprawić kontakty z każdym i wszędzie. Świat byłby spokojniejszy i więcej byłoby w nim harmonii, gdybyśmy wszyscy stosowali zaprezentowane tu zasady. Jednak sztuka walki językiem to nie tylko zestaw technik obronnych. To raczej cała filozofia życia, sposób komunikowania się z innymi, który pomaga nawiązać lepszy kontakt z ludźmi w pracy i poza nią.

Kocham Toskanię



Kocham Toskanię
Giulia Scarpaleggia
(Tłumaczenie z jęz. włoskiego:
Ewa Firewicz)
Wydawnictwo Jedność

Najlepsza toskańska kuchnia to proste dania, zachowujące smak składników, z których je przygotowano. Autorka proponuje prawie sto

przepisów i jednocześnie z pasją opisuje piękno rodzinnych stron oraz przybliża sylwetki ludzi, którzy potrafią stworzyć ze zwykłych darów ziemi niezwykle przysmaki. Proponuje nam typowo toskańskie potrawy: przekąski, pierwsze i drugie dania oraz domowe wypieki, wszystkie zrobione w domu i sfotografowane przez nią samą. Cenne informacje dotyczące tego, czym powinny się charakteryzować najlepsze produkty i jak przygotować z nich wybrane dania, będą niezwykle przydatne dla tych, którzy chcą choć na chwilę przemienić w Toskanię własną kuchnię, a konkretne wskazówki, gdzie warto się wybrać, pomogą tym, którzy planują kulinarną podróż po prowincjach takich jak Piza, Florencja czy Siena i potrzebują dobrego przewodnika.

Przepisy na cztery pory roku



Przepisy na cztery pory roku
Zosia Cudny
Wydawnictwo Rebis

Przepisy na cztery pory roku to autorska książka Zosi Cudny, założycielki jednego z najbardziej popularnych blogów kulinarnych w Polsce Makecookingeasier.pl. Stronę codziennie odwiedzają tysiące czytelników w poszukiwaniu prostych, ale pysznych i opartych na naturalnych składnikach przepisów kulinarnych.

Książka jest połączeniem doskonałej kuchni i fantastycznych zdjęć, które wyostrożają zmysły i pobudzają smaki. Została pomyślana tak, aby ilustrować poszczególne etapy gotowania i pieczenia.

Autorka ukazuje przyjemność płynącą z jedzenia w gronie rodziny, pokazując, że atmosferę rodzinnego ciepła można budować samemu każdego dnia. Wystarczy trochę inspiracji. A z pewnością znajdziecie ją w tej wyjątkowej książce.

Autorka w ciągu zaledwie 3 lat zdobyła kilkadziesiąt tysięcy fanów w Polsce i za granicą. Od 3 lat współpracuje z serwisem Onet.pl, współtworzy dział kulinarny na popularnym blogu Makelifeasier.pl oraz realizuje sesje zdjęciowe swoich potraw dla popularnych czasopism.

Do you want to **find business partners in Poland?**
Do you need **support promoting your company?**
Do you want to **find customers in the Polish market?**

Contact us

We provide you trustworthy,
professional services.

A young and energetic team
of experienced marketing specialists
will provide you with a market strategy
tailored to your company, to help you
quickly get new customers.

We provide the following services:
marketing, public relations, custom publishing,
trade missions, and many others

**If you want to know more,
do not hesitate to call or write.
We speak English, German.**



drzewka owocowe

**najwyższej jakości materiał
z włoskich szkółek**

Redy Red® Gala
Fuji Kiku® Brak (s)
Fuji Kiku® Fubrax (s)
Gala Schniga®
Red Gala 95
Gala Galaxy®
Gala Venus Fengal A (s)
Gala Royal Beaut Proselect
Gala De Carli Fendeca (s)
Red Delicious Sandidge (s)
Red Cap® Valtod (s)
Red Chief® Campsur
Early Red® One Erovan
Hapke Delicious LB®
Golden Delicious Klon B
Golden Delicious Reinders®
Golden Delicious Smoothee®
Braeburn Rosabel®
Pinova
Morgenduft Dallago
Kanada Renette blanc
Jonagold
Idared
Champion
Mairac®
Staymanred LB® 78/1
Drzewka na podkładkach M9, M26,
jednoroczne i dwuletnie.



WYŁĄCZNY PRZEDSTAWICIEL FIRMY W POLSCE:

FILOCAL POLSKA Monika Gajewska

Bikówek 12, 05-600 Grójec, tel. 503 345 888, e-mail: info@flocal.pl, www.flocalpolska.pl